

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ

NGUYỄN HỒNG LIÊN

THỂ HIỆN ĐA THỨC
ẨM THỰC ĐƯỜNG PHỐ VIỆT NAM
TRONG CÁC VIDEO ĐÁNH GIÁ TRÊN YOUTUBE

Chuyên ngành: Ngôn ngữ Anh

Mã: 9220201.01

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

HÀ NỘI, 2026

Luận án được hoàn thành tại:
Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội

Người hướng dẫn khoa học:
1. GS. Nguyễn Hòa
2. TS. Nguyễn Thị Hương Lan

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Phản biện 3:

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án tiến sĩ
hợp tại: Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội
vào hồi giờ ngày tháng năm

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam.
- Trung tâm Thông tin - Thư viện, Đại học Quốc gia Hà Nội.

DANH MỤC CÁC BÀI BÁO, CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN

1. Nguyen Hong Lien (2023). A case study of paralinguistic in videos about Vietnam's Tet holiday: An approach from Systemic Functional Linguistics theory, *Proceedings of 2023 International Graduate Research Symposium (IGRS 2023)*, pp.547-557.VNUP
2. Nguyen Hong Lien (2023). Book review: Modelling paralinguistic using systemic functional semiotics: theory and application, *VNU Journal of Foreign Studies*, 39(4), 148-152. <https://doi.org/10.63023/2525-2445/jfs.ulis.5148>
3. Nguyen Hong Lien (2024). Multimodal metaphors in videos about Vietnamese street food: A case study, *Proceedings of 2024 International Graduate Research Symposium (IGRS 2024)*, pp.326-338.VNUP
4. Nguyen Hong Lien & Nguyen Thi Hoai (2024). Attitude resources in videos about Vietnamese cuisine: An approach from appraisal theory, *Proceedings of International Conference on Trends of Modern Linguistics: Theoretical and Applied*, pp.673-680.VNUP
5. Nguyen Hong Lien (2025). From street to screen: Exploring ideational meaning in Vietnamese street food videos via Multimodal Discourse Analysis, *Proceedings of International Conference on "Functional Linguistics and Multimodality"*, pp.376-393. VNUP
6. Nguyen Hong Lien (2025). Street food as cuisine: A multimodal discourse analysis of Vietnamese street food, *Proceedings of International Conference on Language, Media and Culture*, pp.306-325.VNUP
7. Nguyen Hong Lien (2025). The exotic and the explorer: A multimodal analysis of identity construction in a Vietnamese street food review video, *HNUE Journal of Science*, 70(4), 3-15. <https://doi.org/10.18173/2354-1067.2025-0052>
8. Nguyen Hong Lien & Duong Thu Ha (2025). Multimodal mechanisms to engage viewers in appreciating Vietnamese street food in a food review video, *HUFLIS Journal of Inquiry into Languages and Cultures*, 9(3), 370-391. <https://doi.org/10.63506/jilc.0903.357>
9. Nguyen Hong Lien & Duong Thu Ha (2025). Applying the Multimodal Discourse Analysis approach to explore the representation of Vietnamese street food in extracts of food review videos on a social network platform (Vận dụng đường hướng phân tích diễn ngôn đa phương thức để tìm hiểu sự biểu hiện của ẩm thực đường phố Việt Nam trong các trích đoạn video đánh giá ẩm thực trên mạng xã hội); [University-level research project, Hanoi National University of Education, Hanoi].

CHƯƠNG I: MỞ ĐẦU

1.1. Lí do lựa chọn đề tài nghiên cứu

Ẩm thực đường phố Việt Nam rất được ưa chuộng trên toàn thế giới và đã khẳng định được vị thế trên bản đồ ẩm thực quốc tế. Vượt ra ngoài sức hấp dẫn về mặt vị giác, ẩm thực đường phố Việt Nam còn đóng vai trò như một văn bản văn hóa, qua đó bản sắc dân tộc, đời sống thường nhật và các giá trị xã hội được thể hiện một cách rõ nét. Tuy nhiên, trong kỷ nguyên số đương đại, các ý nghĩa văn hóa này không còn chỉ được kiến tạo đơn thuần qua những không gian vật lý. Trong bối cảnh kỹ thuật số rộng lớn hiện nay, YouTube đã nổi lên như một công cụ chuyên dụng mạnh mẽ; những đặc tính kỹ thuật của nền tảng này đã biến YouTube trở thành không gian then chốt để kiến tạo và lan truyền các ý nghĩa của ẩm thực đường phố Việt Nam. Nhận thức được tiềm năng này, Chính phủ Việt Nam đã chú trọng phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch ẩm thực, bằng cách tận dụng sức mạnh của các mạng lưới và phương tiện truyền thông xã hội. Theo đó, những người có sức ảnh hưởng trên mạng xã hội, các blogger du lịch hay những nhà sáng tạo nội dung ngày càng được coi là những nhân tố quan trọng đóng góp vào sự tăng trưởng của ngành du lịch Việt Nam nhờ tác động mạnh mẽ của họ đối với việc lựa chọn hành trình của người theo dõi. Thêm vào đó, nhờ bản chất đa phương thức của video, phương pháp phân tích đa phương thức nói chung và phân tích diễn ngôn đa phương thức (MDA) nói riêng trở thành công cụ đắc lực để nghiên cứu các video về ẩm thực đường phố trên YouTube. MDA cho phép các nhà nghiên cứu phân tích đồng thời nhiều phương thức giao tiếp khác nhau (như hình ảnh, ngôn ngữ, cận ngôn ngữ, v.v.) để hiểu rõ cách thức ý nghĩa được kiến tạo và truyền tải. Tuy nhiên, các nghiên cứu về ẩm thực đường phố Việt Nam trong các video đánh giá trên YouTube vẫn còn rất khan hiếm ở cả trong và ngoài nước. Việc giải quyết khoảng trống nghiên cứu này là vô cùng cần thiết, bởi một nghiên cứu như vậy không chỉ cung cấp cái nhìn sâu sắc về cách ẩm thực đường phố Việt Nam được thể hiện và tiếp nhận trên toàn cầu, mà còn góp phần định hướng cho các chiến lược marketing du lịch phù hợp với chính sách quảng bá văn hóa quốc gia.

Để giải quyết những vấn đề nêu trên, tác giả thực hiện nghiên cứu với đề tài: **“THỂ HIỆN ĐA THỨC ẨM THỰC ĐƯỜNG PHỐ VIỆT NAM TRONG CÁC VIDEO ĐÁNH GIÁ TRÊN YOUTUBE”**

1.2. Mục đích và mục tiêu của nghiên cứu

Mục tiêu tổng quát của nghiên cứu này là xem xét cách thức ẩm thực đường phố Việt Nam được thể hiện và kiến tạo đa phương thức trên mạng xã hội,

trong đó trọng tâm cụ thể là các video đánh giá bằng tiếng Anh trên nền tảng YouTube.

Để đạt được mục tiêu này, nghiên cứu thực hiện các nhiệm vụ cụ thể sau:

- Phân tích cơ chế tương tác giữa các phương thức ngôn ngữ, hình ảnh và cận ngôn ngữ nhằm xây dựng sự thể hiện ẩm thực đường phố Việt Nam trong các video đánh giá trên YouTube;
- Xem xét cách thức các phương thức ngôn ngữ, hình ảnh và cận ngôn ngữ phối hợp với nhau để thu hút người xem và khơi gợi sự trân trọng đối với ẩm thực đường phố Việt Nam;
- Tìm hiểu cách thức sự thể hiện đa phương thức của ẩm thực đường phố Việt Nam nhằm hiện thực hóa các bản sắc ẩm thực khác nhau trong thể loại video đánh giá ẩm thực.

1.3. Câu hỏi nghiên cứu

Nghiên cứu tập trung giải quyết câu hỏi tổng quát: Ẩm thực đường phố Việt Nam được thể hiện và kiến tạo đa phương thức như thế nào trong các video đánh giá bằng tiếng Anh trên YouTube?

Câu hỏi tổng quát này được cụ thể hóa thành ba câu hỏi nghiên cứu như sau:

- **Câu hỏi 1:** Các phương thức ngôn ngữ, hình ảnh và cận ngôn ngữ được phối hợp như thế nào để xây dựng sự thể hiện cho ẩm thực đường phố Việt Nam?
- **Câu hỏi 2:** Các phương thức ngôn ngữ, hình ảnh và cận ngôn ngữ phối hợp với nhau như thế nào để thu hút người xem và thúc đẩy sự trân trọng đối với ẩm thực đường phố Việt Nam?
- **Câu hỏi 3:** Các bản sắc của ẩm thực đường phố Việt Nam được hiện thực hóa như thế nào thông qua sự thể hiện đa phương thức trong các video đánh giá ẩm thực trên YouTube?

1.4. Phương pháp và phạm vi nghiên cứu

Nghiên cứu này dựa trên nền tảng Phân tích Diễn ngôn Đa phương thức (MDA), với Ký hiệu học Xã hội và Ngôn ngữ học Chức năng Hệ thống (SFL) đóng vai trò là các cơ sở lý luận then chốt. Nhiệm vụ nghiên cứu thứ nhất được thực hiện thông qua việc phân tích siêu chức năng ý niệm nhằm làm sáng tỏ cách các đặc điểm đa dạng của ẩm thực đường phố Việt Nam được kiến tạo và thể hiện. Nhiệm vụ nghiên cứu thứ hai được thực hiện bằng cách tập trung vào siêu chức năng liên nhân để đánh giá cách các nguồn lực đa phương thức này được sử dụng nhằm thu hút người xem và nuôi dưỡng sự trân trọng đối với ẩm

tượng ẩm thực. Quá trình này bao gồm việc xem xét chi tiết sự tương tác giữa các mô tả bằng ngôn ngữ, hình ảnh và các yếu tố cận ngôn ngữ trong việc cấu thành ý nghĩa. Để đạt được nhiệm vụ nghiên cứu thứ ba, một quy trình phân tích chủ đề phản tư hệ thống được thực hiện dựa trên khung lý thuyết bản sắc của van Leeuwen (2022) đã được hiệu chỉnh. Phương pháp định tính này cho phép xác định và phân loại các mô hình có tính lặp lại thông qua cả diễn dịch và quy nạp, từ đó khám phá các bản sắc của ẩm thực đường phố Việt Nam thông qua sự tương tác giữa các phương thức ngôn ngữ, hình ảnh và cận ngôn ngữ.

1.5. Ý nghĩa của nghiên cứu

Về mặt lý luận, nghiên cứu này đóng góp đáng kể vào sự phát triển của lĩnh vực Phân tích Diễn ngôn Đa phương thức (MDA), đặc biệt là thông qua việc vận dụng Ký hiệu học Xã hội vào việc phân tích nội dung video trực tuyến. Về mặt phương pháp luận, nghiên cứu đề xuất một quy trình tiếp cận hệ thống và có khả năng nhân rộng đối với các nghiên cứu định tính về diễn ngôn video trực tuyến. Về mặt thực tiễn, các kết quả của nghiên cứu mang lại những ý nghĩa quan trọng cho nhiều bên liên quan, từ các nhà sáng tạo nội dung, những người có sức ảnh hưởng trong lĩnh vực ẩm thực kỹ thuật số cho đến các cơ quan quản lý du lịch và các doanh nghiệp ẩm thực.

1.6. Cấu trúc luận án

Luận án bao gồm tám chương, bao gồm: Mở đầu, Tổng quan tài liệu, Phương pháp nghiên cứu, Sự phối hợp đa phương thức trong việc kiến tạo sự thể hiện ẩm thực đường phố Việt Nam, Sự phối hợp đa phương thức trong việc thu hút người xem và khơi gợi sự trân trọng đối với ẩm thực đường phố Việt Nam, Bản sắc của ẩm thực đường phố Việt Nam thông qua sự thể hiện đa phương thức, Thảo luận và Kết luận.

CHƯƠNG II: TỔNG QUAN TÀI LIỆU

2.1. Đánh giá ẩm thực trực tuyến

Truong và các cộng sự (2025) đã chỉ ra một số đặc điểm then chốt của các video đánh giá ẩm thực. Vlog (video blog) ẩm thực là một xu hướng nổi bật trên mạng xã hội, bao gồm các nội dung video do người dùng tự tạo nhằm tường thuật các trải nghiệm ăn uống với mục đích vừa giải trí cho người xem, vừa cung cấp thông tin về đồ ăn và thức uống. Các vlog ẩm thực thường đưa ra những góc nhìn cá nhân và chân thực, bao gồm các lời kể chi tiết, những đánh giá phê bình và đôi khi là cả cái nhìn của người trong cuộc, biến chúng thành

một phương tiện ưu việt cho những trải nghiệm ẩm thực trực tuyến mang tính nhập vai. Những video này tận dụng các yếu tố thị giác và thính giác để tác động vào các giác quan của người xem và trình diễn món ăn một cách hấp dẫn. Do đó, bản chất đa phương thức của video có khả năng thu hút sự chú ý của người xem đối với các loại hình đánh giá ẩm thực cụ thể.

2.2. Sự thể hiện và bản sắc của ẩm thực đường phố trong bối cảnh kỹ thuật số đa phương thức

2.2.1. Sự thể hiện và tính đa phương thức trong truyền thông kỹ thuật số

Trong nghiên cứu này, tác giả tiếp cận sự thể hiện (representation) như một thực hành tạo nghĩa, trong đó các nguồn lực ký hiệu như ngôn ngữ, hình ảnh hoặc cử chỉ được tổ chức một cách có chủ đích để kiến tạo nên những phiên bản thực tại cụ thể. Góc nhìn này dẫn dắt một cách tự nhiên đến tính đa phương thức, bởi sự thể hiện trong truyền thông kỹ thuật số hiếm khi chỉ dựa vào một phương thức duy nhất mà nảy sinh thông qua sự tương tác của nhiều nguồn lực ký hiệu khác nhau. Trong các bối cảnh truyền thông kỹ thuật số như các kênh YouTube về ẩm thực đường phố, sự thể hiện trở thành một không gian nơi các món ăn được dàn dựng, tường thuật, tương tác và lan truyền như những sản phẩm văn hóa thông qua đa phương thức, cho phép bản thân món ăn thể hiện bản sắc và ý nghĩa văn hóa thông qua sự thể hiện đa phương thức của nó.

2.2.2. Khái niệm bản sắc ẩm thực đường phố

Tác giả cho rằng bản sắc của ẩm thực đường phố (street food identity) là một khái niệm được kiến tạo về mặt xã hội, nảy sinh thông qua quá trình đàm phán liên tục giữa sự thể hiện mang tính trình diễn của người sáng tạo nội dung và sự tham gia, tương tác của người xem đối với sự thể hiện đó.

2.2.3. Bản sắc ẩm thực trong diễn ngôn ẩm thực đa phương thức kỹ thuật số

Ẩm thực gắn liền sâu sắc với việc hình thành bản sắc ở các cấp độ cá nhân, cộng đồng và quốc gia. Bản sắc của ẩm thực không nảy sinh đơn thuần từ nguyên liệu hay hương vị, mà từ các thực hành chế biến, các câu chuyện văn hóa, sự quảng bá của các tổ chức và sự thể hiện thông qua truyền thông. Do đó, việc hiểu về bản sắc ẩm thực đòi hỏi sự chú trọng vào các quá trình ký hiệu học, diễn ngôn và đa phương thức, qua đó ẩm thực được thể hiện, đánh giá và trở nên có ý nghĩa trong các bối cảnh truyền thông đương đại.

2.2.4. Khung phân tích để tìm hiểu bản sắc ẩm thực đường phố

Nghiên cứu này tích hợp phiên bản điều chỉnh của Chu trình văn hóa của Hall (2013) với khung lý thuyết bản sắc ký hiệu học xã hội của van Leeuwen (2022)

nhằm thiết lập một mô hình phân tích thống nhất để xem xét cách thức các bản sắc ẩm thực đường phố Việt Nam được kiến tạo trong các video đánh giá ẩm thực trên YouTube. Mô hình của Hall cung cấp logic văn hóa ở cấp độ vĩ mô về quá trình tạo nghĩa, quan niệm sự thể hiện như một quy trình động gắn liền với việc tạo ra, lan truyền và diễn giải. Tuy nhiên, định dạng nguyên bản của chu hình này chưa đủ nhạy bén với bản chất đa phương thức và đặc thù nền tảng của diễn ngôn ẩm thực kỹ thuật số. Bằng cách điều chỉnh chu trình này thành năm mômen phù hợp để phân tích, bao gồm: *Creation*, *Multimodal representation*, *Engagement*, *Norm* và *Food/Identity*, nghiên cứu này gắn kết chu trình văn hóa của Hall với các đặc tính kỹ thuật và thực hành của YouTube. Khung lý thuyết của van Leeuwen cung cấp các mô hình ký hiệu ở cấp độ vi mô, qua đó bản sắc được hiện thực hóa. Khung lý thuyết này tái định hình bản sắc như một tiềm năng ý nghĩa được thực hiện thông qua các lựa chọn ký hiệu. Bằng cách điều chỉnh các loại hình bản sắc của van Leeuwen từ đối tượng con người sang ẩm thực (bao gồm *Bản sắc Cộng đồng - Communal*, *Đặc thù - Particularized*, *Chức năng - Functional* và *Lối sống - Lifestyle*), nghiên cứu kết nối việc hình thành bản sắc với sự thể hiện đa phương thức và sự tham gia của người xem trong chu trình đã điều chỉnh. Tóm lại, hai mô hình này hoạt động bổ trợ cho nhau: khung lý thuyết của Hall giải thích nơi nào và tại sao các ý nghĩa được lan truyền trong văn hóa kỹ thuật số, trong khi khung lý thuyết của van Leeuwen giải thích cách thức ẩm thực đường phố thể hiện bản sắc thông qua việc phối hợp các nguồn lực đa phương thức.

2.3. Ký hiệu học xã hội là hướng tiếp cận được lựa chọn cho nghiên cứu

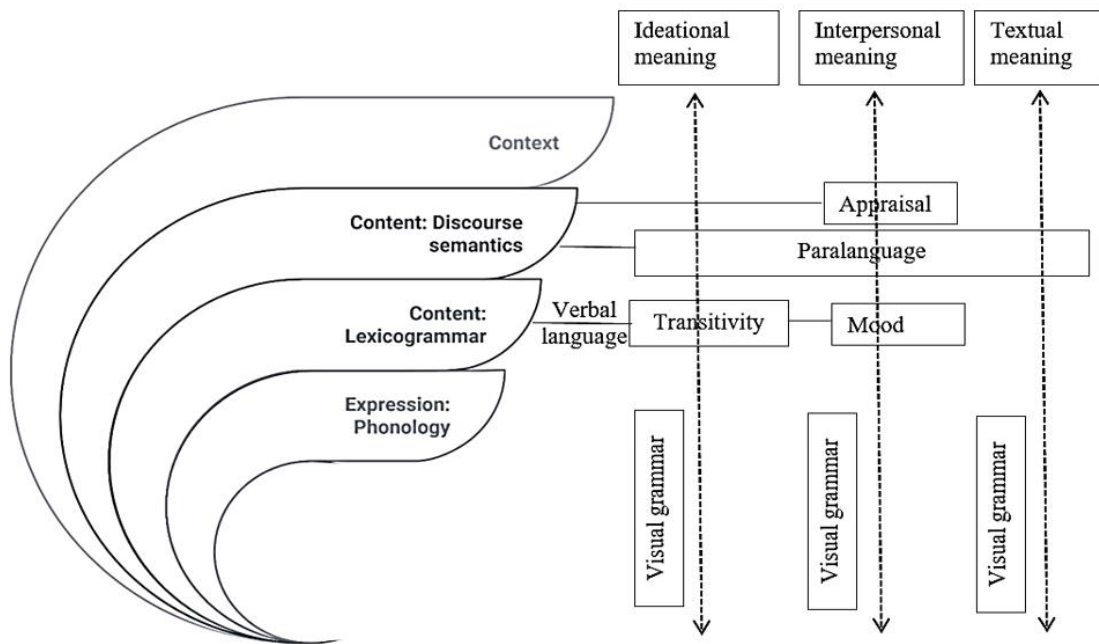
Nghiên cứu này lựa chọn Ký hiệu học xã hội (Social Semiotics) làm phương pháp phân tích chính vì nó cung cấp một khung lý thuyết vững chắc để phân tích quá trình tạo nghĩa trong các văn bản đa phương thức. Hơn nữa, Ký hiệu học xã hội quan niệm mọi hoạt động giao tiếp đều là một hành vi xã hội, làm nổi bật mối quan hệ giữa sự thể diện, bản sắc và giá trị.

2.4. Các nguồn lực tạo nghĩa được khảo sát trong nghiên cứu

Nghiên cứu khảo sát ba phương thức trong các video đánh giá ẩm thực trên YouTube: phương thức ngôn ngữ (verbal mode), phương thức hình ảnh (visual mode) và phương thức cận ngôn ngữ (paralinguistic mode).

Hình 2.3

Mối quan hệ giữa các nguồn lực ngôn ngữ, hình ảnh và cận ngôn ngữ trong nghiên cứu



2.5. Tóm tắt các lý thuyết dựa trên Ngôn ngữ học Chức năng Hệ thống được khảo sát trong nghiên cứu

Bảng 2.8

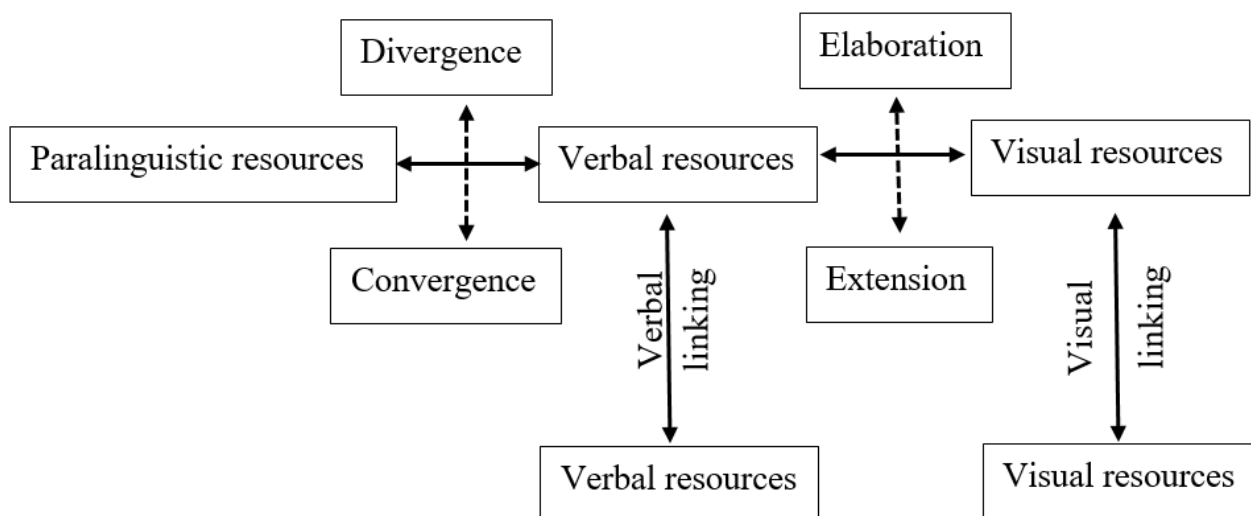
Tóm tắt các lý thuyết chính về nguồn lực tạo nghĩa được sử dụng trong nghiên cứu

Siêu chức năng	Nguồn lực ngôn ngữ	Nguồn lực hình ảnh	Nguồn lực cận ngôn ngữ
Chức năng ý niệm / thể diện	Hệ thống Chuyển tác (Halliday & Matthiessen, 2004)	Các quá trình khái niệm / tự sự (Kress & van Leeuwen, 2021)	Hình dáng bàn tay; Chuyển động của tay hoặc cánh tay (Ngo et al., 2022)
Chức năng liên nhân / tương tác	Hệ thống thức (Halliday & Matthiessen, 2004); Khung lý thuyết Đánh giá – Thái độ (Martin & White, 2005)	Các thành tố tham gia; Khoảng cách; Thái độ; Ánh mắt (Kress & van Leeuwen, 2021)	Biểu cảm khuôn mặt; Biểu cảm giọng nói (Ngo et al., 2022)

2.5.6. Mô hình phối hợp đa phương thức được điều chỉnh

Hình 2.4

Mô hình phối hợp đa phương thức được điều chỉnh



CHƯƠNG III: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu này vận dụng hệ hình diễn giải - kiến tạo định tính làm nền tảng triết học, thừa nhận rằng ý nghĩa trong sự thể hiện của âm thực đường phố nảy sinh thông qua sự diễn giải xã hội và kiến tạo ký hiệu học (Creswell & Creswell, 2018; Miyahara, 2020).

3.2. Lựa chọn và thu thập dữ liệu

3.2.1. Tiêu chí lựa chọn dữ liệu

Các tiêu chí sau đây đóng vai trò định hướng cho việc tìm kiếm ban đầu và sàng lọc các video trên YouTube: Tính liên quan, Độ phổ biến, Ngôn ngữ, Tính đa dạng và Tính sẵn có của tư liệu công khai.

3.2.2. Mô tả dữ liệu

Dữ liệu cuối cùng cho nghiên cứu này bao gồm ba video trên YouTube. Tất cả các video được chọn đều là nội dung về âm thực đường phố Việt Nam có lượt xem cao nhất từ các kênh tương ứng nhằm đảm bảo phạm vi tiếp cận và tác động đáng kể của chúng trong không gian âm thực trực tuyến. Ba kênh này (tất cả tên đều là bí danh) bao gồm:

- **Video 1** được đăng tải vào ngày 12 tháng 1 năm 2018; video này từ kênh Sobe đưa người xem vào một cuộc phiêu lưu khắp Hà Nội, Việt Nam, để tìm kiếm những món ăn đường phố cực kỳ hiếm và lạ. Với gần 18 triệu lượt xem và thời lượng 13 phút 7 giây, video mang đến một hành trình ẩm thực có sức lan tỏa rộng rãi.

- **Video 2** đến từ kênh Fora; video này được đăng tải vào ngày 3 tháng 8 năm 2017. Video hứa hẹn một chuyến tham quan ẩm thực đường phố đầy lôi cuốn tại Sài Gòn, Việt Nam, khám phá những địa điểm ẩm thực đường phố ẩn mình, bao gồm cả các lựa chọn cho bữa sáng đường phố và các món trứng. Video sở hữu khoảng 7 triệu lượt xem với thời lượng 22 phút 44 giây.

- **Video 3** từ kênh Mawi; video này được phát hành vào ngày 9 tháng 5 năm 2023 và tập trung vào năm trải nghiệm ẩm thực đường phố "phải ăn" và độc lạ tại Hà Nội, Việt Nam. Video đạt gần 5 triệu lượt xem và có thời lượng đáng kể là 40 phút 19 giây.

3.2.3. Quy trình thu thập dữ liệu

3.2.3.1. Đơn vị phân tích

Trong nghiên cứu này, phân cảnh (scene) được chọn làm đơn vị phân tích, được xác định chủ yếu bởi tính liên tục về không gian - thời gian. Mỗi video được phân chia thành các phân cảnh, ngoại trừ phần giới thiệu và phần kết thúc. Tổng cộng có 91 phân cảnh.

3.2.3.2. Chuyển soạn và chú giải đa phương thức

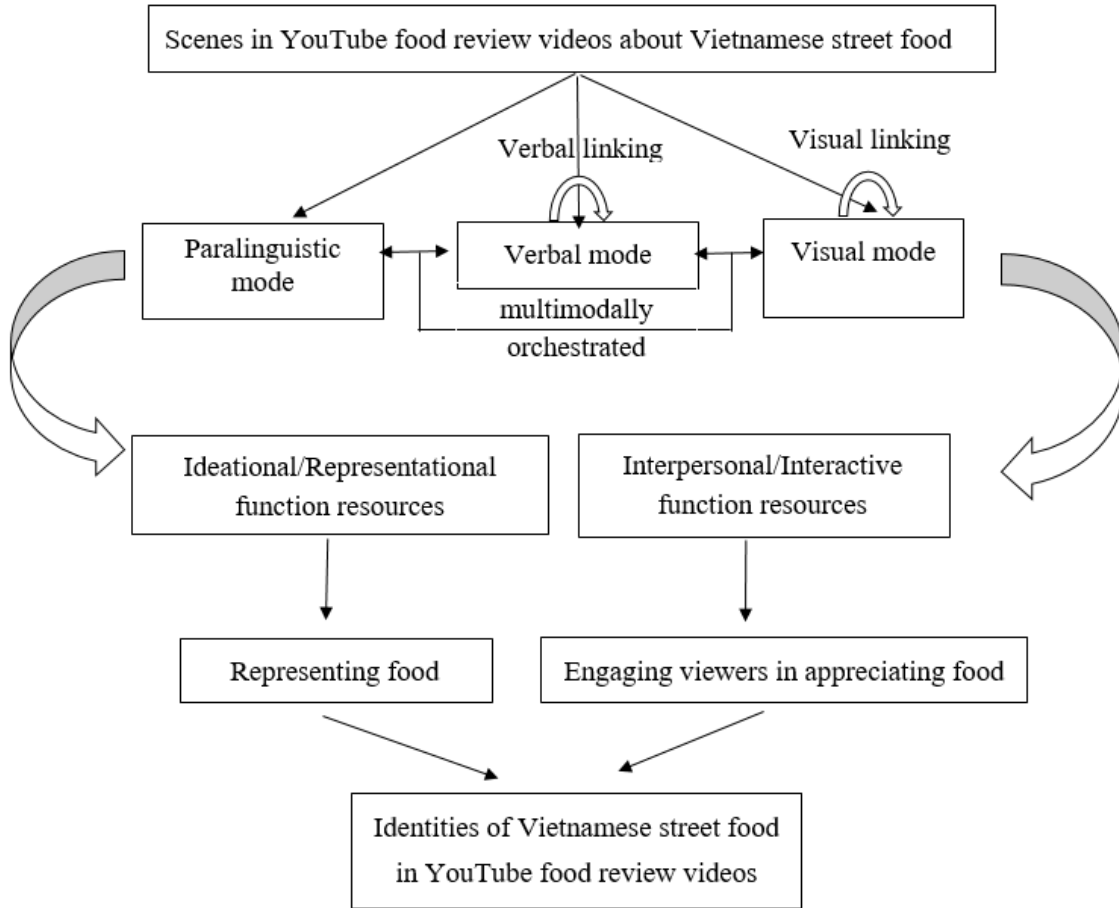
Nghiên cứu này vận dụng quan điểm của Norris (2019) rằng nên phân tích và thảo luận chuyên sâu một số khía cạnh then chốt được lựa chọn. Chỉ những khía cạnh có liên quan chặt chẽ nhất đến hiện tượng đang được nghiên cứu mới là trọng tâm của việc chú giải đa phương thức phức tạp (Zappavigna, 2019).

3.3. Phân tích dữ liệu

3.3.1. Khung phân tích của nghiên cứu

Figure 3.2

Khung phân tích của nghiên cứu



3.3.2. Quy trình phân tích dữ liệu

Thứ nhất, bộ dữ liệu cho nghiên cứu này bao gồm 91 phân cảnh trong ba video YouTube về ẩm thực đường phố Việt Nam. Thứ hai, toàn bộ nội dung ngôn ngữ, hình ảnh và cận ngôn ngữ đã được chuyển soạn và lưu trữ trong các tài liệu Excel. Tiếp theo, quá trình phân tích được tiến hành để giải quyết các câu hỏi nghiên cứu. Ở giai đoạn phân tích ban đầu, các phân cảnh được sắp xếp theo trình tự trong từng video để duy trì tính mạch lạc của câu chuyện và diễn tiến đặc thù của thể loại. Cách tổ chức theo trình tự thời gian này cho phép quan sát cách thức ý nghĩa mở ra theo thời gian, thông qua cấu trúc chung của các phân cảnh thiết lập bối cảnh giới thiệu, các trình tự ném thử và đánh giá cốt lõi, cùng phần thẩm định kết luận. Ở giai đoạn phân tích tiếp theo, các phân cảnh được tổ chức lại theo các chức năng ký hiệu chiếm ưu thế của chúng. Mỗi phân cảnh được xem xét dựa trên đóng góp chính của nó đối với sự thể hiện (RQ1),

sự thu hút người xem (RQ2) và kiến tạo bản sắc (RQ3). Các phân cảnh thiên về thể hiện làm nổi bật các đặc tính vật chất, cảm giác hoặc quy trình của ẩm thực đường phố như nguyên liệu, kỹ thuật chế biến, kết cấu/hương vị. Các phân cảnh hướng tới sự thu hút ưu tiên sự tương tác liên nhân bao gồm việc nói trực tiếp với người xem, đánh giá mang tính hiện thân, biểu lộ cảm xúc và các chiến lược được thiết kế để xây dựng uy tín và sự đồng cảm. Các phân cảnh hướng tới bản sắc là những phân cảnh trong đó ẩm thực đường phố được định vị một cách rõ ràng hoặc ngầm định trong các diễn ngôn rộng hơn về văn hóa, xã hội và lối sống như sự gắn kết cộng đồng, truyền thống, kỹ nghệ thủ công và du lịch. Cuối cùng, các kết quả được tổng hợp và tích hợp. Để thảo luận chi tiết trong luận án, các phân cảnh tiêu biểu đã được lựa chọn dựa trên tính thể hiện cho các mô hình đa phương thức có tính lặp lại, sự phong phú về dữ liệu phân tích, tính rõ ràng về chức năng và sự phân bổ trên toàn bộ dữ liệu.

CHƯƠNG 4

SỰ PHỐI HỢP ĐA PHƯƠNG THỨC TRONG VIỆC KIẾN TẠO

SỰ THỂ HIỆN ẨM THỰC ĐƯỜNG PHỐ VIỆT NAM

4.1. Thể hiện ẩm thực đường phố Việt Nam như một trải nghiệm cảm giác

4.1.1. *Thể hiện ẩm thực đường phố Việt Nam như một trải nghiệm cảm giác thông qua sự hội tụ của phương thức ngôn ngữ, hình ảnh và cận ngôn ngữ*

Phân tích cho thấy ẩm thực đường phố Việt Nam được thể hiện đa phương thức như một trải nghiệm cảm giác sâu sắc, trong đó ý nghĩa được kiến tạo thông qua sự tương tác của các nguồn lực ngôn ngữ, hình ảnh và cận ngôn ngữ. Xuyên suốt các phân cảnh, năm giác quan - thị giác, khứu giác, vị giác, xúc giác và thính giác - không chỉ đơn thuần được nhắc đến mà còn được trình diễn về mặt ký hiệu để biến món ăn thành một cuộc hội ngộ mang tính hiện thân và cảm xúc. Khi cả ba phương thức cùng hội tụ, các ý nghĩa cảm giác được hiện thực hóa một cách sinh động thông qua diễn đạt bằng lời, bằng chứng hình ảnh và sự hiện thân qua cử chỉ. Ngược lại, khi chỉ có phương thức ngôn ngữ và hình ảnh hoạt động, ý nghĩa được đạt tới thông qua việc "thấy và nói", với các tín hiệu hình ảnh và sự chính xác của ngôn ngữ bù đắp cho sự thiếu vắng của cử chỉ. Thông qua sự phối hợp cảm giác như vậy, sự thể hiện của ẩm thực đường phố Việt Nam vượt xa khỏi mô tả thuần túy để hiện thực hóa một nền văn hóa cảm giác sống động, mời gọi người xem nếm, nhìn, ngửi, nghe và cảm nhận các đặc tính của nó.

4.2. Thể hiện ẩm thực đường phố Việt Nam như một loại hình ẩm thực thường nhật gắn liền với truyền thống

Sự thể hiện ẩm thực đường phố Việt Nam như một thực thể gắn liền với truyền thống và ăn sâu vào đời sống hàng ngày nảy sinh thông qua sự tương tác năng động của tính nội ký hiệu (intrasemiosis) trong các phương thức ngôn ngữ và hình ảnh, cũng như tính liên ký hiệu (intersemiosis) giữa chúng. Các mô tả bằng ngôn ngữ thiết lập các chuỗi trải nghiệm mạch lạc, xác định cụ thể nơi món ăn được thưởng thức, các dụng cụ liên quan, các truyền thống lâu đời, các thời điểm trong ngày gắn liền với từng món ăn cụ thể và cách thức tiêu thụ. Những trình tự ngôn ngữ này được hỗ trợ bởi sự liên kết hình ảnh thông qua các khung hình tự sự hoặc khái niệm về các con ngõ, dụng cụ, cách bài trí nấu nướng, người bán hàng và môi trường ăn uống điển hình; những yếu tố này độc lập kiến tạo nên các ý nghĩa không gian, thời gian và văn hóa gắn kết. Khi kết hợp lại, các phương thức ngôn ngữ và hình ảnh tương hỗ lẫn nhau để tạo ra các liên kết cụ thể hóa, định vị mỗi thực hành văn hóa vào trong các phân cảnh cụ thể của đời sống thường nhật. Đáng chú ý, các yếu tố cận ngôn ngữ dưới dạng cử chỉ tay phần lớn không xuất hiện, chứng minh rằng đối với loại ý nghĩa kinh nghiệm này, các tín hiệu ngữ cảnh từ lời nói và bối cảnh đã là đủ, và các cử chỉ hiện thân đóng vai trò rất ít trong việc thể hiện cho các thực hành văn hóa thường nhật.

4.3. Thể hiện ẩm thực đường phố Việt Nam như sản phẩm của lao động lành nghề và kỹ nghệ thủ công cao

Phân tích chứng minh rằng ẩm thực đường phố Việt Nam được thể hiện như sản phẩm của lao động lành nghề và những người chế biến đầy tâm huyết. Thông qua sự hội tụ của các phương thức ngôn ngữ, hình ảnh và cận ngôn ngữ, các phân cảnh tập trung vào sự khéo léo và sự đầu tư về mặt cảm xúc của những người bán hàng - những người đã biến các nguyên liệu bình thường thành những món ăn đầy tính nghệ thuật. Trong khi phương thức ngôn ngữ nhấn mạnh vào chuyên môn thông qua các mô tả về tốc độ, sự cân bằng và khả năng kiểm soát, thì phương thức hình ảnh phô diễn các chuyển động nhịp nhàng và sự thuần thục trong quy trình. Ngoài ra, khi xuất hiện, các yếu tố cận ngôn ngữ củng cố những phẩm chất này thông qua các cử chỉ biểu cảm. Các phương thức này phối hợp với nhau để xây dựng một câu chuyện về kỹ nghệ và niềm tự hào trong kỹ năng thủ công cao. Về mặt nội ký hiệu, bằng cách sử dụng các liên kết hình ảnh và ngôn ngữ trong các phân cảnh chế biến, các video tập trung vào kỹ thuật tỉ mỉ và thái độ tận tâm của người bán hàng. Sự thể hiện đa phương thức

này đã nâng tầm ẩm thực đường phố Việt Nam vượt ra ngoài mục đích ăn uống đơn thuần, cuối cùng định hình nó như một loại hình nghệ thuật sống động nhằm tôn vinh giá trị của lao động.

4.4. Thể hiện ẩm thực đường phố Việt Nam như một thử thách ẩm thực

Phân tích tiết lộ rằng ẩm thực đường phố Việt Nam được thể hiện như một thử thách ẩm thực, đồng thời khơi gợi cả sự e sợ lẫn tinh thần cởi mở. Xuyên suốt các phân cảnh, sự tương tác của các nguồn lực ngôn ngữ, hình ảnh và cận ngôn ngữ đã kiến tạo hành vi ăn uống vừa như một bài kiểm tra sức chịu đựng, vừa như một cuộc giao thoa văn hóa. Các biểu đạt ngôn ngữ về sự do dự hoặc ghê sợ ("ghê", "đáng sợ") dần chuyển hóa thành những nhận xét mang tính phản tư và đồng cảm ("tư duy cởi mở", "văn hóa của người khác"). Điều này tạo thành một sự chuyển dịch nội ký hiệu mạch lạc từ sự e dè sang sự chấp nhận. Về mặt hình ảnh, các khung hình cận cảnh món ăn sống làm tăng cường độ cảm giác của thử thách, trong khi các khung hình tường thuật định vị các phản ứng vào trong một không gian xã hội và mang tính đối thoại. Các cử chỉ cận ngôn ngữ - dù vắng mặt hay biểu cảm - đều củng cố sự căng thẳng cảm xúc và quá trình thương lượng đầy ý nghĩa. Những phương thức này phối hợp nên một sự thể hiện về ẩm thực đường phố Việt Nam như một bài kiểm tra các giới hạn cá nhân và văn hóa, đồng thời là phương tiện để trau dồi sự thấu hiểu thông qua những cuộc hội ngộ.

CHƯƠNG 5

SỰ PHỐI HỢP ĐA PHƯƠNG THỨC TRONG VIỆC THU HÚT NGƯỜI XEM VÀ KHƠI GỢI SỰ TRÂN TRỌNG ĐỐI VỚI ẨM THỰC ĐƯỜNG PHỐ VIỆT NAM

5.1. Thu hút người xem thông qua khơi gợi sự tham gia

Sự tham gia của người xem có thể được xây dựng thông qua hai mô hình đa phương thức. Mô hình thứ nhất dựa trên sự đồng nhất về nghĩa giữa cả ba phương thức, trong đó mỗi phương thức đều củng cố cùng một lập trường liên nhân. Khi các thẩm định bằng ngôn ngữ, các tín hiệu biểu cảm khuôn mặt và các khung hình trung cảnh có sự liên kết liên ký hiệu, chúng cùng nhau cuốn hút người xem vào khoảnh khắc ném thử, khiến họ cảm thấy như đang cùng người dẫn chương trình trực tiếp trải nghiệm món ăn. Mô hình thứ hai đạt được sự lôi cuốn thông qua việc lược bỏ ngôn ngữ lời nói, thay vào đó, ý nghĩa liên

nhân nảy sinh từ sự hiện thực hóa song song của các tín hiệu hình ảnh và cận ngôn ngữ. Cùng với nhau, chúng chứng minh rằng sự tham gia có thể đạt được một cách mạnh mẽ ngay cả khi không cần đến các giải thích bằng ngôn từ.

5.2. Thu hút người xem thông qua xây dựng lòng tin

Những người đánh giá xây dựng lòng tin thông qua hai chiến lược đa phương thức hỗ trợ lẫn nhau nhằm củng cố uy tín của họ với tư cách là người tường thuật về ẩm thực đường phố Việt Nam. Trước hết, những người dẫn chương trình thiết lập tính xác thực thông qua sự thâm định đa phương thức đồng nhất. Mô hình này dựa trên sự khuếch đại về mặt ngữ nghĩa, trong đó ngôn ngữ trân trọng, biểu cảm khuôn mặt, tông giọng và bằng chứng hình ảnh của người dẫn chương trình (dù tích cực hay tiêu cực) đều được căn chỉnh một cách thống nhất. Mức độ đồng nhất cao giữa các phương thức giúp xóa tan sự nghi ngờ và có khả năng thuyết phục người xem rằng cảm xúc của người dẫn chương trình là chân thực và trực tiếp, từ đó thiết lập nền tảng cảm xúc cho sự tin cậy. Thứ hai, người dẫn chương trình đạt được uy tín chuyên môn thông qua thái độ khách quan. Điều này được thực hiện bằng cách sử dụng chiến lược phân kỳ đa phương thức - ví dụ, kiểm chế các biểu cảm cận ngôn ngữ mạnh mẽ trong khi vẫn đưa ra những thâm định ngôn ngữ quyết đoán. Hành động kiểm soát cảm xúc này phát đi tín hiệu rằng việc thâm định là kết quả của một quá trình đánh giá phản tư và mang tính phản biện thay vì chỉ là sự nhiệt tình thuần túy. Điều này định vị người dẫn chương trình như một người hướng dẫn tỉ mỉ và có uy tín, người có phán quyết cuối cùng là đáng tin cậy. Tổng kết lại, sự phối hợp giữa tính chân thành và sự kiểm soát này cung cấp sự xác thực đầy thuyết phục và cần thiết để người xem chấp nhận những giá trị của ẩm thực đường phố Việt Nam.

5.3. Thu hút người xem bằng cách đưa ra những lý giải hợp lý cho sự trân trọng

Phần này trình bày một chiến lược khác mà những người đánh giá sử dụng để thu hút người xem, đó là đưa ra các giải thích hợp lý nhằm hợp thức hóa sự trân trọng của họ đối với ẩm thực đường phố Việt Nam. Thông qua lập luận logic, người đánh giá xây dựng các luận điểm ngôn ngữ mạch lạc, chẳng hạn như nhấn mạnh lợi ích dinh dưỡng của món chả rươi, tạo ra sự gắn kết nội ký hiệu trong phương thức ngôn ngữ và định vị những đánh giá tích cực là có cơ sở và đáng tin cậy thay vì chỉ là cảm xúc thuần túy. Những lý giải bằng ngôn từ này tương tác với bằng chứng hình ảnh và các tín hiệu cận ngôn ngữ để tạo ra sự

liên ký hiệu, củng cố cho các tuyên bố mang tính lý trí. Tương tự, người đánh giá làm sâu sắc thêm sự lôi cuốn đối với người xem bằng cách đặt sự trân trọng vào các bối cảnh địa lý và môi trường, kết nối món ăn với địa điểm cụ thể, điều kiện sinh thái và chu kỳ mùa vụ. Các chuỗi hình ảnh về đầm nước và nguyên liệu thô giúp định vị không gian cho các giải thích này, trong khi cách truyền đạt cận ngôn ngữ ổn định với tông giọng trung lập phát đi tín hiệu về sự tin cậy của thông tin. Trong cả hai mô hình, ý nghĩa nảy sinh từ sự phối hợp phối hợp giữa lập luận ngôn ngữ, bằng chứng hình ảnh và các tín hiệu cận ngôn ngữ mang tính ổn định, cho phép người đánh giá thu hút người xem bằng cách trình bày ẩm thực đường phố Việt Nam không chỉ là món ăn ngon mà còn có ý nghĩa về mặt dinh dưỡng và môi trường.

5.4. Thu hút người xem thông qua chuyển đổi cảm xúc

Phần này minh họa cách những người đánh giá chủ động dẫn dắt người xem hướng tới việc trân trọng những món ăn đường phố Việt Nam lạ lẫm hoặc có khả năng gây e sợ thông qua việc chuyển đổi cảm xúc - một quá trình đa phương thức giúp biến sự do dự thành sự cởi mở. Thông qua các phản ứng cân bằng về mặt cảm xúc, người đánh giá thừa nhận sự e ngại bằng lời nói nhưng ngay lập tức phản hồi bằng những đánh giá tích cực, tạo ra một mô hình ngôn ngữ nội ký hiệu dịch chuyển từ sự không chắc chắn sang sự an tâm. Những thay đổi này được củng cố bởi các dấu hiệu cận ngôn ngữ như ngữ điệu biểu cảm hoặc tông giọng nhẹ nhàng, và bởi các khung hình cận cảnh giúp giải mã món ăn nhằm tạo ra sự liên ký hiệu trong đó cả ba phương thức cùng thống nhất với nhau. Đồng thời, người đánh giá sử dụng các so sánh quen thuộc, trong đó những kết cấu hoặc nguyên liệu bất ngờ được tái định nghĩa bằng ngôn từ thông qua việc tương đồng hóa với các ẩm thực đã biết, giúp người xem ánh xạ những điều lạ lẫm vào các món ăn có thể nhận diện được. Những so sánh này được hỗ trợ về mặt hình ảnh thông qua các cảnh quay món ăn đang được chế biến hoặc thưởng thức để ổn định sự tương đồng, trong khi các tín hiệu cận ngôn ngữ như tông giọng hào hứng hoặc nhịp độ nhanh phát đi tín hiệu tin tưởng vào việc tái định nghĩa này. Trong cả hai mô hình, ý nghĩa được xây dựng thông qua sự hợp tác liên phương thức, trong đó giải thích bằng lời, xác thực bằng hình ảnh và biểu cảm cận ngôn ngữ cùng phối hợp để giảm bớt cảm giác xa lạ. Bằng cách này, việc phối hợp sự chuyển đổi hoạt động như một công cụ liên nhân chiến lược, khiến những món ăn đầy thử thách trở nên dễ tiếp cận, dễ liên hệ và cuối cùng là đáng trân trọng đối với người xem.

5.5. Thu hút người xem thông qua xây dựng câu chuyện

Phần này chứng minh rằng người xem bị thu hút thông qua việc xây dựng chiến lược tính mạch lạc của câu chuyện giữa các phương thức. Thông qua trình tự thời gian, người đánh giá sử dụng các mô tả ngôn ngữ, tín hiệu cận ngôn ngữ và các khung hình được sắp xếp theo thứ tự hình ảnh để dẫn dắt người xem từng bước qua các hành động đang diễn ra, từ đó tạo ra sự kỳ vọng và tiến trình trải nghiệm chung. Song song đó, việc định vị không gian đặt câu chuyện vào những địa điểm được xác định rõ ràng, nơi các tham chiếu ngôn ngữ về địa danh cụ thể khớp với bối cảnh hình ảnh và những thay đổi cận ngôn ngữ trong tông giọng để gắn kết người xem vào bối cảnh vật lý và văn hóa. Trong cả hai mô hình, sự liên ký hiệu, đặc biệt là giữa lời kể bằng ngôn ngữ và trình tự hình ảnh, đóng vai trò trung tâm trong việc dẫn dắt câu chuyện. Trong khi đó, tính nội ký hiệu bên trong mỗi phương thức đảm bảo sự mạch lạc nội bộ giúp ổn định cốt truyện. Tóm lại, các nguồn lực đa phương thức này biến những màn trình diễn ẩm thực đơn thuần thành những trải nghiệm kể chuyện nhập vai, cho phép người xem theo dõi hành trình xuyên không gian và thời gian, đồng thời làm sâu sắc thêm sự gắn kết của họ với ẩm thực đường phố Việt Nam.

CHƯƠNG 6

BẢN SẮC CỦA ẨM THỰC ĐƯỜNG PHỐ VIỆT NAM THÔNG QUA SỰ THỂ HIỆN ĐA PHƯƠNG THỨC

6.1. Bản sắc cộng đồng của ẩm thực đường phố Việt Nam

Phân tích cho thấy ẩm thực đường phố Việt Nam được kiến tạo như một bản sắc cộng đồng rõ nét thông qua sự thể hiện đa phương thức, hiện lên như một thực hành đời thường, gắn liền với không gian công cộng và được thừa nhận về mặt văn hóa. Xuyên suốt các phân cảnh, lời kể bằng ngôn ngữ, tư liệu hình ảnh và các tín hiệu cận ngôn ngữ đã định vị ẩm thực đường phố vào trong những nhịp điệu xã hội chung, cụ thể là được chế biến trong không gian mở, di động, được tiêu thụ trong khoảng cách gần và gắn kết vào các tương tác giữa người bán, người ăn và người qua đường. Bản sắc cộng đồng này được củng cố thêm thông qua các dấu hiệu phê chuẩn văn hóa, bao gồm các phương pháp nấu ăn có thể nhận diện và danh tiếng rõ rệt của những người bán hàng lâu năm. Đồng thời, những tham chiếu đến các truyền thống theo mùa, kỹ thuật kế thừa và

nguyên liệu mang tính biểu tượng giúp gắn kết ẩm thực đường phố vào các dòng chảy văn hóa rộng lớn hơn.

Hình 6.1

Bản sắc cộng đồng của ẩm thực đường phố Việt Nam trong các video đánh giá ẩm thực trên YouTube



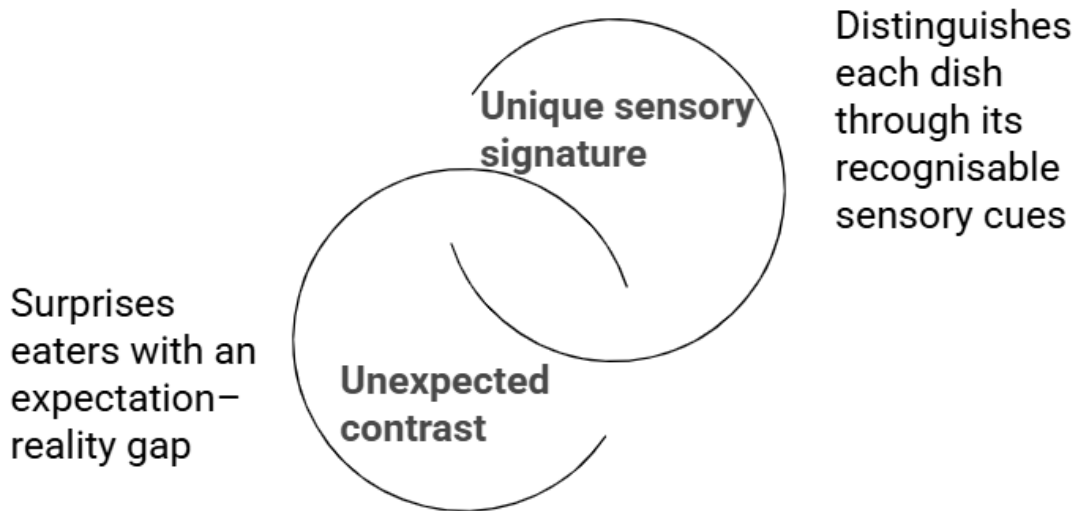
6.2. Bản sắc đặc thù của ẩm thực đường phố Việt Nam

Bản sắc đặc thù của ẩm thực đường phố Việt Nam được xây dựng thông qua các tín hiệu đa phương thức nhằm làm nổi bật cá tính cảm giác riêng biệt của từng món ăn. Các từ ngữ mô tả như tham chiếu chi tiết đến âm thanh, mùi hương, kết cấu, hình ảnh và hương vị kết hợp với các khung hình cận cảnh và các tín hiệu cận ngôn ngữ thỉnh thoảng xuất hiện (cử chỉ tay, phản ứng khuôn mặt) để đánh dấu cảm giác độc đáo của món ăn. Những sự tương phản cảm giác đầy bất ngờ, chẳng hạn như một diện mạo đầy "thách thức" đi kèm với hương vị thơm ngon đến ngạc nhiên, cũng được phối hợp đa phương thức để tạo nên một câu chuyện về sự bất ngờ.

Hình 6.2

Bản sắc đặc thù của ẩm thực đường phố Việt Nam trong các video đánh giá ẩm thực trên YouTube

Particularized identity of Vietnamese street food in YouTube food review videos



6.3. Bản sắc chức năng của ẩm thực đường phố Việt Nam

Bản sắc chức năng của ẩm thực đường phố Việt Nam được định hình bởi cách các món ăn được định vị trong xã hội và trải nghiệm được thực hiện trong video. Một số món ăn đóng vai trò như một trải nghiệm mạo hiểm được phối hợp thông qua sự kỳ vọng bằng lời nói, các khung hình cận cảnh và các phản ứng cận ngôn ngữ nhằm kịch tính hóa sự sợ hãi, lòng dũng cảm hoặc cú sốc. Những món khác trở thành đối tượng của chuyên môn, trong đó vốn từ vựng chuyên môn, các cảnh quay về quy trình chế biến điêu luyện và tông giọng mang tính thẩm định đã kiến tạo món ăn như một sản phẩm của kỹ thuật lành nghề và chuyên nghiệp. Các món ăn đường phố còn được thể hiện như một chất kết dính xã hội, thúc đẩy các cuộc trò chuyện, các phản ứng chia sẻ và việc ăn uống cùng nhau, đồng thời đóng vai trò như những đại sứ văn hóa, được người dẫn chương trình sử dụng để giải thích các chuẩn mực ẩm thực Việt Nam và thể hiện niềm tự hào địa phương.

Hình 6.3

Bản sắc chức năng của ẩm thực đường phố Việt Nam trong các video đánh giá ẩm thực trên YouTube



6.4. Bản sắc lối sống của ẩm thực đường phố Việt Nam

Bản sắc lối sống nảy sinh khi ẩm thực đường phố Việt Nam không chỉ được coi là nguồn dinh dưỡng mà còn là một trải nghiệm văn hóa được kết hợp với các thực hành giải trí đương đại. Sự khắc họa đa phương thức xây dựng việc ăn uống trải nghiệm như một hoạt động đáng khao khát, với tinh thần tự nguyện chấp nhận rủi ro và sự phấn khích được truyền tải qua tông giọng hào hứng, cử chỉ biểu cảm và hình ảnh động sống động. Các video cũng trình bày ẩm thực đường phố như một phương tiện khám phá văn hóa, mang lại sự nhập vai đích thực và thỏa mãn trí tò mò của du khách thông qua các lời bình luận theo ngữ cảnh và hình ảnh giàu tính địa điểm. Cuối cùng, bản sắc lối sống mở rộng sang sự tham gia trực tuyến, nơi việc nói trực tiếp với người xem, các góc máy bao quát và các phản ứng chia sẻ tạo ra cảm giác về sự gắn kết của người xem và sự tận hưởng chung. Tập hợp lại, các chiến lược này đặt ẩm thực đường phố Việt Nam vào trong các văn hóa lối sống toàn cầu vốn tập trung vào việc khám phá văn hóa, sự tham gia kỹ thuật số và những cuộc phiêu lưu ẩm thực.

Hình 6.4

Bản sắc lối sống của ẩm thực đường phố Việt Nam trong các video đánh giá ẩm thực trên YouTube

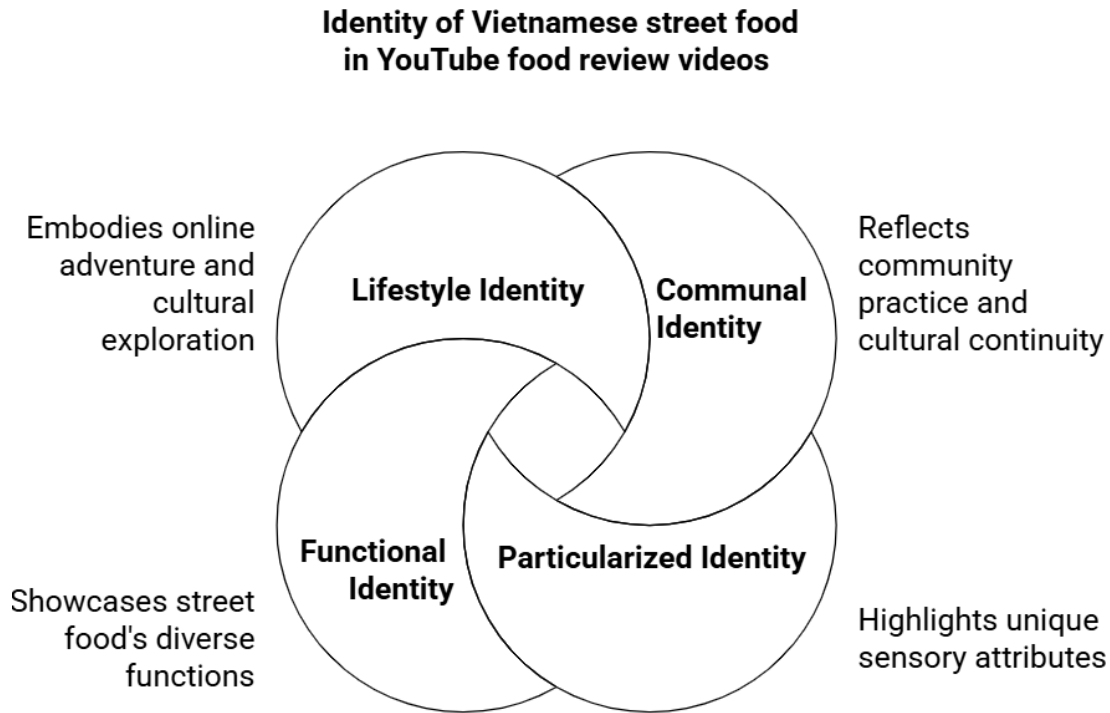


6.5. Sự tương tác giữa các bản sắc qua sự thể hiện đa phương thức

Phân tích cho thấy các bản sắc của ẩm thực đường phố Việt Nam không được hiện thực hóa như các phạm mục riêng biệt mà nảy sinh thông qua các tín hiệu đa phương thức đa tầng, hoạt động trong từng phân cảnh riêng lẻ và trên toàn bộ bộ dữ liệu. Mô hình giao thoa này phản ánh quan điểm của van Leeuwen (2022) rằng các bản sắc "thường cùng tồn tại trong những sự kết hợp phức tạp" (trang 6), được hình thành thông qua sự tương tác của bốn khái niệm bản sắc nêu trên.

Hình 6.5

Bản sắc đa tầng của ẩm thực đường phố Việt Nam trong các video đánh giá trên YouTube



CHƯƠNG 7

THẢO LUẬN

7.1. Sự logic xuyên suốt các kết quả nghiên cứu của ba câu hỏi nghiên cứu

Ba câu hỏi nghiên cứu tạo thành một sự logic xuyên suốt, dịch chuyển từ việc kiến tạo ý nghĩa, đến việc thu hút người xem và cuối cùng là hình thành bản sắc.

- **Câu hỏi 1 – Sự thể hiện có ý nghĩa gì:** Sự thể hiện đa phương thức kiến tạo nên bản chất diễn ngôn của ẩm thực đường phố Việt Nam.
- **Câu hỏi 2 – Tại sao ý nghĩa quan trọng:** Các mô hình thu hút đa phương thức lôi cuốn người xem vào những ý nghĩa này.
- **Câu hỏi 3 – Ý nghĩa trở thành cái gì:** Các bản sắc được hình thành từ sự tích lũy của các ý nghĩa mang tính thể hiện và tương tác.

7.2. Ẩm thực đường phố Việt Nam hấp dẫn khách du lịch thông qua diễn ngôn đa phương thức của các video đánh giá ẩm thực trên YouTube

Kết quả của nghiên cứu này cho thấy các video đánh giá ẩm thực trên YouTube không chỉ đơn thuần mô tả ẩm thực đường phố Việt Nam; chúng chủ động tham gia vào việc định hình "trí tưởng tượng du lịch" về văn hóa ẩm thực của Việt

Nam. Ẩm thực đường phố Việt Nam, được thể hiện trong nghiên cứu này thông qua cường độ cảm giác, chuyên môn kỹ năng lành nghề và sự gắn kết văn hóa, hoàn toàn phù hợp với mô hình hấp dẫn ẩm thực này. Truyền thông kỹ thuật số đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc điều hướng ham muốn của du khách đối với ẩm thực. Các nhà sáng tạo nội dung trên YouTube trình bày ẩm thực đường phố Việt Nam như một thứ dễ tiếp cận, đích thực và đầy lôi cuốn về mặt thẩm mỹ, từ đó góp phần nâng cao sức mạnh mềm Việt Nam. Các kết quả nghiên cứu này đã thúc đẩy đáng kể sức hấp dẫn du lịch đó. Sự khắc họa ẩm thực đường phố Việt Nam tương ứng với phẩm chất then chốt mà khách du lịch ẩm thực tìm kiếm – đó là tính xác thực (Field, 2004; González-Sánchez và cộng sự, 2024). Trong khi đó, các chiến lược thu hút đã chuyển hóa những sự thể hiện này thành một câu chuyện dễ tiếp cận đối với khán giả toàn cầu. Hơn nữa, việc kiến tạo bản sắc càng làm thắt chặt thêm mối liên kết giữa diễn ngôn đa phương thức và du lịch. Quan trọng hơn, các tiến trình này đều được biểu đạt thông qua các phương tiện ký hiệu học. Sự phối hợp đa phương thức được ghi nhận trong nghiên cứu này (tương tác ngôn ngữ - cận ngôn ngữ, tính liên ký hiệu ngôn ngữ - hình ảnh, sự hiện thực hóa song song cùng một lập trường giữa cận ngôn ngữ - hình ảnh và các trường hợp nội ký hiệu) đã chứng minh cách thức diễn ngôn truyền thông tạo ra các điều kiện cho du lịch ẩm thực. Trí tưởng tượng du lịch được định hình chính bằng cách làm cho hương vị trở nên có thể hình dung được, rủi ro trở nên có thể kiểm soát và tính xác thực trở nên dễ tiếp cận thông qua các phương thức ngôn ngữ, hình ảnh và cận ngôn ngữ. Những phát hiện này minh họa rằng các lựa chọn ký hiệu học không phải là yếu tố bên ngoài mà là những mô hình trung tâm trong việc quảng bá du lịch.

7.3. Đóng góp của nghiên cứu

Nghiên cứu này mang lại những đóng góp quan trọng về mặt lý luận, phương pháp luận và thực tiễn cho các nghiên cứu diễn ngôn đa phương thức, truyền thông ẩm thực kỹ thuật số và sự hiểu biết về ẩm thực đường phố Việt Nam trong môi trường truyền thông. Về mặt lý luận, nghiên cứu mở rộng lý thuyết ký hiệu học xã hội đa phương thức, đặc biệt là khái niệm phối hợp đa phương thức (multimodal orchestration), bằng cách chứng minh rằng quá trình tạo nghĩa trong các video đánh giá ẩm thực trên YouTube không phải là một cấu hình cố định hay có thể dự đoán trước của các phương thức, mà là một quá trình ký hiệu học linh hoạt và nhạy bén với ngữ cảnh. Về mặt phương pháp luận, nghiên cứu đóng góp một khung phân tích phối hợp đa phương thức đã được điều chỉnh, tích hợp tính liên/nội ký hiệu dựa trên SFL với chu trình văn hóa

của Hall (2013) và lý thuyết bản sắc đa phương thức của van Leeuwen (2022). Về mặt thực tiễn, nghiên cứu cung cấp một trong những mô tả ngôn ngữ hệ thống đầu tiên về ẩm thực đường phố Việt Nam khi được thể hiện qua các nền tảng kỹ thuật số toàn cầu. Bằng cách xác định bốn loại hình bản sắc – cộng đồng, đặc thù, chức năng và lối sống – các kết quả nghiên cứu đã đóng góp vào kho tàng tài liệu về ẩm thực đường phố Việt Nam. Nhìn chung, nghiên cứu làm phong phú thêm kiến thức hiện tại bằng cách chỉ ra rằng ẩm thực đường phố Việt Nam, khi được chuyển tải qua các video đánh giá trên YouTube, không chỉ trở thành một đối tượng ẩm thực mà còn là một bản sắc văn hóa được kiến tạo đa phương thức, được định hình bởi sự thể diện, sự thu hút và các logic giao tiếp của truyền thông kỹ thuật số.

CHƯƠNG 8: KẾT LUẬN

8.1. Tóm tắt các kết quả nghiên cứu chính

Kết quả nghiên cứu cho thấy sự thể hiện của ẩm thực đường phố Việt Nam trên YouTube không chỉ đơn thuần ghi lại các thực hành ẩm thực mà còn chủ động kiến tạo ý nghĩa văn hóa, giá trị và bản sắc cho khán giả toàn cầu. Bằng cách chứng minh các nguồn lực ngôn ngữ, hình ảnh và cận ngôn ngữ được phối hợp linh hoạt như thế nào, nghiên cứu gợi mở rằng sự trân trọng và tính xác thực được tạo ra thông qua các lựa chọn đa phương thức thay vì tồn tại tự thân trong chính món ăn. Việc xác định các bản sắc đa tầng và mang tính tích lũy còn chỉ ra rằng bản sắc ẩm thực trong truyền thông kỹ thuật số có tính năng động, mang tính quan hệ, phụ thuộc vào ngữ cảnh và được kiến tạo về mặt diễn ngôn, thay vì cố định hay đơn lẻ. Những hiểu biết này thúc đẩy phân tích diễn ngôn đa phương thức bằng cách minh họa cách thức kiến tạo bản sắc mở ra xuyên suốt các phân cảnh và tương tác, chứ không phải trong các khoảnh khắc biệt lập. Nghiên cứu cũng làm sáng tỏ cách các video đánh giá ẩm thực kỹ thuật số được tạo nên như những sản phẩm văn hóa mang tính trung gian biến ẩm thực đường phố đời thường thành một trải nghiệm cảm giác, xã hội và biểu tượng.

8.2. Ý nghĩa của nghiên cứu

Nghiên cứu này đưa ra một số ý nghĩa quan trọng. Về mặt lý luận, nghiên cứu mở rộng các khung phân tích đa phương thức dựa trên SFL vượt ra ngoài các văn bản viết và nói truyền thống để hướng tới diễn ngôn video do người dùng tạo nên; qua đó chứng minh cách các ý nghĩa ý niệm và liên nhân được cùng hiện thực hóa thông qua sự phối hợp đa phương thức linh hoạt thay vì các cấp

bậc phương thức cố định. Bằng việc vận dụng khung lý thuyết bản sắc của van Leeuwen cho âm thực thay vì con người, nghiên cứu thúc đẩy các nghiên cứu về bản sắc bằng cách chỉ ra rằng âm thực có thể hoạt động như một tác nhân ký hiệu học với các bản sắc đa tầng, tích lũy và được kích hoạt thông qua tương tác (cộng đồng, đặc thù, chức năng và lối sống). Về mặt phương pháp luận, nghiên cứu đề xuất một mô hình định tính có khả năng nhân rộng để phân tích diễn ngôn video trực tuyến. Việc tích hợp phân tích Ký hiệu học Xã hội về các siêu chức năng ý niệm và liên nhân với phân tích chủ đề phản tư cho việc kiến tạo bản sắc đã cung cấp một quy trình phân tích đa tầng chặt chẽ. Hướng tiếp cận này đặc biệt có giá trị đối với các nhà nghiên cứu đang tìm hiểu về YouTube, TikTok, Instagram Reels hoặc các nền tảng lấy video làm trung tâm khác. Về mặt thực tiễn, các kết quả nghiên cứu có liên quan rõ rệt đến các nhà sáng tạo nội dung, những người làm marketing du lịch và các nhà hoạch định chính sách văn hóa. Về mặt giáo dục, các phát hiện này cũng mang lại những hàm ý cho các nghiên cứu về ngôn ngữ, truyền thông và giao tiếp.

8.3. Hạn chế của nghiên cứu

Nghiên cứu này không tránh khỏi những hạn chế nhất định cần được ghi nhận dưới đây. Thứ nhất, bộ dữ liệu có quy mô nhỏ và mang tính mục đích chủ quan, bao gồm ba video đánh giá âm thực trên YouTube bằng tiếng Anh. Điều này hạn chế khả năng tổng quát hóa các kết quả nghiên cứu trên các nền tảng, ngôn ngữ và thể loại diễn ngôn âm thực khác nhau. Thứ hai, nghiên cứu chỉ tập trung hoàn toàn vào nội dung tiếng Anh, điều này ưu tiên những sự thể hiện hướng tới khán giả quốc tế. Do đó, các kết quả nghiên cứu có thể không phản ánh đầy đủ cách âm thực đường phố Việt Nam được thể hiện và thương thảo trong các video tiếng Việt hoặc trong các bối cảnh kỹ thuật số hướng đến địa phương. Thứ ba, mặc dù sự thu hút người xem được suy luận về mặt phân tích từ các chiến lược đa phương thức, nghiên cứu vẫn chưa bao hàm dữ liệu về sự tiếp nhận của khán giả như phân tích bình luận hoặc phỏng vấn. Hệ quả là, các khẳng định về sự trân trọng và diễn giải của người xem vẫn chỉ dừng lại ở cơ sở phân tích diễn ngôn thay vì được xác thực thực nghiệm từ góc độ của chính khán giả. Cuối cùng, phần phân tích tập trung vào các siêu chức năng ý niệm và liên nhân, khiến phương diện siêu chức năng văn bản (ví dụ: tính liên kết, nhịp điệu, logic biên tập xuyên suốt toàn bộ video) chưa được khai phá.

8.4. Khuyến nghị cho các nghiên cứu trong tương lai

Dựa trên những hạn chế nêu trên, một số định hướng cho các nghiên cứu trong tương lai được đề xuất như sau. Các nghiên cứu sau này có thể áp dụng thiết kế

so sánh để xem xét ẩm thực đường phố Việt Nam với các nền ẩm thực quốc gia khác, hoặc so sánh sự thể hiện trên các nền tảng như YouTube, TikTok và Instagram. Điều này sẽ làm sáng tỏ cách các đặc tính kỹ thuật và rào cản của nền tảng định hình việc kiến tạo bản sắc đa phương thức. Một khả năng khác là mở rộng phạm vi ngôn ngữ để bao gồm các video đánh giá ẩm thực bằng tiếng Việt hoặc song ngữ, cho phép các nhà nghiên cứu so sánh sự thể hiện ẩm thực dành cho khán giả trong nước và quốc tế, đồng thời tìm hiểu cách bản sắc quốc gia được thể hiện khác nhau đối với khán giả trong nước và quốc tế. Ngoài ra, nghiên cứu có thể tích hợp các phương pháp tiếp nhận của khán giả như phân tích diễn ngôn bình luận, khảo sát hoặc phỏng vấn để đối chiếu cách người xem diễn giải, chấp nhận hoặc phản kháng lại các bản sắc được kiến tạo trong các video đánh giá. Cuối cùng, các nghiên cứu trong thời gian dài có thể xem xét cách sự thể hiện đa phương thức của ẩm thực đường phố Việt Nam thay đổi theo thời gian, đặc biệt là trong mối liên hệ với sự phát triển du lịch, toàn cầu hóa hoặc những thay đổi trong thuật toán của nền tảng.

8.5. Suy ngẫm về quá trình nghiên cứu

Ngay từ khi bắt đầu hành trình nghiên cứu tiến sĩ, động lực của tác giả phần lớn mang tính cá nhân. Là một người Việt Nam sinh ra và lớn lên tại Hà Nội, ẩm thực đường phố chưa bao giờ chỉ đơn thuần là thức ăn. Đối với tác giả, đó là một phần nhịp điệu của cuộc sống hàng ngày, gắn liền với những kỷ niệm, những tương tác xã hội và cảm giác thân thương. Nghiên cứu tiến sĩ này đánh dấu một bước ngoặt, đòi hỏi tác giả phải đối mặt với việc lý thuyết hóa những điều bình dị thường nhật – ví dụ như chiếc ghế nhựa bình thường, người bán hàng bên vỉa hè, hay hành động ăn uống thoáng qua – như những hiện tượng văn hóa và ký hiệu học đầy ý nghĩa. Việc hoàn thành dự án tiến sĩ này đánh dấu một hình thức trưởng thành về mặt tri thức. Tác giả đã học được cách cân bằng giữa sự gắn kết cá nhân với sự chính xác trong phân tích, và định vị tiếng nói của chính mình trong các cuộc tranh luận học thuật. Hành trình từ câu trích dẫn mở đầu đến chương cuối cùng này phản chiếu sự phát triển của chính tác giả với tư cách là một nhà nghiên cứu: từ việc trải nghiệm ẩm thực đường phố như một nghệ thuật đến việc hiểu được nghệ thuật đó được kiến tạo về mặt ký hiệu học, được chuyển tải và trở nên có ý nghĩa như thế nào trong văn hóa kỹ thuật số đương đại.