



CẤU TRÚC CỦA LỜI DẪN CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN HÌNH

*Lê Thị Như Quỳnh**

Ban Chương trình - Đài Truyền hình TP Hồ Chí Minh

Ngày Tòa soạn nhận được bài: 17-4-2017; ngày phân biên đánh giá: 20-4-2017; ngày chấp nhận đăng: 25-5-2017

TÓM TẮT

Lời dẫn chương trình truyền hình (LDCTTH) với các phương diện nội dung và hình thức của nó là đối tượng được ngành ngôn ngữ học và báo chí truyền thông quan tâm nghiên cứu. Cấu trúc LDCTTH là một trong hai nhân tố quyết định chất lượng khoa học và nghệ thuật của lời dẫn. Bài viết phân tích cấu trúc tổng quát của LDCTTH và các thành phần trong cấu trúc của nó để kết luận rằng cấu trúc tổng quát của lời dẫn trong một chương trình truyền hình (CTTH) gồm ba phần: phần dẫn mở đầu – phần dẫn chính – phần dẫn kết thúc. Cấu trúc này tương ứng với cấu trúc của một cuộc thoại được nghiên cứu trong ngữ dụng học. Cấu trúc lời dẫn cũng phụ thuộc vào tình huống giao tiếp mà MC truyền hình xuất hiện. Do tình huống giao tiếp này, một số thành tố trong cấu trúc sẽ khuyết đi, thay đổi trật tự hay được bổ sung. Việc nắm vững cấu trúc lời dẫn với những đặc điểm như vừa nói trên là rất cần thiết đối với sự phát triển các kỹ năng nghiệp vụ của MC truyền hình.

Từ khóa: chương trình truyền hình, người dẫn chương trình truyền hình, lời dẫn chương trình truyền hình, cấu trúc.

ABSTRACT

Structure of television introduction

Television introduction with its content and form aspects has been one of the matters of great concern among linguists and the press. The structure of television introduction is one of the two key factors of its scientific and artistic quality. In this article, the author focuses on analysing the general structure of television introduction and its elements. The article reaches the conclusion that the general structure of television introduction comprises three parts: beginning introduction part – primary introduction part – ending introduction part. The structure corresponds to the structure of a dialogue researched on pragmatics. The structure of television introduction also depends on the situations in which the television presenters appeared. Because of these situations, some elements in the structure are missing, in the change of order or supplemented. Having a comprehensive understanding of the television introduction's structure is essential for developing specialist skills for television presenters.

Keywords: television program, television presenter, television introduction (lead), structure.

1. Đặt vấn đề

Lời dẫn CTTH (television introduction, television lead) là lời nói của MC truyền hình khi MC xuất hiện trên sân diễn và dẫn chương trình. Đó là một thực thể ngôn ngữ do MC tạo ra để thực hiện

các hành động bằng lời khi dẫn các chương trình cụ thể. Bằng lời nói của mình, MC giới thiệu, điều khiển, kết nối làm cho chương trình diễn ra theo đúng kế hoạch.

Theo đặc điểm nghề nghiệp, ngôn ngữ MC truyền hình thể hiện ở hai hình

* Email: lenhuquynhmc@yahoo.com

thức:

(i) Khi MC xuất hiện trên sân diễn (và trên màn hình TV);

(ii) Khi MC không xuất hiện trên sân diễn và cũng không có mặt trên màn hình TV. Tức là khi MC ở hậu cảnh.

Dạng ngôn ngữ thứ nhất, chúng tôi gọi là *lời dẫn*. Còn hình thức thứ hai được gọi là *lời thuyết minh* (giọng ngoại hình – voice over) và không nằm trong phạm vi nghiên cứu của bài viết này.

LDCTTH, theo cách hiểu của chúng tôi, không phải là một khối thuần nhất mà do 16 thành tố tạo nên. Các thành tố cơ bản (xuất hiện nhiều, giữ vai trò quan trọng) trong lời dẫn của MC truyền hình, gồm có 9 thành tố sau: lời chào hỏi, lời giới thiệu, lời phân tích – diễn giải, câu hỏi, hiệu lệnh, lời nhận xét – bình luận, lời cảm ơn, lời chuyển tiếp, lời từ biệt. Ngoài 9 thành tố cơ bản trên, LDCTTH còn có 7 thành tố phụ trợ (thỉnh thoảng mới xuất hiện): lời kể chuyện, lời chúc mừng, lời xin lỗi, lời đáp, lời phát biểu ý kiến cá nhân, lời phản bác – tranh luận, lời trò chuyện giữa các MC.

Lời dẫn chương trình của MC truyền hình với các phương diện nội dung và hình thức của nó là đối tượng được quan tâm nghiên cứu của giới ngôn ngữ học và báo chí truyền thông. Trong các khía cạnh về phương diện hình thức của lời dẫn truyền hình, bên cạnh mặt ngôn từ diễn đạt thì cấu trúc lời dẫn (các thành phần, trật tự sắp xếp và mối quan hệ) là một trong hai nhân tố quyết định chất lượng khoa học và nghệ thuật của lời dẫn.

Cấu trúc của lời dẫn truyền hình một mặt vừa phụ thuộc vào nội dung truyền đạt,

mặt khác phụ thuộc vào cấu trúc CTTH và đặc điểm giao tiếp cùng tình huống giao tiếp cụ thể mà MC thực hiện trong mỗi buổi diễn.

2. Cấu trúc của chương trình truyền hình và đặc điểm giao tiếp của MC truyền hình

2.1. Cấu trúc của chương trình truyền hình (xem Sơ đồ 1)

Chương trình truyền hình (Television Program; Television Broadcast) là khoảng thời gian phát sóng truyền hình thể hiện một nội dung tương đối độc lập, được mở đầu bằng nhạc hiệu, lời giới thiệu và kết thúc bằng lời chào tạm biệt.

Cấu trúc tổng quát một CTTH gồm 3 phần: mở đầu, thân, kết thúc.

Phần mở đầu dùng để bắt đầu một chương trình bằng cách chào hỏi, giới thiệu chung một số thông tin trong chương trình, giới thiệu chủ đề chương trình.

Có nhiều kiểu mở đầu tùy vào nội dung chương trình, bối cảnh, mục đích, yêu cầu thể hiện, phong cách của người dẫn chương trình, chủ đề, lĩnh vực, đối tượng khán thính giả.

Ứng với mỗi thành phần, lời dẫn mở đầu sẽ có những cách mở khác nhau: chào gặp mặt (hội ngộ) – giới thiệu tên chương trình – giới thiệu không gian, thời gian diễn ra chương trình – giới thiệu ngày giờ phát sóng, kênh phát sóng – giới thiệu nhà tài trợ (nếu có) – giới thiệu chủ đề (trực tiếp/gián tiếp).

Tuy nhiên, không phải kiểu mở đầu nào cũng đủ các thành phần, mà mỗi kiểu mở có thể là một loại hình khác biệt, có khi khuyết một hoặc vài thành phần cơ bản.

Nhìn chung, phần mở đầu cần phải nêu rõ được những thông tin chính yếu: tên chương trình, chủ đề, thời gian và kênh phát sóng.

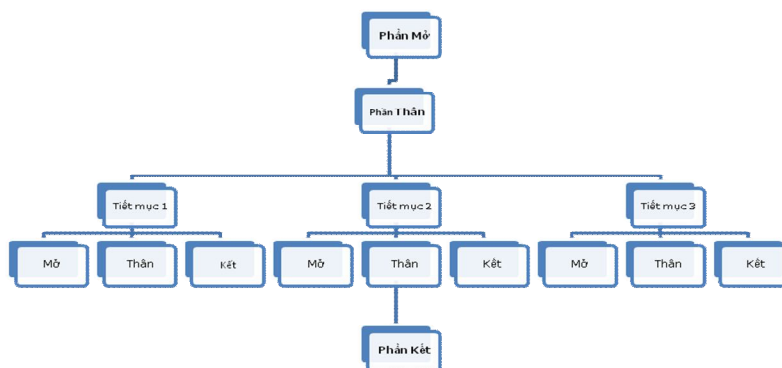
Phần thân của chương trình là phần thể hiện các tiết mục, các phân đoạn, phân cảnh khác nhau của chương trình. Đây là phần nội dung chính của chương trình với nhiều sự kiện, tình huống phong phú, đa dạng. Nếu trong một CTTH đòi hỏi MC phải xuất hiện nhiều, như một nhân vật chính của chương trình, thì tất cả năng lực – sở trường cũng như sở đoản – của MC sẽ bộc lộ một cách rõ ràng ở phần này.

Các tiết mục, phân đoạn, phân cảnh trong một chương trình, tự bản thân chúng, lại có cấu trúc riêng. Cấu trúc đó cũng thường là ba phần: mở, thân, kết.

Phần kết của CTTH có tác dụng khép lại cảnh diễn, chốt lại chủ đề của chương trình, gửi lời cảm ơn, lời chào tạm biệt và nói lời ước mong được gặp lại (được phục vụ, được sự quan tâm theo dõi của) khán giả trong lần kế tiếp.

Phần kết lưu lại trong khán giả những ấn tượng sâu đậm về chương trình và những thông tin kỹ thuật quan trọng nhất để khán giả tiếp tục theo dõi chương trình trong những kì phát sóng tiếp theo.

Sơ đồ 1. Cấu trúc tổng quát của một CTTH



2.2. Đặc điểm giao tiếp của MC truyền hình

Giao tiếp (communication), theo nghĩa chung nhất, “là sự tiếp xúc giữa các cá thể trong một cộng đồng để truyền đạt một nội dung nào đó” (Diệp Quang Ban, 2012, tr.17).

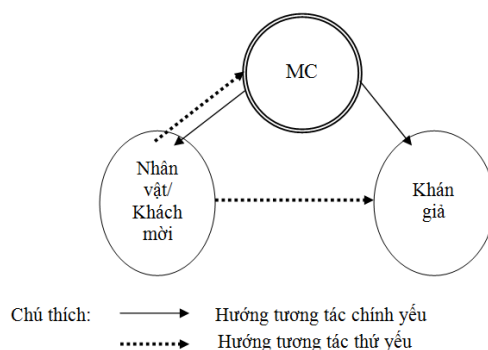
Như vậy, giao tiếp là một quá trình hoạt động trao đổi thông tin giữa người nói và người nghe nhằm đạt được một mục đích nào đó. Thông thường, giao tiếp trải qua ba trạng thái: 1) trao đổi thông tin, tiếp xúc tâm lý; 2) hiểu biết lẫn nhau; 3) tác động và ảnh hưởng lẫn nhau.

Giao tiếp hội thoại trong CTTH là sự tác động bằng lời nói giữa ba đối tượng: MC – nhân vật/khách mời – khán giả. Đây là một kiểu hội thoại tam thoại (trilogue) (Nguyễn Đức Dân, 1999, tr.1-8).

Xét theo quyền chi phối hội thoại, thì tam thoại của hội thoại giữa MC truyền hình với nhân vật/ khách mời và khán giả

có đặc điểm cơ bản là kiểu tam thoại một đỉnh (khác với kiểu tam thoại hai đỉnh hoặc ba đỉnh), tức là kiểu tam thoại có một nhân vật chi phối quyền hội thoại, hai nhân vật còn lại đóng vai trò phụ thuộc. Có thể hình dung tam thoại giữa MC truyền hình với nhân vật/ khách mời và khán giả qua sơ đồ sau:

Sơ đồ 2. Quan hệ tương tác giữa MC truyền hình với nhân vật/ khách mời và khán giả



Tam thoại của MC truyền hình là tam thoại một đỉnh vì MC giữ quyền chủ động hội thoại từ đầu chí cuối và cuộc thoại được lên kịch bản về đích giao tiếp và đóng khung trong giới hạn thời gian của MC. Nhân vật/ khách mời, về cơ bản, ở thế bị động về hội thoại. Khán giả thì chỉ là người thứ ba sắm vai kẻ chứng kiến. Hướng tương tác chính yếu của cuộc thoại chỉ xảy ra theo chiều từ MC đến nhân vật/ khách mời, và từ MC tới khán giả. Giao tiếp từ nhân vật/ khách mời với MC hoặc từ nhân vật/ khách mời với khán giả là hướng tương tác thứ yếu. Còn hướng giao tiếp từ khán giả tới MC hoặc từ khán giả tới nhân vật/ khách mời ít khi xảy ra. Như vậy, tam thoại của MC truyền hình với nhân vật/ khách mời và khán giả không phải là một kiểu giao tiếp ba ngôi bình đẳng. Đây là loại giao tiếp hội thoại mà MC giữ vai

trò đặc biệt: vừa điều khiển cuộc hội thoại, vừa tham gia vào cuộc hội thoại.

3. Cấu trúc của lời dẫn chương trình truyền hình

3.1. Đặc điểm chung của cấu trúc lời dẫn truyền hình

Cấu trúc của lời dẫn gắn liền với cấu trúc của chương trình, phụ thuộc vào cấu trúc của chương trình. Thông thường chương trình có bao nhiêu phần, bao nhiêu tiết mục thì một diễn ngôn lời dẫn có bấy nhiêu phần, bấy nhiêu mục.

Mỗi loại chương trình có cấu trúc khác nhau, vì vậy cấu trúc lời dẫn cũng khác nhau. Có chương trình, MC xuất hiện với vai trò phụ (xuất hiện ít), có chương trình, MC giữ vai trò quan trọng (xuất hiện liên tục).

Cấu trúc tổng quát của một cuộc

thoại mà lời dẫn của MC giữ vai trò chủ động ở các cuộc giao tiếp truyền hình cũng có mô hình như các cuộc thoại thông thường:

[MỞ THOẠI – THÂN THOẠI – KẾT THOẠI]
LỜI DẪN MỞ ĐẦU – LỜI DẪN CHÍNH – LỜI DẪN KẾT THÚC

Tính chất cơ bản của phần lời dẫn mở đầu và lời dẫn kết thúc là *ngoại giao tiếp* (giao tiếp giữa MC với khán giả của chương trình). Tính chất cơ bản của lời dẫn chính (lời dẫn ở phần thân của chương trình) là *nội giao tiếp* (giao tiếp bên trong của chương trình, tức là giao tiếp giữa những nhân vật tham gia thể hiện chương trình trên sân diễn).

Các phân đoạn chủ yếu của phần dẫn chính lại có cấu trúc tự thân của chúng, và cấu trúc đó cũng thường ba phần là [lời dẫn mở đầu – lời dẫn chính – lời dẫn kết thúc] như cấu trúc tổng thể của chương trình, nhưng đơn giản hơn.

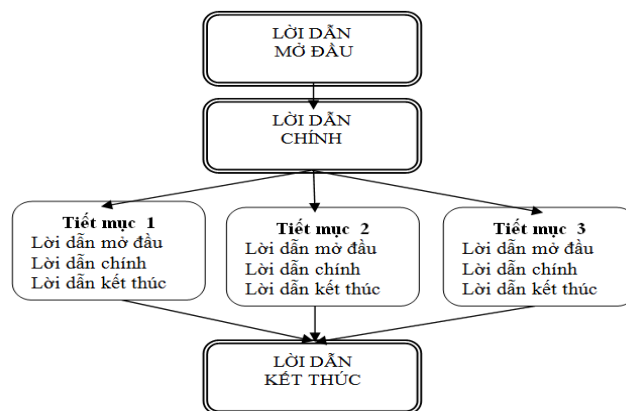
Lời dẫn chính mang thông điệp cốt lõi của chương trình, chúng có tính chất miêu tả, trình bày, thông báo, diễn giải vấn đề,

hoặc tạo ngòi nổ thông tin (câu hỏi). Lời dẫn mở đầu và lời dẫn kết thúc là phần mang tính chất giao đãi, nghi thức, chúng là nhưng mô hình ứng xử giao tiếp thường nhật, được công thức hóa theo quy ước xã hội và cách điệu hóa theo format của chương trình. Tuy nhiên, phần nghi thức này, tùy theo sự linh động, sáng tạo của MC, cũng sẽ tạo nên những nét mới lạ, hấp dẫn.

Trong những CTTH cấu trúc đơn tuyến và đường thẳng, phần lời dẫn chính có khi rất đơn giản, chỉ thuần là những thông tin kết nối tiết mục. Tuy nhiên, trong một chương trình đa tuyến hoặc phân nhánh thì tình hình khác hẳn. Hơn nữa, các CTTH hiện đại lại có xu hướng dùng nhiều MC để tạo sự sinh động, hấp dẫn nên cấu trúc CTTH ngày càng có nhiều nét đổi mới.

Cấu trúc tổng quát của một CTTH điển hình ở Việt Nam, có thể khái quát hóa như trong Sơ đồ 3 sau đây:

Sơ đồ 3. Cấu trúc LDCTTH



Đơn vị cơ bản tạo thành cấu trúc lời dẫn là các dạng lời nói thực hiện những hành động bằng lời khác nhau. Các chuỗi hành động bằng lời tạo thành các lượt lời. Các lượt lời (hay chuỗi lời nói) của người dẫn chương trình có những nét riêng biệt làm cho lời dẫn là một thực thể ngôn ngữ có những nét đặc thù về cấu trúc, cần được khảo sát riêng.

Sau đây chúng ta cùng phân tích cấu trúc của một CTTH cụ thể: Chương trình “Câu chuyện hàng Việt – 31”, HTV9.

Chương trình: CÂU CHUYỆN HÀNG VIỆT – 31, HTV9

MC1: Mạnh Cường, MC2: Bích Nga (dẫn đôi). MC: Hương Giang.

TT	LỜI DẪN	Hành động nói	Tp cấu trúc
1.	<p>(Mở đầu: hiện tên chương trình và những hình ảnh giới thiệu, quảng cáo về chương trình...)</p> <p>(2 MC đứng trong trường quay Câu chuyện hàng Việt)</p> <p>MC2: Chào mừng quý vị và các bạn đang đến với chương trình “Câu chuyện hàng Việt” trên kênh truyền hình HTV9.</p> <p>MC1: Thưa quý vị và các bạn, vậy là chương trình “Câu chuyện hàng Việt” đã đồng hành với quý vị được 30 số rồi đúng không ạ, với rất nhiều rất nhiều thông tin lí thú về hàng Việt mà những người thực hiện chương trình muốn gửi gắm và chia sẻ.</p> <p>MC2: Và trong suốt thời gian vừa qua thì chúng tôi cũng đã nhận được rất nhiều những ý kiến đóng góp và phản hồi từ phía quý vị. Và trong năm mới, năm 2012, những người thực hiện chương trình sẽ có thật nhiều những cái tiến và thay đổi để những thông tin mà chúng tôi gửi đến quý vị ngày càng mang tính thời sự hơn nữa.</p> <p>MC1: Trong chương trình đặc biệt đầu tháng 2 vừa rồi thì chúng ta đã dành thời gian để cùng nhau chia sẻ về một đề tài, đó là “Chân dung người tiêu dùng trẻ”. Còn trong chương trình ngày hôm nay, chương trình số 31 này, thì chúng ta sẽ cùng quay trở lại với các chuyên mục quen thuộc của chương trình.</p>	<p>Chào, giới thiệu tên chương trình</p> <p>Tóm tắt nội dung các số đã phát</p> <p>Giới thiệu nội dung chương trình</p>	PHẦN DẪN MỞ ĐẦU
2.	<p>MC2: Và ngay sau đây sẽ là chuyên mục “Góc nhìn người tiêu dùng”.</p> <p>Và hãy cùng theo dõi “Góc nhìn người tiêu dùng” sẽ khai thác khía cạnh nào của thị trường những ngày sau tết, thưa quý vị.</p> <p>(Chiếu đoạn phim phóng sự)</p>	Giới thiệu chuyên mục	PHẦN DẪN CHÍNH
3.	<p>(Hết đoạn phim – hết chuyên mục)</p> <p>MC1: Vâng thưa quý vị, đó là những ý kiến của người tiêu dùng. Và chúng tôi hi vọng rằng là trong những số sắp tới thì câu chuyện hàng Việt sẽ phản ánh được nhiều hơn nữa những ý kiến của quý vị đóng góp cho hàng Việt.</p> <p>MC2: Và ngay sau đây thì xin được mời quý vị sẽ cùng thư giãn trong một ít phút với một tiểu phẩm ngắn của chúng tôi.</p> <p>MC1: Sẽ là một câu chuyện rất thú vị, liên quan rất gần gũi đến người tiêu dùng.</p>	<p>Tóm tắt nội dung chuyên mục</p> <p>Giới thiệu tiết mục tiếp theo</p>	

4.	<p><i>MC2:</i> Quý vị thân mến, chia sẻ đó là một cách để chúng ta thấu hiểu nhau hơn. Và đó cũng chính là thông điệp mà câu chuyện hàng Việt muốn gửi đến quý vị.</p> <p>Chúng tôi thật sự mong muốn sẽ là chiếc cầu nối để doanh nghiệp Việt cũng như là người tiêu dùng sẽ thấu hiểu nhau hơn, từ đó phát triển và người tiêu dùng thêm yêu hàng Việt nhiều hơn.</p> <p><i>MC1:</i> Và những nghệ sĩ đã và đang tham gia chuyên mục “Bạn đồng hành cùng hàng Việt” cũng chính là những đại sứ đã góp một phần công sức của mình để quảng bá và giới thiệu hàng Việt đến với đông đảo người tiêu dùng hơn.</p> <p><i>MC2:</i> Và ngay sau đây, mời quý vị chúng ta sẽ cùng khám phá vị khách mời của chương trình “Bạn đồng hành cùng hàng Việt” là ai nhé!</p> <p><i>(Chiếu tọa đàm, MC Hương Giang và khách mời)</i></p>	<p>Diễn giải ý nghĩa của chương trình</p> <p>Giới thiệu chuyên mục</p>	
5.	<p><i>(MC Hương Giang tọa đàm với khách mời. Chuyên mục: “Bạn đồng hành cùng hàng Việt”)</i></p> <p><i>MC:</i> Hương Giang rất vui được gặp lại quý vị và các bạn trong chuyên mục “Bạn đồng hành cùng hàng Việt” số 31.</p> <p>Như thường lệ, bạn đồng hành của Hương Giang ngày hôm nay sẽ là một nghệ sĩ. Anh không những là một diễn viên được rất nhiều người yêu mến, mà đồng thời cũng là một đạo diễn sân khấu.</p> <p>Xin giới thiệu anh Hữu Tiến.</p> <p><i>(Khách mời chào khán giả chương trình)</i></p> <p><i>MC:</i> Cảm ơn anh đã nhận lời cùng đồng hành cùng với Hương Giang trong buổi trò chuyện ngày hôm nay.</p> <p>Um, ngày hôm nay thì chúng ta sẽ cùng trò chuyện về cái chủ đề mà Hương Giang nghĩ là anh Hữu Tiến cũng rất là thích thú để chia sẻ. Anh Hữu Tiến cũng hay đi chợ, đúng không ạ?</p> <p><i>(Khách mời trả lời)</i></p> <p><i>MC:</i> So sánh giữa việc đi siêu thị và việc đi chợ thì anh có thấy là việc đi chợ nó thú vị hấp dẫn hơn nhiều không ạ?</p> <p><i>(Khách mời trả lời)</i></p> <p><i>MC:</i> Ồm, với em thì cũng chủ yếu là đi siêu thị, chỉ khi nào là mình có thời gian, mình nhàn nha, vừa đi vừa trả giá, vừa mặc cả thì mới đi chợ. Vì thật ra đi chợ cũng có rất nhiều điểm thú vị như là anh có thể có những người tiểu thương họ quen và chỉ cần anh tới là người ta đưa món đồ anh yêu thích?</p> <p><i>(Khách mời trả lời)</i></p> <p><i>MC:</i> Và tức là người ta cũng quen anh rồi cho nên cũng... (MC nói không hết lời)</p> <p>Là nghệ sĩ thì có được ưu tiên gì không anh?</p> <p><i>(Khách mời trả lời)</i></p> <p><i>MC:</i> Em không biết là anh Tiến khi đi chợ anh có thường để ý rằng là có khi nào mà anh muốn mua cái mặt hàng Việt Nam nào đó nhưng trong chợ không có không?</p>	<p>Chào</p> <p>Giới thiệu khách mời</p> <p>Cảm ơn</p> <p>Nêu cảm nghĩ, hỏi</p> <p>Hỏi</p> <p>Tâm sự, hỏi</p> <p>Hỏi</p> <p>Hỏi</p>	

	<p>A, theo anh thì có nhiều người cũng giống như anh, tức là muốn mua các mặt hàng Việt Nam ở chợ hay không? (Khách mời trả lời)</p> <p>MC: Có một cái điểm lợi với các người tiêu dùng Việt Nam khi mua sản phẩm, đó là muốn đổi, muốn trả thì ít ra mình biết. (MC nói chậm, bị khách mời ngắt lời) (Khách mời trả lời)</p> <p>MC: Thế anh có nghĩ mặt hàng mà anh đã từng mua chợ thì có một cái mặt hàng nào đó mà anh thấy là nó vẫn có thiếu, mình rất muốn mua ở chợ, nhưng mà các doanh nghiệp Việt Nam chưa có đưa vào không ạ? (Khách mời trả lời)</p> <p>MC: Um, khi mà người ta so sánh giữa siêu thị và chợ thì có thể là Hương Giang hay thấy người ta nhắc tới cái mối quan hệ giữa người bán và người mua. Như ở siêu thị thì người ta sẽ vào, người ta chỉ biết chọn đồ thôi, còn ở chợ thì sẽ có mối liên hệ với người tiêu thương nữa. Không biết là với anh Hữu Tiến thì anh nghĩ sao về những quan hệ như thế? (Khách mời trả lời)</p> <p>MC: Còn về giá cả thì anh mua ở chợ thì sao? (Khách mời trả lời)</p> <p>MC: Không. Cái đây là sự khác biệt giữa đàn ông và phụ nữ khi đi chợ. Còn với phụ nữ như em, khi mà đi chợ, em rất thích được trả giá, được mặc cả. Nó giống như là một cái thú vui của mình vậy. (Khách mời trả lời)</p> <p>MC: Vậy thì trong quá trình sắp tới, nếu như mà có một chương trình hỗ trợ cho các doanh nghiệp Việt Nam đưa hàng vào trong chợ truyền thống, thì anh Hữu Tiến có ủng hộ chương trình này không ạ? (Khách mời trả lời)</p> <p>MC: Em không tưởng tượng ra là anh Hữu Tiến rao bán như thế nào? (Khách mời trả lời)</p> <p>MC: Vậy thì nếu mà sắp tới mà có chương trình mà đưa hàng Việt vào chợ truyền thống thì chắc chắn là phải nhờ anh Hữu Tiến. (Khách mời trả lời)</p> <p>MC: Nếu không theo họ, thì chúng ta có những cái chương trình về những cái tiêu phẩm nhỏ nhỏ, rất là hi vọng anh Hữu Tiến có thể tham gia cùng với chương trình. (Khách mời trả lời)</p> <p>MC: À, vâng. Rất cảm ơn anh Hữu Tiến về những chia sẻ vừa rồi. Và nhân dịp đầu năm mới thì cũng chúc anh và gia đình sẽ thật dồi</p>	<p>Hỏi</p> <p>Hỏi</p> <p>Hỏi</p> <p>Diễn giải</p> <p>Hỏi</p> <p>Phát biểu suy nghĩ</p> <p>Hỏi</p> <p>Hỏi</p> <p>Đề nghị</p> <p>Hỏi đáp</p> <p>Cảm ơn, chúc, mong ước</p>	
--	---	--	--

	<p>đào sức khỏe, luôn luôn hạnh phúc. Và hi vọng anh sẽ luôn gắn bó với hàng Việt Nam và chợ truyền thống. <i>(Khách mời cảm ơn và chào tạm biệt)</i> <i>(Hết phần tọa đàm, MC không có lời nói với khán giả)</i></p>		
6.	<p><i>(Hai MC trong trường quay)</i> MC2: Quý vị thân mến, tạm chia tay với chuyên mục “Bạn đồng hành cùng hàng Việt”, ngay sau đây mời quý vị cùng đến với chuyên mục “Chợ Việt”. MC1: Thị trường sau tết cũng đã hoạt động nhộn nhịp và tất bật trở lại sau một ngày ngày nghỉ. <i>(Nói với bạn dẫn)</i> MC2: Và đúng vậy, anh Cường ạ. Trong thời gian gần đây á, em thấy có các chợ nè, các trung tâm thương mại còn bán từ 29 tết cho hẳn đến ngày mừng một, mừng hai, mừng ba tết luôn đó. MC1: Và qua đó thì có thể cho chúng ta thấy rằng là nhu cầu của người tiêu dùng ngày càng cao và đa dạng, đúng không nè? MC2: <i>(Từ nói chuyện với bạn dẫn, chuyển sang nói với khán giả)</i> Đúng rồi. Vậy thì ngay sau đây chúng ta cùng mời quý khán giả đến thăm “Chợ Việt” để cùng xem đề tài của chúng ta tuần này là gì. <i>(Chiếu đoạn phim phóng sự)</i></p>	<p>Giới thiệu chuyên mục tiếp theo</p> <p>Trò chuyện với bạn dẫn</p> <p>Chuyển tiếp</p>	
7.	<p><i>(Hết đoạn phim của chuyên mục)</i> MC1: Chúng ta vừa cùng nhau trải qua những chuyên mục của “Câu chuyện hàng Việt” để thấy cận cảnh hơn không khí của thị trường sau Tết. MC2: Và ngay sau đây thì mời quý vị sẽ tiếp tục thư giãn ở nửa cuối chương trình với chuyên mục “Vui cùng nhà nông”. <i>(Hết chuyên mục)</i> MC2: Kính thưa quý vị và các bạn, đến đây thì thời lượng dành cho chương trình cũng đã hết rồi. Chân thành cảm ơn quý vị đã quan tâm và theo dõi chương trình. MC1: Xin được hẹn gặp lại quý vị và các bạn trong chương trình kỳ sau với nhiều thông tin thú vị khác. MC2: Chúng tôi mong muốn quý vị sẽ tiếp tục đồng hành và chia sẻ cùng với chúng tôi. Mọi ý kiến đóng góp của quý vị, mời gửi thư về địa chỉ Hội doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao, số 72/5F, phường 8, Quận 3,</p>	<p>Tóm tắt chuyên mục</p> <p>Giới thiệu chuyên mục tiếp theo</p> <p>Báo hiệu kết thúc Cảm ơn</p> <p>Hẹn gặp</p> <p>Mong ước</p> <p>Giới thiệu địa chỉ</p>	<p>PHẦN DẪN KẾT THÚC</p>

	Thành phố Hồ Chí Minh. <i>MCI:</i> Còn bây giờ thì Mạnh Cường và Bích Nga xin được nói lời chào tạm biệt và hẹn gặp lại. <i>(Hết chương trình)</i>	Chào từ biệt	
--	--	--------------	--

Trong chương trình này, chúng ta thấy có ba MC, trong đó hai MC (Mạnh Cường và Bích Hà) dẫn đôi và một MC (Hương Giang) dẫn đơn. Hai MC dẫn đôi đảm nhận phần dẫn mở đầu, phần dẫn kết thúc, và phần đầu của phần dẫn chính (Chuyên mục “Góc nhìn người tiêu dùng” và “Tiểu phẩm”). MC dẫn đơn đảm nhiệm phần còn lại của phần dẫn chính (chuyên mục “Bạn đồng hành cùng hàng Việt”) – chuyên mục chiếm thời lượng lớn nhất của chương trình. Hai MC dẫn đôi đảm nhiệm phần chuyển tiếp và phần giới thiệu cho sự xuất hiện của MC dẫn đơn. Xét về tính chất thì hai MC dẫn đôi đảm nhận sự giao tiếp hướng ngoại (giao tiếp giữa MC với khán giả) là chủ yếu, còn MC dẫn đơn đảm nhận sự giao tiếp hướng nội (giao tiếp giữa MC với khách mời).

Xét về thể loại chương trình thì “Câu chuyện hàng Việt – 31” là một chương trình hỗn hợp phóng sự – phỏng vấn, gồm có 7 phân đoạn. Phần dẫn mở đầu của các MC nằm trong phân đoạn 1 của chương trình, phần dẫn chính thuộc các phân đoạn 2-6, và phần dẫn kết thúc thuộc phân đoạn 7 của chương trình.

Phân đoạn 4 “Bạn đồng hành cùng hàng Việt”, phân đoạn dài nhất của chương trình, tự bản thân nó lại có cấu trúc độc lập tương đối: có phần dẫn mở đầu – phần dẫn chính – phần dẫn kết thúc (đáng lí phải có nhưng bị khuyết).

3.2. Các thành phần trong cấu trúc lời dẫn truyền hình

3.2.1. Phần lời dẫn mở đầu

Phần dẫn mở đầu chương trình có ba nội dung cơ bản là: Chào gặp mặt, giới thiệu tên chương trình, giới thiệu nội dung chương trình. Ngoài ra một số nội dung khác có thể nêu trong phần dẫn mở đầu hoặc có thể chuyển về phần lời dẫn kết thúc như: giới thiệu đơn vị thực hiện, nhà tài trợ, cung giờ phát sóng...

Trong phần dẫn mở đầu của CTTH hiện nay, các MC thường cấu trúc phần lời dẫn của mình theo 6 kiểu sau đây:

3.2.1.1. Kiểu 1:

Chào – giới thiệu tên chương trình – giới thiệu nội dung chương trình.

3.2.1.2. Kiểu 2:

Chào – giới thiệu tên chương trình – giới thiệu đơn vị thực hiện – giới thiệu nội dung chương trình.

3.2.1.3. Kiểu 3:

Chào – giới thiệu tên chương trình – giới thiệu giờ phát sóng và kênh phát sóng – giới thiệu đơn vị thực hiện – giới thiệu nội dung chương trình.

3.2.1.4. Kiểu 4:

Chào – giới thiệu tên chương trình – giới thiệu nội dung chương trình – mời giao lưu.

3.2.1.5. Kiểu 5:

Chào – giới thiệu tên chương trình – giới thiệu giờ phát sóng và kênh phát sóng

– giới thiệu đơn vị thực hiện – giới thiệu nội dung chương trình – mời xem đoạn phim.

3.2.1.6. Kiểu 6:

Chào – giới thiệu tên chương trình – giới thiệu giờ phát sóng và kênh phát sóng – giới thiệu nội dung chủ đề – đọc thư khán giả.

3.2.2. Phần lời dẫn chính

Phần lời dẫn chính là phần tạo sự kết nối các tiết mục lại với nhau một cách xuyên suốt và diễn giải nội dung chính của chương trình.

Có nhiều kiểu lời dẫn chính khác nhau tùy vào nội dung chương trình, bối cảnh, mục đích, yêu cầu thể hiện, phong cách của người dẫn chương trình, chủ đề, lĩnh vực, đối tượng khán thính giả, tính chất của chương trình (vui tươi, sôi động, nghiêm trang, trịnh trọng...).

Lời dẫn ở phần dẫn chính có thể triển khai theo hướng quy nạp hoặc diễn dịch. Đôi khi cũng có thể dùng cách trực tiếp dẫn vào vấn đề cần giới thiệu, hoặc gián tiếp đưa nội dung chính vào bằng cách khơi gợi sự tò mò, hứng ứng của khán giả. Hoặc thông qua các vấn đề quen thuộc, gần gũi trong cuộc sống để gắn kết với chủ đề cần thể hiện.

Phần lời dẫn chính thường được chia ra nhiều đoạn lời dẫn (tương ứng với một cuộc thoại nhỏ), thực hiện nối tiếp nhau hoặc song song. Mỗi đoạn lời dẫn như vậy lại có cấu trúc nội tại của chúng và có sự liên kết với các phân đoạn khác.

Có thể quy thành hai kiểu cấu trúc của phần lời dẫn chính như sau:

(i) Lời dẫn chính cấu trúc theo kiểu

nối tiếp;

(ii) Lời dẫn chính cấu trúc theo kiểu phối hợp nối tiếp và song song.

3.2.3. Phần lời dẫn kết thúc

Phần kết của lời dẫn thông báo cho khán giả biết chương trình đã kết thúc, bằng cách tóm gọn ý nghĩa chương trình và nói lời chào tạm biệt.

Những thành phần trong lời dẫn kết thúc: Tóm tắt nội dung chương trình – nhắc lại ý nghĩa – đưa ra thông điệp – kêu gọi chia sẻ, hỗ trợ – thông báo bổ sung (nếu có) – nhấn nhủ liên hệ – cảm ơn nhà tài trợ (nếu có) – cảm ơn khán giả – chào tạm biệt – hẹn gặp lại.

Cũng giống như phần mở, phần kết không phải lúc nào cũng đầy đủ các thành phần cơ bản, mà sẽ có nhưng lời dẫn kết thúc khuyết đi một hay nhiều thành phần cho phù hợp với chương trình cụ thể.

4. Kết luận

Cấu trúc của lời dẫn truyền hình bao gồm các thành tố tổng quát cùng những biểu hiện hết sức sinh động của nó trong tương quan với các CTTH và những tình huống giao tiếp cụ thể, là một trong những phương diện kỹ thuật mà các MC truyền hình cần nắm vững.

Cấu trúc tổng quát của lời dẫn truyền hình trong một CTTH là: phần dẫn mở đầu – phần dẫn chính – phần dẫn kết thúc. Cấu trúc này tương ứng với cấu trúc cơ bản của một cuộc thoại được nghiên cứu trong ngữ dụng học: mở thoại – tham thoại – kết thoại. Trong mỗi chương trình cụ thể và trong những tình huống giao tiếp cụ thể, phần dẫn mở đầu, phần dẫn chính, phần dẫn kết thúc của lời dẫn truyền hình có

những thành tố cấu trúc, khung cấu trúc khác nhau cũng như có những câu từ đặc trưng thường xuất hiện lặp lại.

Cấu trúc của lời dẫn truyền hình bị chi phối bởi cấu trúc CTTH. Cấu trúc lời dẫn còn phụ thuộc vào tình huống giao tiếp cụ thể mà MC truyền hình xuất hiện hay can dự vào. Do tình huống giao tiếp này mà một số thành tố trong cấu trúc sẽ

khuyết đi, thay đổi trật tự hoặc được bổ sung.

Việc nắm vững cấu trúc lời dẫn với những đặc điểm như vừa nói trên là rất cần thiết đối với sự phát triển các kỹ năng nghề nghiệp của MC, nhất là với các MC mới bước vào nghề, giúp MC đặt lời dẫn đúng và hay, tránh được những lỗi cơ bản trong giao tiếp truyền hình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Diệp Quang Ban. (2012). *Giao tiếp, diễn ngôn và cấu tạo của văn bản*. Hà Nội: NXB Giáo dục.
- Hoàng Anh. (2004). Ngôn ngữ của người dẫn chương trình trò chơi trên truyền hình. *Tạp chí Ngôn ngữ và Đời sống*, số 11/2004, tr. 9-11.
- Nguyễn Đức Dân. (1998). Lí thuyết lập luận. *Tạp chí Ngôn ngữ*, số 5/1998, tr. 151-162.
- Nguyễn Đức Dân. (1998). *Ngữ dụng học* (Tập một). Hà Nội: NXB Giáo dục.
- Nguyễn Đức Dân. (1999). Sơ lược về lí thuyết tam thoại. *Tạp chí Ngôn ngữ*, số 3/1999, tr. 1-8.
- Nguyễn Đức Dân. (2007). *Ngôn ngữ ngữ báo chí - Những vấn đề cơ bản*. Hà Nội: NXB Giáo dục.
- Vũ Quang Hào. (2009). *Ngôn ngữ báo chí*. Hà Nội: NXB Thông tấn.
- Conley, D. (1997). *The Daily Miracle: An Introduction to Journalism*. Oxford University Press.
- Dijk, T. A. V. (1988). *News Analysis: Case studies of international and national news in the press*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Harcup, T. (2008). *Journalism: Principles and Practices*. Los Angeles: Sage Publications Ltd.
- Ward, M. (2002). *Journalism Online*. Oxford: Oxford University.