

ĐẶC ĐIỂM NGÔN NGỮ BÁO CHÍ

NHÌN TỪ HOẠT ĐỘNG BÁO CHÍ Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

TRINH SÂM
(PGS.TS ĐHSP Tp Hồ Chí Minh)

1. Sài Gòn, nay là Thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM) – một trong những trung tâm kinh tế khá phát triển, một trong những đầu mối giao thương quốc tế năng động – thực tiễn nơi đây đã đặt nền móng cho nhiều chủ trương, chính sách mang ý nghĩa đột phá có tầm ảnh hưởng trên phạm vi cả nước. Về báo chí, khởi đầu từ năm 1865, năm tờ báo quốc ngữ đầu tiên ra đời, TP. HCM trước nay vẫn được coi là cái nôi của báo chí. Và cùng với sự lớn mạnh của cả nước, báo chí nơi đây những năm qua có những bước phát triển vượt bậc cả về số lượng và chất lượng. Hoạt động báo chí TP. HCM đang đặt ra những vấn đề thời sự liên quan đến quá trình quốc tế hóa và việc giữ gìn bản sắc tiếng Việt, đây cũng là điều thu hút sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu.

Hiển nhiên, đi tìm đặc điểm ngôn ngữ báo chí của một vùng, trước tiên ta phải khảo sát đến các nhân tố nội tại, tuy nhiên để hình thành nên nó lại không thể không chú ý đến các nhân tố ngoại tại, mặc dù mối quan hệ giữa chúng không phải lúc nào cũng rõ ràng. Hơn nữa, cũng như tiếng Việt, ngôn ngữ báo chí trên cả nước là khá thống nhất, tuy nhiên với tư cách là phương tiện truyền thông đại chúng có tính chất vùng, món ăn tinh thần của một số lượng lớn độc giả, với sự tác động từ nhiều lĩnh vực, diện mạo báo chí ở TP. HCM có những nét riêng, nét riêng ấy theo quan niệm của chúng tôi, không phải xuất phát từ sự đối lập có / không, mà được hình thành từ các mức độ đậm / nhạt khác nhau, đặc biệt xuất phát từ những đặc điểm có tính chất tiềm năng có thể đúc kết để dự báo về đường đi, nước bước của một phương ngữ lớn, có sức lan tỏa như phương ngữ Nam Bộ, trong đó tiêu biểu nhất là tiếng nói TP. HCM.

2. Một trong những đặc điểm nổi bật của báo chí hiện đại là tính tương tác giữa báo chí và công chúng. Nói rõ hơn, mặt báo ngày nay không chỉ là một địa chỉ dành riêng cho các nhà báo tác nghiệp mà còn là chiếc cầu nối giữa báo chí và dư luận xã hội. Thông qua những vấn đề mà độc giả quan tâm, báo chí kích thích, mời gọi họ trình bày chính kiến, quan điểm,... Có thể nói, trong vòng 10 năm gần đây, tùy theo điều kiện của mỗi tờ báo, báo chí trên cả nước đều ít nhiều có chú ý đến phương diện này, tuy nhiên công bằng mà nói, báo chí TP. HCM tiến hành thường xuyên hơn và thực tế đã tạo ra được sự cộng hưởng lớn, trong đó có thể kể đến báo *Sài Gòn giải phóng* (SGGP), *Thanh Niên* (TN), *Người lao động* (NLD), *Pháp luật TP. HCM* (PL.TP.HCM), đặc biệt là báo *Tuổi Trẻ* (TT). Bằng chính con đường này, báo chí thu hút sự quan tâm của nhiều giới độc giả có khi thông qua các vấn đề có ý nghĩa sống còn mang tầm cỡ quốc gia, nhưng đôi khi chỉ là những chủ đề gần gũi, thiết thân của cuộc sống thường nhật. Và cũng bằng chính con đường này, báo chí TP. HCM đã rất thành công trong các cuộc vận động trợ giúp các nạn nhân thiên tai, bão lụt, đói nghèo, v.v. Và cứ qua mỗi đợt tương tác như vậy, uy tín của tờ báo được nâng lên, số lượng độc giả được mở rộng cùng với số lượng báo phát hành ngày càng tăng, mặt khác đây cũng là phương thức định hướng dư luận, nêu ý kiến đối với chính quyền. Có thể nói, hàng loạt hệ quả quan trọng có ý nghĩa tích cực lần đầu tiên xuất phát từ đặc điểm tương tác của báo chí.

3. Hiện nay, báo chí ở trung ương và cả địa phương đều khai thác mặt hình thức, đều sử dụng hình ảnh, màu sắc, cỡ chữ, kiểu chữ và các thủ pháp văn tự và trình bày tạo nên sức hấp dẫn để lôi cuốn độc giả. Nhưng có lẽ báo chí TP.

HCM có những bước đi tiên phong, nên trong design, maquette người ta có thể nhận ra dấu ấn cá nhân hoặc phong cách hình thức của từng tờ báo, ví dụ như sự gần gũi về trình bày giữa các báo *NLD* và *PL.TP.HCM*. Ngay như một số chi tiết có tính chất nghề nghiệp của nghề, ở đây cũng có những chủ trương gần gũi với báo chí quốc tế, chẳng hạn như, trong trình bày không bao giờ cho leo trang ngược, nghĩa là đọc từ trang đầu đến trang cuối, từ trang số nhỏ đến số lớn, từ trang bìa đến trang trong... theo hướng tiến về phía phải (khứ chỉ), hoặc ngoại trừ báo *SGGP*, tiêu đề văn bản giữa trang bìa và trang trong không bao giờ được lập y nguyên. Thoạt nhìn, dễ tưởng đây chỉ thuần túy là kỹ thuật, thật ra những điều ấy có liên quan đến chức năng chỉ báo thông tin trong xã hội hiện đại.

4. Vấn đề chính tả của tên riêng nước ngoài trong tiếng Việt khá phức tạp, trước nay đã tồn tại rất nhiều giấy mực và công sức, đã có nhiều hội thảo, hội nghị đề cập đến, đã có nhiều giải pháp đưa ra thế nhưng kết quả vẫn còn bỏ ngỏ. Trong bối cảnh đó, thực tiễn báo chí TP. HCM mách bảo nhiều gợi ý rất lí thú và bổ ích. Hầu hết báo chí ở đây đều chủ trương viết nguyên dạng đối với tên riêng nước ngoài thuộc hệ thống chữ viết La-tinh hoặc được La-tinh hóa nếu không thuộc hệ thống chữ viết này, bao gồm tên người, tên địa lí, tên cơ quan, tổ chức quốc tế, ngoại trừ những tên riêng đã nhập vào hệ thống từ vựng tiếng Việt từ lâu như Pháp, Đức, Nhật Bản,... Thực ra, cách làm này, lúc đầu chỉ là chủ trương riêng lẻ của một vài tờ báo, phải mất gần 20 năm thăm dò, đến nay tất cả các báo ở TP. HCM đều đi theo giải pháp này, kể cả báo Đảng như *SGGP*, *Số tay xây dựng Đảng*... Trong việc xử lí từng trường hợp tên riêng cụ thể, chưa phải tất cả đã hoàn hảo, nhưng theo quan sát của chúng tôi, hình thức chữ viết này dần dần đã quen thuộc với độc giả phía Nam, đồng thời hầu như không ảnh hưởng gì đến việc chuyển tải và nhận hiểu thông tin. Rõ ràng, để đánh giá hiện tượng này cần phải có một cuộc điều tra xã hội học với con số đủ lớn. Nhưng số lượng phát hành khổng lồ của một số tờ báo ở đây ít nhất cũng cho thấy xu thế viết tên riêng như đã trình bày đang thắng thế và đã được xã hội chấp nhận rộng rãi.

5. Trong ngôn ngữ, từ vựng là hệ thống rất nhạy cảm trong việc mở rộng, thay đổi cấu trúc

vốn có, tiếp thu, vay mượn, cải biến các hiện tượng ngoại lai. Kinh nghiệm cho thấy, nhìn vào sự hoạt động của lớp từ vựng trên báo chí có thể nhận ra hiện trạng hành chức của chúng trong một giai đoạn nhất định, và đây cũng là môi trường sàng lọc, nhất là đối với các yếu tố vay mượn. Vì vậy, không lạ, nếu như một số hiện tượng từ vựng nào đó, một giai đoạn xuất hiện ồ ạt trên mặt báo sau đó lại biến mất. Nói cách khác, để một cách định danh nào đó thích nghi và nhập hệ, cần phải có thời gian nhất định.

Nhìn chung, việc sử dụng từ ngữ của báo chí trên phạm vi cả nước đều có nhiều điểm chung nhất, cả về mặt tích cực lẫn tiêu cực. Nhưng theo chúng tôi, những đặc điểm được khái quát từ báo chí TP. HCM miêu tả ở sau có phần đậm nét hơn.

5.1. Sử dụng từ ngữ Hán – Việt với tần suất cao. Đặc điểm này có nguồn gốc từ báo chí trước năm 1975. Trong hơn 30 năm qua, giao lưu, trao đổi giữa hai miền Nam, Bắc có phần thuận lợi, tính chất trọng vọng Hán - Việt trên báo chí TP. HCM đã có phần mờ nhạt, nhưng so với báo chí của cả nước, đó vẫn là nét đặc thù.

Chúng gồm các lớp sau:

a. Những từ ngữ được sử dụng từ trước, sau đó không còn sử dụng nữa, trước yêu cầu định danh, chúng lại xuất hiện với một ít nét nghĩa thay đổi: *công du, công lực, danh hài, đệ trình, kiều nữ, thuộc cấp, vắn nạn, tình nguyện viên*...

b. Những từ ngữ thuộc trường nghĩa tác động được sử dụng khá phổ biến trong ngôn ngữ toàn dân một thời, hiện nay trên phạm vi cả nước ít được dùng, thế nhưng trên mặt báo ở TP. HCM chúng xuất hiện với mức độ đậm đặc, cả trong lĩnh vực hành chính và sinh hoạt hàng ngày: *nỗ lực, giữ vững, phấn đấu, tăng cường, quyết tâm, xung kích, quyết liệt*...

c. Những từ ngữ dựa trên sự kết hợp mới: *súc sản, nhân mác, chấp pháp, chỉ xuất, phục tạo*...

5.2. Dựa vào các cách kết hợp cũ để tạo từ mới:

tặc → *đình tặc, tình tặc, đất tặc, cáp tặc, tin tặc, nhốt tặc, vàng tặc*...

án → *thường án, trọng án, biệt án, án điểm*...

5.3. Sử dụng các từ ngữ địa phương: *chìm xuống, gạch bông, mì ăn liền, hai lúa, hàng nhái, sành điệu, trùm mền, rút ruột*...

5.4. Mô phỏng một số kiểu cấu tạo từ của ngôn ngữ châu Âu:

siêu → *siêu thám, siêu bền, siêu mỏng, siêu nhạy, siêu sạch, siêu tiết kiệm...*, *vịt siêu thịt, gà siêu trứng, bò siêu sữa...*

hóa → *bê tông hóa cầu khí, ngôi nhà hóa nông thôn, nhựa hóa đường làng, số hóa, vi tính hóa...*

5.5. Mô phỏng ngữ nghĩa của một số từ ngữ châu Âu: *bôi trơn, đánh bóng, vận động hành lang, công nghiệp không khói, kinh tế tri thức, bán hàng qua mạng, phát triển bền vững, thức ăn nhanh, dịch vụ sẵn đầu người ...*

5.6. Vay mượn nguyên dạng ngôn ngữ châu Âu, nhất là tiếng Anh: *dancing, (tuổi) teen, solo, shock, stress, MC, live show, album, online, sale off...*

5.7. Với tư cách là phương tiện định danh, các từ ngữ bên trên thể hiện sự biến đổi sâu sắc của xã hội hiện nay. Các hiện tượng ở (5.1), (5.2), (5.3) thuộc nội tại bản ngữ; (5.4), (5.5), (5.6) thuộc các hình thức tiếp xúc ngôn ngữ. Hiển nhiên, nhìn nhận và xử lý các trường hợp trên là không như nhau, nhưng rõ ràng, bên cạnh việc thâm nhập từ ngữ lẫn nhau giữa các hệ thống phương ngữ thông qua con đường báo chí, sự xuất hiện của các từ ngữ Nam bộ trong tiếng Việt toàn dân ngày càng nhiều phần nào nói lên được sức lan tỏa của ngôn ngữ báo chí TP. HCM nói riêng, phương ngữ Nam bộ nói chung. Điều này có lẽ cũng chính xác đối với phương ngữ Bắc bộ mà tiêu biểu là tiếng nói Hà Nội.

6. Chỉ ra đặc điểm của phát ngôn (câu) và văn bản báo chí cả nước nói chung, báo chí ở TP. HCM nói riêng là một việc không đơn giản. Tuy nhiên, có thể nói, chính tâm lý công nghiệp đã chi phối các kỹ thuật trong tổ chức thông tin và cả trong tìm kiếm thông tin.

6.1. Theo nhận xét của nhiều người, câu trong ngôn ngữ báo chí có xu hướng ngày càng ngắn lại. Theo một điều tra năm 1997, độ dài trung bình của câu ở báo chí TP. HCM là 30 âm tiết (Nguyễn Đức Dân 2007: 31). Theo quan sát của chúng tôi, độ dài trung bình hiện nay có lẽ còn ngắn hơn. Điều đáng ghi nhận là, độ dài hay ngắn của câu không chỉ thuần túy là đặc điểm cấu trúc mà còn thể hiện sự phân bố thông tin. Do vậy, độc giả có thể bắt gặp những thông tin vốn quan hệ gắn bó với nhau nhưng vì mục đích

muốn nhấn mạnh một tiêu điểm thông báo nào đó, các bộ phận của câu có thể được tách ra hoặc được đảo vị trí để tạo nên những thông tin tương phản. Điều này dễ dàng tìm thấy trong tổ chức ngôn từ của tiêu đề văn bản tin tức (Trịnh Sâm 2001: 70-74).

6.2. Trong tổ chức thông tin văn bản báo chí, việc trích dẫn lời của người khác một mặt tạo nên được tính khách quan, mặt khác cũng góp phần làm nên tính đa dạng về mặt ngôn từ biểu đạt. Báo chí cả nước ít nhiều đều dùng thủ pháp này. Tuy nhiên, theo ghi nhận của chúng tôi, báo chí TP. HCM có tần suất trích dẫn trực tiếp cao hơn. Khảo sát 100 văn bản có trích dẫn, kết quả như sau: (i) Trích dẫn gián tiếp: 24; (ii) Trích dẫn trực tiếp: 58; (iii) Vừa trích dẫn trực tiếp, vừa trích dẫn gián tiếp: 18. Hãy quan sát văn bản sau:

“*Bộ trưởng Ngoại giao*

Trung Quốc thăm VN (Tiêu đề văn bản)

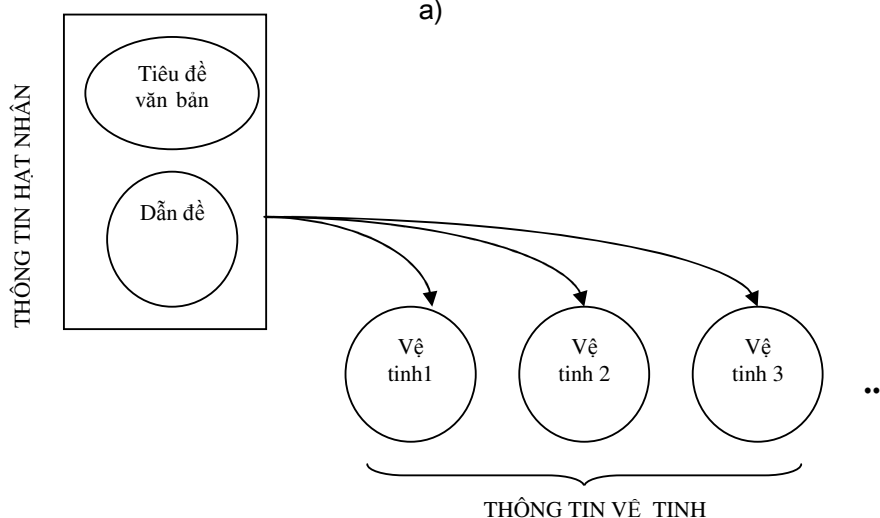
Ngày 23-4, ông Dương Khiết Trì, bộ trưởng ngoại giao Trung Quốc, đã gặp Phó thủ tướng kiêm Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Phạm Gia Khiêm tại Hà Nội. Đây là lần đầu tiên Bộ trưởng Trì thăm VN. Qua hai ngày làm việc 23 và 24-4, ông bày tỏ mong muốn VN và Trung Quốc sẽ thực hiện các cam kết giữa lãnh đạo hai nước nhằm “đưa mối quan hệ hữu nghị sẵn có lên tầm cao mới”.

Ông Trì nói rằng đây là cuộc gặp ông mong đợi từ lâu. Ông nêu cảm nhận của mình về VN: “Vừa xuống máy bay tôi đã cảm nhận xã hội VN tràn đầy sức sống và kinh tế rất phồn vinh”. Ông chúc mừng Đảng và Chính phủ VN đã đạt được các thành tựu ưu việt trong việc xây dựng xã hội và kinh tế.

Hôm nay 24-4, Tổng bí thư Nông Đức Mạnh và Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng sẽ tiếp Bộ trưởng Dương Khiết Trì. Ông Trì cùng đoàn Trung Quốc cũng sẽ vào lăng Bác đặt vòng hoa tưởng niệm và rời VN chiều cùng ngày”. (TT, 24/4/2008)

Lí luận đại cương báo chí đã chỉ rõ vai trò, chức năng và tác dụng của lời dẫn trực tiếp và gián tiếp. Tuy nhiên trong bối cảnh thủ pháp trích dẫn trực tiếp chưa được chú ý một cách thích đáng thì con số thống kê ở (ii) phải được coi là một tín hiệu tích cực.

Trở lại văn bản đang xét, chính lời trích dẫn, nhất là lời trích dẫn trực tiếp đã tạo nên sự chú ý, người đọc như có thể hình dung ra được thân sắc của nhân vật thông qua lời phát biểu, các từ ngữ tình thái dương tính như *bày tỏ mong muốn, cảm nhận, chúc mừng...* đã gia tăng thêm độ tin cậy. Quả nhiên, phương châm “một nhân vật quan trọng phát biểu một nội dung quan trọng” (The Missouri Group 2007: 92) đã được vận dụng khá hiệu quả.



Mô hình này thường xuất hiện trong những văn bản có độ dài tương đối lớn, cấu trúc đầy đủ 3 thành phần quan yếu: tiêu đề (headline), dẫn đề (t.A: lead, t.P: chapeau) và thành phần triển khai (elaboration). Thông tin hạt nhân nằm ở 2 yếu tố đầu và thông tin vệ tinh do yếu tố thứ 3 đảm nhiệm. Như vậy, chỉ cần đọc tiêu đề và dẫn đề là có thể thu tóm toàn bộ thông tin của văn bản.

VD:

“Miền Trung

Gấp rút chuẩn bị phòng chống bão lũ (tiêu đề chung)

Sau những ngày nắng rất hiện nay, người dân miền Trung sẽ bắt đầu bước vào một trận chiến

6.3. Vẫn trên cái nền của trật tự thông tin hạt nhân xuất hiện trước, thông tin vệ tinh xuất hiện sau, tức theo mô hình kim tự tháp đảo (inverted pyramid) như vẫn thường thấy trong văn bản báo chí, nhưng chúng được xây dựng theo nhiều biến thể khá đa dạng. Mượn thủ pháp cấu trúc lược đồ (schematic structure) của P.R.R. White et al 1994, có thể khái quát một số mô hình văn bản báo chí phổ biến ở TP. HCM như sau:

mới - chống bão lũ. Năm nay, các cơ quan khí tượng dự báo nước ta sẽ hứng chịu nhiều đợt bão lũ cả về số lượng và cường độ. Miền Trung, tâm điểm “đánh phá” của những trận cuồng phong lại đang pháp phủng trước một mùa mưa bão mới. Công tác chuẩn bị ứng phó trong đất liền, an toàn tàu thuyền trên biển và người dân vùng ngập lụt... lại bắt đầu “nóng”. (dẫn đề)

Ấu thuyền sẵn sàng (tiêu đề bộ phận)

.....

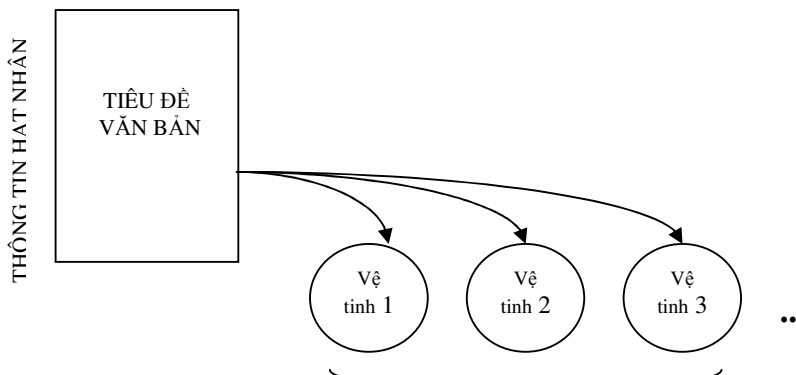
Ngập lụt - Giải pháp nhà trú ẩn đa năng (tiêu đề bộ phận)

.....

Lo nhất vẫn là tàu thuyền (tiêu đề bộ phận)

..... (SGGP, 26/6/2008)

b.



Văn bản có độ dài trung bình, chỉ có tiêu đề, không có dẫn đề, thông tin hạt nhân chủ yếu tập trung ở tiêu đề và phát ngôn mở đầu, thông tin vệ tinh chứa trong phần còn lại của văn bản.

VD:

“Từ 1-7, xe lưu hành phải đạt tiêu chuẩn mới về khí thải (tiêu đề văn bản)”

Theo Cục Đăng kiểm VN, tất cả các xe đang lưu hành trên cả nước sẽ phải áp dụng tiêu chuẩn mới

Về THÔNG TIN VỆ TINH lang lưu hành nếu không đạt tiêu chuẩn này sẽ không được cấp giấy chứng nhận an toàn kỹ thuật môi trường. Tiêu chuẩn mới về khí thải khắt khe hơn tiêu chuẩn trước đây.

Hai năm trước, chỉ những xe mang biển số của Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, TP.HCM và Cần Thơ mới phải áp dụng tiêu chuẩn này và có 10% xe vào kiểm định trong tháng đầu tiên không đạt tiêu chuẩn”. (NLĐ, 30/6/2008)

c.



Văn bản ngắn thường chỉ có 2, 3 phát ngôn. Phát ngôn xuất hiện đầu tiên cùng một lúc đảm nhiệm 2 chức năng: chức năng của một tiêu đề và chức năng mở đầu văn bản. Phát ngôn này cũng chứa thông tin hạt nhân và hầu như các thông số 5Wh+H đều xuất hiện trong nó. Các phát ngôn còn lại mang thông tin vệ tinh.

VD:

d.



Cũng thường xuất hiện trong văn bản ngắn, văn bản là mô hình như ở (c), nhưng có thêm tên quốc gia ở vị trí đầu văn bản, ngữ đoạn có chứa địa danh này có thể coi như là một tiêu đề, sự phân bố của thông tin hạt nhân cũng như thông tin vệ tinh giống ở (c).

VD:

“CHDCND Triều Tiên. Truyền hình Quốc gia công bố các bức ảnh nhà lãnh đạo Kim Jong Il dự khán một trận đấu bóng đá để phân bác thông tin từ phía Hàn Quốc rằng sức khỏe ông Kim đang xấu đi.

“Ngày 24.7 tại Hà Nội, Ủy ban toàn quốc Liên hiệp Các hội văn học nghệ thuật Việt Nam tổ chức lễ kỷ niệm 60 năm thành lập (1948-2008) và đón nhận Huân chương Hồ Chí Minh. Ủy viên Bộ Chính trị, Thường trực Ban Bí thư T. Ư Đảng Trương Tấn Sang đến dự và trao tặng huân chương.” (TN, 25/7/2008)

Tám ảnh cho thấy ông Kim tươi cười khỏe mạnh”. (TT, 3/11/2008)

7. Một số ghi nhận bên trên chưa phải là tất cả những nét riêng của báo chí TP. HCM, lại không thuần túy là ngôn ngữ. Nhưng rõ ràng không thể không chú ý đến những đặc điểm đó. Với cách hình dung này, với tầm quan sát rộng hơn, với con số thống kê đủ lớn, chúng ta có thể đúc kết một số đặc điểm về ngữ âm – chính tả, từ vựng, ngữ pháp và tổ chức thông tin văn bản. Những khái quát ở đây chỉ

có tính chất định hướng cho các nghiên cứu tiếp theo.

Tài liệu tham khảo

1. Bell, A. 1991, *The language of News Media*. Oxford: Blackwell.
2. Đinh Văn Đức – Nguyễn Hòa 1999, *Quan yếu trong cấu trúc diễn ngôn bản tin chính trị - xã hội trong báo tiếng Anh và tiếng Việt*. Ngôn ngữ, số 2.
3. Eng, P & Hodson, J. 2001, *Reporting and Writing News*. Bangkok: Indochina Media Memorial Foundation.
4. Hawes T.P & Thomas S. 1996, *Rhetorical uses of theme in newspaper editorials*. *World Englishes*, vol. 15, no. 2, pp. 159-170.
5. Lambrecht R. 1994, *Information structure and sentence form: Topic, focus, and the mental representation of discourse referents*. Cambridge: Cambridge University Press.
6. Nguyễn Đức Dân 2007, *Ngôn ngữ báo chí – những vấn đề cơ bản*. Hà Nội: Giáo dục.
7. Nguyễn Tri Niên 2004, *Ngôn ngữ báo chí*. Hà Nội: Khoa học Xã hội.
8. Trịnh Sâm 2001, *Tiêu đề văn bản tiếng Việt*. Hà Nội: Giáo dục.
9. The Missouri Group 2007, *Nhà báo hiện đại*. TP. HCM: Trẻ.
10. Vũ Quang Hào 2004, *Ngôn ngữ báo chí*. Hà Nội: Đại học Quốc gia Hà Nội.
11. White P.R.R. et al. 1994, *Literacy in Media research project*, Section 3, Analysing media texts, Sydney: Metropolitan East Disadvantaged Schools Program, NSW Department of School Education, p. 67 – 235.

(Ban Biên tập nhận bài ngày 20-11-2008)