

Language characteristics for headline titles on *Tuoi tre* newspaper

Le Van Linh^{1,*}, Hoang Thi Thanh Nha²

¹*Voluntary Youth Continuing Education Center, Ho Chi Minh city, Vietnam*

²*Women's Union of Binh Dinh Province, Vietnam*

Received: 04/09/2020; Accepted: 04/10/2020

ABSTRACT

In the era of massive information nowadays, newspapers and magazines are the fastest and the most effective mass media. Newspapers strongly affect and promote the overall development of political-social life. Headline titles are the top priority of every reader. They are considered as the face, the soul, and the information *orientated* element of any press works. An investigation into the headline-title language on *Tuoi tre* newspaper is an essential *orientated* approach in order to explore the common rules, and basic characteristics of headline titles in terms of language. This article profoundly describes classified headline language in such aspects as structure, semantics, art, functional meanings for exploration of specific manifestations. Thanks to that, the diversity and abundance of headline language for titles on *Tuoi tre* newspaper are revealed.

Keywords: *Headline, headline language, Tuoi tre newspaper, headline characteristics, headline aspect.*

**Corresponding author.*

Email: vanlinh0520@gmail.com

Đặc điểm ngôn ngữ tít trên Báo Tuổi trẻ

Lê Văn Linh^{1,*}, Hoàng Thị Thanh Nhã²

¹Trung tâm Giáo dục thường xuyên Thanh niên xung phong, thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

²Hội Liên hiệp Phụ nữ tỉnh Bình Định, Việt Nam

Ngày nhận bài: 04/09/2020; Ngày nhận đăng: 04/10/2020

TÓM TẮT

Trong thời đại bùng nổ thông tin hiện nay, báo chí là phương tiện truyền thông đại chúng nhanh nhất, hiệu quả nhất. Báo chí tác động mạnh mẽ và là động lực cho sự phát triển mọi mặt của đời sống chính trị - xã hội. Đến với báo chí, cái mà bạn đọc quan tâm trước hết vẫn là tít. Nó được xem là bộ mặt, là linh hồn, là yếu tố định hướng thông tin của tác phẩm báo chí. Khảo sát ngôn ngữ tít trên Báo Tuổi trẻ là một hướng tiếp cận rất cần thiết để tìm ra những quy luật chung, những đặc trưng cơ bản của tít dưới góc nhìn ngôn ngữ. Ở bài báo này, chúng tôi đi sâu vào mô tả, phân loại ngôn ngữ tít ở các phương diện: cấu trúc, ngữ nghĩa, nghệ thuật, ý nghĩa - chức năng để thấy được những biểu hiện cụ thể. Từ đó, cho thấy sự đa dạng và phong phú của ngôn ngữ tít trên báo Tuổi trẻ.

Từ khóa: Tít, ngôn ngữ tít, Báo Tuổi trẻ, đặc điểm tít, phương diện tít.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong xã hội hiện đại, báo chí có vai trò rất quan trọng. Nó là hoạt động tinh thần tham gia vào nhiệm vụ phát triển xã hội. Trước hết nhiệm vụ của báo chí là phản ánh trung thực và góp phần vào thúc đẩy đời sống phát triển, không những vậy báo chí còn là nơi cung cấp những thông tin về tri thức kinh tế, những hiểu biết về chính trị hay những giao lưu của các hoạt động xã hội đang diễn ra nóng bỏng. Mỗi ngày, công chúng báo chí được tiếp nhận thông tin từ nhiều nguồn khác nhau, trong đó báo in được coi là một loại hình thông tin hiệu quả nhất. Cầm một tờ báo trên tay, dù quen hay lạ, độc giả bao giờ cũng lướt qua xem có thông tin gì mới, sau đó mới tìm những chuyên mục yêu thích. Việc nhanh chóng tìm ra thông tin mới lạ nhiều khi không phải qua việc đọc hết nội dung một tin, bài mà là nhờ những tít. Chính những tít ấy - tên gọi của bài báo sẽ trả lời cho độc giả thông tin họ cần

biết. Vì vậy, việc đặt tít cho bài báo là việc làm “có tính quyết định cho số phận của bài báo, ... số phận của bài báo tùy thuộc rất nhiều vào đầu đề” và “đầu đề hấp dẫn làm cho ngay cả các độc giả lười nhất cũng cảm thấy không cưỡng lại nổi”.¹

Báo Tuổi trẻ là một tờ báo lớn và uy tín tại Việt Nam, đã có 45 năm hoạt động và phát triển. Đây là tờ báo tờ thuộc loại tiên tiến và có tiềm lực mạnh nhất ở làng báo Việt Nam hiện nay. Chính vì thế, trong nhiều năm qua, quá trình đánh giá việc sử dụng ngôn ngữ tít trên Báo Tuổi trẻ được quan tâm nhiều hơn để từ đó, lựa chọn phương thức sử dụng ngôn ngữ tít một cách hiệu quả. Thiết nghĩ rằng, việc tìm hiểu đặc điểm sử dụng ngôn ngữ tít trên Báo Tuổi trẻ là vấn đề hết sức quan trọng và cần thiết để hướng tới việc chuẩn hóa ngôn ngữ đối với một tờ báo lớn trong cả nước. Trong bài báo này chúng tôi chỉ đưa ra những nhận định cơ bản nhất về *Đặc điểm ngôn ngữ tít trên Báo Tuổi trẻ*.

*Tác giả liên hệ chính.

Email: vanlinh0520@gmail.com

2. NỘI DUNG

Khi tiếp xúc với một tác phẩm báo chí thì yếu tố tiếp xúc đầu tiên giữa tác phẩm đã được tạo lập và độc giả chính là tít của tác phẩm ấy. Tít trên Báo Tuổi trẻ đóng vai trò quan trọng, thu hút sự quan tâm theo dõi của độc giả đối với nội dung thể hiện. Để có cái nhìn rõ hơn về đặc điểm ngôn ngữ tít, chúng tôi đã tiến hành khảo sát tít (tít chính) trên Báo Tuổi trẻ số phát hành từ năm 2019 đến tháng 5 năm 2020 (vì lý do khách quan nên có sự gián đoạn ở các số báo) và thu về được 2.135 tít báo. Theo đó, tít trên Báo Tuổi trẻ cũng được tổ chức phong phú dưới nhiều phương diện khác nhau như: cấu trúc, ngữ nghĩa, nghệ thuật, ý nghĩa chức năng.

2.1. Tít xét về phương diện cấu trúc

Tít có hấp dẫn hay không phụ thuộc nhiều yếu tố, trong đó việc lựa chọn ngôn ngữ và cấu trúc ngữ pháp là điều rất quan trọng sẽ quyết định giọng điệu, phong cách thể hiện của mỗi tác giả. Cấu trúc tít báo có 3 loại như trong bảng thống kê sau đây:

Bảng 1. Bảng thống kê cấu trúc tít trên Báo Tuổi trẻ

Cấu trúc	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Câu	283	13,2
Ngữ	1.814	85,0
Ngữ cố định	38	1,8
Tổng	2.135	100

2.1.1. Tít có cấu trúc một câu

Trong cuốn “*Dẫn luận ngôn ngữ học*” tác giả Nguyễn Thiện Giáp đã trình bày cách hiểu thông thường về câu như sau “*Câu là đơn vị dùng từ hay đúng hơn 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 tổ chức độc lập*”.² Đây được coi là cách đặt tít khá đơn giản. Thường thì người đặt tít cứ tóm tắt nội dung bài và viết thành một câu theo 2 loại: câu đơn hoặc câu ghép. Theo quá trình khảo sát thì tít có cấu trúc là một câu chiếm tỉ lệ 13,2% và cụ thể theo bảng sau:

Bảng 2. Bảng thống kê tít có cấu trúc dạng câu trên Báo Tuổi Trẻ

Loại	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Câu đơn	236	11,1
Câu ghép	47	2,1
Tổng	283	13,2

Câu đơn có kết cấu chủ - vị, là loại câu cơ sở, thường phổ biến trong hoạt động giao tiếp và chữ viết hàng ngày.^{3,4} Do có kết cấu đơn giản nên câu đơn được sử dụng nhiều cho các tít dưới các dạng như câu trần thuật, câu nghi vấn, câu cảm thán, câu mệnh lệnh. Trong khi đó, câu ghép lại phức tạp hơn nhiều. *Câu ghép có cấu trúc từ hai cụm chủ - vị trở lên và có các thành tố phụ đi kèm như định ngữ, bổ ngữ*^{3,4} nên có khả năng chứa đựng thông tin lớn.

(1) *Phổ thương mại sầm uất* (22.10.2019)

(2) *Ý thất vọng, Đức vững tin* (04.06.2019)

2.1.2. Tít có cấu trúc một ngữ

Ngữ là đơn vị ngữ pháp ở bậc trung gian giữa từ và câu. Căn cứ vào từ loại của thành tố chính tạo nên ngữ thì ngữ bao gồm: ngữ tính từ, ngữ danh từ, ngữ động từ. Trong khi tiến hành khảo sát thì tít có cấu trúc là một ngữ chiếm tỉ lệ 85,0%.

Bảng 3. Thống kê tít có cấu trúc dạng ngữ trên Báo Tuổi trẻ

Loại	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Ngữ danh từ	1.175	55,0
Ngữ động từ	587	27,4
Ngữ tính từ	52	2,6
Tổng	1.814	85,0

2.1.2.1. Tít có cấu trúc là ngữ danh từ

Ngữ danh từ là một ngữ có danh từ làm chính tố (thành tố trung tâm). Chính tố của ngữ danh có thể là danh từ đơn thể, danh từ tổng thể, danh từ trừu tượng hay danh từ vị trí. Ngữ danh có chức năng định danh, do vậy rất phù hợp với kiểu tít báo nêu vấn đề, gọi tên sự vật, hiện tượng; loại tít này xuất hiện trên Báo Tuổi trẻ có 1.175/2.135 tít báo, chiếm 55,0%.

(3) *Giáng sinh lấp lánh cùng trang sức*
(19.12.2019)

(4) *Trường Hải công ty phát triển tiềm năng*
(11.03.2019)

2.1.2.2. Tít có cấu trúc là ngữ động từ

Ngữ động từ là ngữ có động từ làm chính tố, đi kèm với nó là các phụ tố. Cấu trúc này có khả năng nhấn mạnh hành động, quá trình của sự kiện, hiện tượng nhờ vào động từ được đặt ở đầu câu. Ở cấu trúc này, chủ ngữ bị lược đi, chỉ còn vị ngữ. Độc giả chỉ biết được chủ thể khi đã đọc xong bài báo. Đây là loại tít được sử dụng ít hơn so với tít dạng ngữ danh từ, chỉ 587/2.135 tít, chiếm 27,4%.

(5) *Gieo ước mơ trên đồng ruộng* (04.12.2019)

(6) *Lại xẻ thịt cây rừng ở Kon Tum* (11.03.2019)

2.1.2.3. Tít có cấu trúc là ngữ tính từ

Ngữ tính từ là ngữ có tính từ làm chính tố, có khả năng biểu hiện phẩm chất, tính chất của nhân vật, sự kiện, sự vật được nói tới trong tít báo. Kiểu này thường thích hợp với những tít mang tính biểu cảm. Tuy nhiên loại này ít được sử dụng do không phù hợp với cấu trúc định danh của tít, chỉ có 52/2.135 tít, chiếm tỉ lệ 2,6%.

(7) *Nhọc nhàn đường đi học* (18.03.2019)

(8) *Anh dừng trong tử thần* (15.03.2019)

2.1.3. Tít có cấu trúc là ngữ cố định

Đây là loại tít không phổ biến nhưng loại này đặc biệt đạt hiệu quả đối với những tít cần định danh có sắc thái biểu cảm. Kết cấu cố định ở đây chính là kết cấu của thành ngữ, tục ngữ, quá ngữ thậm chí là ca dao.

(9) *Thuốc đắng liệu có dã tật?* (16.12.2019)

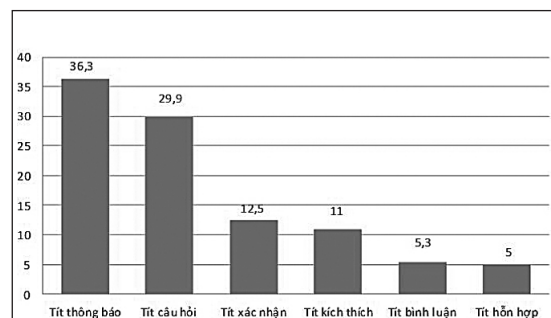
(10) *Cháy nhà mới ra mặt... tham những*
(02.12.2019)

Đây là những tít báo dựa trên cấu trúc của các câu thành ngữ, tục ngữ. Yếu tố chính được giữ nguyên ngữ ("*thuốc đắng dã tật*", "*cháy nhà mới ra mặt chuột*") và thêm vào đó là những yếu tố mới tạo nên một tít báo có tính hấp dẫn và lôi cuốn được độc giả. Thế nhưng, tít trên Báo Tuổi trẻ

có lẽ không phù hợp với cách nói bóng bẩy, điệu đà này mà thay vào đó là những gì súc tích, cô đọng hơn nên loại tít này chỉ chiếm 1,8%.

2.2. Tít xét về phương diện ngữ nghĩa

Tít trên Báo Tuổi trẻ hết sức đa dạng về mặt ngữ nghĩa, vì thế việc tìm ra một tiêu chí chung để phân loại chúng là không hề đơn giản. Tuy nhiên, xuất phát từ một góc nhìn tổng thể về các phương diện ngữ nghĩa nên ở bài báo này chúng tôi phân loại tít trên Báo Tuổi trẻ về mặt ngữ nghĩa thành một số kiểu cơ bản như biểu đồ dưới đây:



Hình 1. Biểu đồ tỉ lệ xuất hiện của tít trên Báo Tuổi trẻ xét về phương diện ngữ nghĩa

2.2.1. Tít thông báo

Dạng tít này phổ biến nhất cho hầu hết các tin và chiếm tỉ lệ 36,3%. Mục đích duy nhất của tít này là *cung cấp thông tin chính cho độc giả*.^{5,6} Thông tin trong bài báo hấp dẫn thì tít cũng hấp dẫn, nghĩa là tít này phụ thuộc vào nội dung bài.

(11) *Ấn cá nóc, 6 ngư dân ngộ độc* (27.10.2019)

(12) *Vấn nạn kẹt đường ở Sài Gòn* (26.01.2020)

Đề cập đến vấn đề bác sĩ liên tiếp bị đánh trong ba ngày (20 đến 23-10), cụ thể ở Quảng Bình và Hà Tĩnh, có trường hợp bị chém đa chấn thương, tổn hại sức khỏe đến 17%.

2.2.2. Tít câu hỏi

Tít câu hỏi trên báo chí nói chung, Báo Tuổi trẻ nói riêng được sử dụng với một mật độ khá dày, chiếm 29,9%. Chúng vừa gợi sự phán đoán của độc giả về một vấn đề bức xúc, đáng được quan tâm nào đó, vừa hứa hẹn câu trả lời thỏa đáng ở phía dưới và điều này có nghĩa là chúng đáp ứng được nhu cầu tâm lý phổ biến của con người

là muốn tìm tòi, khám phá hiện thực cuộc sống xung quanh.

(13) *Ai là người thành công?* (18.03.2020)

(14) *Vì sao sách in vẫn “sống tốt”?* (20.09.2019)

2.2.3. Tít xác nhận

Đúng như tên gọi của nó, loại tít này có nhiệm vụ đơn giản là xác nhận sự tồn tại của các sự kiện, hiện tượng, hoàn cảnh... nào đó trong thực tế khách quan.⁵ Đối với thể loại tin, nhất là tin ngắn, tin vắn thì tít xác nhận thường là một thông báo trọn vẹn và khá cụ thể về vấn đề đang được đề cập. Tít dạng này trên Báo Tuổi trẻ chiếm tỉ lệ 12,5%.

(15) *“Gia đình bà chủ tịch” có 8 người làm việc chung 1 xã* (16.10.2019)

(16) *Cảnh cáo Phó Giám đốc Công an tỉnh Sóc Trăng* (07.10.2019)

2.2.4. Tít kích thích

Loại tít này chỉ chứa một vài yếu tố liên quan đến chủ đề của bài báo, mục đích chính là làm cho độc giả tò mò, muốn đọc ngay lập tức. Nó phản ánh cái thần của bài báo, hơn là nội dung bài báo.

(17) *Mất tay do pháo nổ* (24.02.2019)

Đây được xem là tít báo kích thích được người xem, nó vừa mang tính thời sự và cũng tạo được hiệu ứng tốt để người đọc tò mò. Tít cũng thông báo đến người đọc một phần thông tin quan trọng. Cách đặt tít như thế luôn cuốn hút độc giả.

2.2.5. Tít bình luận

Đây là loại tít mà ở đó tác giả bộc lộ nhận xét, đánh giá của mình về con người hay sự việc nào đó. Dạng tít này thường xuất hiện ở thể loại bình luận, tác giả đưa nhận xét của mình lên tít để nhằm khái quát và thể hiện thái độ, quan điểm của mình đối với vấn đề đang được đề cập. Trong số lượng tít trên Báo Tuổi trẻ đã khảo sát, có 114 tít ở dạng này, chiếm 5,3%.

(18) *Trường mới là nơi “thà cô chết chứ không để trò chết”* (04.11.2019)

(19) *Đừng áp đặt lên học sinh* (14.04.2020)

Những tít báo trên, nhìn một cách khách quan chúng ta thấy được quan điểm và cách đánh giá của nhà báo được đưa vào trong tít. Đứng trước những vấn đề của cuộc sống, tác giả bộc lộ suy nghĩ, thái độ của mình về những vấn đề ấy.

2.2.6. Tít hỗn hợp

Theo Loic Hervouet, trong cuốn *Viết cho độc giả* (bản tiếng Việt) thì đây là loại tít thường được dùng nhất.¹ Đó là sự kết hợp của cả hai loại trên, tức là vừa cung cấp thông tin, lại vừa gợi trí tò mò. Chẳng hạn:

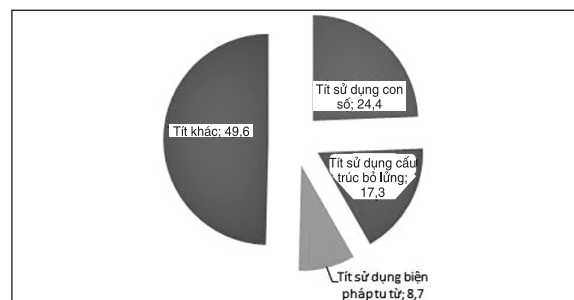
(20) *Đà Lạt kẹt cứng, vì sao?* (02.03.2019)

(21) *Cảnh báo biến tướng lễ hội Rải tiền nơi cửa Phật* (28.02.2019)

Tít tạo nên sự quan tâm của người đọc bởi cụm từ “rải tiền” - thú quan tâm của nhiều người. Đến nơi cửa Phật, vấn đề cúng bái tiền bạc đã không còn xa lạ nữa, nhưng ở đây hành động rải tiền gây sự chú ý kì lạ bởi nó được nhìn nhận như một hành động bị biến tướng đi.

2.3. Tít xét về phương diện nghệ thuật

Ngày nay, cách sử dụng ngôn ngữ tít báo ngày càng được quan tâm nhiều hơn. Nhà báo ngoài việc truyền tải thông tin đến độc giả thì còn có nhiệm vụ chọn lọc, sáng tạo ra những tít có mang giá trị nghệ thuật nhằm thu hút sự chú ý của độc giả. Khảo sát trên Báo Tuổi trẻ, chúng tôi nhận về kết quả theo biểu đồ sau:



Hình 2. Biểu đồ tỉ lệ xuất hiện tít trên Báo Tuổi trẻ xét về phương diện nghệ thuật

2.3.1. Tít sử dụng con số để nhấn mạnh, gây ấn tượng

Việc sử dụng những con số để đặt tít cũng khá phổ biến. Những tít này có tác dụng nhấn mạnh, gây ấn tượng cho độc giả khiến họ không thể

không đi tìm lời giải đáp cho vấn đề mới đặt ra: ẩn đằng sau những con số đó nhà báo muốn nói đến cái gì. Sự hiện diện của những con số trong một bài viết vừa giúp người đọc hình dung rõ ràng, cụ thể hơn vấn đề, sự việc, hiện tượng... được đề cập lại vừa làm tăng độ xác thực và tính thuyết phục của thông tin. Chúng tạo cho độc giả cảm giác là người viết đã khảo sát những gì mình phản ánh một cách kỹ lưỡng, công phu và tiếp xúc với những nguồn tin đáng tin cậy.

Cùng là những con số nhưng chúng lại có những giá trị ý nghĩa khác nhau tùy thuộc vào ngữ cảnh đi kèm:

2.3.1.1. Biểu thị số lượng và tỉ lệ

(22) Giảm tối thiểu 10% biên chế nhà nước
(28.10.2019)

(23) Hà Nội tăng 1.780 lượt xe khách, 990 lượt xe buýt
(25.01.2019)

2.3.1.2. Biểu thị tên

(24) “4 không” chống chạy chức, chạy quyền
(19.01.2019)

(25) Bão số 11 nguy hiểm khi các hồ đầy nước
(15.10.2019)

2.3.1.3. Biểu thị thời gian

(26) 15 năm làm nghề
(14.03.2020)

(27) Quảng Nam: 7 năm xảy ra hơn 50 vụ phá rừng
(29.09.2017)

2.3.2. Tít sử dụng cấu trúc bỏ lửng

Trong câu, dấu chấm lửng là tín hiệu của quãng ngừng khi nói. Nó tạo ra tâm lý chờ đợi thông tin đến sau dấu này, để nhấn mạnh một chi tiết, một điều không bình thường hoặc bất ngờ ngoài dự đoán.

(28) Đường sắt: nhiều tàu mới nhưng vẫn lo... cò vé
(25.01.2019)

(29) Chưa nhận được tiền vì bệnh viện đòi... hóa đơn đỏ
(14.11.2019)

2.3.3. Tít sử dụng biện pháp tu từ

2.3.3.1. Tít sử dụng biện pháp so sánh

Các tít được tạo ra bằng cách sử dụng các biện pháp so sánh qua đó làm mới nội dung mình

muốn nói, tạo tính độc đáo cũng như thể hiện giá trị biểu cảm cho tít và cả bài báo.

(30) Yếu như...voi (11.04.2019)

Bằng cách so sánh, thông tin mới đưa ra có vẻ phi lý vì thông thường người ta thường nói “yếu như sên” nhưng ở đây lại là “voi”. Bài báo này nói về những chú voi phục vụ khách du lịch ở Đắc Lắc, chở khách đi cả ngày nhưng không ai biết chúng lại là những con voi đang làm việc quá sức.

2.3.3.2. Tít sử dụng biện pháp ẩn dụ

Ẩn dụ là phép dùng từ ngữ dựa trên sự liên tưởng và so sánh ngầm.⁷ Sự ví von trong việc so sánh ngầm với một hình ảnh có tính biểu tượng cao làm cho độc giả thích thú.

(31) Hạ nhiệt cho “chiếc ghế nóng” (13.04.2019)

Tít sử dụng hình ảnh “chiếc ghế nóng” nhằm để chỉ cho cơn sốt về chuyện chạy quyền chạy chức ở Hà Nội được giảm xuống theo thống kê.

2.3.3.3. Tít sử dụng biện pháp nhân hóa

Biện pháp nhân hóa được sử dụng hầu như rộng rãi trong tít vì nó dễ gây hứng thú cho người đọc, bởi những sự vật, hiện tượng được nhân hóa trở nên có hồn và cảm xúc như chính con người vậy.

(32) Bàn chân đẩy lùi số phận (30.09.2019)

(33) Tiếng kêu từ... dự án (21.02.2019)

2.4. Tít xét về phương diện ý nghĩa - chức năng

2.4.1. Tít tiết lộ

Kiểu tít này thường được thể hiện bằng những từ ngữ bí ẩn khiến độc giả tò mò, thích thú. Ví dụ:

(34) “Con ma xó” ở Ấn Độ (30.09.2019)

Bài viết về một sinh viên Việt Nam từng đi nhiều nơi, biết nhiều chuyện ở Ấn Độ tới mức có thể tư vấn cho những ai hỏi bất kỳ đường nào tại đây.

(35) “Vườn địa đàng” bị ảnh hưởng nặng
(02.03.2019)

(36) “Cát tặc” phá nát Bảy Núi (01.11.2019)

2.4.2. Tít trích dẫn

Tít trích dẫn là loại tít dẫn trực tiếp câu nói của chủ thể được nói tới trong bài. Tít loại này tạo cho độc giả cảm giác nguồn tin của tác giả đáng tin cậy vì phải là người trực tiếp gặp, nghe nhân vật nói mới có thể đưa ra lời trích dẫn đó. Chủ thể của lời trích dẫn thường là những nhân vật nổi tiếng, hoặc những người tiêu biểu trong xã hội. Loại này thường được sử dụng trong bài phỏng vấn, lời phát biểu hoặc bài chân dung.

(37) “Đồng bào ta đều là con cháu Bác Hồ”
(20.04.2019)

(38) Th.S Nguyễn Thị Huyền (ĐH SU PHẠM TP.HCM)

Tính thiện sẵn có thì cái thiện sẽ đâm chồi
(01.03.2019)

2.4.3. Tít kêu gọi

Loại tít này có tính chất kêu gọi độc giả hướng suy nghĩ, hành động, của mình về điều mà người viết đề cập đến. Nó có tác dụng khơi gợi tâm tư, tình cảm của độc giả về sự kiện được phản ánh.

(39) Phải dẹp nạn núp bóng hàng Việt
(20.10.2019)

(40) ĐBSCL: Phải bảo vệ rừng (28.09.2019)

3. KẾT LUẬN

Lấy ngôn ngữ tít trên Báo Tuổi trẻ làm đối tượng, qua bài báo này chúng tôi rút ra một số kết luận sau:

1. Nghiên cứu về đặc điểm ngôn ngữ tít được coi là một vấn đề khá mới mẻ là “mảnh đất hoang” chưa được khai phá nhiều, có sức hấp dẫn đối với những ai muốn nghiên cứu chuyên sâu về ngôn ngữ trong hoạt động hành chức, cụ thể ở đây là hoạt động báo chí.

2. Qua việc tìm hiểu, phân tích, chúng tôi đã chỉ ra được tầm quan trọng của tít, thấy được những dạng biểu hiện của ngôn ngữ tít trên nhiều phương diện: cấu trúc, ngữ nghĩa, nghệ thuật, ý nghĩa - chức năng. Từ đó, mở ra nhiều vấn đề lý thuyết cũng như thực tiễn để tiếp tục tìm hiểu sâu hơn về tít.

3. Trên cơ sở cứ liệu đã khảo sát, chúng tôi đã nhận thấy để có được một tít hay, hấp dẫn đòi hỏi người viết cần phải tuân thủ một số nguyên tắc về ngôn ngữ trong việc đặt tít. Từ góc độ khảo sát, chúng tôi thấy rằng tổ chức ngôn ngữ trong tít bị chi phối bởi đặc trưng của phong cách ngôn ngữ báo chí vào phạm trù nội dung chính mà tác phẩm đề cập cũng như ý tưởng của người viết. Đây chính là những định hướng góp phần soi sáng cho việc nhận diện các dạng biểu hiện của ngôn ngữ tít trên nhiều phương diện khác nhau.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Loic Hervouet. *Viết cho độc giả* (bản tiếng Việt), Hội Nhà báo Việt Nam xuất bản, Hà Nội, 1999.
2. Nguyễn Thiện Giáp. *Dẫn luận ngôn ngữ học*, Nxb Giáo dục, Hà Nội, 2006.
3. Diệp Quang Ban. *Ngữ pháp tiếng Việt*, Nxb Giáo dục, 2008.
4. Nguyễn Thị Ly Kha. *Ngữ pháp tiếng Việt*, Nxb Giáo dục, Hà Nội, 2008.
5. Vũ Quang Hào. *Ngôn ngữ báo chí*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, 2005.
6. Nguyễn Đức Dân. *Ngôn ngữ báo chí - những vấn đề cơ bản*, Nxb Giáo dục, 2007.
7. Cù Đình Tú, *Phong cách học và đặc điểm tu từ tiếng Việt*, Nxb Đại học và Trung học Chuyên nghiệp, Hà Nội, 1983.