

NHỮNG LỜI CĂN DẶN CỦA CHỦ TỊCH HỒ CHÍ MINH TỪ PHƯƠNG DIỆN NGÔN NGỮ TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI

TS ĐÌNH KIỀU CHÂU

1. Dẫn nhập

Nhiều sản phẩm Truyền thông Xã hội (TTXH) có uy tín đã xuất hiện qua các giai đoạn khác nhau trong công cuộc cách mạng của đất nước ta. Nó có tác dụng rất lớn đối với công chúng, duy trì được ấn tượng tốt đẹp trong lòng người dân, động viên họ hăng hái hành động. Chức năng tác động của các sản phẩm ngôn ngữ trên phương diện TTXH thật mạnh mẽ và tích cực. Có thể nói ngôn ngữ Chủ tịch Hồ Chí Minh là một trong những tấm gương điển hình tiêu biểu cho ngôn ngữ TTXH. Các diễn văn, diễn từ, lời căn dặn... của Người là những sáng tạo ngôn ngữ cao đẹp, có tác động rất lớn đến công chúng, có tính dân tộc, khoa học và đại chúng.

Hồ Chí Minh rất quan tâm đến công tác tuyên truyền trong vận động cách mạng. Người cho rằng: “Người ta không thể giành được độc lập bằng cách ném bom, đàn áp,... Người ta phải giành độc lập bằng tổ chức, tuyên truyền, huấn luyện và kỉ luật. Người ta cũng cần một loạt những niềm tin, một kinh Phúc âm, một sự phân tích thực tiễn... Bạn có thể nói tới một Kinh thánh. Chủ nghĩa Mác-Lênin cho tôi tất cả những bộ phận đó,...” [24, 7].

2. Từ truyền thông xã hội

Truyền thông Xã hội (Mass/ Public/ Social Communication) là một phương diện rất quan trọng trong không gian của Truyền thông học. TTXH là một khái niệm chỉ các hoạt động trao đổi thông tin xã hội nhằm hướng tới những chuẩn mực chung trong giao tiếp, ứng xử giữa các thành viên sống trong xã hội gắn với một nền văn hóa nhất định.

TTXH là hoạt động thông tin nhân loại mà các sản phẩm của nó hướng tới những lợi ích cộng đồng, phi thương mại (không nhằm tìm kiếm lợi nhuận) và phát triển bền vững. TTXH hiện đại có quan hệ chặt chẽ với phương thức Tiếp thị xã hội (Social Marketing).

TTXH có chức năng xã hội là nâng cao hiểu biết của công chúng, tác động can thiệp làm thay đổi nhận thức đến hành vi của các nhóm cư dân xã hội (đối tượng đích) một cách tự nguyện, tiệm tiến và bền vững hướng đến những lợi ích chung. Như vậy ngay từ đầu giáo dục đã trở thành mục tiêu và là nội dung quan yếu của TTXH. Sức mạnh của TTXH nằm ở chức năng giáo dục, có tác dụng giác ngộ và động viên lớn đối với quần chúng.

- TTXH là những hoạt động tuyên truyền, vận động, thúc đẩy, nâng cao

ý thức người dân, tác động can thiệp có tính giáo dục.

- Quảng bá trong TTXH mang tính thuyết phục.

Truyền thông chính trị (tuyên truyền, vận động) là một sản phẩm tiêu biểu của TTXH. Riêng *Social Media* là sản phẩm mới, là công cụ quan trọng nhất cho truyền thông hiện đại nói chung và TTXH nói riêng. *Social Media* thường xuyên sử dụng các công cụ truyền thông như radio, truyền hình, báo điện tử, các dạng thông tin trên mạng (internet,...).

3. Những lời căn dặn của Chủ tịch Hồ Chí Minh

Những lời căn dặn của Bác Hồ với đồng bào, đồng chí là một nội dung nổi bật trong công tác tuyên truyền cách mạng, có giá trị thực tiễn lâu dài và sâu sắc. Những lời căn dặn đó được xuất phát từ nguyên tắc cách mạng và đây cũng là nguyên tắc của hoạt động TTXH. Những lời căn dặn là một bộ phận rất quan trọng trong ngôn ngữ quan hệ công chúng của Người. Lời căn dặn của Bác, trên phương diện ngôn từ, gồm các phát ngôn lời hay, ý đẹp có nội dung khuyên bảo, giáo dục, động viên mọi người. Những phát ngôn ấy thường dưới dạng: a) Những phát ngôn riêng với tư cách là diễn ngôn có tính độc lập (thí dụ: *5 điều Bác Hồ dạy*) hoặc b) là một thành phần tiêu điểm thuộc những diễn ngôn phức (thí dụ: “Chiến tranh có thể kéo dài năm năm, mười năm, hai mươi năm hoặc lâu hơn nữa... Song nhân dân ta quyết không sợ. Không có gì quý hơn độc lập, tự do. Đến ngày kháng chiến thắng lợi chúng ta sẽ xây dựng

lại đất nước ta đàng hoàng hơn, to đẹp hơn”). Nhờ thông tin độc lập và tiêu biểu nên những phát ngôn này (b) có chức năng diễn ngôn (văn bản), có thể sử dụng (trong thực tế) như một diễn ngôn độc lập khi tách ra khỏi phức thể mà nó tồn tại.

3.1. Những lời căn dặn của Bác từ bình diện hành động ngôn từ

Xét từ tính chất ngôn ngữ truyền thông, hành động *khuyên bảo là hành động ngôn từ cốt lõi* trong những lời căn dặn của Bác.

Khuyên bảo được hiểu là: “Nói với thái độ ân cần cho người khác biết điều mình cho là người đó nên làm”, “Nói với thái độ ân cần cho biết điều hay, lẽ phải điều nên làm hoặc không nên làm” (*Từ điển tiếng Việt*, Hoàng Phê chủ biên, 2000, tr.553)

Nằm trong khuôn khổ của giá trị ngôn trung cầu khiến, hành động khuyên bảo chứa những điều kiện chân thực (bất khả negy), không chấp nhận những giá trị sai trên phương diện lô gích.

Hành động khuyên bảo cũng là hành động ngôn từ có tính chất ngôn hành. J.Austin (1962) đã nhận diện hai dạng phát ngôn là phát ngôn miêu tả và phát ngôn ngôn hành. Về sau do chỗ tách bạch phát ngôn ngôn hành tường minh và phát ngôn ngôn hành nguyên cấp nên Austin đã điều chỉnh: Coi như mọi phát ngôn đều có tính ngôn hành. Chúng chỉ liên quan đến tường minh hay hàm ẩn. Ở đây khi đưa ra những lời căn dặn, Bác Hồ luôn nói từ chủ ngôn. Ngay khi nói ra, Người cũng đồng thời thực hiện hành động khuyên bảo đó. Thí dụ:

*Thế là cháu giỏi,
Biết cách tuyên truyền
Bác gửi lời khen,
Mong cháu cố gắng.*

Hành động khuyên bảo ở đây có sự thống nhất giữa hai phương diện: a) ý định của người nói, b) mong muốn của người nói đối với người nghe (để thấu hiểu, chia sẻ và hành động) truyền đạt với thái độ ân cần mong người nghe sẽ có hành động tốt đẹp sau khi tiếp nhận thông điệp. Hai mục đích này thống nhất với nhau như là hai điều kiện chính của mọi phát ngôn khuyên bảo. Thí dụ:

Học để làm việc, làm người, làm cán bộ.

Học để phụng sự đoàn thể, giai cấp và nhân dân, Tổ quốc và nhân loại.

(Sổ vàng truyền thống Trường Nguyễn Ái Quốc Trung ương, tháng 9-1949)

Như đã nói ở trên, cả Austin và Searle đều quan tâm đến việc phân tích những điều kiện cho hành động ngôn từ. Hành động khuyên bảo là một trường hợp điển hình, vừa có cái chung, vừa có cái riêng. Do tính chất đúng đắn của lời căn dặn và vị thế của người nói nên sự thể hiện điều kiện may mắn (điều kiện thuận ngôn) của hành động khuyên bảo trong trường hợp này là rõ ràng và hướng tới khả năng tác động tốt hơn. Thí dụ:

Ngày xưa các vua Hùng đã có công dựng nước, ngày nay Bác cháu ta phải cùng nhau giữ lấy nước.

(Bài nói chuyện với bộ đội tại đền Hùng, 9 - 1954)

Phát ngôn căn dặn bao hàm điều kiện chuẩn bị. Ở đây chủ ngôn tin tưởng rằng những ý tưởng do mình đưa ra sẽ được thực thi. Điều kiện chuẩn bị ở đây cũng gắn với xác tín.

Điều kiện chân thành thể hiện ở chỗ chủ ngôn luôn trung thực và ân cần trong hành động ngôn từ. Bác Hồ luôn nói với công chúng bằng tình thân ái, lòng tin vô hạn vào quần chúng khiến người nghe cảm thấy gần gũi, sẵn sàng thấu hiểu và chia sẻ.

Những lời căn dặn của Bác Hồ, trên phương diện phong cách, thể hiện nghi thức giao tiếp lịch sự. Đó là những biểu đạt của điều kiện căn bản mà Searle đã nhấn mạnh. Tất cả các phát ngôn khuyên bảo được nói ra một cách ân cần, chân thành nhưng cũng rất lịch sự, đậm đà chất văn hóa của ngôn ngữ Việt. Thí dụ:

... Ngòi bút của các bạn cũng là những vũ khí sắc bén trong sự nghiệp phò chính trừ tà mà anh em văn hóa và trí thức phải làm cũng như là những chiến sĩ anh dũng trong công cuộc kháng chiến để tranh lại quyền thống nhất và độc lập cho Tổ quốc.

(Gửi anh em văn hóa và trí thức Nam bộ, ngày 25-5-1947)

Khuyên bảo, như đã nói, là loại hành động ngôn từ thông qua các phát ngôn ngôn hành nằm trong nhóm nghi thức hành xử (Austin)/ điều khiển (Searle) khá điển hình vì vậy nó có những dạng thức ngôn ngữ khiến dễ nhận ra. Bác Hồ rất ít khi dùng ngôi thứ nhất để nói với mọi người. Thay vì xác định cương vị, quyền lực, Bác đã tìm một quan hệ khác để khuyên bảo mọi người: đó là đối lập thân/ sơ,

trong đó *khía cạnh thân (tình) được ưu tiên trong mọi trường hợp*.

3.2. Hành động khuyến bảo trong những lời căn dặn của Bác từ bình diện dụng học - văn hóa

Ngữ dụng học rất quan tâm đến hành động tại lời (với các giá trị ngôn trung), coi đây là bình diện then chốt của hành động ngôn từ. Cả Austin và Searle đều cho rằng khi nói, chủ ngôn luôn thể hiện các mong muốn, do vậy người nói rất dễ dàng sử dụng các khuyến lệnh trong các phát ngôn khuyến bảo. Những lời căn dặn của Bác là các phát ngôn có tổ chức và được đặt trong bối cảnh diễn ngôn chính trị. Các lời căn dặn của Bác nói chung là những phát ngôn ngắn và gọn vì Người tập trung vào những thông tin chính, tiêu điểm là công chúng, cốt thông tin sự tình, khẳng định sau đó là những khuyến dụ dựa trên những tình thái thực hữu mà người nói dành cho người nghe. Trường hợp này làm cho giao tiếp truyền thông sinh động và khác với giao tiếp ngôn ngữ thường nhật. Nó kích thích cảm hứng của công chúng. Giá trị ngôn trung trong các phát ngôn của Bác rất rõ ràng, minh bạch và mạnh mẽ. Thí dụ:

Thế địch như lửa. Thế ta như nước. Nước nhất định thắng lửa.

(Lời kêu gọi nhân kỉ niệm sáu tháng kháng chiến, 6/1947)

Vì lợi ích mười năm thì phải trồng cây, vì lợi ích trăm năm thì phải trồng người.

(Đào tạo thế hệ tương lai, 9/ 1958)

Dù khó khăn đến đâu (thầy, trò) cũng phải thi đua phấn đấu dạy tốt, học tốt.

(Thư gửi cán bộ, giáo viên, học sinh, sinh viên nhân dịp năm học mới, 10/1968)

Những lời căn dặn của Bác thường là những phát ngôn trực chỉ, tường minh. Tuy nhiên, đôi khi Bác cũng sử dụng những lối diễn đạt ẩn ngôn như một sáng tạo nhằm tăng cường tính sinh động của phát ngôn. Thí dụ:

Xăng xe là mồ hôi, nước mắt, xương máu của nhân dân. Các chú phải chăm sóc xe, yêu xe như con, quý xăng như máu.

(Bài nói chuyện nhân dịp thăm đoàn xe đầu tiên của quân đội, 3/ 1951)

Nam Bộ là máu của máu Việt Nam, là thịt của thịt Việt Nam.

(Tuyên bố về vấn đề Nam Bộ, 7/1946)

Dùng động từ tình thái

Quan hệ tình thái là mảng thứ hai cùng tồn tại bên cạnh ngôn liệu. Các phát ngôn căn dặn có tính khuyến bảo của Bác Hồ bao giờ cũng chân thành, thân tình nhưng có tính nguyên tắc trong các vấn đề lớn, nhất là căn dặn mọi người thực thi các nghĩa vụ và trách nhiệm.

Ở đây cương vị của các động từ tình thái và biểu thức tình thái là một đặc điểm nổi bật. Khi căn dặn mọi người, Bác lấy việc công làm trọng, gắn với nghĩa vụ và trách nhiệm. Động/ vị từ tình thái *cần* và *phải* được dùng phổ biến và đúng chỗ. Thí dụ:

... Nay Bác viết mấy chữ, để cảm ơn các cháu và khuyến các cháu:

1. Phải siêng học,
2. Phải giữ sạch sẽ,
3. Phải giữ kỉ luật,
4. Phải làm theo đời sống mới,
5. Phải thương yêu giúp đỡ cha mẹ anh em.

(*Thư Trung thu*, 1952)

Các cháu nghe Bác dặn dò,

Phải biết yêu nước, phải lo học hành.

(*Thư Trung thu*, 1951)

Những động/ vị từ tình thái khác (*có thể, quyết*) được dùng rất đúng, rất hay và sáng tạo trong các ngữ cảnh quan trọng:

Hà Nội, Hải Phòng và một số thành phố, xí nghiệp có thể bị tàn phá. Song nhân dân ta quyết không sợ. Không có gì quý hơn độc lập tự do. Đến ngày thắng lợi, nhân dân ta sẽ xây dựng lại đất nước ta đàng hoàng hơn, to đẹp hơn.

(*Lời kêu gọi đồng bào và chiến sĩ cả nước kháng chiến chống Mỹ*, 1966)

Mỗi phát ngôn khuyến bảo của Bác Hồ đều có rất nhiều nhân tố dụng học - văn hóa, các tương tác xã hội chi phối ý định của chủ ngôn. Phát ngôn khuyến bảo bao giờ cũng có chứa một sự tình, nhưng bên cạnh việc miêu tả ấy còn có chủ định của người nói. Đây là điều quan trọng. Khi nói ra, chủ ngôn luôn xuất phát từ một mong muốn chân thành: muốn cho người nghe thấu hiểu, chia sẻ rồi thực hiện một hành vi có lợi. Thí dụ:

*Mong các cháu cố gắng,
Thi đua học và hành,*

*Tuổi nhỏ làm việc nhỏ,
Tùy theo sức của mình,
Để tham gia kháng chiến ,
Để giữ gìn hòa bình*

(*Thư Trung thu*, 9/1952)

Dụng học văn hóa ở đây thể hiện ở chỗ quan điểm của người nói được gắn với bản ngữ (tiếng Việt), những chuẩn mực của bản ngữ, phong cách bản ngữ và tư duy bản ngữ. Các lối diễn đạt của chủ ngôn được lựa chọn từ chất liệu và phong cách văn hóa bản ngữ. Thí dụ:

Nhiều điều phải lấy giá gương

Con Hồng, cháu Lạc phải thương nhau cùng.

Trong nội dung dụng học - văn hóa còn có một khía cạnh chức năng ngôn từ khác như: hàm ẩn, tiền giả định, quy chiếu và chiến lược lịch sự. Sự thành công của phương diện ngôn ngữ thể hiện ở khả năng tiếp cận công chúng của sản phẩm đó.

Biểu ngôn TTXH có ý nghĩa quan trọng trong việc xây dựng uy tín và niềm tin ở người nghe. Biểu ngôn những lời căn dặn có khi chỉ là một câu ngắn, sau trở thành khẩu hiệu của cả dân tộc, thành châm ngôn của cách mạng có hiệu lực tại lời rất mạnh. Thí dụ:

Trường kì kháng chiến nhất định thắng lợi.

Cảm tử cho Tổ quốc quyết sinh.

Thà chết không làm nô lệ.

Không có gì quý hơn Độc lập, Tự do.

Tổ quốc trên hết, Tiền tuyến trước hết.

3.3. Những lời căn dặn của Chủ tịch Hồ Chí Minh trên phương diện chức năng tác động

"Tác động là làm cho một đối tượng nào đó có những biến đổi nhất định" (*Từ điển Tiếng Việt*, Hoàng Phê, 2000, tr 576). Trong ngôn ngữ truyền thông, thông điệp không chỉ mang tính chất thông báo thuần túy mà còn có tính chất can thiệp có chủ ý. Tác động trong TTXH là tác động khiến đối tượng đích có những thay đổi về nhận thức (hiểu biết, tin tưởng) dẫn đến thay đổi hành vi (hành động theo định hướng). Hồ Chủ tịch dạy: *Nói sao cho dân nghe, dân hiểu, dân tin rồi từ đó dân làm theo cách mạng*.

Mặt khác, theo các phân tích chức năng ngôn từ mà R. Jakobson nêu ra thì chức năng tác động của thông điệp sẽ thể hiện qua một số tiểu chức năng ngôn ngữ hiện hữu trong các phát ngôn. Với ý nghĩa đó chức năng tác động trong thông điệp có tính căn dặn của Bác còn được biểu hiện qua một tập hợp các tiểu chức năng. Các tiểu chức năng ngôn ngữ ấy đều nhằm tăng cường hiệu lực tại lời cho các phát ngôn, tăng cường khả năng liên nhân cho thông điệp. Có hai phương thức: tác động trực diện bằng ngôn từ hoặc phối hợp các phong cách ngôn ngữ với các lối biểu đạt thích hợp.

Trước hết là chức năng bày tỏ. Jakobson gọi chức năng này là "biểu hiện" hay "nhận thức", là chủ yếu trong nhiệm vụ của rất nhiều loại thông điệp. Khi căn dặn Bác Hồ luôn thể hiện thái độ, mong muốn và chính kiến của mình một cách rất rõ ràng, trực tiếp. Thí dụ:

*Chín tết Trung thu,
Tám năm kháng chiến
Các cháu khôn lớn,
Bác rất vui lòng*

(*Thư Trung thu*, 1955)

*... Tôi chỉ có một sự ham muốn,
ham muốn tốt bậc là làm sao cho nước
ta hoàn toàn được độc lập, nhân dân
ta được hoàn toàn tự do, đồng bào
ta ai cũng có cơm ăn, áo mặc, ai cũng
được học hành.*

(*Trả lời nhà báo*, 1/1946)

Chức năng tiếp theo gần nhất với nội dung thông điệp là chức năng biểu cảm. Chức năng này rất quan trọng vì nó liên quan đến quan hệ liên nhân. Theo đó, chức năng này rất quan tâm đến tình thái của phát ngôn.

Trong những lời căn dặn của mình, bằng những phát ngôn giàu cảm xúc, gần gũi, Bác Hồ thường thể hiện mong muốn, cái tâm của lòng mình là: mọi người sẽ quan tâm, chia sẻ và cố gắng hơn trong hành động vì nghĩa lớn của nước nhà. Thí dụ:

*...Bệnh quan liêu mệnh lệnh chỉ
đưa đến một kết quả là: hỏng việc.
Vì vậy, chúng ta phải mau mau chữa
bệnh nguy hiểm ấy.*

(*Hồ Chí Minh toàn tập*, Tập 6, tr.292, 293)

*...Để làm tròn nhiệm vụ cao quý
của mình, văn nghệ sĩ cần phải rèn
luyện đạo đức cách mạng, nâng cao
tinh thần phục vụ nhân dân, giữ gìn
thái độ khiêm tốn; phải thật sự hòa
mình với quần chúng, cố gắng học
tập chính trị, trau dồi nghề nghiệp,
phải hết lòng giúp đỡ thanh niên, làm*

cho văn nghệ nước nhà ngày càng thêm trẻ, thêm xuân.

(*Hồ Chí Minh toàn tập*, tập 10, tr.647)

Ngôn từ của những lời căn dặn trong chức năng tác động cũng thể hiện đặc biệt qua tiêu chức năng chất thơ. Chất thơ trong ngôn ngữ là đặc tính “bẩm sinh” của tất cả những cảm xúc và cái đẹp của lời. Sản phẩm ngôn ngữ luôn hướng về cái đẹp nên nó sinh động và có cảm xúc nghệ thuật. Ngôn từ trong lời căn dặn của Bác Hồ rất giàu chất thơ vì Bác không chỉ dùng lối vận văn (văn vần) khi thích hợp mà Bác luôn dùng các phát ngôn có lời hay, ý đẹp để nói với mọi người. Những lời hay ý đẹp đó rất dung dị, thí dụ:

Trong bầu trời không có gì quý bằng nhân dân. Trong thế giới không có gì mạnh bằng sức mạnh đoàn kết của nhân dân.

(*Bài nói tại lớp Nghiên cứu chính trị*, 12/1956)

Tiêu chức năng chất thơ gắn liền với cảm xúc. Trong các phát ngôn căn dặn của Bác, có sự hòa kết thông tin với thẩm mỹ. Thí dụ:

Đồng bào Nam Bộ là dân nước Việt Nam, sông có thể cạn, núi có thể mòn, song chân lí đó không bao giờ thay đổi.

Các đồng chí từ trung ương đến các chi bộ phải giữ gìn đoàn kết như giữ gìn con ngươi của mắt mình.

3.4. Những lời căn dặn của Chủ tịch Hồ Chí Minh từ bình diện phân tích diễn ngôn

Diễn ngôn là sản phẩm của hoạt động giao tiếp bằng ngôn từ, là sự kết

hợp nhiều yếu tố ngôn ngữ và ngữ cảnh. Bác Hồ nói những lời căn dặn trong một môi trường văn hóa xã hội nhất định. Ngữ cảnh ở đây mang đậm dấu ấn xã hội: Cuộc đấu tranh giải phóng dân tộc, thống nhất đất nước, xây dựng đời sống mới với tư tưởng chiến thắng là tư tưởng chủ đạo. Ngữ cảnh cũng mang đậm dấu ấn cá nhân của người tạo ra diễn ngôn, những tác động đối với người tiếp nhận, hiệu ứng tâm lí là hành động của dân chúng:

Mấy lời thân ái nôm na,

Vừa là kêu gọi vừa là mừng xuân.

Bác Hồ tạo ra những diễn ngôn có tính tư tưởng bằng cách nêu ra vấn đề bằng suy ngẫm riêng rồi sau đó làm cho người nghe hiểu diễn ngôn đó, chia sẻ và hành động vì lợi ích chung (ích nước, lợi nhà). Mỗi lời căn dặn (với tư cách là một diễn ngôn) chịu sự chi phối bởi nhiều yếu tố (nhu cầu, mong muốn, ý định giáo dục, tác động,...) cũng như quan hệ giữa các yếu tố này với nhau. Đã trở thành kinh điển với thầy và trò là lời căn dặn của Bác trong bức thư gửi nhân ngày khai trường đầu tiên của nước Việt Nam độc lập:

Non sông Việt Nam có trở nên tươi đẹp hay không? Dân tộc Việt Nam có bước tới đài vinh quang sánh vai các cường quốc năm châu hay không? Một phần lớn nhờ vào công học tập của các em.

(*Thư gửi các cháu thiếu nhi nhân ngày khai trường 9/1945*)

Vào lúc cuộc kháng chiến chống Mỹ ở giai đoạn khốc liệt, nhân dịp kỉ niệm 20 năm ngày thành lập quân đội ta, Bác đã dặn:

Quân đội ta trung với Đảng, hiếu với dân, sẵn sàng chiến đấu hi sinh vì Độc lập Tự do, vì Chủ nghĩa xã hội. Nhiệm vụ nào cũng hoàn thành, khó khăn nào cũng vượt qua, kẻ thù nào cũng đánh thắng

(Kỉ niệm ngày thành lập QĐNDVN 22/12/1964)

Phát ngôn kiểu lời thoại

Những lời căn dặn của Chủ tịch Hồ Chí Minh là những diễn ngôn khá đặc biệt. Đây không phải là những diễn văn hành chính, với phong cách chính thức như ta thường thấy, mà là những lời tâm sự, khuyên bảo ân cần trong cuộc trò chuyện có tính chất gia đình, giữa người nói và người nghe có khoảng cách rất gần, có sự cảm thông, chia sẻ. Trong trường hợp đó ngôn từ được dùng như trong các giao tiếp đời thường (tính tương tác rất mạnh). Tuy là diễn ngôn đơn thoại nhưng do ngữ cảnh đa dạng, ý thức của người nói hướng đến người nghe rõ ràng nên trong dụng ngôn lối phát ngôn giống như trong cặp song thoại, *cặp thoại (trao đáp)* coi như tồn tại tạo ra sự cân xứng trong giao tiếp. Thí dụ:

...Thương yêu người bệnh - Người bệnh phở thác tính mệnh của họ nơi các cô, các chú. Chính phủ phở thác cho các cô, các chú việc chữa bệnh tật và giữ sức khỏe cho đồng bào. Đó là một nhiệm vụ rất vẻ vang.

Vì vậy, cán bộ cần phải thương yêu, săn sóc người bệnh như anh em ruột thịt của mình, coi họ đau đớn cũng như mình đau đớn. “Lương y phải như từ mẫu”, câu nói ấy rất đúng.

(Thư gửi Hội nghị cán bộ y tế, 1962)

Lập luận chặt chẽ

Mục đích giao tiếp của hành động khuyên bảo trong những lời căn dặn của Bác là làm cho người nghe nhận thức được lẽ phải rồi từ đấy đưa ra hành động thích hợp theo hướng có lợi. Trong bối cảnh này, lập luận Bác Hồ thường rất hay khi nêu ra các chân lí bằng ngôn ngữ giản dị với lẽ nhiều hơn lí. (Lẽ là những điều đúng, điều phải hợp với đạo lí đã được kiểm nghiệm trong cuộc sống). Với những vấn đề có tính nguyên tắc trong chính trị (*Độc lập cho Tổ quốc, Tự do cho nhân dân*) trong các tuyên bố, Bác luôn dùng "lí" để lập luận:

...Một dân tộc đã gan góc chống ách nô lệ của Pháp hơn tám mươi năm nay, một dân tộc đã gan góc đứng về phe Đồng minh chống Phát xít mấy năm nay. Dân tộc đó phải được tự do, dân tộc đó phải được độc lập...

(Tuyên ngôn Độc lập, 9/1945)

Tuy nhiên, trong những lời căn dặn đồng bào, Bác lại thường dùng "lẽ" để khuyên bảo, nhắc nhở:

Các bạn là bậc trí thức. Các bạn có cái trách nhiệm nặng nề và vẻ vang là làm gương cho dân trong mọi việc. Dân ta đã đấu tranh một cách rất dũng cảm. Lẽ tất nhiên giới trí thức phải hi sinh đấu tranh, dũng cảm hơn nữa để làm gương cho nhân dân.

Các bạn là viên chức của Chính phủ Dân chủ Cộng hòa mà các bạn đã giúp xây dựng nên... Do đó, nhiệm vụ các bạn phải tuyệt đối trung thành với chính quyền dân chủ.

...Các bạn là những người phụ trách thi hành pháp luật. Lẽ tất nhiên, các bạn cần phải nêu cao cái gương

“phụng công, thủ pháp, chí công, vô tư” cho nhân dân noi theo.

(Thư gửi Hội nghị Tư pháp toàn quốc, tháng 2- 1948)

Các luận cứ ngôn từ trong những lời căn dặn của Bác có rất nhiều loại, được ứng xử một cách rõ ràng và kết luận có thể được nói ra thành ngôn từ rất minh bạch (*Chính trị là đức, chuyên môn là tài. Có tài mà không có đức là hỏng*). Chúng ta thấy nội dung lô gích luôn luôn có tính chân/ nguy. Trong khi căn dặn mọi người Bác Hồ cũng sử dụng cách lập luận này, nhất là với những vấn đề có tính nguyên tắc. Thí dụ:

... Một người học xong đại học có thể gọi là có trí thức. Song y không biết cày ruộng, không biết làm công, không biết đánh giặc, không biết làm nhiều việc khác. Nói tóm lại: Công việc thực tế, y không biết gì cả. Thế là y có trí thức một nửa. Trí thức của y là trí thức học sách, chưa phải trí thức hoàn toàn. Y muốn thành một người trí thức hoàn toàn, thì phải đem cái trí thức đó áp dụng vào thực tế.

(Sửa đổi lối làm việc, tháng 10- 1947)

Trong những lời căn dặn của Bác Hồ, tính quan yếu được hiểu như là sự phù ứng về nội dung của các đóng góp theo định hướng phát triển chủ đề trong hoạt động giao tiếp. Nó có quan hệ với khung chủ đề đang nói, được hiện thực hóa bởi các yếu tố có liên quan. Tất cả những kết cấu quan yếu và kết cấu ấy tạo ra các mạch lạc cho ngôn bản.

Quyền lực trong phát ngôn

Khi đề cập đến lập luận, Phân tích diễn ngôn phê phán (CDA) như

là một biểu hiện ngôn ngữ cho ý chí quyền lực trong giao tiếp. Bác Hồ là nhà lãnh đạo chính trị của đất nước, là lãnh tụ tinh thần của nhân dân. *Người là cha, là bác, là anh* (Tổ Hữu),... Trên phương diện quyền lực, Người đại diện cho ý chí của cả dân tộc. Tuy nhiên, quyền lực ấy thể hiện trong các diễn ngôn rất khiêm tốn và tinh tế, biến hóa rất uyển chuyển, phù hợp với từng hoàn cảnh giao tiếp. Chính vì vậy khả năng tác động của các phát ngôn là rất lớn.

Quyền lực phát ngôn ở đây cho thấy Bác quan tâm đến các mối quan hệ xã hội giữa các tầng lớp xã hội có thể nhận diện được, suy luận được thái độ, ngôn từ hiện hữu trong diễn ngôn. Với nguyên tắc này có thể thấy Bác Hồ rất chủ động trong cương vị và tâm thế phát ngôn. Trong các phát ngôn thay mặt cho quốc gia, dân tộc, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã xuất phát từ thế đứng của cương vị lãnh đạo. Thí dụ:

Vì lí do đó, chúng tôi, lâm thời chính phủ Việt Nam trình trọng tuyên bố với quốc dân và thế giới rằng: Nước Việt nam có quyền hưởng tự do, độc lập, và sự thật, đã thành một nước tự do độc lập,...

(Tuyên ngôn Độc lập, 9/1945)

Hỡi đồng bào! Chúng ta phải đứng lên. Bất kì đàn ông, đàn bà, người già, người trẻ, không phân biệt dân tộc, tôn giáo, đảng phái, hễ là người Việt Nam thì phải đứng lên đánh thực dân Pháp, cứu Tổ quốc.

(Lời kêu gọi Toàn quốc kháng chiến, 1946)

Tuy nhiên, trong những trường hợp khác, khi nói với đồng bào đồng

chí, với các cụ phụ lão, các cháu thanh niên và nhi đồng, Bác khiêm nhường rời khỏi quyền lực của một người có cương vị cao để đến với một tâm tình bình dị ân cần. Thí dụ:

Nay Bác viết mấy chữ, để cảm ơn các cháu và khuyên các cháu:

1. *Phải siêng học,*
2. *Phải giữ sạch sẽ,*
3. *Phải giữ kỉ luật,*
4. *Phải làm theo đời sống mới,*
5. *Phải thương yêu giúp đỡ cha mẹ anh em.*

(Thư gửi các cháu thiếu nhi, năm 1946)

3.5. Những lời căn dặn trên bình diện quan hệ công chúng và chiến lược giao tiếp

Quan hệ công chúng (PR: Public Relations) ngày nay là một bộ phận quan trọng của truyền thông trong đó có TTXH.

Bản chất quan hệ công chúng nằm trong bản chất của hoạt động giao tiếp mà ngôn ngữ là phương tiện quan trọng nhất. “Hoạt động giao tiếp của con người bao gồm hoạt động nói, nghe, nhìn, cảm nhận và phản ứng với nhau, những kinh nghiệm và môi trường của họ” (Carnegie Dale, 2004). Quan hệ công chúng bằng ngôn từ là hoạt động truyền thông có tính xã hội cao. Trong giao tiếp, nhờ các kĩ năng và nghệ thuật tiếp cận, ngôn ngữ của Bác Hồ rất đa dạng và phong phú và đã thành công lớn khi lời của Người rút ngắn tối đa khoảng cách giữa người nói và công chúng, biến người nói, người nghe thành một khối thống nhất và đồng

thuận. Đây cũng chính là bản chất của mối quan hệ liên nhân (Interpersonal). Bác luôn trình bày vấn đề cần nói một cách minh bạch để mọi người nhận thức là vấn đề đó đáp ứng được nhu cầu của họ (bù đắp những thiếu hụt mà họ mong muốn: một nguyên tắc quan trọng của truyền thông). Các lời căn dặn được Bác sáng tạo dựa trên sự hiểu biết khi nói với các nhóm xã hội khiến người ta bị thuyết phục, nhớ ngay và nhớ lâu (tăng cường khả năng tác động).

Trong các phát ngôn khuyên bảo hay căn dặn, Bác Hồ luôn coi trọng mối quan hệ hợp tác với mọi người và cũng xây dựng nhiều mối quan hệ đồng thời khác. Ngôn từ của bản Di chúc là một minh chứng sinh động. Trong lời căn dặn của Di chúc, Bác đã quan tâm đến nhiều lớp người, nhiều nhóm xã hội (Đảng, Đoàn thanh niên, đồng bào ta ở miền xuôi, miền núi, các cụ phụ lão và thanh thiếu niên, nhi đồng, bầu bạn quốc tế,...). Nét nổi bật của sự hợp tác là để hoàn thành mục tiêu chung, lợi ích chung (*Xây dựng một nước Việt Nam hòa bình, thống nhất, độc lập, dân chủ và giàu mạnh góp phần xứng đáng vào cách mạng thế giới*). Nói với trí thức rất khó, nhưng Bác vẫn không ngần ngại chỉ ra những nhược điểm của họ, cốt nhất là chân thành (bạn/đồng chí). Thí dụ:

...Có nhiều đồng chí có bệnh tự tôn, tự đại, khinh rẻ người ta, không muốn biết, muốn học những ưu điểm của người khác. Biết được vài câu lí luận đã cho mình là giỏi, không xem ai ra gì, tưởng mình là hơn hết. Đó là bệnh hẹp hòi hạn nặng.

...Các bạn là bậc trí thức. Các bạn có cái trách nhiệm nặng nề và vẻ vang là làm gương cho dân trong mọi việc.

(Hồ Chí Minh toàn tập, tập 5, tr.235, 238)

Lịch sự là chiến lược giao tiếp quan trọng nhất của biểu ngôn TTXH. Lịch sự giúp tăng cường quan hệ liên nhân khi thể hiện người nói luôn tôn trọng công chúng, khiến công chúng an lòng và tin tưởng. Ngôn ngữ của Bác Hồ qua những lời căn dặn thể hiện rất sinh động vấn đề lịch sự trên nhiều khía cạnh.

- Tránh áp đặt, bắt buộc

Chiến lược này thể hiện ở chỗ giáo dục, động viên, khuyến khích là tư tưởng quán xuyên toàn bộ định hướng trong lời căn dặn của Bác và điều đó đã định hình cho toàn bộ hoạt động ngôn ngữ của các phát ngôn. Các lời kêu gọi, khuyến dụ là một chiến lược tiếp cận có lợi thế trong giao tiếp được ưu tiên. Hành động khuyến bảo trong TTXH tạo cơ hội cho người nghe có những lựa chọn nhất định, rất phù hợp với nguyên tắc của kí hiệu ngôn ngữ như F. de Saussure nói: “Bạn hãy chọn đi” nhưng lại nói “Bạn chọn cái này chứ không phải cái khác”.

Những lời căn dặn Bác nói với quần chúng giản dị, thân tình, dù là những điều rất quan trọng, rất cương quyết nhưng vẫn như những lời tâm sự, không áp đặt. Thí dụ:

Cuộc kháng chiến chống Mỹ có thể còn kéo dài, đồng bào ta có thể phải hi sinh nhiều của, nhiều người, dù sao chúng ta phải chiến đấu đến thắng lợi hoàn toàn.

Còn non, còn nước, còn người,

Thắng giặc Mỹ ta sẽ xây dựng hơn mười ngày nay.

(Di chúc, 1969)

- Lời nói thể hiện tình cảm thân hữu

Dù đứng trên cương vị cao (lãnh đạo) nhưng khi nói, Người luôn tránh những lối giao tiếp gây thiệt hại tới đối tác, những lối nói thể hiện quyền lực mà tìm cách tăng mức tối đa cho lợi ích của người nghe bằng sự chân thành tình cảm thân thiết. Lời nói cũng thể hiện sự am hiểu sâu sắc văn hóa bản ngữ trong giao tiếp. Bác Hồ qua những lời khuyên bảo, qua văn hóa ngôn từ Việt, thể hiện một cách sâu sắc và uyển chuyển tư duy, tình cảm, cách thức phản ánh thế giới của người Việt và cả cương vị xã hội của mình. Chúng ta thấy ở lời của Bác lịch sự có những đặc điểm nổi trội bao hàm cái chung giữa người nói và người nghe, tác động qua lại, sự hợp tác trong hội thoại. Đây là tinh thần rất quan trọng của Brown trong ngữ học của ông và Levinson: nguyên tắc hợp tác trong hội thoại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Al Ries, Jack Trout, 22 Quy luật bất biến trong Marketing, Nxb Trẻ, Tp. HCM, 2008.
2. Hoàng Quốc Bảo, Học tập phương pháp tuyên truyền cách mạng Hồ Chí Minh, Nxb Chính trị Quốc gia, H., 2006.
3. Barry Clough, Nghệ thuật nói trước công chúng, Nxb Hồng Đức, Thanh Hóa, 2008.
4. Brown G, Yule G., Phân tích diễn ngôn, Nxb ĐHQG, H., 2002.
5. Đỗ Hữu Châu, Cơ sở Ngữ dụng học, Nxb ĐHSP, H., 2003.

6. Đinh Kiều Châu, *Phân loại thông tin ngôn ngữ và thông tin truyền thông*, Kỷ yếu Hội thảo Ngữ học trẻ, Hội Ngôn ngữ học Việt Nam, H., 1999.
7. Chip Heath & Dan Heath, *Tạo ra thông điệp kết dính*, Nxb Trẻ, Tp. HCM, 2008.
8. Claudia Mast, *Truyền thông đại chúng*, Nxb Thông tấn, H., 2003.
9. Cục Văn hóa - Giáo dục, Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ, *Cẩm nang truyền thông*, H., 2009.
10. Đinh Văn Đức, Nguyễn Hòa, *Quan yếu trong cấu trúc diễn ngôn bản tin chính trị - xã hội trong báo tiếng Anh và tiếng Việt*, T/c Ngôn ngữ, Số 2, 1999.
11. Đỗ Thị Kim Liên, *Ngữ nghĩa lời hội thoại*, Nxb GD, H., 1999.
12. Frank Jefkins, *Phá vỡ bí ẩn PR*, Nxb Trẻ, Tp.HCM, 2006.
13. Hà Lam Danh, *Từ điển danh ngôn Hồ Chí minh*, Nxb Trẻ và Nxb Kim Đồng, 2011.
14. Heller R., *Thông tin hiệu quả*, Nxb Tổng hợp Tp.HCM, Tp.HCM, 2006.
15. Henslowe Philip, *Những bí quyết để thành công cơ bản trong PR*, Nxb Trẻ, Tp.HCM, 2007.
16. Jakobson R., *Ngôn ngữ học và Thi học*, Cao Xuân Hạo dịch, T/c Ngôn ngữ, Số 14, 2001.
17. Johnson Roy, Johnson Eaton, *Kỹ năng tạo ảnh hưởng đến người khác*, Nxb Tổng hợp, Tp.HCM, 2006.
18. Laurent Raymond de Saint, *Nghệ thuật nói chuyện trước công chúng*, Nxb Văn hóa - Thông tin, H., 2004.
19. Lê Thanh Bình, *Truyền thông đại chúng và phát triển xã hội*, Nxb Chính trị Quốc gia, H., 2008.
20. Nguyễn Quang, *Giao tiếp và giao tiếp văn hóa*, Nxb ĐHQG, H., 2002.
21. Nguyễn Văn Dũng, Đỗ Thị Thu Hằng, *Truyền thông - Lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, Nxb Lí luận Chính trị, H., 2006.
22. Schudson M., *Sức mạnh của tin tức truyền thông*, Nxb Chính trị Quốc gia, H., 2003.
23. Philippe Breton, Serge Proulx, *Bùng nổ truyền thông: Sự ra đời của một ý thức hệ mới*, Nxb Văn hóa Thông tin, H., 1996.
24. William J. Duiker, *HoChiMinh, a life*, T/c Xưa & nay, Số Tết Canh Dần 2, 2010, Hội Khoa học Lịch sử Việt Nam, H., 2010.

SUMMARY

This paper is a social communication language research examining the recommendation speech by President Hochiminh. The analysis focuses on following contents:

1. President Hochiminh's creativel language used to deliver his concern on revolutionary propaganda.
2. Advising as the focus of his recommendation speech
3. The pragmatico-cultural aspects of his recommendation speech.
4. The impact of his recommendation speech
5. The discourse analysis aspect of his recommendation speche
6. Recommendation speeches and public relation.