

Hành động hỏi trong ngôn ngữ phỏng vấn truyền hình (trên các kênh của VTV, có so sánh với kênh TV5 của Pháp) / Trần Phúc Trung

1. LÍ DO CHỌN ĐỀ TÀI

1.1. Truyền hình không chỉ đóng vai trò là nhà cung cấp thông tin, giải trí mà còn có tác dụng rút ngắn không gian và thời gian giữa con người với con người.

1.2. Khi nói đến truyền hình ta không thể không nói đến phỏng vấn. Phỏng vấn là một hoạt động quan trọng. Nó hướng đến việc lấy thông tin một cách dễ hiểu và rõ ràng từ người được phỏng vấn (SP₂) trong thời gian ngắn nhất bằng cách đối thoại trực diện, trong đó người phỏng vấn (SP₁) sẽ chủ động nêu câu hỏi và SP₂ trả lời nhằm cung cấp thông tin cho khán giả.

1.3. Hiện nay, khi nghiên cứu về phỏng vấn truyền hình, các nhà nghiên cứu mới chỉ quan tâm nghiên cứu các qui trình, cách thức và kỹ năng về tổ chức v.v.. mà chưa chú ý một cách đúng mức đến việc sử dụng ngôn ngữ, đặc biệt là hành động hỏi của SP₁. Vì vậy, tác giả luận án chọn nghiên cứu về « Hành động hỏi trong ngôn ngữ phỏng vấn truyền hình (trên các kênh của VTV, có so sánh với kênh TV5 của Pháp) » với mong muốn góp phần nâng cao chất lượng và hiệu quả các cuộc phỏng vấn trên sóng truyền hình Việt Nam.

2. LỊCH SỬ VẤN ĐỀ

2.1. Trên thế giới, các công trình nghiên cứu về phỏng vấn truyền hình ở các nước khá đồ sộ như: «*Giao tiếp trên truyền hình - Trước ống kính và sau ống kính camera*» của tác giả X.A Muratop (Nga), «*Nghệ thuật phỏng vấn các nhà lãnh đạo*» của tác giả Samy Cohen (Pháp), «*Công nghệ phỏng vấn*» của Maria Lukina (Nga), hay «*Nhà báo hiện đại*» của The Missouri Goup cũng có một chương nói về phỏng vấn v.v..

Tại Việt Nam, cũng đã có một số tác giả nghiên cứu đến các vấn đề liên quan đến ngôn ngữ và ngôn ngữ trong phỏng vấn truyền hình như luận văn thạc sĩ của Hà Nguyễn Sơn với «*Ngôn ngữ phỏng vấn trên truyền hình*» và Hoàng Lê Thúy Nga với «*Khảo sát ngôn ngữ phỏng vấn trên truyền hình ở Thừa Thiên Huế*». Ở cấp độ luận án tiến sĩ cũng đã có tác giả đề cập đến yếu tố lời nói trong truyền hình như luận án của Nguyễn Thế Kỳ (2005) với

«*Dạng thức nói trên truyền hình*».

2.2. Phát ngôn hỏi cũng đã được các nhà Việt ngữ học tìm hiểu kỹ. Một số công trình gần đây nhất, chú ý tới nhân tố con người và hoạt động ngôn ngữ ở trạng thái động, trạng thái hành chức của nó như Nguyễn Thị Thìn (1994) nghiên cứu về «*Câu nghi vấn tiếng Việt: một số kiểu nghi vấn thường không dùng để hỏi*»; Lê Đông (1996) với «*Ngữ nghĩa - ngữ dụng câu hỏi chính danh*»; Nguyễn Việt Tiến (2002) là «*Hỏi và câu hỏi theo quan điểm ngữ dụng học*»; và Đào Thanh Lan (2010) với «*Ngữ pháp - Ngữ nghĩa của lời cầu kiến Tiếng Việt*» cũng đã đề cập đến đặc điểm của lời hỏi trong mối tương quan với lời cầu khiến.

2.3. Tuy nhiên, tác giả luận án cũng nhận thấy chưa có ai nghiên cứu về hành động hỏi trong phỏng vấn truyền hình, tức là hành động được thực hiện thông qua việc đặt các câu hỏi với mục đích khai thác thông tin từ phía SP₂ trong hoạt động phỏng vấn.

3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

3.1. Đối tượng nghiên cứu: là hành động hỏi trong ngôn ngữ phỏng vấn truyền hình trên các kênh của VTV (Việt Nam) và TV5 (Pháp) - với tư cách là kênh đối chiếu.

3.2. Phạm vi nghiên cứu:

3.2.1. Nghiên cứu hành động hỏi trong hoạt động phỏng vấn truyền hình chính là nghiên cứu những ứng dụng của ngôn ngữ trong xã hội. Nó mang tính liên ngành, liên quan đến hai địa hạt chính, đó là ngôn ngữ truyền thông (trên truyền hình) và giao tiếp trong hoạt động truyền thông. Và chỉ có người bản ngữ mới hiểu hết được các ngữ cảnh sử dụng cũng như các sắc thái ngữ nghĩa mang tính riêng biệt của chúng. Vì vậy, trong nghiên cứu, luận án lựa chọn nguồn ngữ liệu chính là tiếng Việt, ngôn ngữ mẹ đẻ còn tiếng Pháp, chỉ mang tính thứ yếu nhằm bổ sung thêm nguồn ngữ liệu cho công tác nghiên cứu, để từ đó những kết luận đưa ra sẽ có cơ sở và phổ quát hơn.

3.2.2. Những phân tích trong luận án cũng chưa thể khái quát hết được những khả năng biểu đạt của hành động hỏi trong tiếng Việt và tiếng Pháp. Đó mới chỉ là những biểu hiện thường gặp và hay được SP₁ sử dụng trong các chương trình mang tính tiêu điểm trên VTV và TV5.

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

4.1. Phương pháp chung: Trên thực tế, để luận án có được những nhận xét cụ thể và kết luận đưa ra có tính khái quát thì việc nghiên cứu khoa học phải

thực hiện theo qui trình qui nạp và diễn dịch. Tức là đi từ những dẫn chứng cụ thể để đúc, rút ra những luận điểm mang tính kết luận và sau đó chứng minh bằng những ví dụ cụ thể. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng cả hai phương pháp trên nhằm tạo nên những lập luận và kết luận được đưa ra có sức thuyết phục.

4.2. Phương pháp riêng:

4.2.1. Điền dã tư liệu cho đối tượng: Phương pháp này nhằm mục đích thu thập các tư liệu cụ thể về hành động hỏi trong hoạt động phỏng vấn trên truyền hình của VTV và TV5. Trên cơ sở đó, tác giả luận án sẽ đánh dấu các phát ngôn chứa hành động hỏi để lập hồ sơ xử lý.

4.2.2. Khảo sát: Đây là qui trình tiếp theo của việc thu thập tư liệu. Mục đích chính là để xử lý các tư liệu hiện có theo bốn công việc sau đây: 1) Mô tả chi tiết hành động hỏi; 2) Phân tích hành động hỏi trên bình diện cấu trúc, ngữ nghĩa-ngữ dụng; 3) Phân tích hành động hỏi trên bình diện văn hóa; 4) Phân tích hành động hỏi trên bình diện của các giao diện giao tiếp.

4.2.3. Phương pháp nghiên cứu của ngôn ngữ học và truyền thông học:

➤ Đối với ngôn ngữ học: 1/Phương pháp phân tích hội thoại, phương pháp phân tích diễn ngôn ; 2/Phương pháp phân tích dụng học - văn hóa.

➤ Đối với truyền thông học: 1/Phương pháp mô hình truyền thông giao tiếp; 2/Phương pháp tiếp thị xã hội (hay còn gọi là phương pháp tiếp cận công chúng).

4.3. Thủ pháp nghiên cứu

4.3.1. Thống kê, qui loại và phân loại

4.3.2. So sánh

5. ĐÓNG GÓP CỦA LUẬN ÁN

5.1. Ý nghĩa lí luận:

➤ Luận án mong muốn góp phần làm rõ thêm cách nhìn nhận và hiểu biết mới về hành động hỏi trong lĩnh vực truyền thông nói chung và truyền hình nói riêng.

➤ Luận án cũng bước đầu trình bày về những tương đồng và khác biệt trong hành động hỏi của ngôn ngữ phỏng vấn truyền hình qua việc so sánh diễn hình một số dạng phỏng vấn trên VTV và TV5.

5.2. Ý nghĩa thực tiễn:

➤ Kết quả của luận án có thể được vận dụng trong việc giảng dạy ngôn ngữ báo chí nói chung và ngôn ngữ truyền hình nói riêng.

➤ Công trình nghiên cứu này cũng sẽ hữu ích cho những người làm

truyền hình, đặc biệt là những người làm công tác phỏng vấn và góp phần nâng cao chất lượng các cuộc phỏng vấn trên VTV.

6. BỐ CỤC CỦA LUẬN ÁN

Ngoài phần mở đầu và phần kết luận, bố cục luận án gồm 4 chương. Chương 1 - Cơ sở lý luận. Ở chương này, luận án sẽ trình bày những khái niệm mang tính lí thuyết làm cơ sở khoa học cho việc nghiên cứu; Chương 2 - Hành động hỏi trong phỏng vấn truyền hình trên các kênh của VTV. Nội dung của chương sẽ tập trung giải quyết một số vấn đề về: Hành động hỏi trong giao tiếp trên truyền hình. Nghiên cứu điển hình (case study) về một số dạng phỏng vấn trên truyền hình; Chương 3 - Ngôn ngữ - văn hóa trong phỏng vấn truyền hình trên các kênh của VTV. Ở đây luận án chú ý hai vấn đề: Văn hóa giao tiếp và giao tiếp trên truyền hình. Yếu tố lịch sử, truyền thống dân tộc; Chương 4 - Bước đầu so sánh hành động hỏi trong phỏng vấn trên các kênh của VTV-Việt Nam và kênh TV5-Pháp. Qua việc phân tích cứ liệu, các đoạn phỏng vấn được phát trên các kênh của VTV và kênh TV5 của Pháp, tác giả luận án sẽ đưa ra những nhận định, đánh giá trong việc ứng dụng ngôn ngữ vào công nghệ phỏng vấn cho một số chương trình tiêu biểu.

NỘI DUNG LUẬN ÁN

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN

1.1. Giao tiếp và giao tiếp hội thoại

1.1.1. Khái quát về giao tiếp

1.1.1.1. Quan niệm và phân loại

🌈 Giao tiếp là hoạt động trao đổi, tiếp xúc giữa con người với con người trong xã hội. Nó được thiết lập một cách tự giác, qua đó con người truyền đạt những thông tin, nhận thức, tư tưởng và biểu lộ những tình cảm, thái độ với nhau. Một hoạt động giao tiếp được hình thành cần những nhân tố như: nội dung, hình thức, phương tiện, kênh giao tiếp v.v.. Các nhân tố này có mối quan hệ hữu cơ với nhau cùng hướng tới mục đích giao tiếp.

🌈 Giao tiếp được chia thành nhiều loại theo những căn cứ khác nhau, chẳng hạn như: Giao tiếp trực tiếp và gián tiếp; Giao tiếp công việc, giao tiếp nhân cách, giao tiếp nhận thức; Giao tiếp có nghi thức và giao tiếp không có nghi thức v.v..

1.1.1.2. Giao tiếp với hoạt động nhận thức

Giao tiếp là quá trình thông tin, nó có các thành tố: người phát, người nhận, thông điệp, ngữ cảnh v.v.. Khi giao tiếp thông điệp sẽ được « mã » hóa và nó sẽ được truyền từ người phát đến người nhận qua một kênh dẫn. Đối với

giao tiếp hội thoại kênh đó là sóng âm, với trên phát thanh, truyền hình đó là sóng điện từ, còn trong giao tiếp viết đó là không gian con chữ (văn tự). Nhưng bất kỳ một hành động giao tiếp nào cũng diễn ra trong một ngữ cảnh nhất định.

1.1.1.3. Các giai đoạn của quá trình giao tiếp

Quá trình giao tiếp bao gồm một chuỗi các hoạt động kế tiếp nhau, được chia thành nhiều giai đoạn: Giai đoạn định hướng; Giai đoạn mở đầu; Giai đoạn điều khiển, phát triển và điều chỉnh; Giai đoạn kết thúc.

1.1.2. Giao tiếp ngôn ngữ

1.1.2.1. Khái niệm

Giao tiếp ngôn ngữ hay giao tiếp bằng ngôn ngữ là hình thức giao tiếp cơ bản và quan trọng nhất của xã hội loài người. Nó lấy ngôn ngữ (nói và viết) làm phương tiện.

1.1.2.2. Mục đích, hiệu quả của giao tiếp ngôn ngữ

- Giao tiếp bằng ngôn ngữ không chỉ nhằm mục đích thông tin mà chủ yếu là tác động tới người nhận về tư tưởng, tình cảm và hành động.

- « Mã » hoá đúng qui tắc ngôn ngữ là điều kiện cần thiết để đạt đến mục đích giao tiếp chứ không phải là mục đích giao tiếp.

- Hiệu quả của giao tiếp ngôn ngữ tỉ lệ thuận với sự hiểu biết về đối tượng giao tiếp.

1.1.3. Giao tiếp hội thoại trên bình diện giao tiếp ngôn ngữ

Hội thoại là dạng thức giao tiếp bằng khẩu ngữ (tức là dùng ngôn ngữ lời nói) giữa các nhân vật tham gia giao tiếp nhằm trao đổi thông tin hoặc trao đổi tư tưởng, tình cảm v.v.. theo một mục đích xác định. Hiện nay có nhiều cách phân loại hội thoại, nhưng phổ biến nhất là dựa vào số lượng người tham gia. Theo đó, sẽ có các hình thức song thoại/ tay đôi (dialogue), tam thoại/ tay ba (trilogue) và đa thoại (multilogue/ polylogue).

1.1.4. Giao tiếp hội thoại trên truyền hình

1.1.4.1. Giao tiếp trên truyền hình

Giao tiếp trên truyền hình là một quá trình giao tiếp bằng ngôn ngữ, dùng ngôn ngữ và các phương tiện, yếu tố phụ trợ để tạo ra các hoạt động lời nói nhằm trao đổi thông tin giữa nhà báo, nhà đài với công chúng khán giả.

1.1.4.2. Hội thoại trên truyền hình

Trong truyền hình, các cuộc hội thoại cũng không nằm ngoài các qui tắc chung của giao tiếp hội thoại. Tuy nhiên, hoạt động này không chỉ « bó gọn » trong mối tương quan hai chiều giữa « hai nhân vật » trên truyền hình mà còn có một « nhân vật thứ ba », đó chính là khán giả. Mặc dù không xuất hiện trực tiếp và trực diện nhưng đây lại là « nhân vật » tham gia khá tích cực và có ảnh hưởng, chi phối mọi hoạt động của quá trình giao tiếp hội thoại trên truyền hình.

1.1.4.3. Các nhân tố giao tiếp hội thoại trên truyền hình

Các nhân tố giao tiếp hội thoại trên truyền hình bao gồm: ả ỡ cảnh và hoàn cảnh giao tiếp; ả hân vật giao tiếp; ả ội dung, đề tài cuộc giao tiếp; Phương tiện ngôn ngữ và phi ngôn ngữ.

1.1.4.4. Quan hệ liên nhân (interpersonal relation) trong giao tiếp hội thoại trên truyền hình

Trong xã hội luôn tồn tại mối quan hệ giữa người với người. Và khi tham gia vào quá trình giao tiếp những quan hệ này sẽ chi phối cả về nội dung, hình thức và chuyển thành quan hệ liên cá nhân. ả hư vậy, trong giao tiếp không phải những người tham gia giao tiếp muốn nói gì thì nói. Phỏng vấn truyền hình cũng vậy, các bên tham thoại phải nói như thế nào là tùy thuộc vào quan hệ xã hội của họ. Và mỗi tương tác ngôn ngữ ở đây nhất thiết phải là một tương tác xã hội.

1.2. Hành động ngôn từ

1.2.1. Về hành động ngôn từ

Trong giao tiếp, mỗi câu nói, mỗi phát ngôn không chỉ là một bản thông báo mang thông tin mà còn là một hành động được xác định bởi những đặc tính nào đó. ả ó có lí do, có hướng đích và được thực hiện trong những tình huống thích hợp, những điều kiện sử dụng nhất định. ả ó vừa là phương tiện, vừa là sản phẩm của hoạt động lời nói. Hành động của con người là cụ thể, vì vậy hành động lời nói một mặt mang đặc tính và dấu ấn cá nhân của người nói, nhưng mặt khác, nó cũng đồng thời mang tính xã hội sâu sắc và rõ nét.

1.2.2. Phân loại hành động ngôn từ

J. L. Austin (1962) đặt vấn đề theo nguyên lí: “ ả ói năng là hành động ”. Khi ta thực hiện một phát ngôn tức là ta cũng thực hiện một hành động. Hành động đó gồm ba hành động đồng thời: tạo lời, tại lời và mượn lời. Austin cũng cho rằng có hai loại phát ngôn, đó là phát ngôn miêu tả và phát ngôn ngôn hành. Về sau theo ông mọi phát ngôn đều có tính ngôn hành và điều quan trọng nhất là xác định ngôn trung của phát ngôn. Lí luận này đã mở ra khả năng của việc miêu tả hành động hỏi với những phát ngôn khác nhau mà hành động hỏi trong hoạt động phỏng vấn truyền hình có thể dựa vào để làm cơ sở.

1.2.3. Hành động hỏi

1.2.3.1. Khái niệm, phân loại hành động hỏi

Trong giao tiếp ngôn ngữ người ta có nhiều mục đích khác nhau như trình bày, mời, chào, thanh minh, hỏi v.v.. Và khi thực hiện hành động hỏi, người ta không chỉ cố gắng tạo ra các phát ngôn hỏi chứa từ, ngữ ở các cấu trúc ngữ pháp nhất định dùng để hỏi, mà việc thực hiện hành động hỏi cũng được thực hiện bằng chính các câu hỏi. Đó là hành động hỏi.

Hiện nay, hành động hỏi được phân ra làm nhiều loại theo những căn cứ

khác nhau như: Hành động hỏi nhằm thực hiện chức năng để cho biết cái mà mình cần biết, chưa biết và hành động hỏi để thực hiện hành động khác như tuyên bố, ra lệnh v.v...; Hành động hỏi có dấu hiệu hình thức chứa phương tiện hỏi và hành động hỏi không có dấu hiệu hình thức chứa phương tiện hỏi; Hành động hỏi có đích dùng để hỏi và hành động hỏi không dùng để hỏi v.v..

1.2.3.2. Các điều kiện để thực hiện hành động hỏi

Các điều kiện cần và đủ để thực hiện hành động hỏi gồm: 1) Điều kiện chuẩn bị; 2) Điều kiện nội dung/ mệnh đề; 3) Điều kiện chân thành; 4) Điều kiện căn bản.

1.3. Phỏng vấn báo chí và ngôn ngữ phỏng vấn

1.3.1. Phỏng vấn báo chí

1.3.1.1. Về khái niệm phỏng vấn

Phỏng vấn là hình thức giao tiếp xã hội giữa con người với con người, thông qua việc trao đổi trực tiếp hoặc gián tiếp, về một vấn đề mà hai bên cùng quan tâm. Đối với báo chí, phỏng vấn là một thể loại cơ bản, và nó sử dụng hình thức trao đổi, hỏi - đáp giữa SP₁ và SP₂ để trao đổi về một vấn đề văn hóa, chính trị, xã hội có ý nghĩa nhất định nhằm thỏa mãn nhu cầu thông tin của công chúng.

1.3.1.2. Đặc trưng của phỏng vấn

Đặc trưng chính của phỏng vấn là: 1) Phản ánh các sự kiện, hiện tượng, vấn đề thời sự, chính trị có ý nghĩa xã hội; 2) Phỏng vấn phải mang tính thời sự, nghĩa là nội dung của cuộc phỏng vấn phải được đồng đạo công chúng ở mọi tầng lớp quan tâm và có tác động trở lại tới đời sống vật chất, tinh thần của xã hội; 3) Phỏng vấn phải hấp dẫn, súc tích, ngắn gọn, dễ theo dõi và dễ hiểu.

1.3.1.3. Hoạt động phỏng vấn - nhìn từ góc độ nghiệp vụ

Trong hoạt động báo chí, phỏng vấn vừa là phương pháp được nhà báo sử dụng trong giao tiếp nhằm thu thập thông tin vừa là một thể loại báo chí. Vì vậy, để phỏng vấn hiệu quả thì trước khi tiến hành phỏng vấn, nhà báo cần phải chuẩn bị kỹ, lựa chọn đúng đối tượng, bối cảnh, phương thức, hình thức triển khai v.v...

Một yếu tố cũng cần phải tính đến, đó là lựa chọn phương tiện ngôn ngữ trong phỏng vấn. Hay chính xác hơn đó là nghệ thuật đặt câu hỏi. Câu hỏi chính là « thước đo » chất lượng một cuộc phỏng vấn. Để có những câu hỏi hay, SP₁ cần chú ý 5 nguyên tắc sau đây: 1/ Tránh những câu hỏi mang tính định hướng cho câu trả lời; 2/ Cần phân nhóm câu hỏi theo chủ đề (nếu là phỏng vấn dài); 3/ Dự kiến các cách trình bày khác nhau đối với những câu hỏi được cho là quan trọng, cốt yếu; 4/ Đặt câu hỏi ngắn gọn, dễ hiểu và đi thẳng vào vấn đề cần quan tâm; 5/ Dự kiến những câu hỏi khiêu khích.

1.3.2. Phân loại phỏng vấn

Hiện nay, dựa vào chức năng, nhiệm vụ và phương tiện chuyển tải người ta chia phỏng vấn thành phỏng vấn trên báo in, phỏng vấn trên phát thanh, phỏng vấn trên truyền hình và phỏng vấn trên Internet (báo mạng). Mỗi một loại phỏng vấn có những đặc trưng riêng cả về hình thức thể hiện lẫn ngôn ngữ sử dụng.

1.3.3. Ngôn ngữ phỏng vấn

1.3.3.1. Về khái niệm ngôn ngữ phỏng vấn

Âm ngữ phỏng vấn phụ thuộc vào đề tài phỏng vấn, vào sự chuẩn bị của người phỏng vấn và vào quá trình diễn tiến của cuộc phỏng vấn. Âm ngữ phỏng vấn báo chí có hai bước hình thành: Bước 1: là bước được chuẩn bị từ trước do vấn đề phỏng vấn và sự chuẩn bị của nhà báo đem lại. Bước 2: là bước phát sinh ngay trong lúc phỏng vấn mà nhà báo phải có những câu hỏi tại trận kịp thời. Bước này tùy thuộc vào không khí phỏng vấn cũng như câu trả lời của họ.

1.3.3.2. Một số đặc trưng của ngôn ngữ phỏng vấn trên truyền hình

Là một loại hình báo chí đặc biệt, nên ngôn ngữ trên truyền hình, trong đó có phỏng vấn, cũng có những nét đặc trưng riêng. Theo chúng tôi, ngôn ngữ phỏng vấn trên truyền hình có những đặc điểm sau đây: 1/ Tính mục đích; 2/ Tính cập nhật hay tính tức thời; 3/ Tính toàn dân, đại chúng; 4/ Tính đơn dạng và tương tác.

1.3.4. Một số yếu tố kèm lời và phi lời ảnh hưởng đến hoạt động phỏng vấn

1.3.1.1. Yếu tố kèm lời

1.3.1.2. Yếu tố phi lời

Yếu tố phi lời (non verbal) là những yếu tố không phải là những yếu tố kèm lời được dùng trong đối thoại mặt đối mặt. Với quan niệm như vậy thì cử chỉ, khoảng không gian, tiếp xúc cơ thể, tư thế cơ thể và định hướng cơ thể, về mặt, ánh mắt v.v... được coi là những yếu tố phi lời. Trong giao tiếp hội thoại, đặc biệt là giao tiếp hội thoại trong phỏng vấn truyền hình chúng ta không thể không chú ý tới các tín hiệu phi lời này.

1.4. Văn hóa trong giao tiếp và giao tiếp hội thoại trên truyền hình

1.4.2. Phép lịch sự và quan điểm của G.N.Leech, P.Brown và S.Levinson

1.4.1.1. Phép lịch sự của G.N.Leech

Phép lịch sự của G. N. Leech (1983) dựa trên khái niệm tổn thất (Cost) và lợi ích (Benefit) giữa người nói và người nghe do ngôn từ gây nên. âi dung khái quát của nguyên tắc này là: Giảm tới mức tối thiểu những cách nói

không lịch sự và tăng tới mức tối đa những cách nói lịch sự. Để có một phát ngôn lịch sự, cần phải điều chỉnh mức lợi - thiệt nhằm đảm bảo sự cân bằng trong tương tác liên nhân. Leech đã cụ thể hóa nguyên tắc lịch sự theo sáu phương châm: (1) *Khéo léo*; (2) *Độ lượng hay hào phóng*; (3) *Tán dương*; (4) *Phương châm khiêm tốn*; (5) *Phương châm tán đồng*; (6) *Phương châm thiện cảm hay cảm thông*.

1.4.1.2. Phép lịch sự của của P. Brown và S. Levinson

Ở đây đến nguyên lý lịch sự và nói tới khái niệm thể diện, Brown và Levinson phân biệt hai loại thể diện, đó là thể diện dương và thể diện âm. Thể diện dương là mong muốn có sự tán đồng, yêu thích; còn thể diện âm tính là không mong muốn người khác áp đặt cho mình tức là hành vi của mình không gặp phải trở ngại từ người khác. Brown và Levinson cũng phân biệt chiến lược lịch sự dương - chiến lược biểu thị tính gần gũi, thân mật và quan hệ tốt đẹp giữa người nói và người nghe, với chiến lược lịch sự âm - chiến lược chỉ khoảng cách giữa xã hội giữa người nói và người nghe.

1.4.2. Phép lịch sự trong hoạt động phỏng vấn truyền hình

Phỏng vấn truyền hình là một đa thoại. Trừ các tham thoại « gián tiếp », các tham thoại trực tiếp: SP₁ và SP₂ đều phải ý thức được hệ thống những qui ước trong việc giành lời, giữ lời, nhường lời trong hội thoại cũng như việc tôn trọng nguyên tắc hợp tác trong hội thoại hoặc việc khai thác hàm ý hội thoại (trong tương quan với tham thoại gián tiếp).

1.5. Tiểu kết

Ở đây nghiên cứu hành động hỏi trong ngôn ngữ phỏng vấn truyền hình về thực chất là quan tâm đến quá trình thể hiện bản chất xã hội của ngôn ngữ trong đời sống xã hội nói chung và trên các phương tiện thông tin đại chúng nói riêng. Vì vậy, những giới thuyết về ngôn ngữ - lời nói, nguyên tắc giao tiếp, nguyên tắc hội thoại v.v.. là những chỉ dẫn không thể thiếu nhằm góp phần làm sáng tỏ cho các nội dung sẽ trình bày trong luận án. Ở đây cơ sở lý thuyết này sẽ là những tiền đề khoa học quan trọng giúp cho tác giả lấy đó làm căn cứ để phát triển hướng nghiên cứu đề tài theo hướng khoa học và có tính thực tiễn.

CHƯƠNG 2: HÀNH ĐỘNG HỎI TRONG PHỎNG VẤN

TRUYỀN HÌNH TRÊN CÁC KÊNH CỦA VTV

2.1. Hành động hỏi trong ngôn ngữ phỏng vấn truyền hình

2.1.1. Dẫn nhập

2.1.2. Nhận diện hành động hỏi trong hoạt động phỏng vấn trên truyền hình

2.1.3. Mối quan hệ giữa câu hỏi và hành động hỏi trong giao tiếp ngôn ngữ trên truyền hình

Hành động hỏi được thực hiện thông qua công cụ là câu hỏi. Ở đây hành động này còn có thể được thực hiện thông qua một số cấu trúc ngôn ngữ khác mà người ta gọi là đồng nghĩa ngữ dụng, cùng có hiệu lực tại ngôn ngữ câu hỏi. Để có được điều này, đòi hỏi người nói và người nghe phải thực hiện hàng loạt các thao tác tư duy khác nhau để qua đó cho phép người nói và người nghe nắm được « ý đồ giao tiếp » của nhau. Ở đây vào thao tác tư duy, người hỏi có thể sử dụng các cấu trúc ngôn ngữ khác ngoài câu hỏi chính danh để yêu cầu thông tin mình cần biết và cho phép người trả lời vượt ra ngoài khuôn khổ câu chữ của cấu trúc ngôn ngữ để trả lời vào điều mà người hỏi muốn biết.

2.1.4. Hỏi trong hoạt động phỏng vấn truyền hình

Trong phỏng vấn báo chí, người ta cho rằng câu hỏi là vì câu trả lời. Thông thường những câu hỏi hay, ngắn gọn, súc tích và đủ ý sẽ kéo theo những câu trả lời đủ ý và hay, ngược lại, những câu trả lời có chất lượng kém tức là ít nội dung thông tin hoặc thông tin lan man đó chính là sản phẩm của câu hỏi tồi. Câu hỏi trong phỏng vấn phải được cân nhắc, tính toán một cách kỹ lưỡng và có chủ đích. Đó cũng chính là yếu tố tiên quyết tạo nên thành công của một cuộc phỏng vấn.

2.2. Nghiên cứu điển hình (Case Study) về hỏi trong một số dạng phỏng vấn truyền hình trên VTV

2.2.1. Hỏi trong phỏng vấn của các chương trình thời sự

• Hỏi trong phỏng vấn biên bản

Phỏng vấn biên bản là dạng tiếp nhận những câu trả lời của các nhân vật có thẩm quyền mà giá trị của những câu trả lời ấy như là một tuyên cáo chính thức về các vấn đề chính trị, do « phía công bố » sắp xếp trước, vì vậy nên câu hỏi của dạng phỏng vấn này thường dài dòng, mang tính diễn giải sau đó mới đi vào câu hỏi chính. Và trong các câu hỏi thường xuất hiện các cụm từ để hỏi như: *xử lý như thế nào? kinh nghiệm gì? ông có thể cho biết, ưu tiên... trong thời gian tới? tại sao? v.v..*

• Hỏi trong phỏng vấn thời sự

2.2.2. Hỏi trong phỏng vấn của các thể loại chân dung

Phỏng vấn chân dung thiên về khắc họa tính cách, là điểm tiếp giáp

giữa thông tin báo chí và chính luận nghệ thuật. Ắt hẳn ngôn ngữ sử dụng trong loại phỏng vấn này phải có tính chân thực, đòi thường và có tác động mạnh đến khán giả xem đài. Câu hỏi thường bắt đầu từ những thông tin cụ thể hoặc những chuyện hấp dẫn hay kết quả cụ thể mang tính điển hình.

2.2.3. Hỏi trong phỏng vấn của các chương trình trò chơi, giải trí

Thông thường, các cuộc phỏng vấn trong các chương trình này là các cuộc « trò chuyện thân mật » giữa MC với người chơi hoặc là khán giả trực tiếp trong trường quay. Ắt hẳn câu hỏi ở đây mang tính thân mật cao nhưng không thật sự riêng tư.

2.2.4. Một số dạng câu hỏi hay được sử dụng trong các chương trình truyền hình của VTV

- Câu hỏi mở;
- Câu hỏi đóng;
- Câu hỏi hai trong một (câu hỏi kép);
- Câu hỏi trực tiếp;
- Câu hỏi làm rõ;
- Các dạng câu hỏi khác: Câu hỏi điều tiết (hay câu hỏi chuyển tiếp);

Câu hỏi cầu khiến, yêu cầu, đề nghị; Câu hỏi tu từ v.v..

2.3. Một số yếu tố ngoài ngôn ngữ chi phối giao tiếp ngôn ngữ trong phỏng vấn truyền hình của VTV

Một cuộc phỏng vấn, không chỉ « tồn tại » hai yếu tố: người hỏi - người trả lời. Ắt hẳn do nhiều yếu tố khác nhau cấu thành, trong đó ngoài yếu tố ngôn ngữ (thể hiện qua hành động hỏi-đáp), một cuộc phỏng vấn phải được xem xét trên nhiều góc độ như: người tham gia (người phát, người nhận), hình ảnh, âm thanh (giọng nói, tiếng động hiện trường), ánh sáng, cảnh huống giao tiếp v.v..

2.3.1. Thể phát và thể nhận

- Thể phát: là người trực tiếp truyền thông điệp đến người nhận, thể nhận. Họ chính là người dẫn chương trình (hay còn gọi là MC), phóng viên, biên tập viên. Ắt hẳn người đại diện cho Đài truyền hình chuyển tải những thông tin đến cho khán giả.

- Thể nhận: có thể nhận trực tiếp và thể nhận gián tiếp. Thể nhận trực tiếp là những người được phỏng vấn và khán giả trong trường quay. Họ là một trong những nhân tố quan trọng tạo nên thành công và hiệu quả của cuộc phỏng vấn trên truyền hình. Còn khán giả xem truyền hình là thể nhận gián tiếp.

2.3.2. Hoàn cảnh, bối cảnh trong giao tiếp phỏng vấn truyền hình

2.3.3. Yếu tố tâm lý

Mặc dù nghiên cứu này chủ yếu bàn về hành động hỏi trong ngôn ngữ phỏng vấn truyền hình nhưng luận án không thể không chú ý đến vấn đề tâm lý tiếp nhận của công chúng khán giả. Đối với họ, SP₁ là người đang « đối thoại trực tiếp » với mình, và họ hiển nhiên là người « được quyền » tham gia vào cuộc giao tiếp ấy. Theo đó, họ sẽ có những « đòi hỏi » khá khắt khe đối với SP₁ trong quá trình giao tiếp, ứng xử ngôn ngữ như xưng hô, thái độ v.v.. Vì vậy, trong phỏng vấn đòi hỏi SP₁ phải là người có kiến thức và năng lực giao tiếp tốt, có thể dự đoán được lời nói của mình sẽ tác động như thế nào tới người xem, họ tán đồng hay phản đối, tin tưởng hay nghi ngờ điều mình nói ra và đó có thể gọi là mối liên hệ ngược chiều tiềm ẩn. Mối liên hệ này cũng là một dạng thức giao tiếp cơ bản của truyền hình.

2.3.4. Yếu tố phi ngôn ngữ

2.4. Tiểu kết

Trong chương 2, chúng tôi đã phân biệt được hành động hỏi trong giao tiếp hội thoại và hành động hỏi trong phỏng vấn truyền hình trên sóng VTV. Mặc dù, có sự khác nhau nhưng có thể hiểu một cách tóm tắt hành động hỏi là hành động nói năng của con người và thường thông qua các câu hỏi với mục đích khai thác thông tin từ người đối thoại.

Trong phỏng vấn báo chí, hỏi có đặc điểm nổi bật đó là « vì câu trả lời ». Vì vậy, đối với mỗi thể loại phỏng vấn khác nhau, phóng viên phải lựa chọn những dạng câu hỏi cho phù hợp với từng đối tượng phỏng vấn. Đồng thời, giống như giao tiếp xã hội, mối quan hệ giữa hỏi và trả lời trong phỏng vấn truyền hình phải được xét trong một mối quan hệ đa chiều. Và chỉ có trong mối quan hệ này chúng ta mới thấy hết được các chức năng của chuỗi hành động hỏi - đáp trong giao tiếp ngôn ngữ nói chung và trong giao tiếp phỏng vấn nói riêng. Điều này cho thấy, dù câu hỏi ở dạng thức nào thì cũng đòi hỏi người hỏi và người trả lời phải hướng tới một mục đích chung, nếu không mối quan hệ nêu trên sẽ bị phá vỡ, hệ quả là chất lượng của cuộc phỏng vấn sẽ không cao. Cùng với đó là yếu tố ngữ cảnh, những yếu tố kèm lời và phi lời như điệu bộ, cử chỉ, trang phục v.v.. là hết sức quan trọng trong giao tiếp phỏng vấn truyền hình.

CHƯƠNG 3: NGÔN NGỮ - VĂN HÓA TRONG PHỎNG VẤN TRUYỀN HÌNH TRÊN CÁC KÊNH CỦA VTV

3.1. Dẫn nhập

3.2. Mối quan hệ giữa ngôn ngữ và văn hóa

3.2.1. Về khái niệm văn hóa

Theo nghĩa tổng quát nhất văn hóa được hiểu là: một tổng thể các giá trị vật chất và tinh thần được con người tạo ra và được phát triển theo lịch sử, khác với các đối tượng của tự nhiên. Hiện tượng chung được gọi là văn hóa bao gồm hai nguyên tố - văn hóa vật chất và văn hóa tinh thần. Văn hóa vật chất có thể được hiểu là toàn bộ những kết quả vật chất « nhìn thấy được » của lao động con người, còn văn hóa tinh thần là sự sản xuất, phân phối và tiêu dùng các giá trị tinh thần (nói theo thuật ngữ của chính trị kinh tế học).

3.2.2. Quan hệ biện chứng giữa văn hóa và ngôn ngữ

Văn hóa và ngôn ngữ có liên hệ chặt chẽ, không thể tách rời. ả ngôn ngữ là phương tiện chuyên chở văn hóa và văn hóa chứa đựng trong ngôn ngữ. ả hư vậy, ngôn ngữ và văn hóa phát triển trong sự tác động qua lại lẫn nhau. Hay nói khác đi, ngôn ngữ và văn hóa có quan hệ biện chứng với nhau, là hai mặt của một tờ giấy. Văn hóa là nội dung, ngôn ngữ là phương tiện. Đến lượt mình ngôn ngữ là biểu trưng văn hóa của mỗi cộng đồng dân tộc.

3.3. Một số vấn đề về văn hóa của người Việt thông qua hành động hỏi

3.3.1. Về khái niệm văn hóa ngôn từ

Văn hoá ngôn từ là một khái niệm đa nghĩa. Xét về mặt nào đó nó được hiểu là những khuôn mẫu, là toàn bộ các biện pháp sử dụng ngôn ngữ trong hoạt động hành chức của nó. Hay nói khác đi, đó chính là những chuẩn mực giao tiếp ổn định, bền vững và hoàn thiện có giá trị tinh thần được tiếp xúc, trao đổi với nhau thông qua lời nói, văn tự v.v.. trong mối quan hệ cá nhân, tập thể, cộng đồng xã hội và nhân loại.

3.3.2. Đặc trưng văn hóa trong giao tiếp của người Việt

Văn hoá giao tiếp - ứng xử của người Việt được kết tinh lại trong nghệ thuật sử dụng ngôn từ. ả guồn gốc sâu xa của nghệ thuật này bắt nguồn từ tâm hồn và lịch sử dân tộc Việt ả am. Một dân tộc có một nền nông nghiệp lúa nước phát triển, tổ chức xã hội truyền thống, dưới ảnh hưởng sâu sắc của ả ho giáo, Phật giáo và Lão giáo. Chính những điều này đã tạo nên một văn hóa Việt ả am, đặc biệt là trong văn hóa ứng xử. Các nhà nghiên cứu cho rằng, nó được thể hiện qua một số nét trội sau: 1/ Vừa cởi mở, vừa rụt rè; 2/ Ứng xử thiên về tình cảm; 3/ Trọng danh dự; 4/ Cẩn trọng, ý tứ trong giao tiếp; Hệ thống nghi thức, lời nói phong phú.

3.3.3. Một số đặc trưng văn hóa giao tiếp của người Việt qua hành

động hỏi

- Hỏi vòng vo, không đi thẳng vào vấn đề. Ví dụ muốn biết người đối ngoại với mình có còn cha mẹ hay không, người Việt thường hỏi: «*Các cụ nhà ta vẫn mạnh giỏi cả chứ (à)?*» hay để biết người phụ nữ đang nói chuyện với mình có chồng hay không họ sẽ hỏi một cách ý tứ là: «*Chị về muộn thế liệu anh nhà (ông xã) có phàn nàn gì không?*».

- Chào bằng hình thức hỏi: người Việt ả am thói quen chào hỏi, tức là «*chào*» đi liền với «*hỏi*», chẳng hạn: «*Bác đi đâu đấy?*», «*Cụ đang làm gì đấy?*» v.v.. Ban đầu, hỏi là để có thông tin, dần dần trở thành một thói quen, người ta hỏi mà không cần nghe trả lời và hoàn toàn hài lòng với những câu trả lời kiểu: «*Tôi đi đằng này một cái*» hoặc trả lời bằng cách hỏi lại, ví dụ: *Hỏi: - Cụ đang làm gì đấy?/ Trả lời: - Vâng ! Bác đi đâu đấy?*. Rõ ràng trong các phát ngôn trên về hình thức là một câu hỏi nhưng trong hoàn cảnh, bối cảnh giao tiếp cụ thể nó đã thay thế cho một lời chào.

- Hỏi của người Việt ả am không phải chỉ để nhằm mục đích hỏi mà là để biểu thị giá trị cầu khiến hoặc bác bỏ. Tức là, về hình thức thì đó là một câu hỏi nhưng lại mang nghĩa cầu khiến hoặc có giá trị phủ định (question à valeur de négation).

3.4. Văn hóa ứng xử trong giao tiếp phỏng vấn trên VTV

3.4.1. Ứng xử ngôn ngữ trong giao tiếp phỏng vấn truyền hình

3.4.2. Nghiên cứu điển hình về ứng xử ngôn ngữ trong phỏng vấn truyền hình qua hành động hỏi trên sóng VTV

3.4.2.1. Một số chiến lược tăng tính lịch sự cho hành động hỏi trong phỏng vấn truyền hình

a. Lịch sự trong việc sử dụng nhóm từ tình thái « ả », « dạ », « vâng »

Trong phỏng vấn truyền hình nhóm từ « ả », « dạ », « vâng » đã được các phóng viên sử dụng khá nhiều trong các phát ngôn hỏi nhằm tạo cho cách nói năng, giao tiếp có âm hưởng nhẹ nhàng, thể hiện thái độ khiêm tốn, nhún nhường, lễ phép phù hợp với truyền thống văn hóa Á Đông. Đó cũng chính là biểu hiện của lịch sự trong giao tiếp hội thoại của người Việt ả am.

b. Lịch sự trong cách xưng hô

Xưng hô trong giao tiếp tiếng Việt chịu chi phối, qui định bởi lịch sự mà biểu hiện cụ thể là khéo léo và đúng mực. Khiêm nhường trong xưng hô là cách để thể hiện lịch sự chuẩn mực. Do nhận thức được tầm quan trọng này mà trong giao tiếp trên truyền hình nói chung và trong các hoạt động phỏng

vấn nói riêng, việc sử dụng từ xưng hô đã được SP₁ xử lý rất linh hoạt và đúng qui thức. Hay nói đúng hơn là SP₁ đã dùng nó - đại từ xưng hô - như là một chiến lược.

c. Lịch sự trong lời xin lỗi tương quan với hỏi

Xin lỗi là một hành động ngôn từ lịch sự được sử dụng để tái thiết quan hệ xã hội và biểu lộ trách nhiệm cá nhân về một sự vi phạm, đồng thời hướng tới nhu cầu thể diện của người nghe và có ý muốn sửa lại cho đúng một sự vi phạm mà người nói biểu lộ trách nhiệm. Trong phỏng vấn truyền hình, nhất là truyền hình trực tiếp, chiến lược lịch sự thông qua hình thức xin lỗi có tần số xuất hiện khá cao và nó được diễn tả bằng những cách thức khác nhau, rất đa dạng và tinh tế, chứ không chỉ bó hẹp, gắn với động từ ngôn hành xin lỗi. Và đôi lúc xin lỗi trong phỏng vấn truyền hình lại mang hàm ý « hội thoại đặc biệt ». Theo đó, người phỏng vấn có thể xin lỗi thay cho người khác vì những mục đích báo chí và thể hiện sự tôn trọng khán giả v.v..

3.4.2.2. Một vài biểu hiện của việc vi phạm nguyên tắc lịch sự trong phỏng vấn truyền hình qua hành động hỏi

- Vi phạm nguyên tắc lịch sự qua việc sử dụng từ xưng hô
- Vi phạm nguyên tắc lịch sự qua việc sử dụng từ tình thái
- Vi phạm nguyên tắc lịch sự qua biểu hiện thiếu cộng tác hội thoại:

Thực tế tư liệu khảo sát cho thấy không ít trường hợp các bên tham gia hội thoại vi phạm phương châm hội thoại. Điều này dẫn đến sự không « ăn khớp » trong cuộc phỏng vấn, tức là phóng viên hỏi một đằng, người trả lời nói một nẻo, hoặc là chỉ trả lời được một phần của câu hỏi.

3.5. Tiểu kết

Văn hóa thể hiện qua nhiều phương tiện, cách thức, trong đó ngôn ngữ là một trong những phương tiện quan trọng để thể hiện văn hóa. Ắt hẳn ngôn ngữ là nơi bảo lưu tinh thần, văn hóa dân tộc, vì lẽ đó ngôn ngữ không chỉ là hiện thân của văn hóa, một thành tố của văn hóa mà còn là phương tiện truyền đạt văn hóa.

Phỏng vấn trên truyền hình là một loại hình giao tiếp đặc biệt. Ắt hẳn không chỉ đơn thuần là sản phẩm giao tiếp liên nhân giữa người hỏi và người trả lời mà nó còn là sản phẩm phục vụ cho đông đảo khán giả truyền hình. Vì vậy, ngôn ngữ phỏng vấn phải nằm trong chuẩn mực ngôn ngữ phổ thông, đại chúng và mối tương quan giữa những người tham gia phỏng vấn với xã hội. Đồng thời, khi tiến hành phỏng vấn đòi hỏi phóng viên, người phỏng vấn phải

nắm vững bản chất của ngôn ngữ, đó là: năng lực ngôn ngữ (thuộc phạm trù tâm lý) và ngôn ngữ học ứng dụng (thuộc phạm trù xã hội). Ắt hẳn người phỏng vấn không chỉ đơn thuần là người đưa ra các câu hỏi mà còn cần biết cách nắm bắt tâm lý, trình độ hiểu biết, năng lực ngôn ngữ của người được phỏng vấn cho phù hợp với điều kiện hoàn cảnh cụ thể, đồng thời ứng xử về mặt ngôn từ cũng phải mang đậm văn hóa bản sắc dân tộc.

CHƯƠNG 4: BƯỚC ĐẦU SO SÁNH HÀNH ĐỘNG HỎI TRONG PHỎNG VẤN TRÊN CÁC KÊNH CỦA VTV-VIỆT NAM VÀ KÊNH TV5-PHÁP

4.1. Dẫn nhập

4.2. Giới thiệu cứ liệu

4.2.1. Tổng quan về TV5 Monde

4.2.2. Tổng quan về VTV

4.2.3. Cứ liệu dẫn xuất

Đối với VTV: Chúng tôi đã tiến hành khảo sát các chương trình phỏng vấn đã phát trên sóng VTV như: « Chương trình thời sự », « Hội nhập », « Gỡ cửa ngày mới », « Toàn cảnh thế giới », « Người đương thời », « Người xây tổ ấm », « Thể thao 24/7 », « Văn hóa - Sự kiện - Nhân vật », « Dành cho người hâm mộ » v.v.. Đây là các chương trình được phát thường xuyên, có khung thời gian ổn định, thời lượng từ 3 phút đến 50 phút và thu hút đông đảo khán giả xem truyền hình.

Đối với Đối với TV5: Cũng giống như đối với các chương trình của VTV, chúng tôi đã tiến hành chuyển tải từ đĩa DVD sang văn bản (Text) của các cụm chương trình như: « L'invité », « Internationales » và « Et si vous me dites la vérité » v.v..

4.3. Phân tích cứ liệu

4.3.1. Về mặt hình thức

Xét về mặt hình thức, chúng tôi thấy phỏng vấn truyền hình trên kênh TV5 của Pháp và VTV của Việt Ắm là tương đối giống nhau ở chỗ: (1) Các cuộc phỏng vấn đều có 3 phần: mở đầu, nội dung chính và kết luận; (2) Đa dạng loại hình phỏng vấn như: phỏng vấn thông tin, phỏng vấn quan điểm, phỏng vấn chân dung v.v..

Khác biệt:

Trong quá trình khảo sát, chúng tôi cũng nhận thấy hai đài có sự khác biệt nhất định trong tiến trình phỏng vấn, đặc biệt là phần mở đầu.

Thứ nhất, lời dẫn mở đầu trong các chương trình phỏng vấn của VTV

dài dòng còn TV5 thường đi trực tiếp vào nội dung cần đề cập.

Thứ hai, phỏng vấn truyền hình là « cuộc nói chuyện nguyên chất nhất » mà khán giả được chứng kiến, vì vậy, nó phải mang tính chân thực, tự nhiên cao và ở đó SP₁ chỉ đóng vai trò là người gợi mở câu chuyện. Tuy nhiên, khi quan sát các ví dụ trên ta thấy SP₁ của VTV không biết vô tình hay hữu ý đã « định hướng » cho câu chuyện bằng các lời dẫn. Và hơn thế, đôi khi lời dẫn lại đi tóm tắt nội dung buổi trò chuyện đó.

4.3.2. Về mặt nội dung

Tương đồng:

Ấn tượng của các cuộc phỏng vấn được thể hiện trên hai kênh phong phú, đa dạng và tập trung vào các lĩnh vực như: văn hóa, khoa học, giáo dục cùng với đó tin tức về tình hình chính trị trong và ngoài nước v.v..

Khác biệt:

Điểm khác biệt đầu tiên, đó là TV5 chỉ là một kênh truyền hình đối ngoại mang tầm quốc tế của Pháp. Ở đó không chỉ có các chương trình trong nước mà còn có cả những chương trình của các quốc gia thuộc cộng đồng Pháp ngữ. Vậy nên, nội dung của các chương trình phỏng vấn trên TV5 mang tính đa quốc gia, dân tộc. Tính đa quốc gia, dân tộc thể hiện rõ nét nhất chính là yếu tố văn hóa đi kèm, đó là văn hóa ứng xử, văn hóa ngôn ngữ, văn hóa nói v.v.. Còn VTV là một đài truyền hình quốc gia của Việt Nam, trong nó có rất nhiều kênh, mỗi kênh này sẽ « tương đương » với một kênh của TV5, nên bên cạnh những nội dung chính như đã nêu trên còn có những nội dung chuyên biệt khác. Các nội dung chuyên biệt này hướng tới những đối tượng khán giả nhất định như chương trình dành cho trẻ em, cho các nhà đầu tư, cho những người yêu thể thao v.v.. Đó là các chương trình chuyên đối tượng, mỗi đối tượng khác nhau sẽ có nội dung phỏng vấn khác nhau tương ứng.

Điểm khác biệt thứ hai, đó là ấn ghị định 18/2008/ÂĐ-CP ngày 04/02/2008 của Chính phủ nêu rõ « Đài Truyền hình Việt Nam là đài truyền hình quốc gia, là cơ quan thuộc Chính phủ, thực hiện chức năng thông tin, tuyên truyền đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước và cung ứng các dịch vụ công; góp phần giáo dục, nâng cao dân trí, phục vụ đời sống tinh thần của nhân dân bằng các chương trình truyền hình ». Đây chính là sợi chỉ đỏ xuyên suốt quá trình tác nghiệp của phóng viên truyền hình nói chung và phóng viên thực hiện các cuộc phỏng vấn nói riêng của Đài THVN. Ấn ghị cũng sẽ chi phối đến hành động hỏi trong các cuộc phỏng vấn truyền hình trên

các kênh của VTV.

4.3.3. Về hành động hỏi và kỹ năng đặt câu hỏi

4.3.3.1. Tương quan các dạng câu hỏi trên VTV

Về mặt tần số xuất hiện, qua khảo sát điển hình một số chương trình trên sóng VTV chúng tôi nhận thấy câu hỏi được SP₁ sử dụng trong các cuộc phỏng vấn rất đa dạng và phong phú về thể loại (12 loại), biểu đạt nhiều giá trị ngôn ngữ trung của câu hỏi, từ những câu hỏi để khai thác thông tin đến những câu hỏi siêu giao tiếp. Loại câu hỏi chiếm tỉ lệ cao nhất (36.79%, khoảng 1/3) trong tổng số các câu hỏi được khảo sát là câu hỏi mở. Tiếp đến là loại câu hỏi làm rõ (có người gọi đây là loại câu hỏi yêu cầu xác nhận) với tỉ lệ 16.36%. Đứng thứ ba là câu hỏi đóng (15.41%). Loại câu hỏi thẳng, trực tiếp đứng ở vị trí thứ tư (6.91%) và vị trí thứ năm là câu hỏi kép (6.28%). Các loại câu hỏi khác chiếm tỉ lệ nhỏ dưới 5% gồm: câu hỏi phát triển (4.29%), câu hỏi đưa đẩy (2.83%), câu hỏi cầu khiến, yêu cầu, đề nghị (2.83%), câu hỏi khiêu khích (1.26%) v.v...

Kết quả thống kê trên đây mặc dù mới chỉ dựa trên một tập ngữ liệu khiêm tốn với 318 câu hỏi mà chúng tôi thu thập được trong các cuộc phỏng vấn trên sóng Đài THVN nhưng nó vẫn cung cấp một cách khá đầy đủ về bức tranh của các dạng câu hỏi trong tiếng Việt.

4.3.3.2. Tương quan các dạng câu hỏi trên TV5

Với 294 câu hỏi được khảo sát trong cụm các chương trình phỏng vấn thường xuyên xuất hiện trên sóng TV5 đã cho ta thấy một bức tranh khá đa dạng về các giá trị ngôn ngữ trung của câu hỏi. Ở đây, chúng tôi cũng nhận thấy sự đa dạng và phong phú về mặt thể loại của câu hỏi được SP₁ sử dụng trong các cuộc phỏng vấn trên TV5 (11 loại).

Về mặt tần số xuất hiện, kết quả thống kê cho thấy tỉ lệ phân chia các dạng câu hỏi tương đối đồng đều. Loại câu hỏi chiếm tỉ lệ cao nhất là câu hỏi thẳng, trực tiếp (21.77%), tiếp đến là câu hỏi đóng (21.09%). Đứng thứ ba trong bảng xếp loại là câu hỏi làm rõ (14.96%) và với 13.61%, câu hỏi làm rõ được xếp đứng ở vị trí thứ tư. Loại câu hỏi phát triển (8.84%) và loại câu hỏi kép (6.79%) đứng ở vị trí thứ năm và thứ sáu. Các loại câu hỏi khác chiếm một tỉ lệ nhỏ hơn 5% bao gồm: câu hỏi chêm xen (4.43%), câu hỏi kiểm tra (3.06%), câu hỏi khiêu khích (2.04%), câu hỏi đưa đẩy (1.70%) v.v..

4.3.3.3. Những tương đồng và khác biệt trong hành động đặt câu hỏi giữa VTV và TV5

Tương đồng:

Một là, các dạng câu hỏi được SP₁ sử dụng trong quá trình tác nghiệp phỏng vấn rất đa dạng và phong phú về thể loại. Đó là các dạng câu hỏi mở, câu hỏi đóng, câu hỏi thẳng, trực tiếp, câu hỏi phát triển, câu hỏi kép v.v..

Hai là, dạng câu hỏi làm rõ được SP₁ của hai đài sử dụng không nhiều nhưng gần tương đương với nhau (ở tiếng Việt là 16.36% và tiếng Pháp là 13.61%). Mặc dù có tần xuất xuất hiện không cao nhưng loại câu hỏi này là khá quan trọng và cần thiết trong quá trình phỏng vấn. Câu hỏi làm rõ rất cần thiết khi câu hỏi trước nó của SP₁ không nhận được câu trả lời rõ ràng hoặc mơ hồ từ SP₂.

Ba là, tỉ lệ câu hỏi hai trong một hay còn gọi là câu hỏi kép được hai bên sử dụng tương đối giống nhau và với tần xuất thấp (6.28% trong tập ngữ liệu tiếng Việt và 6.79% trong tập ngữ liệu tiếng Pháp). Với tỉ lệ 1.26% trong tập ngữ liệu tiếng Việt và 2.04% trong tập ngữ liệu tiếng Pháp, câu hỏi khiêu khích cũng đứng trong nhóm các câu hỏi ít được SP₁ của hai đài sử dụng.

Khác biệt:

Một là, tỉ lệ các câu hỏi được sử dụng khác nhau:

SP₁ của VTV chủ yếu tập trung vào việc đặt các câu hỏi mở, câu hỏi đóng, câu hỏi làm rõ, còn SP₁ của TV5 sử dụng nhiều dạng câu hỏi đóng, câu hỏi trực tiếp, câu hỏi mở.

Hai là, tần xuất câu hỏi thẳng, trực tiếp được SP₁ của kênh TV5 sử dụng nhiều hơn gấp 3 lần so với của VTV (VTV chiếm 6.91% còn TV5 chiếm 21.77%).

Ba là, SP₁ của VTV sử dụng câu hỏi phát triển chỉ bằng 1/2 lần so với tần xuất sử dụng của TV5.

Chúng tôi tạm thời đưa ra bốn giả thiết về nguyên nhân của sự khác biệt này như sau: (1) *Do phong tục, tập quán của người Á Đông nói chung và người Việt Nam nói riêng là ít khi đi thẳng, trực tiếp vào vấn đề; tôn trọng, nhường nhịn trong giao tiếp, trong khi đó người phương Tây nói chung và người Pháp nói riêng dễ chấp nhận những câu hỏi thẳng, trực tiếp hơn;* (2) *Do các qui định về tác nghiệp báo chí;* (3) *Do trình độ chuyên môn, nghiệp vụ;* (4) *Do năng lực sử dụng và ứng dụng ngôn ngữ trong giao tiếp.*

4.3.3.4. Nghiên cứu mẫu một cuộc phỏng vấn trên kênh TV5

4.4. Nhận xét và đề xuất

4.4.1. Nhận xét chung

TV5 và VTV thuộc hai quốc gia khác nhau và thuộc hai nền văn hóa khác nhau, loại hình ngôn ngữ khác nhau, nhưng sản phẩm của chúng lại mang

tính toàn cầu. Ắt ó vượt ra khỏi biên giới, lãnh thổ để đến với khán giả trên toàn thế giới. Hơn nữa, sự xuất hiện của truyền hình cáp, truyền hình qua vệ tinh đã và sẽ mang lại nhiều tiện ích cho người xem. Vì vậy, các nhà đài trên thế giới đang chịu ảnh hưởng của nhau, học hỏi lẫn nhau nhằm đưa ra những sản phẩm tinh thần chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khán giả.

À gày nay, về phương pháp thể hiện, cách thức tiến hành sản xuất một sản phẩm truyền hình đã « xuất hiện » sự tương đồng. Điều này dễ dàng nhận ra đối với các sản phẩm thuộc về phỏng vấn. Mặc dù vậy, mỗi quốc gia, dân tộc đều có ngôn ngữ và văn hóa riêng nên ngoài những nét tương đồng chúng ta còn thấy có cả những khác biệt. Khác biệt trong cách tiếp cận vấn đề, trong việc đặt câu hỏi. Và chính nó tạo nên những nét riêng mang tính bản sắc của mỗi đài.

4.4.2. Một số ý kiến đề xuất

4.4.2.1. Đối với người phỏng vấn

SP₁ cần chú ý những nguyên tắc sau đây: 1/ Xác định mục đích phỏng vấn; hiểu biết về chủ đề, đối tượng phỏng vấn để chuẩn bị các câu hỏi; 2/ Khi phỏng vấn phải tôn trọng người được phỏng vấn và các qui tắc giao tiếp; 3/ Tránh những câu hỏi quá khó, chung chung; 4/ Không ép buộc hay gợi ý câu trả lời một cách thô thiển; 5/ Không nên lạm dụng việc lặp lại câu hỏi cho nhiều người trong một cuộc phỏng vấn. Mỗi người được phỏng vấn là một câu hỏi khác nhau để tạo sự phong phú và không trùng lặp về mặt thông tin; 6/ Cần biết lắng nghe, phân tích câu trả lời để phát triển mạch phỏng vấn và biết ngắt lời khi cần thiết, thậm chí hỏi lại nếu vấn đề đưa ra chưa đầy đủ, thuyết phục; 7/ Bên cạnh việc chú ý lời nói, cần ghi chú thêm ánh mắt, cử chỉ, thái độ người được phỏng vấn như hạnh phúc, bàng hoàng, bị tổn thương, vui mừng, căng thẳng v.v.. để điều chỉnh câu hỏi cho phù hợp; 8/ Biên tập sau phỏng vấn cần khách quan.

4.4.2.2. Đối với người được phỏng vấn

À gười được phỏng vấn cần lưu ý một số điểm sau đây: 1/ Có trách nhiệm đối với những thông tin mà mình cung cấp; 2/ Chỉ trả lời những gì mình nắm rõ; 3/ Có quyền trả lời hoặc khéo léo không trả lời câu hỏi phỏng vấn, song phải có thái độ cởi mở, hợp tác trong đối thoại; 4/ Có phản xạ nhanh với tình huống đặt ra, tránh trả lời lan man, dài dòng.

4.4.2.3. Đối với công tác đào tạo, bồi dưỡng

Trong công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, phóng viên ở các trường

học và Trung tâm đào tạo, bên cạnh việc đào tạo kỹ năng, nghiệp vụ còn cần phải quan tâm đến việc đào tạo cách nhận diện « đối tượng » được phỏng vấn qua hành vi. Bởi vì, nhà báo cần biết về « ngôn ngữ cơ thể - tức là cử chỉ của cơ thể » để định hướng mình một cách vững vàng trong đối thoại, hiểu được trong trường hợp nào thì đưa ra những câu hỏi phụ, còn trong trường hợp nào thì im lặng.

4.5. Tiểu kết

Phỏng vấn truyền hình trên kênh TV5 và VTV ngoài những điểm tương đồng về nội dung, hình thức thể hiện còn có những điểm khác biệt trong cách tiếp cận vấn đề thông qua hành động hỏi và các câu hỏi. Điều này là hiển nhiên bởi vì Pháp và Việt ả am là hai quốc gia có hai nền văn hóa khác nhau, một bên là văn hóa châu Âu, một bên là văn hóa Á đông đậm đà bản sắc dân tộc Việt ả am.

KẾT LUẬN

Với việc vận dụng một cách khoa học và có chọn lọc lí luận của ngôn ngữ học, có kết hợp với báo chí - truyền thông và Việt ngữ học v.v., luận án đã tiến hành khảo sát hành động hỏi trong ngôn ngữ phỏng vấn truyền hình trên VTV (Việt ả am) và TV5 (Pháp). Từ những kết quả đạt được, chúng tôi rút ra một số nhận xét chính yếu cần được ghi nhận trong luận án như sau:

1. Xét về mặt lí luận: Hành động hỏi trong ngôn ngữ phỏng vấn truyền hình phải được đặt trong một phạm vi rộng lớn hơn để nghiên cứu:

Một là, hành động hỏi phải được đặt trên phương diện lí luận ngôn ngữ đặc biệt là hành động ngôn từ để soi sáng các hành động chức năng của nó.

Hai là, hành động hỏi phải được đặt trên phương diện ngôn bản (tức là diễn ngôn thực hiện bằng lời nói) để phân tích các chức năng như thông tin, gây khiến, liên nhân v.v..

Ba là, hành động hỏi phải được đặt trong mối quan hệ tương tác giữa ngôn ngữ và truyền thông để lí giải các phương thức mà SP₁ phải thực hiện trong khi tiếp cận SP₂.

Bốn là, phỏng vấn truyền hình phải được đặt trong giao tiếp liên văn hóa và dụng học văn hóa để khai thác các khía cạnh của ngôn ngữ truyền thông.

2. Về phương diện nghiên cứu cụ thể:

2.1. Vận dụng các lí thuyết, đồng thời trong quá trình nghiên cứu chúng tôi đã xem xét trên nhiều phương diện, khía cạnh khác nhau, trên cơ sở đó chúng tôi đã làm rõ phỏng vấn truyền hình không đơn thuần chỉ là

một cuộc hỏi - đáp đơn điệu, rập khuôn, máy móc giữa người phỏng vấn và người được phỏng vấn. Mà ở đó, ta thấy « toát » lên một « cuộc trò chuyện » nguyên chất nhất. Cùng với đó, trong những cuộc phỏng vấn ta không chỉ tìm kiếm được những thông tin mà còn cả những nét văn hóa trong giao tiếp, ứng xử.

2.2. Với tư cách vừa là một thủ pháp vừa là một thể loại báo chí, phỏng vấn trên truyền hình có tác dụng làm rõ mọi vấn đề bằng các câu hỏi của phóng viên và câu trả lời của người được phỏng vấn nhằm đem lại những thông tin cho công chúng. Trong cặp hỏi - đáp, chất lượng thông tin của các câu trả lời từ phía người được phỏng vấn phụ thuộc vào bản chất và mục đích giao tiếp của cuộc thoại và vào cách đặt câu hỏi của người phỏng vấn.

2.3. Trong phỏng vấn SP₁ có nhiệm vụ tạo ra bầu không khí tin tưởng trong cuộc trao đổi, làm cho SP₂ yên tâm, vì vậy những câu hỏi của SP₁ không nên có tính khiêu khích. Đồng thời, cuộc phỏng vấn không được và không nên biến thành một thách thức đối với SP₂; cũng không nên đấu lí và tỏ ra chiến thắng họ; không phải là cố gắng để « dồn họ vào thế bí »; và, càng không phải để « hạ nhục » họ. ả gược lại, SP₁ không nên bộc lộ một sự tôn kính thái quá. Bên cạnh đó, SP₁ cần tránh đưa ra những câu hỏi « tăng bốc » làm cho SP₂ sa vào một trò tự mê hoặc.

2.4. Trong quá trình khảo sát chúng tôi cũng nhận thấy khi tiến hành phỏng vấn, SP₁ của Đài THV ả thường đặt các câu hỏi dài, nhiều mệnh đề, nội dung đề cập rộng dẫn đến câu trả lời thường lan man, dài dòng, không tập trung vào tiêu điểm, mất nhiều thời gian và có thể làm nản lòng khán giả. Thậm chí có trường hợp có những người được phỏng vấn không nhớ hết nội dung của câu hỏi nên trả lời không đầy đủ và lạc đề.

2.5. Luận án cũng tiến hành khảo sát, so sánh đối chiếu giữa phỏng vấn trên kênh TV5 và các kênh của VTV trên các phương diện nội dung, hình thức thể hiện và các yếu tố văn hóa dân tộc ảnh hưởng đến việc đặt câu hỏi của các phóng viên. Từ đó đưa ra được một số nét tương đồng và dị biệt trong phương pháp triển khai, tiến hành cuộc phỏng vấn cũng như hành động hỏi trong phỏng vấn truyền hình giữa hai đài.

- Về mặt hình thức: phỏng vấn truyền hình trên kênh TV5 của Pháp và VTV của Việt ả am là tương đối giống nhau: (1). Các cuộc phỏng vấn đều có 3 phần: mở đầu, nội dung chính và kết luận; (2). Đa dạng loại hình phỏng vấn như: phỏng vấn thông tin, phỏng vấn quan điểm, phỏng vấn chân dung v.v..

Tuy nhiên, chúng tôi cũng nhận thấy có sự khác biệt nhất định trong tiến trình phỏng vấn, đặc biệt là phần mở đầu: *Thứ nhất*, lời dẫn mở đầu trong các chương trình phỏng vấn của VTV dài dòng còn TV5 thường đi trực tiếp vào nội dung cần đề cập; *Thứ hai*, trong phỏng vấn truyền hình SP₁ chỉ đóng vai trò là người gợi mở câu chuyện. Ở trên các kênh của VTV, đôi khi SP₁ lại « định hướng » cho câu chuyện bằng các lời dẫn, hoặc tóm tắt nội dung cuộc phỏng vấn.

- Về mặt nội dung: Các cuộc phỏng vấn trên VTV và TV5 có nội dung phong phú, đa dạng, tập trung vào các lĩnh vực như: văn hóa, khoa học, giáo dục cùng với đó tin tức về tình hình chính trị trong và ngoài nước v.v.. Tuy nhiên, với Đài THV_Ả, ở ghi định 18/2008/Đ-CP ngày 04/02/2008 của Chính phủ nêu rõ « Đài Truyền hình Việt _Ả am là đài truyền hình quốc gia, là cơ quan thuộc Chính phủ, thực hiện chức năng thông tin, tuyên truyền đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của _Ả hà nước và cung ứng các dịch vụ công; góp phần giáo dục, nâng cao dân trí, phục vụ đời sống tinh thần của nhân dân bằng các chương trình truyền hình ». Đây chính là sợi chỉ đỏ xuyên suốt quá trình tác nghiệp của phóng viên truyền hình nói chung và phóng viên thực hiện các cuộc phỏng vấn nói riêng của Đài THV_Ả. Ở _Ả cũng sẽ chi phối đến hành động hỏi trong các cuộc phỏng vấn truyền hình trên các kênh của VTV.

- Về hỏi trong phỏng vấn: Các dạng câu hỏi được SP₁ sử dụng trong quá trình tác nghiệp phỏng vấn rất đa dạng và phong phú về thể loại. Đó là các dạng câu hỏi mở, câu hỏi đóng, câu hỏi thẳng, trực tiếp, câu hỏi phát triển, câu hỏi kép v.v.. Ở _Ả cũng, tỉ lệ các câu hỏi được sử dụng ở hai đài là khác nhau. Chẳng hạn: (1) SP₁ của VTV chủ yếu tập trung vào việc đặt các câu hỏi mở, câu hỏi đóng, câu hỏi làm rõ, còn SP₁ của TV5 sử dụng nhiều dạng câu hỏi đóng, câu hỏi trực tiếp, câu hỏi mở; (2) Tần xuất câu hỏi thẳng, trực tiếp được SP₁ của kênh TV5 sử dụng nhiều hơn gấp 3 lần so với của VTV (VTV chiếm 6.91% còn TV5 chiếm 21.77%); (3) SP₁ của VTV sử dụng câu hỏi phát triển chỉ bằng 1/2 lần so với tần xuất sử dụng của TV5.

2.6. Phỏng vấn trên truyền hình là một loại hình giao tiếp đặc biệt. Ở _Ả không chỉ đơn thuần là sản phẩm giao tiếp liên nhân giữa người hỏi và người trả lời mà nó còn là sản phẩm phục vụ cho đông đảo khán giả truyền hình. Vì vậy, ngôn ngữ phỏng vấn phải nằm trong chuẩn mực ngôn ngữ phổ thông, đại chúng và mối tương quan giữa những người tham gia phỏng vấn với xã hội. Đồng thời, khi tiến hành phỏng vấn đòi hỏi SP₁ phải nắm vững bản chất của

ngôn ngữ, đó là: năng lực ngôn ngữ (thuộc phạm trù tâm lí) và ngôn ngữ học ứng dụng (thuộc phạm trù xã hội). SP₁ không chỉ đơn thuần là người đưa ra các câu hỏi mà còn cần biết cách nắm bắt tâm lí, trình độ hiểu biết, năng lực ngôn ngữ của SP₂ cho phù hợp với điều kiện hoàn cảnh cụ thể, đồng thời ứng xử về mặt ngôn từ cũng phải mang đậm văn hóa bản sắc dân tộc.

3. Về mặt ứng dụng của luận án: chúng tôi nhận thấy kết quả nghiên cứu này thiết thực đối với hoạt động phỏng vấn báo chí. Vai trò thực tiễn của luận án có thể được ghi nhận như sau: 1/ Kết quả của luận án có thể ứng dụng vào việc giảng dạy và học tập chuyên ngành ngôn ngữ học ứng dụng, đặc biệt là ngôn ngữ học truyền thông; 2/ Luận án cũng có thể giúp ích cho việc biên soạn sách hoặc các ấn phẩm về ngôn ngữ thực hành cũng như tài liệu chuyên khảo nghiên cứu về lĩnh vực này; 3/ Với những so sánh, đối chiếu những nét tương đồng và khác biệt của hoạt động phỏng vấn giữa VTV (Việt _Ả am) và TV (Pháp), chúng tôi cho rằng luận án sẽ có những đóng góp nhất định vào việc nâng cao chất lượng chương trình trên sóng của Đài THV_Ả trong bối cảnh hội nhập, giao lưu quốc tế hiện nay.

4. Ở ngôn ngữ cử chỉ, điệu bộ và các yếu tố phi lời khác là những phương tiện chuyển tải thông tin ngữ dụng có tác dụng hỗ trợ và có một vị trí quan trọng trong tiếng Pháp. Các yếu tố này có khả năng biểu hiện ngữ nghĩa - ngữ dụng và rất tinh tế, đặc biệt là trong giao tiếp bằng ngôn ngữ. Tuy nhiên, do điều kiện và khả năng chưa cho phép nên chúng tôi chưa đủ tài liệu và chứng cứ để làm rõ vấn đề này. Chúng tôi hy vọng khi có điều kiện sẽ tiếp tục mở rộng và nghiên cứu sâu hơn.

5. Câu hỏi và hành động hỏi, theo chúng tôi phải có mối quan hệ chặt chẽ với câu trả lời. Do vậy, việc nghiên cứu câu trả lời trong mối tương quan với câu hỏi là một việc làm thiết yếu, từ đó sẽ cho chúng ta một cái nhìn toàn diện hơn về câu hỏi và hành động hỏi, đồng thời nó cho ta thấy rõ hai vế đối lập trong một thể thống nhất hỏi - đáp.

DANH MỤC
CÁC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ LUẬN ÁN

1. Trần Phúc Trung (2008), *Phỏng vấn truyền hình và một số vấn đề về hỏi - trả lời trong phỏng vấn*, Kỷ yếu ă gữ học trê 2008.
2. Trần Phúc Trung (2009), *Đôi điều suy nghĩ về văn hóa và văn hóa ngôn từ trong phim truyền hình*, Kỷ yếu ă gữ học toàn quốc 2009.
3. Trần Phúc Trung (2011), *Về văn hóa giao tiếp - ứng xử ngôn ngữ trong hoạt động phỏng vấn trên Đài truyền hình Việt Nam*, Tạp chí ă gôn ngữ và đời sống, số 3 (185) 2011.

DANH MỤC
CÁC TÀI LIỆU VỀ TRUYỀN HÌNH BẰNG NƯỚC NGOÀI
DO TÁC GIẢ LUẬN ÁN THAM GIA BIÊN DỊCH

1. Ron Richards (1992), *A director's Methode for Film and Television*, ă xb Focal Press, Boston, London.

ă ội dung biên dịch:

- Chương 12: ă hững ngôn ngữ khác của điện ảnh
- Chương 13: Chuyển động
- Chương 14: ă gôn ngữ điện ảnh chuyển động

2. Hélène Duccini (1998), *La télévision et ses mises en scène*, ă xb ă athan.

(Các tài liệu trên hiện được sử dụng làm tài liệu tham khảo cho học viên tại Trung tâm đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ truyền hình, Đài truyền hình Việt Nam).