

Đặc điểm cú pháp của đề dẫn phóng sự (khảo sát báo: Dân Trí, Vietnamnet, Tuổi Trẻ, Lao Động năm 2012 và 2013)

• **Đặng Thị Hạnh Vân**

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM

TÓM TẮT:

Bài viết này phân tích và so sánh đặc điểm cú pháp của đề dẫn thể loại phóng sự trên báo trực tuyến (gồm báo Dân Trí, Vietnamnet) và báo in (gồm báo Tuổi Trẻ, Lao Động) bằng phương pháp thống kê. Chúng tôi đã thu được các kết quả có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$), cho thấy có sự khác biệt của hai loại hình báo chí

trên các bình diện: số lượng câu/ đề dẫn, số lượng từ/câu, đặc điểm của câu theo cấu trúc, theo mục đích phát ngôn và theo câu chủ đề. Đây là các kết quả bước đầu trong chuỗi những đánh giá về sự tương đồng và dị biệt về mặt ngôn ngữ giữa hai loại hình báo trực tuyến và báo in.

Từ khóa: đề dẫn, phóng sự, báo trực tuyến, báo in, thống kê

Xuất hiện ở nước ta đã hơn 15 năm (tính từ thời điểm tờ tạp chí trực tuyến Quê hương dành cho Việt kiều xuất hiện trên mạng năm 1997) nhưng cho đến nay, báo trực tuyến chưa thực sự được quan tâm nghiên cứu, nhất là trên bình diện ngôn ngữ học. Chúng ta dễ dàng bắt gặp nhiều ý kiến cho rằng báo trực tuyến chỉ là một sự sao phỏng từ báo in, kể cả mặt ngôn từ. Trong bài viết này, chúng tôi thử khảo sát ngôn ngữ về mặt định lượng giữa hai loại hình báo này nhằm lí giải vấn đề một cách khách quan và thuyết phục hơn.

Bất kể thuộc loại hình báo chí nào, phóng sự được xem là thể tài không thể thiếu, làm nên thương hiệu, sắc thái riêng cho mỗi tờ báo. Ở thể loại phóng sự thường có phần đề dẫn (chapeau hay lead) do dung lượng bài viết dài, cần có phần giới thiệu để bạn đọc nắm được nội dung chính hoặc để thu hút bạn đọc tiếp tục theo dõi phần nội dung chính sau khi lướt qua phần đề dẫn ở đầu. Đề dẫn cũng thường là bộ phận mà tác giả cũng như biên tập viên dụng công nhiều nhất.

Xuất phát từ những lí do đó, chúng tôi quyết định chọn đề dẫn phóng sự để nghiên cứu, phục vụ cho quá trình tìm hiểu những điểm tương đồng và dị biệt giữa báo trực tuyến và báo in.

Đối tượng nghiên cứu của bài viết này là đề dẫn thể loại phóng sự trên báo chí. Phạm vi khảo sát để đối sánh là hai tờ báo thuần trực tuyến: Dân Trí và Vietnamnet, hai tờ báo in (không tính phiên bản trực tuyến) là Tuổi Trẻ và Lao Động.

Trong bài viết này, chúng tôi thống nhất quan điểm: *xem xét đề dẫn như một yếu tố độc lập*; vì thế bài báo chỉ tập trung vào các yếu tố nội tại của đề dẫn phóng sự chứ không cố gắng tìm hiểu mối quan hệ về mặt hình thức, về khả năng hành chức giữa đề dẫn với các yếu tố còn lại trong chỉnh thể văn bản phóng sự. Đồng thời, chúng tôi cũng giới hạn nội dung nghiên cứu ở bình diện cú pháp.

Chúng tôi chọn 300 đề dẫn phóng sự báo trực tuyến (150 đề dẫn của báo Dân Trí và 150 đề dẫn của báo Vietnamnet), 300 đề dẫn phóng sự báo in (150 đề dẫn của báo Tuổi Trẻ và 150 đề dẫn của

báo Lao Động) trong khoảng thời gian hai năm, từ tháng 01/2012 đến tháng 12/2013. Theo đó, mỗi tháng chọn ngẫu nhiên sáu hoặc bảy ngày. Trong ngày đã chọn, mỗi báo chọn ngẫu nhiên một bài phóng sự để khảo sát. Trường hợp ngày được chọn không có phóng sự, chúng tôi chọn ngày gần ngày được chọn nhất. Chúng tôi hướng đến việc định lượng theo các tiêu chí sau:

- Số lượng câu/đề dẫn
- Số lượng từ/câu
- Câu theo cấu trúc cú pháp
- Câu theo mục đích phát ngôn
- Cấu trúc đề dẫn theo câu chủ đề

Sau đó, sử dụng gói (package) Rcmdr phiên bản 2.0-3 [3] trong phần mềm thống kê R¹ phiên bản 3.0.0 để xử lý số liệu, cụ thể:

- Dùng test Pearson's Chi-squared để so sánh tỉ lệ câu theo mục đích phát ngôn, câu theo cấu trúc cú pháp, cấu trúc đề dẫn theo câu chủ đề và tỉ lệ về số lượng câu của đề dẫn. Dùng test Fisher's Exact (các giá trị của p được đánh dấu *) trong trường hợp không thoả điều kiện dùng test Pearson's Chi-squared.

- Dùng test t so sánh trung bình độ dài câu theo tiếng/từ.

Các kết quả được xem là có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê khi trị số $p < 0,05$ và ngược lại.

1. Cách xử lý văn bản

1.1. Về ranh giới của tiếng/từ

Chúng tôi thống nhất quan điểm: trong tiếng Việt, “mỗi tiếng là một từ”, được cụ thể bằng đẳng thức: tiếng = hình vị = từ [1], [4, 32]. Theo đó, khi phân tích độ dài câu theo tiếng sẽ đồng nhất với việc phân tích độ dài câu theo từ.

Liên quan đến vấn đề này còn có hiện tượng viết tắt và từ ngoại lai. Đối với vấn đề viết tắt, chúng tôi thống nhất mỗi mẫu tự sẽ được tính như một tiếng/từ.

Ví dụ: QĐ (Quyết định): 2 tiếng, UBND (Ủy ban nhân dân): 4 tiếng, PGS. TS. (Phó giáo sư. Tiến

sĩ): 5 tiếng, P. 5-Q. 10-TP. HCM (Phường 5-Quận 10-Thành phố Hồ Chí Minh): 9 tiếng, CNN (Cable News Network): 3 tiếng, UNDP (United Nations Development Programme): 4 tiếng.

Đối với các trường hợp tên riêng nước ngoài, vấn đề có phiên âm hay không và phiên âm như thế nào cho đến nay vẫn chưa có sự thống nhất. Trong quá trình xử lý văn bản, chúng tôi giải quyết như sau:

Với các từ đã được phiên âm: đếm các tiếng bình thường. Ví dụ: si-đa: 2 tiếng, cà phê: 2 tiếng,...

Các từ chưa được phiên âm, chúng tôi tính số lượng từ theo âm tiết. Ví dụ: internet: 3 tiếng, online: 2 tiếng, money: 2 tiếng,...

1.2. Về ranh giới câu

Khi xử lý văn bản, chúng tôi phân tách các câu dựa vào các dấu câu. Cụ thể: các dấu ngắt câu tuyệt đối như dấu chấm (.), dấu chấm hỏi (?), dấu chấm than (!) biểu thị sự kết thúc của một câu (lưu ý thêm: những dấu câu này nếu đặt trong dấu ngoặc đơn như (?), (!) thì không xem là dấu kết thúc mà chỉ là dấu tu từ); còn dấu ngắt câu ba chấm (...) và hai chấm (:) là dấu câu có điều kiện: dấu ba chấm có chức năng kết thúc câu khi và chỉ khi nó đứng ở cuối câu tường thuật (nghĩa là sau đó từ đầu tiên của câu sau phải viết hoa), dấu hai chấm được coi là dấu ngắt câu khi phần thuyết minh sau nó bao gồm hai câu trở lên (nghĩa là dấu hai chấm báo hiệu bộ phận đứng sau là lời đối thoại chứ không phải là phần giải thích hay liệt kê).

1.3. Về cấu trúc câu

Trong Việt ngữ học, câu được nghiên cứu trên nhiều bình diện khác nhau nên có nhiều quan điểm khác nhau về câu. Trong nghiên cứu của mình, chúng tôi chọn quan niệm thể hiện trong “Ngữ pháp tiếng Việt” của Ủy ban Khoa học xã hội (1983): “*Câu là đơn vị dùng từ hay đúng hơn là dùng ngữ mà cấu tạo nên trong quá trình tư duy, thông báo; nó có nghĩa hoàn chỉnh, có cấu tạo ngữ pháp, và có tính chất độc lập.*”.

¹ Xem <http://www.cran.r-project.org>

Bên cạnh đó, do xuất phát từ nhiều quan điểm khi nghiên cứu cú pháp tiếng Việt nên việc có nhiều cách phân loại câu khác nhau cũng là điều tất yếu. Tuy nhiên, phổ biến nhất là hai cách: phân loại câu theo cấu tạo ngữ pháp (gồm có: câu đơn, câu ghép, câu phức), và phân loại câu theo mục đích phát ngôn (gồm: câu trần thuật, câu nghi vấn, câu cầu khiến, câu cảm thán).

Phân loại câu theo cấu tạo ngữ pháp: dựa vào kết cấu chủ ngữ - vị ngữ (C - V).

Câu đơn: là câu chỉ có một kết cấu C - V, và chính kết cấu này là nòng cốt câu. Câu đơn lại chia thành hai tiểu loại: câu đơn bình thường và câu đơn đặc biệt.

Câu ghép: là câu có hai kết cấu C - V trở lên, trong đó mỗi kết cấu C - V có giá trị là một nòng cốt câu đơn, không có kết cấu C - V nào bao hàm kết cấu C - V nào. Câu ghép gồm có hai loại nhỏ là: câu ghép đẳng lập và câu ghép chính phụ.

Câu phức: là câu có hai kết cấu C - V trở lên, trong đó chỉ có một kết cấu C - V làm nòng cốt, bao hàm những kết cấu C - V khác.

Phân loại câu theo mục đích phát ngôn: dựa vào mục đích phát ngôn mà câu thực hiện. Theo cách phân loại truyền thống, gồm có:

Câu trần thuật: là kiểu câu không có dấu hiệu hình thức của những kiểu câu khác (câu nghi vấn, câu cầu khiến, câu cảm thán) và có tác dụng kể lại, thuật lại một sự việc nào đó.

Câu nghi vấn: là câu có chứa các từ nghi vấn (*ai, gì, nào, đâu, mấy, sao, bao giờ, bao lâu, bao nhiêu; ă, ư, hả, chăng, chứ, (có)... không, (đã)... chưa, v.v...* hoặc từ *hay* nối các vế có mối quan hệ lựa chọn. Bên cạnh đó, dấu hiệu dễ nhất để nhận biết đó có phải là câu nghi vấn hay không là dấu chấm hỏi (?).

Câu cầu khiến: là câu có chứa từ cầu khiến như *hãy / đừng / chớ* và chủ thể của *hãy / đừng / chớ* và có thể có hoặc không có dấu chấm cảm (!) đi cùng.

Câu cảm thán: là câu có những từ ngữ như *ôi, than ôi, hỡi ơi, chao ôi (ôi), trời ơi; thay, biết bao, xiết bao* và có dấu hiệu hình thức dễ nhận biết nhất là *dấu chấm cảm (!)*.

1.4. Về mô hình cấu trúc thông tin

Chúng tôi phân chia cấu trúc đề dẫn theo câu chủ đề dựa vào lí thuyết về mô hình cấu trúc thông tin. Dưới góc độ mô hình cấu trúc thông tin, cũng như với góc nhìn của việc tạo lập văn bản, câu chủ đề (topic sentence) có vai trò quan trọng trong việc thể hiện chủ đề của văn bản. Tùy vào dụng ý của người tạo lập, vị trí của câu chủ đề trong văn bản sẽ chi phối cách triển khai nội dung của văn bản theo những cách rất khác nhau. Căn cứ vào vị trí của câu chủ đề trong văn bản, người ta đã phân lập nên những mô hình cấu trúc thông tin phổ biến như sau:

- Mô hình diễn dịch
- Mô hình quy nạp
- Mô hình song hành
- Mô hình móc xích
- Mô hình tối giản
- Mô hình tổng-phân-hợp

2. Lý thuyết về loại hình và thể loại báo chí

Hiện nay, hoạt động báo chí đang diễn ra song song các loại hình: báo in, báo hình (truyền hình), báo nói (phát thanh), và báo trực tuyến (báo mạng, báo điện tử, báo mạng điện tử, báo internet). Mỗi loại hình có những có yêu cầu khác nhau về đặc điểm hình thức và nội dung (khác biệt trong tính nén chặt thông tin của thể loại tin tức, tính chất hỏi - đáp linh hoạt của thể loại phỏng vấn, tính uyển chuyển trong cách diễn đạt của thể loại phóng sự,...). Chi tiết hơn, trong từng nhóm thể loại báo chí cũng có sự khác biệt: nhóm thể loại báo chí thông tấn (tin, phỏng vấn, tường thuật, điểm báo) đề cao yếu tố thông báo, phản ánh nên yêu cầu tính nén chặt thông tin, và không cần thiết phải có các yếu tố bình luận, phân tích; nhóm báo chí chính luận (chuyên luận, xã luận, bài phê bình) thì thông tin lí lẽ là yếu tố quan trọng nhất; còn nhóm thể loại báo chí chính luận - nghệ thuật (phóng sự, điều tra,

ghì nhanh) lại yêu cầu kết hợp yếu tố chính luận với yếu tố nghệ thuật nhằm phản ánh và lí giải vấn đề.

3. Lý thuyết về phong cách báo chí và ngôn ngữ báo chí

So với các phong cách ngôn ngữ khác, phong cách báo chí được nhìn nhận khá muộn. Đánh dấu cho sự hình thành phong cách báo chí là công trình “Phong cách học tiếng Việt” (1982) của Nguyễn Thái Hòa. Dựa vào nhiều công trình nghiên cứu, chúng ta có thể gói gọn đặc trưng phong cách báo chí trong các đặc điểm sau: tính thời sự, tính chính xác, tính ngắn gọn, tính công luận, tính hấp dẫn, tính đại chúng, tính cụ thể, tính khuôn mẫu, tính biểu cảm, và tính bình giá. Những đặc điểm của phong cách báo chí sẽ chi phối và hình thành những đặc trưng ngôn ngữ báo chí như: ngôn ngữ báo chí là ngôn ngữ sự kiện, ngôn ngữ báo chí là ngôn ngữ của sự tương tác, ngôn ngữ báo chí là ngôn ngữ của sự hấp dẫn. Một tác phẩm được xem là tác phẩm báo chí vừa phải đáp ứng những tiêu chí về loại hình, về thể loại vừa phải đáp ứng các đặc trưng về phong cách, về ngôn ngữ. Và chính ngôn ngữ báo chí cũng chịu sự tác động của tiêu chí thể loại.

4. Khái quát về đề dẫn

4.1. Khái niệm

Đề dẫn (tiếng Anh: *lead*, tiếng Pháp: *chapeau*) là một trong những yếu tố quan trọng trong văn bản báo chí. Đó là “bộ phận nén kín nội dung của toàn văn bản, là yếu tố chỉ báo thông tin/nêu thông tin tiêu điểm của văn bản” [Fabienne Gérard, dẫn theo [8, 53]].

Nguyễn Đức Dân gọi *chapeau* là “đề dẫn”: “Lời đề dẫn, cũng thường gọi là *sapô* (Pháp: *chapeau*) là một thành phần tham gia vào cấu trúc thông tin của một bài báo. Trong cấu trúc này, đề dẫn thường được đặt ngay sau tiêu đề, trước phần mở đầu của bài báo”; “Đề dẫn giới thiệu những vấn đề cơ bản, cốt lõi mà bài báo đề cập, qua đó rút ra những bài học, những cảnh báo, những điều đáng phải suy

ngẫm... Đề dẫn giới thiệu nội dung, những ý chính của bài báo mà tiêu đề không làm được... [7, 124].

4.2. Vị trí của đề dẫn

Theo Nguyễn Đức Dân, “Đề dẫn có thể đứng chính giữa, ngay dưới tiêu đề với hàng chữ đậm nhằm phân biệt với chữ trong bài báo hoặc đứng ở góc trái, phía trên” [7, 125].

Nhận định này rất đúng đối với báo trực tuyến. Qua khảo sát 300 đề dẫn phóng sự trên Dân Trí Online và Vietnamnet, chúng tôi nhận thấy phần đề dẫn luôn luôn nằm ngay sau tiêu đề và trên phần nội dung văn bản với phần chữ in đậm, khác màu so với phần chữ trong nội dung chính. Đây được xem là vị trí lí tưởng, nhất là khi bạn đọc nhấp chuột vào và bắt đầu đọc vào nội dung bài phóng sự. Đặc biệt, nếu còn ở giao diện chính, chỉ cần bạn đọc rê chuột vào tiêu đề, lập tức phần đề dẫn hiện lên đủ để bạn đọc nắm bắt được nội dung chủ yếu của bài báo. Còn trong báo in: vị trí đề dẫn nhiều khi không rõ ràng, có nhiều vị trí khác nhau, tùy thuộc vào cách dàn trang của tờ báo đó.

4.3. Chức năng của đề dẫn

Dựa vào khái niệm và vị trí của đề dẫn, chúng ta nhận thấy đề dẫn đảm nhiệm các chức năng cơ bản: (1) tóm tắt thông tin quan trọng nhất của bài báo, (2) thu hút sự chú ý của độc giả, (3) định hướng thông tin.

5. Kết quả khảo sát

Trước khi tiến hành so sánh đặc điểm cú pháp đề dẫn phóng sự giữa hai loại hình báo trực tuyến và báo in, chúng tôi đã phân tích và so sánh (theo các nội dung đã nêu trong phần mục đích nghiên cứu) trong nội bộ báo in (báo Tuổi Trẻ và Lao Động) và làm tương tự đối với báo trực tuyến (báo Dân Trí và Vietnamnet). Các kết quả so sánh cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê ($p > 0,05$) trong nội bộ (hai tờ báo) báo trực tuyến cũng như trong nội bộ (hai tờ báo) báo in:

Bảng 1. Kết quả so sánh trong nội bộ báo in và báo trực tuyến

Mục đích nghiên cứu		Báo trực tuyến		Báo in	
		Dân trí	Vietnamnet	Tuổi Trẻ	Lao Động
Số lượng câu/ đề dẫn	1 câu	57	43	69	65
	2 câu	70	67	63	69
	3 câu	21	36	18	16
	4 câu	2	4	0	0
<i>Trị số p</i>		0,08*		0,81*	
Câu theo cấu trúc cú pháp	Câu đơn đầy đủ	122	145	145	135
	Câu tỉnh lược	13	13	7	9
	Câu ghép đẳng lập	38	44	25	21
	Câu ghép chính phụ	100	120	72	86
<i>Trị số p</i>		0,97		0,54	
Câu theo mục đích phát ngôn	Trần thuật	258	303	244	232
	Nghi vấn	2	4	7	6
	Cầu khiến	0	0	0	0
	Cảm thán	13	15	5	6
<i>Trị số p</i>		0,87*		0,95*	
Cấu trúc đề dẫn theo câu chủ đề	Diễn dịch	31	49	36	28
	Quy nạp	26	28	18	10
	Song hành	9	5	10	14
	Móc xích	32	20	21	29
	Tối giản	52	48	65	69
	Tổng-Phân-Hợp	0	0	0	0
<i>Trị số p</i>		0,08*		0,26*	
Độ dài câu theo tiếng		26,2 ± 12,1	26,4 ± 13,0	31,9 ± 16,1	31,0 ± 15,2
<i>Trị số p</i>		0,8		0,54	

Các kết quả không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê là bằng chứng cho thấy: chúng ta có thể gộp hai tờ báo trực tuyến thành một đối tượng – gọi là *Số lượng câu/đề dẫn*

chung là *báo trực tuyến* và đi so sánh với đối tượng còn lại là hai tờ báo in gộp thành – gọi chung là *báo in*. Các kết quả chi tiết được trình bày sau đây:

Bảng 2. Số lượng câu trong 1 đề dẫn

	Báo trực tuyến	Báo in	Giá trị p
1 câu	100 (33,3%)	134 (44,7%)	0,004
2 câu	111 (37%)	132 (44%)	0,081
3 câu	83 (27,7%)	34 (11,3%)	0,000
4 câu	6 (2%)	0	0,030*
Tổng	300	300	

Số lượng câu trong đề dẫn của báo trực tuyến và báo in có sự khác biệt rất lớn ($p < 2,8 \times 10^{-7}$). Trong đó, đề dẫn có 2 câu trên cả hai loại hình không có sự khác biệt ($p > 0,05$). Tuy nhiên, đối với đề dẫn có 1 câu, đề dẫn có 3 câu và đề dẫn có 4 câu thì sự khác biệt lại rất có ý nghĩa thống kê giữa báo trực tuyến và báo in ($p < 0,05$).

Độ dài câu trong đề dẫn

Bảng 3. Độ dài câu

	Báo trực tuyến	Báo in	Giá trị p
Theo tiếng/ từ	26,4 ± 13	31,5 ± 15,8	4,6x10 ⁻⁹

Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa độ dài câu theo tiếng trong đề dẫn của hai loại hình báo ($p < 10^{-9}$). Đề dẫn trên báo in có xu hướng sử dụng câu dài hơn báo trực tuyến (31 > 26).

Kết quả này hoàn toàn phù hợp với yêu cầu của loại hình báo trực tuyến. Bởi lẽ, so với các loại hình báo chí khác, báo trực tuyến đề cao tiêu chí “ngắn, gọn, súc tích” hơn cả. Đồng thời, đối với báo trực tuyến, tờ nào có lượng tin, bài thể hiện trên trang

Câu theo cấu trúc cú pháp

Bảng 4. Câu theo cấu trúc ngữ pháp

		Báo trực tuyến	Báo in	Giá trị p
Câu đơn	Đầy đủ	267 (44,9%)	280 (56%)	0,0002
	Tinh lược	26 (4,4%)	16 (3,2%)	0,320
Câu ghép	Đẳng lập	82 (13,7%)	46 (9,2%)	0,02
	Chính phụ	220 (37%)	158 (31,6%)	0,06
Tổng		595	500	

Câu theo cấu trúc ngữ pháp của hai loại hình báo có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê ($p < 0,002$). Cụ thể:

Trong nội bộ câu đơn, việc sử dụng câu đơn có đầy đủ thành phần của hai loại hình báo có sự khác biệt khá lớn ($p < 0,0002$), còn câu đơn tinh lược lại không có sự khác biệt.

Đối với câu ghép, hai loại hình báo có sự khác biệt trong việc dùng câu ghép đẳng lập ($p < 0,02$), không có sự khác biệt trong việc sử dụng câu ghép chính phụ.

Đặc biệt, khảo sát 300 đề dẫn phóng sự báo in, chúng tôi hoàn toàn không tìm thấy đề dẫn nào có 4 câu, trong khi báo trực tuyến lại có. Đây cũng là điểm khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa hai loại hình báo ($p < 0,05$).

Chủ nhiều nhất đã được xem là có lợi thế. Nguyên nhân cụ thể là do diện tích giới hạn của màn hình máy tính, do đặc trưng kỹ thuật trong thiết kế giao diện trang báo, cũng như mong muốn chiếm được ưu thế làm thỏa mãn nhu cầu được thông tin nhiều nhất của độc giả nên việc trình bày lượng chữ trên báo trực tuyến được yêu cầu phải tiết chế tối đa. Trong khi đó, báo in hoàn toàn linh hoạt trong vấn đề này.

Điều đó có nghĩa là đề dẫn phóng sự trên báo trực tuyến lẫn báo in tương đồng về số lượng trong việc sử dụng câu đơn tinh lược thành phần và câu ghép chính phụ.

Kết quả cũng cho thấy cả hai loại hình báo đều sử dụng nhiều câu đơn. Điều này rất phù hợp với phong cách ngôn ngữ báo chí, đó là vừa đảm bảo ngắn gọn, súc tích vừa phải đảm bảo yêu cầu dễ đọc, dễ hiểu. Nhờ vậy, độc giả nắm bắt thông tin được dễ dàng hơn.

Câu theo mục đích phát ngôn

Bảng 5. Câu phân theo mục đích phát ngôn

	Báo trực tuyến	Báo in	Giá trị p
Trần thuật	561 (94,3%)	476 (95,2%)	0,545
Nghi vấn	6 (1%)	13 (2,6%)	0,038
Câu khiến	0	0	
Cảm thán	28 (4,7%)	11 (2,2%)	0,026
Tổng	595	500	

Câu phân loại theo mục đích phát ngôn trong đề dẫn phóng sự báo trực tuyến và báo in có sự khác biệt lớn ($p < 0,01$)*. Trong đó:

Kết quả cho thấy hai loại hình báo đều sử dụng rất nhiều câu trần thuật, áp đảo các loại câu còn lại và hoàn toàn không có sự khác biệt về cách sử dụng loại câu này trong đề dẫn phóng sự báo trực tuyến và đề dẫn phóng sự báo in ($p > 0,05$). Kết quả này là hợp lý, do đặc điểm phong cách báo chí và đặc điểm của thể loại phóng sự chi phối: đó là đưa tin, là thuật lại sự kiện.

Đặc biệt, khảo sát cho thấy cả hai loại hình báo chí đều không sử dụng câu cầu khiến trong đề dẫn

Cấu trúc đề dẫn theo câu chủ đề

Bảng 6. Cấu trúc đề dẫn theo câu chủ đề

	Báo trực tuyến	Báo in	Giá trị p
Diễn dịch	80 (26,7%)	64 (21,3%)	0,126
Quy nạp	54 (18%)	28 (9,3%)	0,002
Song hành	14 (4,7%)	24 (8%)	0,093
Móc xích	52 (17,3%)	50 (16,7%)	0,828
Tối giản	100 (33,3%)	134 (44,7%)	0,004
Tổng-Phân-Hợp	0	0	
Tổng	300	300	

Cấu trúc xét theo câu chủ đề giữa đề dẫn phóng sự báo trực tuyến và báo in có sự khác biệt ($p < 0,001$)*. Trong đó, kết quả khảo sát cho thấy: lượng đề dẫn có câu chủ đề theo 3 phương pháp: diễn dịch, móc xích, song hành ở hai loại hình báo không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê ($p > 0,05$).

Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa báo in và báo trực tuyến ở hai mô hình quy nạp và tối giản ($p < 0,05$).

và sử dụng câu nghi vấn rất ít. Điều này hoàn toàn hợp lý, do chức năng quan trọng nhất của đề dẫn là lôi kéo, kích thích độc giả đọc tiếp vào phần nội dung chứ không phải là yêu cầu, áp đặt đối với độc giả. Và một trong những tiêu chí phải đạt được khi viết đề dẫn là “ngắn, mạnh, trực tiếp”, loại bỏ những chi tiết rườm rà mà đi thẳng vào vấn đề. Đồng thời, một trong những đặc trưng của thể loại phóng sự là cho phép tác giả thể hiện cái tôi trần thuật của mình nên sự xuất hiện câu cảm thán nhằm thể hiện cảm xúc của tác giả cũng là điều dễ hiểu.

Đặc biệt, cả hai loại hình báo đều không sử dụng mô hình tổng-phân-hợp (kết hợp mô hình diễn dịch và quy nạp, câu chủ đề nằm ở đầu và cuối đoạn văn) khi viết đề dẫn phóng sự.

Dựa vào bảng 6, chúng ta cũng nhận thấy: số lượng đề dẫn triển khai theo hướng diễn dịch và tối giản chiếm ưu thế hơn hẳn các cấu trúc khác. Dưới góc độ mô hình cấu trúc thông tin, câu chủ đề có vai trò quan trọng trong việc thể hiện chủ đề của văn

bản. Triển khai nội dung đề dẫn theo từng phương pháp mang những ý nghĩa khác nhau, tùy vào dụng ý của tác giả, của tờ báo. Và diễn dịch là cách đơn giản nhất để nêu nội dung bài phóng sự cũng như phù hợp với đặc điểm nhanh, nhạy của báo chí. Bên cạnh đó, nếu xem “ngắn gọn, súc tích” là tiêu chí luôn luôn quan trọng trong phong cách báo chí thì việc số lượng đề dẫn tối giản (chỉ có 1 câu) chiếm tỉ lệ áp đảo ở cả báo trực tuyến lẫn báo in là phù hợp. Hơn thế, do đề dẫn có vai trò “bắt lấy độc giả”, kích thích bạn đọc tiếp tục đi vào phần nội dung nên việc không sử dụng cấu trúc tổng-phân-hợp trong đề dẫn là điều không cần bàn cãi. Đề dẫn hay là phải giới thiệu nội dung chính của bài báo vừa đủ nhưng lại có khả năng gợi mở, khơi thông chứ không nên nêu toàn bộ nội dung của bài báo.

Kết luận

Các kết quả khảo sát cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$) trong đặc điểm cú pháp đề dẫn phóng sự báo trực tuyến và báo in. Đặc biệt, ở tiêu chí so sánh số lượng câu và độ dài câu theo

tiếng/từ của đề dẫn phóng sự giữa hai loại hình báo có sự khác biệt rất lớn ($p < 10^{-7}$). Đồng thời, từ hai tiêu chí này, chúng tôi nhận thấy: đề dẫn phóng sự báo in có xu hướng sử dụng số lượng câu ít hơn, nhưng độ dài câu tính theo tiếng/từ lại nhiều hơn hẳn so với báo trực tuyến.

Kết quả khảo sát cũng chỉ ra được sự khác biệt có ý nghĩa thống kê ($p < 0,001$) về cấu trúc đề dẫn theo câu chủ đề. Trong đó, đáng chú ý là tỉ lệ đề dẫn có sử dụng hình thức tối giản trong báo in là 44,7% còn báo trực tuyến là 33,3%. Sự khác biệt ở đây khá lớn ($p < 0,004$). Điều này cung cấp thêm bằng chứng củng cố nhận định trên đây về xu hướng dùng số lượng câu trong đề dẫn của báo in ít hơn so với báo trực tuyến.

Trong nỗ lực thoát khỏi cái bóng quá lớn của báo chí truyền thống, các tờ báo trực tuyến ở nước ta đang cố gắng trở nên chuyên nghiệp hơn, độc lập hơn. Và những kết quả khác biệt bước đầu như trên đã phần nào chứng minh cho điều đó.

Syntax of the leads of journalistic reports on online and printed newspapers (A case study of Dan Tri, Vietnamnet, Tuoi Tre, and Lao Dong in 2012 and 2013)

- **Dang Thi Hanh Van**

University of Social Sciences and Humanities, VNU-HCM

ABSTRACT:

With the help of statistics, this paper analyses and compares syntactical characteristics of the leads of journalistic reports on online newspapers, such as Dan Tri and Vietnamnet, to those in printed newspapers, such as Tuoi Tre and Lao Dong.

We have achieved results of statistical significance ($p < 0,05$), which indicates differences between the two types of newspapers on various aspects such as the number of sentences, the length of sentences (depending on syllable), sentences classified

by syntax, sentences classified by speaking purposes, and leads classified by topic sentences. Those results work as starters for evaluating the relationship between online newspapers and printed newspapers on various aspects.

Keywords: lead, journalistic report, online newspaper, printed newspaper, statistics

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Cao Xuân Hạo (1985), Về cương vị ngôn ngữ học của “tiếng”, *Tạp chí Ngôn ngữ*, Số 2, trang 25-53.
- [2]. Huỳnh Thị Thuỳ Dung (2009), *Đặc điểm ngôn ngữ đề dẫn (Lead) trên báo trực tuyến tiếng Việt (Khảo sát trên báo trực tuyến VnExpress và Thanh Niên năm 2007)*, Luận văn Thạc sĩ Ngôn ngữ học, Trường ĐH KHXH&NV-ĐHQG TP. HCM.
- [3]. John Fox (2005), The R Commander: A Basic-Statistics Graphical User Interface to R, *Journal Statistical Software*, Volume 14, Issue 9.
- [4]. Nguyễn Công Đức – Nguyễn Hữu Chương (2004), *Từ vựng tiếng Việt*, Tài liệu lưu hành nội bộ, Tủ sách ĐH KHXH&NV-ĐHQG TP. HCM.
- [5]. Nguyễn Đức Dân – Đặng Thái Minh (1998), *Nhập môn Thống kê Ngôn ngữ học*, Nxb. Giáo dục, Hà Nội.
- [6]. Nguyễn Đức Dân – Đặng Thái Minh (2000), *Thống kê Ngôn ngữ học – Một số ứng dụng*, Nxb. Giáo dục, Hà Nội.
- [7]. Nguyễn Đức Dân (2007), *Ngôn ngữ báo chí – Những vấn đề cơ bản*, Nxb. Giáo dục, Hà Nội.
- [8]. Trịnh Vũ Hoàng Mai (2011), *Đặc điểm ngôn ngữ của đề dẫn báo chí tiếng Việt*, Luận văn Thạc sĩ Ngôn ngữ học, Trường ĐH KHXH&NV-ĐHQG TP. HCM.
- [9]. Ủy ban Khoa học Xã hội Việt Nam (1983), *Ngữ pháp tiếng Việt*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội.