

NGOẠI NGỮ VỚI BẢN NGỮ

NGÔN NGỮ TRANH BIỆN TRONG PHẦN MỞ ĐẦU BÀI BÁO KHOA HỌC KINH TẾ TRÊN TẠP CHÍ KHOA HỌC TIẾNG ANH PHẠM THỊ PHƯỢNG* - NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THUY**

TÓM TẮT: Nghiên cứu này khảo sát việc sử dụng ngôn ngữ đối thoại với độc giả trong phần mở đầu của các bài báo khoa học kinh tế tiếng Anh, áp dụng tiểu hệ thống Tranh biện (Engagement) trong Lý thuyết Đánh giá (Appraisal Theory) của Martin và White (2005) và mô hình CARS của Swales (1990). Kết quả cho thấy các tác giả có xu hướng sử dụng nhiều Tranh biện thu hẹp (Contract), đặc biệt là Từ bỏ (Disclaim) để tạo không gian cho nghiên cứu mới và thuyết phục độc giả về tính cần thiết của nghiên cứu. Tuy nhiên, Tranh biện mở rộng (Expand), như Thừa nhận (Acknowledge) và Trao đổi (Entertain), cũng được sử dụng để thể hiện sự công bằng, khách quan và tạo cơ sở phát triển lập luận. Sự phân bố các chiến lược này khác nhau theo các hành động tu từ (move) của mô hình CARS, phản ánh quá trình xây dựng lập luận của tác giả. Nghiên cứu đóng góp vào hiểu biết về cách các nhà kinh tế sử dụng ngôn ngữ Tranh biện.

TỪ KHÓA: Ngôn ngữ Tranh biện; ngôn ngữ Đánh giá; bài báo khoa học; kinh tế; mô hình CARS.
NHẬN BÀI: 13/10/2024. **BIÊN TẬP-CHỈNH SỬA-DUYỆT ĐĂNG:** 14/03/2025

1. Mở đầu

Diễn ngôn bài báo khoa học đã thu hút sự quan tâm đáng kể của nhiều học giả. Trong giai đoạn đầu, phần lớn các nghiên cứu tập trung vào việc phân tích cấu trúc thể loại, nhằm xác định các quy ước, mục đích và đặc điểm hình thức của từng phần trong bài báo (Bhatia, 1993; Swales, 1990). Lĩnh vực ngôn ngữ học và giáo dục đóng vai trò tiên phong trong việc khám phá cấu trúc thể loại này, cung cấp những hiểu biết nền tảng về cách các phần khác nhau của bài báo tương tác và phục vụ các mục đích giao tiếp cụ thể.

Tuy nhiên, nghiên cứu cấu trúc thể loại cung cấp cái nhìn tổng quan về tổ chức bài báo nhưng hướng nghiên cứu này chưa thể giải thích sâu sắc cách ngôn ngữ được sử dụng để đạt được các mục tiêu giao tiếp cụ thể. Do đó, các nhà nghiên cứu đã chuyển hướng sang kết hợp cấu trúc thể loại với mô hình ngôn ngữ đánh giá, nhằm phân tích chi tiết những lựa chọn ngôn ngữ và hiệu ứng của chúng đối với người đọc (Hyland, 2004, 2013, 2016). Các mô hình này, chẳng hạn như Mô hình Đánh giá của Martin và White (2005), cho phép các nhà nghiên cứu xác định các nguồn lực ngôn ngữ được sử dụng để thể hiện thái độ, đánh giá và tranh biện trong từng phần của bài báo. Sự kết hợp này đã mở ra một hướng nghiên cứu mới, tập trung vào việc khám phá mối quan hệ phức tạp giữa cấu trúc thể loại, ngôn ngữ và mục đích giao tiếp trong diễn ngôn bài báo khoa học.

Phần mở đầu của một bài báo khoa học được nghiên cứu trên nhiều bình diện khác nhau. Trong đó, Swales (1990) đã đóng góp cơ bản vào kiến thức chung về cấu trúc diễn ngôn. Mô hình CARS của Swales xác định ba hành động tu từ quan trọng trong Phần mở đầu: “Thiết lập lĩnh vực nghiên cứu”, “Thiết lập khoảng trống nghiên cứu” và “Lấp đầy khoảng trống nghiên cứu” hoặc “Trình bày nghiên cứu hiện tại”. Mặc dù mô hình của Swales đưa ra các khuyến nghị tu từ hữu ích, nhưng các thuộc tính ngôn ngữ vẫn chưa nhận được nhiều sự chú ý trong nghiên cứu của họ. Do đó, một số học giả đã áp dụng Lý thuyết Ngôn ngữ Đánh giá (Appraisal Theory) do Martin và White (2005) đề xuất để xác định rõ ràng các nguồn lực ngôn ngữ cụ thể trong từng mục tiêu giao tiếp (Alotaibi & Arabi, 2020; Chang & Schleppegrell, 2011; Fryer, 2013). Mặc dù sự kết hợp giữa mô hình Swales và khuôn khổ Đánh giá của Martin và White (2005) đã được áp dụng để phân tích phần mở đầu của bài báo khoa học, nhưng các nghiên cứu hiện tại chủ yếu tập trung vào lĩnh vực giáo dục và ngôn ngữ học. Do đó, tồn tại một khoảng trống nghiên cứu đáng kể trong việc áp dụng các mô hình này để phân tích

*Trường Đại học Thương mại; Email: phuongpt1204@tmu.edu.vn

**Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn; Email: thuy81np@yahoo.com

diễn ngôn bài báo khoa học trong lĩnh vực khác như lĩnh vực kinh tế. Khoảng trống này nhấn mạnh tiềm năng nghiên cứu trong việc khám phá cách các nhà kinh tế sử dụng ngôn ngữ để thiết lập bối cảnh, trình bày vấn đề nghiên cứu và thuyết phục độc giả về tầm quan trọng của công trình của họ.

Nghiên cứu này mô tả các kiểu Tranh biện - tiểu hệ thống trong Ngôn ngữ Đánh giá - liên quan đến các hành động tu từ (rhetorical move) hay mục đích giao tiếp trong Phần mở đầu của bài báo khoa học. Mục đích là thiết lập sự hiểu biết sâu sắc hơn về cách các nhà văn đối thoại với độc giả bằng cách kiểm tra mối quan hệ giữa các hành động tu từ của Swales và ngôn ngữ Tranh biện. Nghiên cứu này cho thấy cách lựa chọn ngôn ngữ khác nhau để hoàn thành các mục tiêu của từng hành động tu từ. Những phân tích tỉ mỉ như vậy có thể cho phép các nhà nghiên cứu mới vào nghề trong lĩnh vực kinh tế thể hiện thành công quan điểm của họ đồng thời xây dựng mối quan hệ với người đọc.

2. Khung lý thuyết

2.1. Mô hình CARS

Mô hình CARS là một khuôn khổ nổi bật để hiểu cấu trúc của phần mở đầu trong các bài báo nghiên cứu. Mô hình này được Swales (1990) đề xuất dựa trên phân tích của ông về các bài báo nghiên cứu được viết bằng tiếng Anh. Swales đã khẳng định có ba hành động tu từ chính trong phần mở đầu là:

- Thiết lập lĩnh vực nghiên cứu (Establishing a territory): hành động này giới thiệu chủ đề chung và tầm quan trọng của nó.

- Thiết lập khoảng trống nghiên cứu (Establishing a niche): hành động này xác định một khoảng trống hoặc vấn đề trong nghiên cứu hiện có.

- Trình bày nghiên cứu hiện tại (Presenting the present work) hoặc Lấp đầy khoảng trống nghiên cứu (Occupying the niche): hành động này giải thích cách nghiên cứu hiện tại giải quyết khoảng trống đã xác định.

2.2. Lý thuyết Đánh giá

Lý thuyết Đánh giá là một công cụ toàn diện được thiết kế để nghiên cứu văn bản trên bình diện liên nhân. Lý thuyết Đánh giá xuất phát từ Ngôn ngữ học Chức năng hệ thống (SFL), bắt nguồn từ một trong ba nguồn lực ngữ nghĩa diễn ngôn trong SFL và nhằm mục đích xác định các nghĩa liên nhân. Lý thuyết Đánh giá có thể được áp dụng để tìm hiểu cách các tác giả sử dụng ngôn ngữ để thể hiện thái độ của họ. Điều này thực sự quan trọng đối với nghĩa liên nhân vì bản chất của nó là mang tính đánh giá.

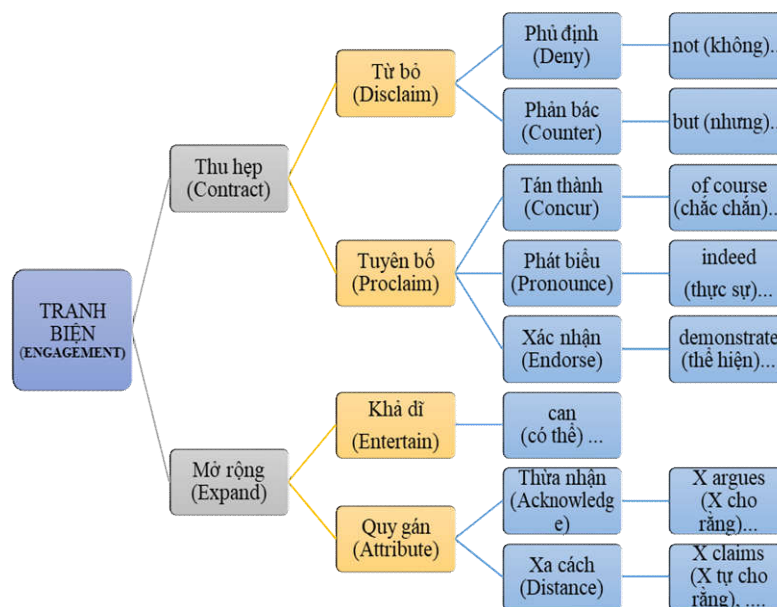
Martin và White (2005) đã chú ý đến mối liên hệ mật thiết giữa ý tưởng về lập trường và đánh giá, nhấn mạnh mối quan hệ này phù hợp như thế nào đối với nghiên cứu. Lý thuyết Đánh giá là một hệ thống có tổ chức bao gồm ba tiểu hệ thống là Thái độ (Attitude), Tranh biện (Engagement) và Thang độ (Graduation). Thái độ bao gồm sự đánh giá của người viết về các đối tượng, sự kiện hoặc cá nhân, bao gồm cả đánh giá tích cực và tiêu cực, phán xét đạo đức và phẩm chất cũng như thẩm giá sự việc hiện tượng. Tranh biện là cách các tác giả đặt mình vào mối quan hệ với người đọc và các quan điểm khác, thể hiện mức độ chắc chắn của họ, mức độ họ đồng ý với các quan điểm khác. Thang độ đo lường mức độ mạnh yếu khác nhau trong việc thể hiện thái độ, và tập trung vào cường độ hoặc lực của đánh giá.

Tiểu hệ thống Tranh biện được xây dựng để tìm hiểu cách các nghĩa liên nhân và các quan điểm đối lập được thể hiện trong ngôn ngữ, dựa trên khái niệm Đối thoại của Bakhtin (1981). Tiểu hệ thống này bao gồm hai loại chính (Đơn thanh và Đa thanh). Với Đơn thanh (khẳng định đơn thuần), người viết/ người nói đưa ra những tuyên bố đơn giản, nhưng với Đa thanh, người viết/ người nói thừa nhận và tương tác với các quan điểm khác nhau, thúc đẩy một môi trường đối thoại. Do đó, Đa thanh được đánh dấu bằng các dấu hiệu ngôn ngữ và bao gồm các phát ngôn Mở rộng (Expand) và phát ngôn Thu hẹp (Contract).

Trong loại Tranh biện thu hẹp, người viết/ người nói hạn chế không gian đối thoại. Loại này bao gồm các tiểu loại là Tuyên bố (Proclaim) và Bác bỏ (Disclaim). Với Tuyên bố, ý tưởng được đưa ra

mà không cần tham chiếu đến ý kiến hoặc quan điểm bên ngoài và được chứng minh là đúng và đáng tin cậy. Trong Tuyên bố, tác giả biểu thị sự đồng tình bằng các từ như “rõ ràng”, “tất nhiên” và “chắc chắn”; Tuyên bố quan điểm sử dụng các cụm từ như “Tôi cho rằng”, “không còn nghi ngờ gì nữa” và “thực tế”, hoặc Tán thành (Concur) một quan điểm, khẳng định một quan điểm bằng các động từ như “chứng minh”, “chỉ ra” và “tìm thấy”. Đối với Bác bỏ (Counter), người nói/ người viết không tán thành các quan điểm đối lập. Bác bỏ cũng bao gồm hai tiểu loại, đó là Phủ định (Deny) và Phản bác Counter). Với Phủ định, tác giả/ người viết sử dụng từ phủ định như “không”, “chưa” hoặc “chẳng bao giờ”. Với Phản bác, người nói/ người viết sử dụng các liên từ như “mặc dù”, “nhưng” và “tuy nhiên”, v.v. để phản đối quan điểm.

Mở rộng là loại thứ hai trong phân loại Tranh biện của Martin và White (2005) và bao gồm hai tiểu loại là Trao đổi (Entertain) và Quy gán (Attribute). Các nguồn lực về thái độ có thể được nhận ra bằng cách quy quan điểm cho các nguồn khác (Thừa nhận - Acknowledge) hoặc tránh chịu trách nhiệm với quan điểm này (Xa cách - Distance). Với Thừa nhận, người viết/ người nói mở rộng không gian giao tiếp và sử dụng các động từ tường thuật như “nói”, “báo cáo”, “tin tưởng” hoặc các cụm từ như “theo”, “theo quan điểm của”. Về Xa cách, người viết/ người nói tách mình ra khỏi quan điểm được trình bày bằng cách sử dụng các dấu hiệu ngôn ngữ như trích dẫn, báo cáo hoặc diễn giải ý kiến của người khác mà không thể hiện rõ ràng sự đồng ý hay không đồng ý. Mặc dù không có quy tắc cố định, nhưng có nhiều cách để trao đổi với người đọc bằng cách sử dụng ngôn ngữ như “có lẽ”, “hình như”, “đường như”, “tôi nghi ngờ rằng” và “bằng chứng cho thấy”.



Hình 2. Hệ thống Tranh biện

Nguồn: Phòng theo Martin & White (2005, tr.104)

Như vậy, Tranh biện là một công cụ toàn diện và có hệ thống, cho phép tác giả hoặc người viết tương tác với độc giả hoặc người nghe. Áp dụng lý thuyết này sẽ giúp các học giả tìm hiểu một cách chi tiết cách người viết sử dụng ngôn ngữ để thể hiện quan điểm và lập luận của mình trong các bài viết học thuật.

2.3. Tổng quan nghiên cứu

Các nghiên cứu về các bài báo khoa học đã xem xét ngôn ngữ Tranh biện trong một số phần của bài báo, bao gồm phần thảo luận (Geng & Wharton, 2016), Phần mở đầu (Alotaibi & Arabi, 2020; Chang & Schleppegrell, 2011; Loghmani và cộng sự, 2020; Loi và cộng sự, 2016) và phần kết luận (Loi và cộng sự, 2016). Các nghiên cứu đều cho thấy các tác giả sử dụng đa dạng nguồn lực Tranh biện; tuy nhiên, sự phân bố và mức độ có thể khác nhau giữa các phần. Phần lớn các nghiên cứu khẳng định các bài báo được chấp nhận xuất bản trên tạp chí có mức độ Tranh biện cao (Alotaibi & Arabi, 2020; Chang & Schleppegrell, 2011; Hood, 2010). Các tác giả sử dụng Tranh biện dựa trên mục tiêu của các phần tương ứng. Ví dụ, khi giới thiệu nghiên cứu của họ, các tác giả sử dụng Tranh biện Mở rộng để cung cấp thông tin chi tiết về lý thuyết và phương pháp nghiên cứu; tuy nhiên, khi giới thiệu khoảng trống nghiên cứu, họ sử dụng Tranh biện Thu hẹp để nhấn mạnh vấn đề nghiên cứu và xác nhận tầm quan trọng của nghiên cứu mới (Chang & Schleppegrell, 2011).

Hơn nữa, các nghiên cứu cho thấy rằng các lĩnh vực khác nhau sử dụng ngôn ngữ Tranh biện cũng khác nhau (Hyland, 2004; Hyland & Talk, 1998; Hyland Ken & Polly, 2004; Jiang & Hyland, 2022). Các lĩnh vực được nghiên cứu khá đa dạng, bao gồm y học (Fryer, 2013), tâm lý học (Loi và cộng sự, 2016), ngôn ngữ học ứng dụng (Amornrattanasirichok & Jaroongkhongdach, 2017), và giáo dục (Alotaibi & Arabi, 2020; Chang & Schleppegrell, 2011), v.v. Tuy nhiên, nghiên cứu về ngôn ngữ được sử dụng để thể hiện sự Tranh biện trong lĩnh vực kinh tế chưa nhận được nhiều sự quan tâm của các học giả. Về kết quả nghiên cứu, nghiên cứu của Loi và cộng sự (2016) về Tranh biện trong phần kết luận của bài báo nghiên cứu tâm lý học cho thấy các bài báo tiếng Anh cân bằng giữa Tranh biện Thu hẹp và Mở rộng. Các lĩnh vực khoa học xã hội có xu hướng sử dụng phủ định thường xuyên và đa dạng hơn các ngành khoa học tự nhiên (Zolfaghari, 2023). Tuy nhiên, một số nghiên cứu cho thấy có sự khác biệt về Tranh biện không chỉ giữa khoa học xã hội và khoa học tự nhiên, mà còn trong chính các ngành khoa học xã hội. Bởi vì mỗi ngành có từ vựng và phong cách Tranh biện riêng biệt, nên việc phân chia Tranh biện theo nhóm ngành không phản ánh chính xác ngôn ngữ Tranh biện nói chung (Alotaibi & Arabi, 2020).

Mặc dù thể loại bài báo khoa học trong nhiều ngành khác nhau đã được nghiên cứu về các nguồn lực Tranh biện, kinh tế học vẫn chưa được nghiên cứu kỹ về khía cạnh này. Do đó, nghiên cứu này khảo sát cách thể hiện Tranh biện và các hành động tu từ trong Phần mở đầu của các bài nghiên cứu trong lĩnh vực này. Các thức sử dụng Tranh biện có thể làm sáng tỏ cách thức giao tiếp với độc giả.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng để khảo sát việc sử dụng ngôn ngữ Tranh biện trong phần mở đầu của 30 bài báo khoa học kinh tế tiếng Anh được công bố trên các tạp chí uy tín trong cơ sở dữ liệu của SCOPUS và WoS. Các chiến lược tranh biện được phân loại theo tiểu hệ thống Tranh biện của Martin & White (2005), bao gồm hai hệ thống chính - Thu hẹp (Contract) và Mở rộng (Expand) - với mỗi hệ thống có các tiêu loại cụ thể. Ngoài ra, mô hình CARS của Swales (1990) được sử dụng để phân tích sự phân bố các chiến lược Tranh biện qua ba hành động tu từ trong phần mở đầu: Thiết lập lĩnh vực nghiên cứu, Thiết lập khoảng trống nghiên cứu và Lấp đầy khoảng trống nghiên cứu. Dữ liệu được mã hóa và phân tích bằng ứng dụng Excel để xác định tần suất và tỉ lệ phần trăm của từng chiến lược tranh biện trong từng hành động tu từ và trong toàn bộ phần mở đầu.

4. Kết quả và thảo luận

Kết quả phân tích cho thấy một bức tranh rõ nét về cách các tác giả của bài báo khoa học kinh tế tiếng Anh sử dụng ngôn ngữ Tranh biện để định vị nghiên cứu của họ. Xu hướng nổi bật là việc sử dụng các chiến lược Tranh biện Thu hẹp, đặc biệt là trong việc giới hạn phạm vi nghiên cứu và bác bỏ các quan điểm đối lập.

Bảng 1. Phân bố Tranh biện trong phần mở đầu của bài báo kinh tế

TRANH	Thiết lập lĩnh vực NC*		Thiết lập khoảng trống NC		Trình bày NC		Tổng tần số	Tổng tỉ lệ
	Tần số	Tỉ lệ	Tần số	Tỉ lệ	Tần	Tỉ lệ		

BIỆN					số			
						39,19		
THU HẸP	124	14,34%	64	7,40%	339	%	527	60,92%
						21,97		
Từ bỏ	76	8,79%	30	3,47%	190	%	296	34,22%
Phủ định	30	3,47%	13	1,50%	81	9,36%	124	14,34%
						12,60		
Phản bác	46	5,32%	17	1,97%	109	%	172	19,88%
						17,23		
Tuyên bố	48	5,55%	34	3,93%	149	%	231	26,71%
Tán thành		0%	2	0,23%	2	0,23%	4	0,46%
Tuyên bố	18	2,08%	5	0,58%	75	8,67%	98	11,33%
Xác nhận	30	3,47%	27	3,12%	72	8,32%	129	14,91%
						21,97		
MỞ RỘNG	107	12,37%	41	4,74%	190	%	338	39,08%
						16,65		
Trao đổi	71	8,21%	12	1,39%	144	%	227	26,24%
Quy gán	36	4,16%	29	3,35%	46	5,32%	111	12,83%
Thừa								
nhận	36	4,16%	28	3,24%	45	5,20%	109	12,60%
Xa								
cách	0	0%	1	0,12%	1	0,12%	2	0,23%
Grand Total	231	26,71%	105	12,14%	529	%	865	100%

*NC: nghiên cứu (Nguồn: Dữ liệu sơ cấp)

Kết quả nghiên cứu cho thấy sự phân bố các chiến lược Tranh biện có sự thay đổi đáng kể qua theo các Hành động (move) trong phần mở đầu bài báo khoa học kinh tế.

Thiết lập lĩnh vực nghiên cứu (Establish a territory):

Trong hành động tu từ đầu tiên này, các tác giả chủ yếu sử dụng chiến lược Thu hẹp, chiếm tới 14,34% tổng số lần xuất hiện. Trong đó, chiến lược Từ bỏ được sử dụng với 8,79%, và Phản bác được dùng ở mức 5,32%. Phản bác thường dùng cho việc thiết lập bối cảnh, một vấn đề khó khăn, chưa được giải quyết, hay chưa giải quyết chưa thỏa đáng. Ví dụ:

“Almost all countries in the world are fighting the COVID-19 disease. However, the expectancy of an ending COVID-19 pandemic is unpredictable as the virus mutates (BTA39).” (Gần như tất cả các quốc gia trên thế giới đang chiến đấu với đại dịch COVID-19. Tuy nhiên, mong đợi đại dịch COVID-19 kết thúc khó có thể thành hiện thực do virus liên tục biến đổi).

Ví dụ trên cho thấy tác giả đã giới thiệu một bối cảnh chung về đại dịch COVID-19, nhưng đồng thời cũng chỉ ra một vấn đề cụ thể và cấp bách: sự khó lường trong việc dự đoán kết thúc của đại dịch do sự biến đổi của virus. Như vậy, tác giả bày tỏ sự nhận thức về vấn đề khó khăn mà xã hội đang gặp phải.

Tán thành, Tuyên bố, Xác nhận đều được sử dụng với tần số thấp. Tỷ lệ Trao đổi (8,21%) được sử dụng gần tương đương với Từ bỏ. Quy gán chiếm gần một nửa Trao đổi nhưng không có Xa cách, mà chỉ có thừa nhận (36 lần với 4,16%). Kết quả này cho thấy các tác giả có xu hướng giới thiệu và định vị nghiên cứu của mình trong một lĩnh vực cụ thể bằng cách thu hẹp phạm vi, tập trung vào một khía cạnh hoặc vấn đề cụ thể. Chiến lược “Từ bỏ” được sử dụng phổ biến cũng cho thấy các tác giả thường chỉ ra những hạn chế hoặc thiếu sót trong các nghiên cứu trước đó để tạo cơ sở cho nghiên cứu của mình. Mặc dù vậy, việc sử dụng “Trao đổi” và “Thừa nhận” với tần suất đáng kể khẳng định rằng các tác giả vẫn công nhận và đánh giá cao những đóng góp của các nghiên cứu trước, đồng thời thể hiện sự sẵn sàng tham gia vào cuộc đối thoại học thuật. Sự vắng mặt của “Xa cách” thể hiện các

tác giả có xu hướng tránh tạo ra sự đối lập mạnh mẽ hoặc tách biệt nghiên cứu của mình khỏi những công trình đã có.

Thiết lập khoảng trống nghiên cứu (Establishing a Territory):

Trong hành động tu từ thứ hai, mặc dù chiến lược Thu hẹp vẫn chiếm ưu thế (7,4%), nhưng với tỉ lệ chỉ bằng một nửa so với Thu hẹp trong phần Thiết lập lĩnh vực nghiên cứu. Tuy nhiên, khác với cách sử dụng Tranh biện trong Thiết lập lĩnh vực nghiên cứu, Tuyên bố được dùng ở mức độ cao hơn so với Từ bỏ. Tương tự, Thừa nhận cũng được dùng với mức độ cao hơn so với Trao đổi trong hành động tu từ thứ hai này. Tỉ lệ sử dụng “Tuyên bố” cao hơn so với giai đoạn trước cho thấy các tác giả tập trung vào việc khẳng định những vấn đề còn tồn tại, những câu hỏi chưa được giải đáp, hoặc những hướng nghiên cứu mới.

Việc “Thừa nhận” được sử dụng nhiều hơn “Trao đổi” chỉ ra rằng các tác giả đang tập trung vào việc trích dẫn và tham khảo các nghiên cứu trước đó để làm rõ những gì đã được biết về vấn đề nghiên cứu. Điều này giúp họ xác định rõ hơn những khoảng trống kiến thức, những câu hỏi chưa được trả lời, hoặc những hạn chế của các nghiên cứu trước đó, từ đó tạo cơ sở vững chắc cho sự cần thiết và tính mới của nghiên cứu hiện tại. Ví dụ:

“Aktas et al. (2010) argue that negotiation in M&A is under the threat of following-up auctions” (BTA19) (Aktas và cộng sự (2010) biện luận rằng đàm phán trong M&A có thể bị ảnh hưởng bởi các cuộc đấu giá tiếp theo.)

Trong ví dụ này, tác giả trình bày luận điểm chính của nghiên cứu trước đó làm cơ sở chỉ ra khoảng trống nghiên cứu, rằng có thể còn những khía cạnh khác của đàm phán M&A chưa được nghiên cứu kỹ, hoặc có thể có những yếu tố khác ảnh hưởng đến quá trình đàm phán ngoài các cuộc đấu giá tiếp theo.

Lấp đầy khoảng trống nghiên cứu (Occupying the niche):

Trong hành động tu từ cuối cùng, chiến lược Thu hẹp tiếp tục chiếm vị trí chủ đạo với 39,19%. Bên cạnh đó, khác với hành động tu từ trước, Trao đổi chiếm một tỉ lệ khá lớn (16,65%) và đồng thời cao hơn Thừa nhận (5,2%). Trong giai đoạn cuối cùng này, các tác giả tập trung vào việc trình bày và bảo vệ những đóng góp cụ thể của nghiên cứu. Sự gia tăng đáng kể trong việc sử dụng “Trao đổi” và giảm thiểu việc sử dụng “Thừa nhận” cho thấy các tác giả đang chủ động thảo luận, so sánh và đối chiếu nghiên cứu của mình với những công trình khác. Điều này nhằm mục đích làm nổi bật tính mới, sự đóng góp và sự khác biệt của nghiên cứu, đồng thời củng cố vị thế của nó trong lĩnh vực kinh tế. Mặc dù “Thu hẹp” vẫn là chiến lược chính, việc sử dụng “Mở rộng” tăng lên cho thấy các tác giả đang mở rộng phạm vi thảo luận, kết nối nghiên cứu của họ với những vấn đề rộng lớn hơn hoặc đưa ra những hàm ý và ứng dụng tiềm năng. Ví dụ sau là một trường hợp điển hình của Tranh biện mở rộng trong dữ liệu:

“The economic structure of the settlement contract thus encodes vital information that the regulator can exploit to police horizontal settlements efficiently.” (BTA18) (Do đó, cấu trúc kinh tế của hợp đồng dàn xếp chứa đựng thông tin quan trọng mà cơ quan quản lý có thể khai thác để giám sát các thỏa thuận dàn xếp ngang một cách hiệu quả).

Trong ví dụ trên, tác giả “Trao đổi” (Entertain) vì tác giả không muốn khẳng định một cách tuyệt đối mà để ngỏ cho sự thảo luận và tranh luận thêm, thể hiện tính khách quan và tôn trọng đối với những quan điểm khác. Điều này giúp củng cố vị thế của nghiên cứu trong lĩnh vực và chứng minh tính đóng góp của nó vào sự phát triển của kiến thức chung.

Nhìn chung, sự phân bố các ngôn ngữ Tranh biện trong mở đầu cho thấy một quá trình chuyển đổi từ việc giới hạn và làm rõ phạm vi nghiên cứu sang việc khẳng định vị thế và đóng góp của nghiên cứu. Mặc dù chiến lược Thu hẹp chiếm ưu thế trong phần mở đầu, nhưng sự gia tăng của chiến lược Xác nhận ở hành động tu từ thứ hai, và “Trao đổi” ở hành động tu từ thứ 3 cho thấy sự linh hoạt trong cách các tác giả tương tác với các quan điểm khác và xây dựng lập luận của mình với từng hành động tu từ ở phần mở bài.

4. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu đã cho thấy cách sử dụng ngôn ngữ tranh biện tinh tế trong phần mở đầu của các bài báo khoa học kinh tế tiếng Anh của các nhà nghiên cứu và học giả. Xu hướng chủ đạo là sử dụng các chiến lược Thu hẹp, đặc biệt là Từ bỏ và Phản bác, nhằm tạo ra một không gian rõ ràng cho nghiên cứu và thuyết phục người đọc về tính mới và sự cần thiết của nó. Kết quả này một lần nữa khẳng định đặc điểm của diễn ngôn khoa học với mục đích của các tác giả là chứng minh sự đóng góp của họ vào lĩnh vực nghiên cứu (Swales, 1990).

Tuy nhiên, việc sử dụng các chiến lược Mở rộng, đặc biệt là Thừa nhận và Trao đổi, cũng cho thấy sự linh hoạt trong cách các tác giả tương tác với các quan điểm khác. Việc thừa nhận các nghiên cứu trước đó và xem xét các quan điểm khác nhau giúp tạo dựng lòng tin và thể hiện sự khách quan, đồng thời tạo cơ sở cho việc phát triển các lập luận mới và cụ thể hơn là cơ sở đưa ra lỗ hổng trong nghiên cứu trong phần mở đầu của bài báo khoa học (Chang & Schleppegrell, 2011). Điều này cũng phù hợp với quan điểm của (Hyland, 2004, 2013) về tầm quan trọng của việc xây dựng mối quan hệ với độc giả trong diễn ngôn khoa học.

Sự phân bố các chiến lược tranh biện qua ba hành động tu từ (Swales, 1990, 2013) cho thấy một quá trình chiến lược trong việc xây dựng lập luận. Trong hành động tu từ “Thiết lập lĩnh vực nghiên cứu”, các tác giả tập trung vào việc giới hạn phạm vi nghiên cứu và chỉ ra những hạn chế của các nghiên cứu trước đó, tạo nền tảng cho việc giới thiệu nghiên cứu của mình bằng các chiến lược “Từ bỏ” và “Trao đổi”. Trong hành động tu từ “Thiết lập khoảng trống nghiên cứu”, họ bắt đầu đồng thời khẳng định tính mới của nghiên cứu hiện tại, tương tự như những gì Deng và cộng sự (2021) đã tìm thấy trong nghiên cứu của họ về diễn ngôn giới thiệu bài báo nghiên cứu. Cuối cùng, trong hành động tu từ “Trình bày nghiên cứu hiện tại”, họ tập trung vào việc trình bày kết quả và sử dụng gia tăng phát ngôn Trao đổi.

Nghiên cứu này đã mở rộng hiểu biết về cách các nhà kinh tế sử dụng ngôn ngữ Tranh biện để thuyết phục người đọc và định vị nghiên cứu của họ trong lĩnh vực. Kết quả nghiên cứu có thể có ý nghĩa thực tiễn đối với việc giảng dạy và học tập viết bài báo khoa học, đặc biệt là trong lĩnh vực kinh tế. Việc hiểu rõ các chiến lược Tranh biện và cách chúng được sử dụng trong các bài báo khoa học có thể giúp các nhà nghiên cứu mới vào nghề nâng cao kỹ năng viết và giao tiếp hiệu quả hơn trong cộng đồng khoa học.

Kết quả nghiên cứu phần nào phù hợp với các nghiên cứu trước đây cho thấy sự ưu tiên của các chiến lược Thu hẹp trong diễn ngôn khoa học, tuy nhiên với các ngành khoa học khác nhau thì mức độ sử dụng tiểu loại cũng khác nhau (Cheng & Unsworth, 2016; Geng & Wharton, 2016). Nghiên cứu này cũng chỉ ra tầm quan trọng của các Tranh biện Mở rộng trong việc tạo dựng lòng tin và thuyết phục người đọc, tương tự như những gì (Hyland & Jiang, 2017) đã nhấn mạnh.

Tuy nhiên, nghiên cứu chỉ tập trung vào phần mở đầu của bài báo, trong khi ngôn ngữ Tranh biện cũng có thể được sử dụng ở các phần khác. Các nghiên cứu tiếp theo có thể phân tích ngôn ngữ Tranh biện trong toàn bộ bài báo khoa học. Ngoài ra, các nghiên cứu cũng có thể so sánh việc sử dụng ngôn ngữ Tranh biện giữa các lĩnh vực khoa học khác nhau hoặc giữa các tác giả có trình độ chuyên môn khác nhau (Hyland & Jiang, 2017).

5. Kết luận

Nghiên cứu này đã khảo sát việc sử dụng ngôn ngữ Tranh biện (Martin & White, 2005) trong phần mở đầu của các bài báo khoa học kinh tế tiếng Anh. Kết quả cho thấy các tác giả chủ yếu sử dụng các chiến lược Thu hẹp, đặc biệt là Từ bỏ và Phản bác, để tạo ra một không gian rõ ràng cho nghiên cứu của họ và thuyết phục người đọc về tính mới và sự cần thiết của nó. Tuy nhiên, các chiến lược Mở rộng, đặc biệt là Thừa nhận và Trao đổi, cũng được sử dụng để thể hiện sự công bằng và khách quan, đồng thời tạo cơ sở cho việc phát triển lập luận. Sự phân bố các chiến lược này thay đổi qua các hành động tu từ lập luận, phản ánh quá trình chiến lược của tác giả trong việc xây dựng lập luận.

Nghiên cứu này đã đóng góp vào sự hiểu biết về cách các nhà kinh tế sử dụng ngôn ngữ tranh biện để thuyết phục người đọc và định vị nghiên cứu của họ. Những phát hiện này có thể có ý nghĩa thực tiễn cho việc giảng dạy và học tập viết bài báo khoa học, đặc biệt là trong lĩnh vực kinh tế. Bằng cách hiểu rõ các chiến lược Tranh biện và cách chúng được sử dụng hiệu quả, các nhà nghiên cứu trẻ có thể nâng cao kỹ năng viết và giao tiếp của mình, từ đó tăng khả năng công bố và được công nhận trong cộng đồng khoa học.

Tuy nhiên, nghiên cứu này cũng có những hạn chế nhất định vì chỉ tập trung vào phần mở đầu của bài báo kinh tế. Do đó, các nghiên cứu tiếp theo có thể và phân tích ngôn ngữ Tranh biện trong toàn bộ bài báo, cũng như so sánh việc sử dụng ngôn ngữ tranh biện giữa các lĩnh vực khoa học khác nhau.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Alotaibi, H. S., & Arabi, H. (2020), Taking Authorial Stance in Arabic Research Articles Introductions. *International Journal of Arabic-English Studies*, 20(2), 41-62. <https://doi.org/https://doi.org/10.33806/ijaes2000.20.2.2>
2. Amornrattanasirichok, S., & Jaroongkhongdach, W. (2017), *Engagement in literature reviews of Thai and international research articles in applied linguistics*. http://sola.kmutt.ac.th/dral2017/proceedings/5-6Additional/312-327_Engagement%20in%20literature%20reviews_Supattra%20Amornrattanasirichok%20and%20%20Woravut%20Jaroongkhongdach.pdf
3. Bakhtin, M. M. (1981), *The Dialogic Imagination Four Essays*. University of Texas Press.
4. Bhatia, V. K. (1993), Genre analysis: Step by step.
5. Chang, P., & Schleppegrell, M. (2011), Taking an effective authorial stance in academic writing: Making the linguistic resources explicit for L2 writers in the social sciences. *Journal of English for Academic Purposes*, 10(3), 140-151. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jeap.2011.05.005>.
6. Cheng, F.-W., & Unsworth, L. (2016), Stance-taking as negotiating academic conflict in applied linguistics research article discussion sections. *Journal of English for Academic Purposes*, 24, 43-57. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jeap.2016.09.001>.
7. Deng, L. và cộng sự. (2021). A genre-based exploration of intertextuality and interdiscursivity in advertorial discourse. *English for Specific Purposes*, 62, 30-42. <https://doi.org/10.1016/j.esp.2020.11.003>.
8. Fryer, D. L. (2013), Exploring the dialogism of academic discourse: Heteroglossic Engagement in medical research articles. In *English corpus linguistics: Variation in time, space and genre* (pp. 183-207). Brill. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1163/9789401209403_011.
9. Geng, Y., & Wharton, S. (2016), Evaluative language in discussion sections of doctoral theses: Similarities and differences between L1 Chinese and L1 English writers. *Journal of English for Academic Purposes*, 22, 80-91. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jeap.2016.01.001>.
10. Hood, S. (2010), *Appraising research: Taking a stance in academic writing*. University of Technology.
11. Hyland, K. (2004), *Disciplinary discourses, Michigan classics ed.: Social interactions in academic writing*. University of Michigan Press.
12. Hyland, K. (2013), Corpora, innovation and English language education. In *Innovation and change in English language education* (pp. 218-232). Routledge.
13. Hyland, K. (2016), Stance and engagement: a model of interaction in academic discourse. *Discourse Studies*, 7(2), 173-192. <https://doi.org/10.1177/1461445605050365>.

14. Hyland, K., & Jiang, F. (2017), Is academic writing becoming more informal? *English for Specific Purposes*, 45, 40-51. <https://doi.org/10.1016/j.esp.2016.09.001>.
15. Hyland, K., & Talk. (1998). Boosting, hedging and the negotiation of academic knowledge. *Text & Talk*, 18(3), 349-382.
16. Hyland Ken, & Polly, T. (2004), Metadiscourse in academic writing: A reappraisal. *Applied Linguistics*, 25(2), 156-177. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/applin/25.2.156>.
17. Jiang, F., & Hyland, K. (2022), "The datasets do not agree": Negation in research abstracts. *English for Specific Purposes*, 68, 60-72. <https://doi.org/10.1016/j.esp.2022.06.003>
18. Loghmani, Z. và cộng sự. (2020). Engagement in doctoral dissertation discussion sections written by English native speakers. *Journal of English for Academic Purposes*, 45. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jeap.2020.100851>.
19. Loi, C.-K. và cộng sự. (2016), Expressing an evaluative stance in English and Malay research article conclusions: International publications versus local publications. *Journal of English for Academic Purposes*, 21, 1-16. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jeap.2015.08.004>.
20. Martin, J. R., & White, P. R. (2005), *The Language of Evaluation: Appraisal in English*. Palgrave Macmillan.
21. Swales, J. (1990), *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge university press.
22. Swales, J. (2013), *Research Genres_ Explorations and Applications*. Cambridge.
23. Zolfaghari, F. (2023), The rhetoric of negation in research articles: A cross-disciplinary analysis of appraisal resources. *English for Specific Purposes*, 70, 192-206. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.esp.2022.12.007>.

Engagement language in the introduction section of English economic research articles

Abstract: This study investigates the use of dialogic engagement in the introductions of English-language economics research articles, employing Martin and White's (2005) Engagement framework and Swales' (1990) CARS model. The findings reveal a tendency among authors to utilize Contracting engagement resources, particularly Disclaim, to create a niche for their new research and persuade readers of its necessity. However, Expanding engagement resources, such as Acknowledge and Entertain, are also employed to demonstrate fairness, objectivity, and establish a foundation for argument development. The distribution of these strategies varies across the rhetorical moves of the CARS model, reflecting the authors' strategic process of argument construction. This research contributes to the understanding of how economists use dialogic engagement in their writing.

Key words: Engagement language; appraisal language; scientific articles; economics; the CARS model.