

NGÔN NGỮ HỌC VÀ VIỆT NGỮ HỌC

TU TỪ TRONG KHẨU HIỆU TUYÊN TRUYỀN TIẾNG VIỆT TRẦN THANH DŨ*

TÓM TẮT: Ở nước ta hiện nay, khẩu hiệu tuyên truyền (KHTT) đóng vai trò quan trọng và được xem là một công cụ mạnh mẽ truyền tải thông tin từ nhà tuyên truyền, nhà quản lý xã hội đến công chúng. Dù có những ưu điểm và đóng góp nhất định nhưng thực tiễn cho thấy việc sử dụng và nghiên cứu KHTT nói chung và yếu tố ngôn ngữ của KHTT nói riêng vẫn thật sự rất cần thiết. Mục đích nghiên cứu của bài viết là nhằm tìm hiểu đặc điểm ngôn ngữ của KHTT ở bình diện tu từ theo hướng kết hợp giữa cấu trúc luận và chức năng luận, sử dụng khía cạnh dụng học của ngôn ngữ làm nền tảng. Trên cơ sở miêu tả, phân tích các đặc điểm về tu từ, bài báo góp phần khái quát hóa đặc điểm ngôn ngữ của KHTT, từ đó đóng góp thêm cơ sở lý thuyết về ngôn ngữ tuyên truyền, đồng thời định hướng và đề xuất chiến lược sử dụng ngôn ngữ cho KHTT, nhất là ở bình diện tu từ.

TU KHOẢ: biện pháp tu từ; khẩu hiệu tuyên truyền; phương tiện tu từ; tiếng Việt; tu từ.

NHẬN BÀI: 21/08/2023.

BIÊN TẬP-CHỈNH SỬA-DUYỆT ĐĂNG: 05/02/2024

1. Giới thiệu

1.1. Đặt vấn đề

KHTT là một trong những phương tiện quan trọng không thể thiếu được trong hoạt động tuyên truyền ở hầu hết các quốc gia trên thế giới. Ở nước ta hiện nay, KHTT đóng vai trò rất quan trọng và được xem là một công cụ mạnh mẽ truyền tải thông tin từ nhà tuyên truyền, nhà quản lý xã hội đến công chúng. KHTT được sử dụng như một phương tiện trực tiếp và tức thì để chuyển tải những thông điệp với mục đích nhằm thay đổi nhận thức và kích thích hành động trong nhân dân. Phạm Văn Tình (2012) nhận xét: *“Từ thời chiến, khẩu hiệu rất phổ biến để vực dậy tinh thần và phát động các phong trào... Từ thời đó đến nay, khẩu hiệu vẫn rất quan trọng để tuyên truyền, khích lệ cộng đồng hướng về một giá trị chung”*. Đỗ Thị Xuân Dung (2015) cũng khẳng định vai trò của KHTT trong việc tác động, dẫn dắt, huy động sức mạnh của thể chế và động viên nguồn lực của toàn dân vì sự nghiệp chung.

Điềm qua tình hình nghiên cứu ngôn ngữ trong và ngoài nước, số lượng những bài viết, công trình tìm hiểu, nghiên cứu hoặc có đề cập đến ngôn ngữ KHTT vẫn còn hạn chế; nhất là những công trình, bài viết tìm hiểu, nghiên cứu ngôn ngữ KHTT ở các bình diện và cấp độ khác nhau như một đối tượng nghiên cứu độc lập của ngôn ngữ học. Hầu hết các công trình nghiên cứu về KHTT chỉ xem xét KHTT ở những lĩnh vực tuyên truyền khác nhau; hoặc chỉ nghiên cứu một (hoặc một số) khía cạnh khác nhau của KHTT; hoặc chỉ tập trung nghiên cứu ngôn ngữ KHTT ở một khung lý thuyết độc lập nên có thể còn nhiều bất cập và chưa toàn diện. Hoặc giả nếu có khảo sát nhiều khía cạnh khác nhau cùng một lúc thì trong khuôn khổ của một bài viết, một vài trang sách, một chuyên luận, hay thậm chí một luận văn thạc sĩ thì cũng khó có thể có được cái nhìn sâu sắc và toàn diện về đặc điểm và vai trò của các yếu tố, đơn vị ngôn ngữ. Một số công trình lại chú ý nhiều đến phương diện ý nghĩa và tác động của KHTT đối với cộng đồng xã hội, chưa đi sâu tìm hiểu một cách toàn diện, sâu sắc, có hệ thống các bình diện và cấp độ khác nhau của ngôn ngữ. Đặt trong bối cảnh sử dụng KHTT và nghiên cứu ngôn ngữ KHTT vẫn còn nhiều hạn chế, bất cập như hiện nay, việc nghiên cứu đề tài và những vấn đề hữu quan vẫn còn nhiều khoảng trống lớn cần phải được tiếp tục nghiên cứu, bổ sung.

1.2. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

1.2.1. Đối tượng nghiên cứu

Để thực hiện bài viết, chúng tôi tiến hành thu thập và khảo sát 900 KHTT với nội dung, chủ đề

*TS; Trường Đại học Thủ Dầu Một; Email: dutt@tdmu.edu.vn

thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau của đời sống xã hội được các tổ chức, nhóm cá nhân có chung mục đích sử dụng để tuyên truyền, vận động nhân dân từ khoảng sau năm 1975 đến nay (giai đoạn xây dựng và phát triển đất nước). Những KHTT này được thu thập từ các trang mạng xã hội trên internet; từ các văn bản hướng dẫn, chỉ đạo công tác tuyên truyền của một số bộ ngành, tổ chức chính trị xã hội, đoàn thể; từ quá trình quan sát, ghi chép, chụp ảnh KHTT trên đường phố, công sở, trường học hoặc nơi công cộng khác ở nhiều địa phương khác nhau. Việc thu thập ngữ liệu được thực hiện theo nguyên tắc: Nhóm nội dung chủ đề nào phổ biến thì lượng KHTT sẽ được thu thập nhiều và ngược lại; hạn chế sử dụng những KHTT mà tác giả xét thấy trùng lặp hoặc có nhiều điểm giống nhau.

1.2.2. Phương pháp nghiên cứu

Để xem xét các bình diện khác nhau của tu từ trong KHTT, bài báo sử dụng kết hợp đồng thời một số phương pháp và thủ pháp nghiên cứu khác nhau. Có 2 phương pháp chủ yếu: *phương pháp miêu tả* và *phương pháp phân tích ngôn ngữ học*. Để triển khai thực hiện phương pháp miêu tả có hiệu quả, một số thủ pháp, thao tác cũng được sử dụng: *Thủ pháp nghiên cứu tư liệu*; *Thủ pháp thống kê, phân loại*; *Thủ pháp hệ thống hóa*; và *Thủ pháp giải thích liên ngành*. Trong quá trình nghiên cứu, các thủ pháp, phương pháp trên được vận dụng kết hợp, đan xen, hỗ trợ nhau. Trong khi các dữ liệu định tính giữ vai trò chủ đạo và chi phối thì các dữ liệu định lượng được sử dụng như những thành tố bổ sung, làm cơ sở cho quá trình luận giải.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái quát về Khẩu hiệu tuyên truyền (KHTT)

KHTT (tiếng Anh tương đương: noncommercial slogans, propaganda slogans hay socio-cultural-political slogans) là “*một diễn ngôn (lời văn) ngắn chứa đựng và truyền tải những thông tin mang tính mô tả và thuyết phục được sử dụng để tác động đến nhiều người nhằm thực hiện một mục đích tuyên truyền (truyền thông tiếp thị xã hội) nhất định*” [Trần Thanh Dũ, 2019, 5, tr.26]. Từ định nghĩa trên, có thể xác định 4 tiêu chí quan trọng để nhận diện KHTT như sau:

- (i) *Tiêu chí về độ dài*: KHTT có cấu trúc ngắn gọn (thường chỉ bao gồm một câu).
- (ii) *Tiêu chí về nội dung*: KHTT có nội dung liên quan đến các chủ đề tuyên truyền khác nhau (gắn với từng giai đoạn lịch sử cụ thể hoặc nhằm vào thực hiện những chiến dịch tuyên truyền nhất định).
- (iii) *Tiêu chí về hình thức thể hiện và đối tượng tác động*: KHTT có hình thức thể hiện và đối tượng tác động mang tính đại chúng rộng rãi (tính đa dạng về hình thức thể hiện và tính tác động đến nhiều người).
- (iv) *Tiêu chí về chức năng*: KHTT luôn hướng đến thực hiện những chức năng tuyên truyền nhất định (chức năng thông tin, chức năng tác động).

Ngoài chức năng *thông tin* và *tác động*, KHTT còn thực hiện một số chức năng khác của ngôn ngữ nói chung như: chức năng phản ánh xã hội, chức năng định hướng cảm xúc, chức năng liên nhân, chức năng hướng dẫn dư luận, chức năng thẩm mỹ, v.v.

Căn cứ vào khái niệm, chức năng của KHTT, tiêu chí xác định KHTT kết hợp với tìm hiểu cách thức sử dụng KHTT trong thực tiễn, chúng tôi nhận thấy để đạt hiệu quả giao tiếp - tuyên truyền thì từ ngữ được sử dụng trong KHTT cần phải bảo đảm thực hiện các chức năng cơ bản của ngôn ngữ theo mô hình của Jakobson [Trần Thanh Dũ, 2019, tr.350-377], cụ thể gồm *chức năng xúc cảm (the emotive function)*, *chức năng nhận cảm (the conative function)*, *chức năng siêu ngôn ngữ (the meta-linguistic function)*, *chức năng thi pháp (the poetic function)*, *chức năng kết nối (the phatic function)*, *chức năng tham chiếu (the referential function)*.

2.2. Lý thuyết về tu từ

Tu từ là “*nơi chứa đựng tư duy về ngôn ngữ thuyết phục*” [Barthes, R., 1970/1988], hay nói rõ hơn đó chính là “*nghệ thuật sử dụng ngôn từ để thuyết phục độc giả*” [Wehmeier, S., 2008]. Một hình ảnh tu từ không chỉ là yếu tố đơn thuần của ngôn ngữ mà còn tượng trưng cho những quy ước xã hội được chấp nhận bởi những người sinh ra và lớn lên trong một nền văn hóa nào đó.

Đối với các tác giả cổ điển, tu từ là “*sự lệch chuẩn mang tính nghệ thuật, lệch khỏi cách diễn đạt thông thường*” [Corbett, Edward P.J., 1990]. Tu từ bao gồm những phương tiện, thủ pháp, cách thức

diễn đạt bóng bẩy, gợi hình, gợi cảm và có sức hấp dẫn người ta hơn so với cách nói thông thường. Là sự lệch chuẩn so với những mong đợi, phép tu từ nào cũng “*mang thêm ít nhất một nghĩa ngoài nghĩa nói trối*” [Genette, G., 1982]. Lệch chuẩn xuất hiện ở các cấp độ ngôn ngữ nhưng phong phú hơn và phổ biến hơn cả là ở cấu tạo từ, cấu tạo ngữ, cấu tạo câu và cấu trúc văn bản [Hoàng Trọng Phiến, 1999, tr.6]. Tuy theo các phương tiện ngôn ngữ được kết hợp mà tu từ có thể được xem xét ở các cấp độ khác nhau như: *ngữ âm, từ vựng - ngữ nghĩa, cú pháp và văn bản*. Ứng với mỗi cấp độ, tu từ cũng có thể được phân thành những phương tiện và biện pháp tu từ (PT&BPTT) khác nhau.

3. Kết quả khảo sát và bàn luận

3.1. Kết quả khảo sát

Ở bình diện tu từ, bài báo chủ yếu vận dụng quan điểm của Đinh Trọng Lạc (2012): PTTT là “*những phương tiện ngôn ngữ mà ngoài ý nghĩa cơ bản ra, chúng còn có ý nghĩa bổ sung, còn có màu sắc tu từ*” [tr.5]; còn biện pháp tu từ (BPTT) là “*những cách phối hợp sử dụng trong hoạt động lời nói các phương tiện ngôn ngữ trong một ngữ cảnh rộng để tạo ra hiệu quả tu từ*” [tr.5]. Khảo sát cho thấy việc sử dụng các phương tiện và biện pháp tu từ (PT&BPTT) có thể được xem là đặc điểm quan trọng của KHTT (Bảng 1).

Bảng 1. Số lượng PT&BPTT trong KHTT

TT	PT&BPTT	Số lượng (N=900)	Tần suất (%)	TT	PT&BPTT	Số lượng (N=900)	Tần suất (%)
1	Tĩnh lược	380	42.22	7	Tách biệt	63	7.00
2	Hoán dụ	177	19.66	8	Cường điệu	42	4.66
3	Điệp từ ngữ	143	15.88	9	So sánh	38	4.22
4	Ngữ âm	96	10.66	10	Tương phản	26	2.88
5	Sóng đôi	74	8.22	11	Nhân hoá	20	2.22
6	Ẩn dụ	69	7.66	12	Liên tưởng	19	2.11

Bảng 1 cho thấy hầu hết các PT&BPTT đều được sử dụng, trong đó nổi lên một số PT&BPTT xuất hiện với mật độ cao mang tính đặc thù của KHTT.

a) Tĩnh lược:

Tĩnh lược là “*lược bỏ một hay hai thành phần chính của câu mà ý nghĩa của thành phần bị tĩnh lược vẫn có thể được khôi phục dễ dàng nhờ vào hoàn cảnh hay ngữ cảnh*” [Đinh Trọng Lạc, Nguyễn Thái Hoà, 2012, tr.85]. Trong tiếng Việt, yếu tố thường được tĩnh lược nhất là động từ, liên từ song các thành phần khác như chủ ngữ và tân ngữ cũng có thể được tĩnh lược. Do không đầy đủ các thành phần câu nên một số tác giả còn gọi câu tĩnh lược là những “*câu què*”, “*câu cụt*”, “*câu dưới bậc*” [Diệp Quang Ban, 2011, tr.192] hay “*mảnh câu*” [Luu Trọng Tuấn, 2011].

Do có xu hướng “*tiết kiệm các phương tiện ngôn ngữ và sức lực phát âm*” [Đinh Trọng Lạc, 2008, tr.86], gần gũi với lối diễn đạt của giao tiếp sinh hoạt hàng ngày lại gắn liền với đặc điểm và chức năng giao tiếp chủ đạo của KHTT nên tĩnh lược cũng xuất hiện với tần suất cao. Phép tu từ này có thể được tìm thấy trong những KHTT như:

(1) *Vĩ đại dương xanh, cho tương lai xanh;*

(2) *Vĩ chủ quyền biển đảo thiêng liêng của Tổ quốc.*

Bên cạnh những công dụng của câu tĩnh lược như đã đề cập, phép tĩnh lược còn có tác dụng thu hút sự chú ý của công chúng, mang lại độ tập trung thông tin, từ đó nêu bật nội dung, ý nghĩa của KHTT.

b) Hoán dụ:

Hoán dụ là *cách cá nhân lâm thời lấy tên gọi của đối tượng này để biểu thị đối tượng kia dựa trên mối quan hệ liên tưởng logic khách quan giữa chúng* [Luu Trọng Tuấn, 2011, tr.191; Nguyễn Thiện Giáp, 2010, tr.165]. Hoán dụ tu từ thường tồn tại hai vế (*vế biểu hiện và vế được biểu hiện*) dựa trên mối quan hệ liên tưởng những nét tương đồng giữa chúng. Khác với ẩn dụ và so sánh, hoán dụ chỉ có vế biểu hiện được phô ra trên câu chữ, còn vế được biểu hiện chỉ được tiếp cận qua quan hệ liên

tương logic khách quan giữa chúng. Đinh Trọng Lạc [Đinh Trọng Lạc, 2008, tr.69] nhận xét: “*Chức năng chủ yếu của hoán dụ là nhận thức - biểu cảm. Nó khắc sâu đặc điểm tiêu biểu cho đối tượng được miêu tả*”.

Do tính cộng đồng chi phối và với phương châm trọng tình nghĩa “*Lời nói chẳng mất tiền mua, lựa lời mà nói cho vừa lòng nhau*”, người Việt làm gì cũng thường cân nhắc, ngại nói thẳng, nói trực tiếp, đề cập thẳng vào đối tượng như người phương Tây. Đặc trưng này được thể hiện rất rõ qua việc sử dụng những hình ảnh hoán dụ khi tạo lời văn cho KHTT, như trong:

(3) *Hãy thêm lời nói ngọt ngào. Bớt đi giận hờn nhà nào chẳng vui;*

(4) *Trái tim khoẻ mạnh hiển máu cứu người.*

Trong (3), “*nhà*” là hình ảnh hoán dụ chỉ *từng thành viên trong gia đình*; trong (4), “*trái tim*” là hình ảnh hoán dụ chỉ *người sở hữu* của “*trái tim*” đó. Do có nhiều công dụng quan trọng, lại có đặc tính mang lại tính cô đúc, ngắn gọn cho lời văn và có thể được sử dụng trong nhiều phong cách khác nhau nên hoán dụ cũng được sử dụng khá phổ biến trong KHTTTV.

c) *Điệp từ ngữ*

Điệp từ ngữ là phép “*lặp lại có ý thức những từ ngữ nhằm mục đích nhấn mạnh ý nghĩa, mở rộng ý, gây ấn tượng mạnh hoặc gợi ra những cảm xúc trong lòng người đọc, người nghe*” [Đinh Trọng Lạc, 2008, tr.94].

Trong KHTT, điệp từ ngữ có xu hướng được sử dụng kết hợp với cấu trúc sóng đôi cú pháp tạo nên những câu nói có điệp, có đối, dễ thuộc, dễ nhớ để tác động vào tâm lí và tình cảm của người tiếp nhận. Cách dùng này có thể được tìm thấy trong những KHTT như:

(7) *Thi đua là yêu nước. Yêu nước là phải thi đua.*

(8) *An toàn để sản xuất. Sản xuất phải an toàn.*

(9) *Sản xuất phải đảm bảo an toàn, có an toàn mới tiến hành sản xuất.*

Bên cạnh tác dụng gây sự chú ý, cách kết hợp này còn có tác dụng nhấn mạnh nội dung, tạo mạch cảm xúc, làm cho thông điệp dễ đi sâu vào tâm trí và tình cảm của chủ thể nhận KHTT.

d) *Biện pháp tu từ ngữ âm*

Theo Đinh Trọng Lạc [2008, tr.211], BPTT ngữ âm là “*những cách phối hợp sử dụng khéo léo các âm thanh, đem đến cho phát ngôn một cơ cấu âm thanh nhất định nhằm tạo ra những màu sắc biểu cảm - cảm xúc nhất định*”. Căn cứ vào phương thức cấu tạo, có thể phân chia các BPTT ngữ âm thành 2 nhóm: nhóm lặp các yếu tố (gồm điệp phụ âm đầu, điệp vần và điệp thanh) và nhóm hòa hợp các yếu tố (gồm tượng thanh, hài âm, tạo nhịp điệu, tạo âm hưởng).

Đối với KHTT, BPTT ngữ âm thường xuất hiện dưới hình thức điệp vần (rhyme) và tạo nhịp (rhythm) là chủ yếu. Những BPTT này thường không tồn tại độc lập, đơn lẻ mà xuất hiện đồng thời hoặc kết hợp với các PT&BPTT khác (từ ngữ hoặc cú pháp) tạo nên sức mạnh cộng hưởng làm cho câu chữ gợi cảm về mặt âm thanh và bổ sung thêm những khía cạnh nhất định về ý nghĩa. Cách dùng này có thể được tìm thấy trong những KHTT như:

(10) *Bảo hiểm y tế: đóng góp khi lành để dành khi ốm.*

(11) *An toàn mọi lúc - hạnh phúc mọi nơi.*

(12) *Đi xe buýt: chẳng sợ nắng, chẳng sợ mưa.*

(13) *Thà chậm một giây còn hơn gây tai nạn.*

(14) *Vào lớp thuộc bài. Ra lớp hiểu bài.*

(15) *Hiển máu tình nguyên, thêm một việc thiện.*

Những KHTT trên không chỉ đạt tính cô đọng, súc tích của ngôn từ mà còn có sự kết hợp hài hoà các yếu tố ngữ âm và cấu trúc giàu nhạc tính mang lại cho lời văn âm điệu nhịp nhàng, cân đối, uyển chuyển, hấp dẫn nên đọc lên nghe xuôi tai, dễ nhớ, dễ lưu truyền. Dưới góc nhìn từ ngữ học, các giải pháp ngữ âm như điệp vần (rhyme), tạo nhịp (rhythm), trùng âm (assonance), alliteration (điệp phụ âm đầu) và đồng phụ âm (consonance) thường được xem là những yếu tố cấu thành quan trọng của trò chơi ngôn ngữ [Nguyễn Đức Dân, 2013; Cù Đình Tú, 2001].

e) *Sóng đôi*

Sóng đôi (còn gọi là điệp cú hay lặp cú pháp) là “*BPTT cú pháp dựa trên sự cấu tạo giống nhau giữa hai hay nhiều câu hay nhiều bộ phận của câu*” [Đinh Trọng Lạc, Nguyễn Thái Hoà (1993, tr.184], hay cụ thể hơn là “*kiểu lặp do người viết cố tình dùng đi, dùng lại một mô hình hay một thành phần cú pháp nào đó với mục đích nhấn mạnh sự chú ý đến đối tượng được miêu tả*” [Hữu Đạt, 2011, tr.392]. Đối với KHTT, sóng đôi có thể được phân thành hai cấp độ: *sóng đôi ở cấp độ từ (hoặc ngữ)* (như trong:

(16) *Kết nối trái tim, kết nối sự sống;*

(17) *Trẻ em hôm nay, đất nước ngày mai;*

và *sóng đôi ở cấp độ câu*, ví dụ:

(18) *An toàn là bạn. Tai nạn là thù;*

(19) *Thi đua là yêu nước. Yêu nước là phải thi đua.*

Với cấu trúc sóng đôi, nội dung ý nghĩa của KHTT được triển khai và nhấn mạnh theo 2 chiều hướng đối lập hoặc bổ sung thông qua các mối quan hệ về nội dung ngữ nghĩa. Cũng nhờ có tính nhạc cao mà phép sóng đôi có tác dụng làm cho lời văn dễ nhớ, dễ thuộc nên rất phù hợp với giao tiếp qua KHTT.

Trong KHTT, sóng đôi cũng thường được sử dụng kết hợp có hiệu quả với các biện pháp nghệ thuật khác. Sự kết hợp chặt chẽ giữa sóng đôi và phép điệp từ làm cho nội dung, ý nghĩa của KHTT, mối quan hệ giữa các thành tố được đề cập đến trong mỗi vế câu trở nên rõ ràng và mạnh mẽ hơn. Đây cũng có thể được xem như là một góc độ, một khía cạnh, một giải pháp hiệu quả nhằm sáng tạo ra những câu KHTT độc đáo, thú vị. Trong lịch sử tuyên truyền, có lẽ Chủ tịch Hồ Chí Minh là người đã vận dụng có hiệu quả phép tu từ này để sáng tạo nên những KHTT hay và thấm thía:

(20) *Vì lợi ích mười năm trồng cây, vì lợi ích trăm năm trồng người;*

(21) *Đâu cần thanh niên có, đâu khó có thanh niên;*

(22) *Các vua Hùng đã có công dựng nước, Bác cháu ta hãy cùng nhau giữ lấy nước.*

f) *Ẩn dụ*

Có nhiều cách hiểu khác nhau về ẩn dụ, chẳng hạn: “*sự chuyển đổi tên giữa hai đối tượng gọi dựa vào sự giống nhau giữa chúng*” [Nguyễn Thiện Giáp, 2010, tr.162]; “*cách cá nhân lâm thời lấy tên gọi biểu thị đối tượng này dùng để biểu thị đối tượng kia dựa trên mối quan hệ liên tưởng về nét tương đồng giữa hai đối tượng*” [Cù Đình Tú, 2001, tr.179]; “*sự định danh thứ hai mang ý nghĩa hình tượng, dựa trên sự tương đồng hay giống nhau giữa khách thể A được định danh với khách thể B có tên gọi được chuyển sang dùng cho B*” [Đinh Trọng Lạc, 2008, tr.52]; “*biện pháp ngôn từ tạo ra những cách nói có hình ảnh, những cách nói lời ít ý nhiều*” [Nguyễn Đức Dân, 2013, tr.159]. Dù cách diễn đạt có khác nhau nhưng ẩn dụ, có thể được hiểu một cách đơn giản, chung nhất, chính là *đem sự vật này so sánh, đối chiếu với sự vật khác*. Qua ẩn dụ, những khái niệm, những hình ảnh trừu tượng sẽ được thể hiện đơn giản, nhẹ nhàng và gợi cảm hơn. Khác với các so sánh, đối chiếu thông thường, phép so sánh, đối chiếu của ẩn dụ không được thể hiện trực tiếp qua các yếu tố từ ngữ (tác từ so sánh) mà được thể hiện gián tiếp bằng sự liên tưởng. Do chỉ tồn tại một vế trong cấu trúc nên một số tác giả còn đồng nhất *ẩn dụ* với *so sánh ngầm* [Hữu Đạt, 2000, tr.268; Đinh Trọng Lạc, Nguyễn Thái Hoà, 1993, tr.195].

Đinh Trọng Lạc (2008) nhận xét: “*Trong sinh hoạt hàng ngày, ẩn dụ tu từ được dùng nhiều làm cho lời nói hội thoại mang đậm đà màu sắc biểu cảm - cảm xúc*” [tr.56]. Do có nhiều công dụng quan trọng, lại có tính chất gần gũi với giao tiếp của người bình nên ẩn dụ cũng được xem là một trong những giải pháp tu từ hữu hiệu nhất trong tuyên truyền đường lối chính sách [Đinh Trọng Lạc, Nguyễn Thái Hoà, 1993; Trần Thị Trâm, 2006].

Trong KHTT, nhiều khái niệm trừu tượng được sử dụng để thể hiện nội dung thông tin và thông điệp tuyên truyền. Để thông điệp được công chúng tiếp nhận một cách dễ dàng, thuận lợi, yếu tố trừu tượng sẽ được biến chuyển thành những hình ảnh vật chất cụ thể, và khi đó, ẩn dụ lại tỏ ra đặc dụng. Trong những KHTT như:

(23) *Hãy thêm lời nói ngọt ngào, bớt đi hòn gợn nhà nào cũng vui.*

(24) *Kinh tế xanh: Chìa khóa cho sự phát triển bền vững.*

(25) *Tiền thuế là động lực, là mạch máu của sự phát triển kinh tế-xã hội.*

Các ngữ “lời nói ngọt ngào”, “kinh tế xanh”, “chìa khóa cho sự phát triển”, “mạch máu của sự phát triển” tạo nên những hình ảnh ẩn dụ - liên tưởng hết sức bất ngờ và thú vị. Do nằm trong tư duy trực giác của dân tộc, gắn liền với đời sống ngôn ngữ của người bình dân nên những hình ảnh ẩn dụ này có những tác động nhất định đến tâm lý và tình cảm của chủ thể tiếp nhận KHTT.

g) *Tách biệt*

Tách biệt là “tách riêng một cách có dụng ý từ một cấu trúc cú pháp thống nhất ra một hay nhiều bộ phận biệt lập về ngữ điệu, tách xa nhau bằng một chỗ ngắt (trên chữ viết thì bằng dấu chấm hay một dấu tương đương)” [Đinh Trọng Lạc, 2008, tr.197]. Các thành phần cú pháp của câu sau khi được tách ra sẽ trở thành những “câu dưới bậc” [Diệp Quang Ban, 2012, tr.204], “câu trực thuộc” [Trần Ngọc Thêm, 1985, tr.57] hay những “mảnh câu” [Cù Đình Tú, 2001]. Những thành phần này thường được kết hợp sóng đôi nhau trong cấu trúc giải ngữ [Diệp Quang Ban, 2011, tr.173] - một trong những cấu trúc đặc thù của KHTT: (26) *Đã uống rượu bia - không lái xe*; (27) *Bảo vệ đại dương - hành động nhỏ, thay đổi lớn*; (28) *Cháy - hiểm họa lớn từ những bất cẩn nhỏ*.

Là một BPTT đặc trưng của cú pháp biểu cảm, phép tách biệt được sử dụng hiệu quả không chỉ có tác dụng nhấn mạnh, gây ấn tượng và tập trung sự chú ý đến từng phần nội dung của thông điệp mà còn có tác dụng tạo nhịp điệu cú pháp, nâng cao tính hình thái, sinh động (tính chất hội thoại tự phát) cho lời văn [Đinh Trọng Lạc, 2008, tr.197-199]. Điều thú vị là phép tu từ này còn được sử dụng kết hợp và tác động qua lại với những PT&BPTT của cú pháp biểu cảm (như: lặp, sóng đôi, đối, tính lược, v.v.) để tăng cường chúng. Chính vì có nhiều công dụng và có thể được sử dụng trong nhiều phong cách khác nhau nên phép tu từ này có xu hướng được sử dụng ngày càng phổ biến trong KHTTTV.

3.2. Bàn luận

Theo Garver (1994), sức mạnh thuyết phục của diễn ngôn thường phụ thuộc vào sự tương tác giữa 3 thành tố: *đặc điểm nhân cách của người nói (ethos)*; *cảm xúc và trạng thái tinh thần (pathos)*; và *nội dung thông điệp (logos)*. Để diễn ngôn tạo ra đạt hiệu quả thì cần phải có sự tương tác và phù hợp giữa yếu tố ngôn ngữ (cả hình thức và nội dung) với các thành tố khác của diễn ngôn (như đặc trưng tính cách của người nghe, tham gia, đến cảm xúc và trạng thái tinh thần của quá trình giao tiếp). Cách thức sử dụng ngôn ngữ trong KHTT (từ ngữ, ngữ pháp, PT&BPTT) về cơ bản đã có những sự tương tác và phù hợp nhất định giữa những thành tố này.

Kết quả khảo sát cho thấy hầu hết các PT&BPTT đều xuất hiện trong KHTT, trong đó tiêu biểu là: so sánh, tương phản, ẩn dụ, nhân hóa, lặp cú pháp. Đặc điểm này cho thấy KHTT chấp nhận các hiện tượng “*lệch chuẩn so với những gì mong đợi*” để mang lại hiệu quả tuyên truyền, tác động. Điều này hoàn toàn khả chấp vì KHTT là hình thức giao tiếp đòi hỏi tính ngắn gọn, súc tích và với yêu cầu cao về khả năng gây tác động của ngôn từ. Những PT&BPTT được sử dụng hầu hết đều có đặc điểm gắn gũi với lối diễn đạt và tư duy ngôn ngữ của dân tộc nên mang lại hiệu quả thông tin, tác động và tuyên truyền. Với mật độ xuất hiện cao, những giải pháp tu từ này có thể được xem là yếu tố mang tính đặc thù của KHTT tiếng Việt.

KHTT là hình thức giao tiếp có chức năng thông tin, qua đó hình thành thái độ và kích thích hành động tích cực trong nhân dân. Đặc trưng chức năng này cũng không có nghĩa là KHTT cần phải loại trừ các yếu tố của ngôn ngữ nghệ thuật, trong đó có việc sử dụng các PT&BPTT. Trong công trình *English in Advertising: A Linguistic Study of Advertising in Great Britain*, Leech [Leech, G.N., 1966, tr.183] đã chỉ ra vai trò quan trọng của tu từ nói chung cũng như sự kết hợp hài hòa các yếu tố âm thanh và cấu trúc nói riêng trong việc mang lại tính ấn tượng và tính dễ nhớ cho lời văn. Trần Thị Trâm [2006, tr.210] nhận xét: “*Vận dụng PT&BPTT một cách hợp lý trong việc tuyên truyền đường lối chính sách của Đảng nói chung và trong KHTT nói riêng là yếu tố quan trọng làm cho lời tuyên truyền thêm hấp dẫn...Bởi vì đặc điểm tâm lý của cả người phương Đông nói chung và người Việt Nam nói riêng đều duy cảm, rất yêu văn nghệ, luôn có truyền thống phô diễn bằng thơ nên những câu nói có vần, có nhạc điệu, có hình ảnh tu từ thường tồn tại và khắc sâu trong tâm trí của công chúng hơn những câu nói bình thường khác*”.

Căn cứ theo *Lí thuyết ngôn ngữ và thi ca* do Jakobson (1960) đề xuất, KHTT cần phải mang âm hưởng của thi ca để thu hút độc giả đến với chúng, làm cho chúng đến với độc giả một cách tự nhiên mà không hề miễn cưỡng. Điều này lại càng có ý nghĩa đối với những ngôn ngữ có đặc điểm giàu âm điệu và tiết tấu như tiếng Việt, nhất là khi người Việt chúng ta “*thường rất yêu văn nghệ, luôn có truyền thống phổ diễn bằng thơ*” [Trần Thị Trâm, 2006, tr.210]. Tiếng Việt có đặc điểm giàu âm điệu và yếu tố này nếu được phát huy có hiệu quả sẽ làm cho KHTT trở nên dễ nghe, dễ nhớ nên làm tăng hiệu quả truyền truyền. Chính vì có nhiều công dụng và chức năng quan trọng (tác động đến tình cảm và trí nhớ) nên việc sử dụng các PT&BPTT (đặc biệt là các PT&BPTT ngữ âm và cấu trúc giàu nhạc tính) cũng cần phải tính đến trong quá trình sáng tạo và sử dụng KHTT.

Dù vậy, do phải đảm bảo tính ngắn gọn, súc tích, đơn nghĩa cho KHTT nên không phải mọi hình thức “lệch chuẩn” của ngôn ngữ nghệ thuật đều có thể được sử dụng một cách quân bình mà cần phải được chọn lọc, cân nhắc kĩ. Ở Việt Nam, KHTT hầu hết đều do các cơ quan, tổ chức trong bộ máy chính quyền đất nước ban hành với đối tượng tiếp nhận là công chúng xã hội nên từ ngữ được sử dụng để thể hiện chúng đòi hỏi tính nghiêm túc, trang trọng cao với từ ngữ toàn dân thuộc phong cách viết chiếm ưu thế (trong đó, phần lớn là từ Hán Việt), ít thấy sử dụng từ khẩu ngữ hoặc những kiểu kết hợp từ ngữ mang tính chơi chữ hài hước. Theo lẽ thường, cái gì đã gọi là “trò chơi” thì bao giờ cũng hàm chứa trong nó một màu sắc thiếu nghiêm túc, trang trọng nhất định nên dù có những công dụng và ý nghĩa quan trọng (tác động đến tình cảm và trí nhớ) và gắn với đời sống ngôn ngữ của dân tộc nhưng những giải pháp ngữ âm này vẫn xuất hiện với tần suất khiêm tốn trong KHTT (10.66%). Đặt trong bối cảnh sử dụng KHTT ở nước ta, nếu vận dụng các giải pháp ngữ âm này cho nhóm KHTT chính trị thì có thể sẽ không thể hiện được tính chất trọng đại của những vấn đề liên quan đến đời sống chính trị đất nước. Cũng như vậy, do phải bảo đảm tính nghiêm túc, trang trọng, đơn giản, dễ hiểu nên những cách diễn đạt hàm ý cao có khả năng tạo ra nhiều cách hiểu nhập nhằng hầu như ít thấy xuất hiện.

Để KHTT được tạo ra vừa bảo đảm tính gợi cảm, lôi cuốn, thuyết phục, dễ nhớ; vừa thể hiện tính chính xác của thông điệp cần truyền đạt, PT&BPTT được sử dụng cần phải gây ấn tượng và có sức truyền cảm đặc biệt, với hình ảnh tu từ đơn giản, dễ hiểu, gần gũi với tư duy và thói quen sử dụng ngôn ngữ của dân tộc. Tuyệt đối tránh sử dụng những ẩn dụ, hoán dụ phức tạp, đa nghĩa hoặc những kiểu chơi chữ hài hước quá mức, vô nghĩa, thiếu tính trang trọng vì những giải pháp tu từ này có thể làm cho KHTT phản tác dụng.

4. Kết luận

Từ kết quả khảo sát, có thể kết luận rằng KHTT trong tiếng Việt được thể hiện bằng những từ ngữ giàu hình tượng và gợi cảm qua việc sử dụng đa dạng các PT&BPTT. PT&BPTT được sử dụng phù hợp không chỉ góp phần bày tỏ tư tưởng, lập trường, quan điểm, thái độ của nhà tuyên truyền mà còn là những công cụ, vũ khí sắc bén để làm tăng tính hấp dẫn, giá trị biểu cảm và nâng cao hiệu quả diễn đạt cho KHTT. Điều đáng lưu ý là dù được thể hiện dưới PT&BPTT nào, từ ngữ được sử dụng trong KHTT đều thuộc lớp từ vựng toàn dân, mang màu sắc trang trọng và lịch sự. Bức tranh tu từ này không chỉ chịu sự chi phối bởi đặc trưng loại hình ngôn ngữ mà còn chịu ảnh hưởng từ văn hóa giao tiếp, văn hóa ứng xử của cộng đồng, cũng như các nhân tố khác có liên quan đến quá trình giao tiếp. Dù đối tượng nghiên cứu của bài viết không mới nhưng kết quả nghiên cứu cũng có những đóng góp nhất định trong việc đi đến một cái nhìn toàn diện về yếu tố ngôn ngữ của KHTT, cũng như định hướng cách thức sử dụng từ ngữ cho KHTT mà cụ thể là ở bình diện tu từ, bảo đảm KHTT được tạo ra có sức thu hút, hấp dẫn và tác động như mong đợi của nhà tuyên truyền.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Diệp Quang Ban (2011), *Ngữ pháp tiếng Việt (Tập 2)*. Nxb Giáo dục.
2. Diệp Quang Ban (2012), *Giao tiếp, diễn ngôn và cấu tạo văn bản*. Nxb Giáo dục.
3. Nguyễn Đức Dân (2013), *Từ câu sai đến câu hay*. Nxb Trẻ.
4. Đỗ Thị Xuân Dung (2015), *Đối chiếu đặc điểm diễn ngôn của khẩu hiệu tiếng Anh và tiếng Việt*. Luận án Tiến sĩ Ngôn ngữ học, Đại học Huế.

5. Trần Thanh Dũ (2019), *Đặc điểm ngôn ngữ của khẩu hiệu tuyên truyền tiếng Việt (đối chiếu với tiếng Anh)*. Luận án Tiến sĩ Ngôn ngữ học, Trường Đại học KHXH&NV TP.HCM.
6. Hữu Đạt (2000), *Phong cách học và các phong cách chức năng tiếng Việt*. Nxb VHTT.
7. Hữu Đạt (2011), *Phong cách học tiếng Việt hiện đại*. Nxb VHTT.
8. Nguyễn Thiện Giáp (2010), *Từ vựng học tiếng Việt*. Nxb Giáo dục.
9. Đinh Trọng Lạc (2008), *99 phương tiện và biện pháp tu từ tiếng Việt*. Nxb Giáo dục.
10. Đinh Trọng Lạc, Nguyễn Thái Hoà (1993/2012), *Phong cách học tiếng Việt*. Nxb Giáo dục.
11. Hoàng Trọng Phiên (1999), “Quan hệ giữa chuẩn và biến thể”, *Chuẩn hoá tiếng Việt*. Nxb ĐH&THCN.
12. Trần Ngọc Thêm (1985), *Hệ thống liên kết văn bản tiếng Việt*. Nxb KHXH, Hà Nội.
13. Phạm Văn Tình (2012), trong Phạm Mỹ, *Quyết tâm đổi mới văn hóa khẩu hiệu*, truy cập ngày 20/09/2016, <<http://thethaovanhoa.vn/xa-hoi/quyet-tam-doi-moi-van-hoa-khau-hieu-n20150513151545883.htm>>.
14. Trần Thị Trâm (2006), “Một số thủ pháp ngôn ngữ trong tuyên truyền miệng đường lối chính sách”, *Từ cội nguồn văn chương*. Nxb VHTT.
15. Cù Đình Tú (2001/2007), *Phong cách học và đặc điểm tu từ tiếng Việt*, Nxb Giáo dục.
16. Lưu Trọng Tuấn (2011), *Ngôn ngữ quảng cáo*. Nxb KHXH.

Tiếng Anh

17. Barthes, R. (1970/1988), “The Old Rhetoric: An Aide-Memoire”, in Howard, R. (tr.), *The Semiotic Challenge*. New York: Hill and Wang.
18. Corbett, Edward P.J. (1990), *Classical Rhetoric for the Modern Student*. New York: Oxford University Press.
19. Garver, E. (1994), *Aristotle's Rhetoric: An Art of Characters*. Chicago: University of Chicago Press.
20. Genette, G. (1982), “Figures of Literary Discourse”, *Alan Sheridan*. New York: Columbia UP.
21. Jakobson, R. (1960), “Linguistics and Poetics”, in Sebeok, *Style in Language*. New York, London.
22. Leech, G.N. (1966/1972), *English in Advertising: A Linguistic Study of Advertising in Great Britain (English Language Series)*. London: Longman.
23. Wehmeier, S. (2008), *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. New York: Oxford.

Rhetoric in Vietnamese propaganda slogans

Abstract: In Viet Nam, propaganda slogans play a very important role in transmitting information and slogans from the propagandists or governmental organisations to the public. Irrespective of their contributions, reality has shown that the use and the study of propaganda slogans in general and their linguistic characteristics in particular are still necessary in the present time. The main objective of the study is to find out rhetoric characteristics of propaganda slogans in the view of structural and functional linguistics, using pragmatic aspects for explanation. Based on critical description and analysis, the article generalizes rhetoric characteristics of propaganda slogans, contributing to a deeper understanding of propaganda language and providing effective strategies to the creation of propaganda slogans in Vietnamese contexts.

Key words: figures of speech; propaganda slogans; rhetoric devices; Vietnamese; rhetoric.