

ĐẶC ĐIỂM NGÔN NGỮ CỦA TÊN GỌI CÁC CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN HÌNH VIỆT NAM

NGUYỄN THI UYÊN*

Abstract: TV shows are also the product of a production process. For a program, the first thing we usually approach is its name, not content. Therefore, it can be said that the name is an extremely important part in attracting customers' attention to the products. This is why the naming of each program always receives great attention and investment of the producers. This article initially surveys and describes the linguistic features of the current Vietnamese-based TV program names.

Key words: names, names of television programs, language characteristics, Vietnamese television.

1. Dẫn nhập

Trong xã hội hiện nay, truyền hình trở thành một phương tiện cung cấp thông tin rất lớn, có độ tin cậy cao, có khả năng làm thay đổi nhận thức của con người trước sự kiện. Các chương trình truyền hình của Việt Nam hiện nay rất phong phú, đa dạng, trong đó có những chương trình đang thu hút một lượng lớn người xem. Có thể xem các chương trình truyền hình cũng là các sản phẩm của một quá trình sản xuất. Đối với một chương trình, điều đầu tiên chúng ta tiếp cận thông thường chính là tên gọi chứ không phải nội dung của chúng. Nếu một tên gọi đủ ấn tượng, độc đáo và cho khách hàng thấy điều mà họ cần ở chương trình đó thì họ sẽ vì tò mò và chấp nhận bỏ thời gian để tiếp tục quan tâm kỹ hơn đến nội dung. Cho nên, có thể nói, tên gọi là yếu tố quan trọng trong việc thu hút sự quan tâm của khách hàng, góp phần vào sự thành công của các sản phẩm. Và việc đặt tên cho mỗi chương trình vì thế luôn nhận được sự quan tâm, đầu tư của các nhà sản xuất. Bài viết này phân tích, miêu tả và nhận xét các đặc điểm ngôn ngữ của tên gọi các chương trình truyền hình Việt Nam dựa trên kết quả khảo sát các tên gọi của 3 kênh truyền hình VTV1, VTV2 và VTV3 trong những năm gần đây.

2. Nội dung

Qua khảo sát, thống kê tên gọi các chương trình truyền hình Việt Nam của 3 kênh truyền hình VTV1, VTV2 và VTV3 trên cổng thông tin của Đài Truyền hình Việt Nam gần đây, chúng tôi thu được 388 tên gọi các chương trình, các tiểu mục, chuyên đề (chúng tôi gọi tắt là các chương trình). Trong đó, VTV1 là kênh truyền hình có số lượng chương trình phát sóng nhiều nhất với 141 chương trình, tiếp đến là VTV3 với 137 chương trình và cuối cùng là VTV2 với 110 chương trình.

2.1. Đặc điểm cấu tạo

2.1.1. Xét về độ dài tên gọi

Qua việc khảo sát 388 tên gọi các chương trình, chúng tôi nhận thấy tên gọi các chương trình được cấu tạo ít nhất là 2 âm tiết và nhiều nhất là 10 âm tiết. Độ dài trung bình một tên gọi thường từ 4-6 âm tiết. Để có cái nhìn bao quát chung về độ dài, ngắn của các tên gọi, có thể phân chúng thành ba nhóm sau:

Bảng 1. Số lượng âm tiết trong tên gọi các chương trình truyền hình Việt Nam

Số âm tiết	Số lượng	Tỉ lệ (%)	Ví dụ
Từ 2 - 4 âm tiết	301	77	Alo; Ca nhạc; Thể thao; Tin tức; Bông lúa; Giai điệu kết nối; Vua tiếng Việt; Công nghệ 360; Chuyện nhà nông; Cuộc sống số;...

* Viện Ngôn ngữ học.

Từ 5 - 8 âm tiết	86	22,7	<i>Nông nghiệp xanh - Thực phẩm sạch; Hình ảnh Sự kiện và bình luận; Truyền hình Quân đội nhân dân; Như chưa hề có cuộc chia ly; ...</i>
Trên 8 âm tiết	1	0,3	<i>Chống buôn lậu, hàng giả - Bảo vệ người tiêu dùng</i>
Tổng số	388	100	

Trong ba nhóm trên, nhóm có số lượng lớn nhất là nhóm tên gọi độ dài từ 2-4 âm tiết với 301/388 tên gọi, chiếm tỉ lệ 77%. Ví dụ: *Alo, Làng vui, Kỹ xảo điện ảnh, Kỹ năng sống, Khởi nghiệp, Việt Nam thức giấc, Xu hướng, Ẩm thực đường phố, Bản lĩnh người Việt, Bản tin cuối ngày, Cặp lá yêu thương, Câu chuyện văn hóa, Việt Nam thức giấc, Báo chí toàn cảnh,...* Trong đó, nhóm tên gọi có 4 âm tiết chiếm số lượng lớn nhất với 195/301 tên gọi (65%), ví dụ như: *Ký ức vui vẻ; Kỹ xảo điện ảnh; Lạ lắm à nha; Lá thư âm nhạc; Làm bạn với con; Làm sao mới đẹp; Lăng kính của con; Năng suất chất lượng; Nẻo về nguồn cội; Nét ẩm thực Việt; Nét đẹp dân gian,...* Còn lại là các tên gọi có độ dài từ 2-3 âm tiết (35%). Không có tên gọi chương trình nào là 1 âm tiết.

Nhóm tên gọi có từ 2-3 âm tiết là những tên gọi mang tính khái quát, cô đọng cao, giàu ý nghĩa, tạo ấn tượng tốt. Ví dụ tên gọi 2 âm tiết như: *Cát cánh; Alo; Bông lúa; Điểm báo; Xu hướng; Khởi hành; Sống chậm; Hoán đổi; Khởi nghiệp; Làng vui,...* Những tên gọi 3 âm tiết như: *Chuyện nhà nông; Việc tử tế; Nông nghiệp mới; Nông nghiệp xanh; Quốc gia số; Phóng sự Sao; Tương lai xanh; Vì cộng đồng; Sức sống mới; Vua tiếng Việt; Đồng tiền khôn; Kỹ năng sống,...*

Tên gọi các chương trình truyền hình thuộc ngữ liệu khảo sát thường được thiết kế tương đối ngắn gọn. Những tên gọi gồm 4 âm tiết được các nhà sản xuất chương trình đặc biệt ưa thích hơn cả vì nó có độ dài vừa đủ để truyền tải ý tưởng, đặc trưng, giá trị,... mà chương trình đem lại và cũng dễ tạo nhịp đối xứng.

Nhóm tên gọi đứng thứ hai là nhóm có độ dài từ 5-8 âm tiết với 86 tên gọi, chiếm tỉ lệ 23% trên tổng số. Ví dụ: *Sự kiện và bình luận; Hình ảnh Sự kiện và bình luận; Thương hiệu quốc gia Việt Nam; Truyền hình Quân đội nhân dân; Văn hóa Công an nhân dân; Xây dựng, chính đồn Đảng; Vì chất lượng cuộc sống; VTV - Bài hát tôi yêu,...*

Nhóm có số lượng ít nhất là nhóm tên gọi có độ dài trên 8 âm tiết. Nhóm này chỉ có 1 tên chương trình tương đương 0,3%, đó là tên chương trình *Chống buôn lậu, hàng giả - Bảo vệ người tiêu dùng* được cấu tạo bởi 10 âm tiết. Các khẩu hiệu trên 8 âm tiết là rất hiếm. Đây cũng là điều dễ hiểu. Nếu như tên gọi quá dài mới phải thể hiện được hồn cốt mà nhà sản xuất của chúng muốn truyền tải đến các đối tượng tiếp nhận thì sẽ dẫn đến việc gây loãng thông tin, khó nhớ, khó có thể gây được ấn tượng mạnh đối với người tiếp nhận.

2.1.2. Cấu trúc cú pháp

Về cấu trúc cú pháp, tên các chương trình truyền hình có cấu trúc khá đa dạng. Chúng tôi chia chúng thành 4 nhóm:

- tên gọi có cấu trúc là một từ;
- tên gọi có cấu trúc là ngữ (đoạn ngữ);
- tên gọi có cấu trúc là một câu
- tên gọi có cấu trúc hỗn hợp (Các tên gọi có từ 2 kết cấu trở lên được).

Theo Mai Ngọc Chừ, Vũ Đức Nghiệu, Hoàng Trọng Phiếu, “Từ là đơn vị nhỏ nhất có nghĩa, có kết cấu vô ngữ âm bền vững, hoàn chỉnh, có chức năng gọi tên, được vận dụng độc lập, tái hiện tự do trong lời nói để tạo câu” [2, tr.142]. Ngữ là “tổ hợp từ có quan hệ chính phụ”, căn cứ vào từ loại của thành tố chính để phân chia thành danh ngữ, động ngữ, tính ngữ,... [2, tr.275]. Câu “là đơn vị của ngôn ngữ ... có ngữ điệu kết thúc, mang một tư tưởng tương đối trọn vẹn có kèm thái độ của người nói hoặc chỉ biểu thị thái độ của

người nói, giúp hình thành và biểu hiện, truyền đạt tư tưởng, tình cảm với tư cách là đơn vị thông báo nhỏ nhất” [2, tr.285]. Theo mục đích nói năng, các tác giả chia câu thành 4 loại là câu kể, câu nghi vấn, câu cầu khiến và câu cảm thán [2, tr.285]. Đây cũng là những cơ sở lí thuyết để chúng tôi phân tích ngữ liệu trong bài viết này.

Trong 388 tên chương trình thu thập được, phần lớn chúng được tạo từ các ngữ, với 294/388 tên gọi, chiếm 75,8%. Đứng thứ hai là loại tên gọi có cấu trúc là câu với 44/388 tên, chiếm 11,3%. Đứng thứ ba là nhóm tên gọi có cấu tạo gồm từ hai vế song song với 29/388 tên gọi, chiếm tỉ lệ 7,5%. Và cuối cùng, có số lượng ít nhất là các tên gọi được cấu tạo là từ với 21/388 tên gọi, chỉ chiếm 5,4%.

Bảng 2. Tên chương trình xét về mặt cấu trúc cú pháp

Cấu trúc cú pháp	Số lượng	Tỉ lệ	Ví dụ
Ngữ	293	75,5%	<i>Chuyện công an xã; Chuyện nhà nông; Việc tử tế; Con đường âm nhạc; Dòng chảy tài chính; Phút giây thư giãn; Quà tặng âm nhạc; Quà tặng cuộc sống; ...</i>
Câu	44	11,5%	<i>Tôi là nông dân; Chúng tôi là chiến sĩ; Bỏ ơi mình đi đâu thế; Ai là triệu phú?; Phụ nữ là số 1; ...</i>
Vế ghép	31	7,8%	<i>Nông nghiệp xanh - Thực phẩm sạch; Doanh nghiệp - Doanh nhân; Chống buôn lậu, hàng giả - Bảo vệ người tiêu dùng; Sao Thần nông - Cho mùa bội thu; ...</i>
Từ	20	5,2%	<i>Xu hướng; Tin tức; Bông lúa; Robocon; Nhân đạo; Alo; Khởi hành;...</i>
Tổng	388	100%	

Trong 4 nhóm trên chúng tôi tiếp tục phân chia thành các tiểu loại.

- Nhóm tên gọi có cấu tạo là từ, dựa vào từ loại của chúng được chia thành tên gọi có cấu tạo là danh từ, là động từ;

- Nhóm có cấu tạo là ngữ bao gồm tên gọi có cấu tạo là danh ngữ, động ngữ và tính ngữ;

- Nhóm tên gọi có cấu tạo là câu, được chia thành tên gọi có cấu tạo là câu trần thuật/kể; câu cầu khiến; câu nghi vấn và câu cảm;

- Nhóm tên gọi có cấu tạo là các vế ghép song song cũng được chia thành các tiểu nhóm gồm các vế cùng loại (cùng là từ, cùng là ngữ hay cùng là câu); các vế ghép khác loại/ hỗn hợp.

a. Nhóm chương trình có cấu trúc tên gọi là ngữ

Như đã nói ở trên, nhóm chương trình có tên gọi được cấu trúc là ngữ là nhóm có số lượng lớn nhất với 293/388 chương trình, chiếm 75,5%. Chúng được chia là 3 tiểu loại: danh ngữ, động ngữ và tính ngữ với tỉ lệ cụ thể như sau:

Bảng 3. Tên chương trình có cấu trúc là ngữ

Cấu trúc	Số lượng	Tỉ lệ
Danh ngữ	216	73,8%
Động ngữ	64	21,8%
Tính ngữ	13	4,4%
Tổng	293	100%

Dựa vào số liệu của bảng trên ta thấy tên chương trình có cấu trúc là danh ngữ chiếm số lượng lớn nhất với 216/293 tên gọi chiếm tỉ lệ 73,8% tổng số tên gọi có cấu trúc là ngữ. Đứng vị trí thứ hai là các tên gọi có cấu trúc là động ngữ với 64 tên gọi chiếm 21,8% và cuối cùng là nhóm tên gọi có cấu trúc là tính ngữ chỉ có 13 tên gọi, chiếm tỉ lệ 4,4%.

(1) Chương trình có tên gọi được cấu tạo là danh ngữ

Đây là nhóm có số lượng lớn nhất trong cấu trúc ngữ với 216/293 tên gọi chiếm tỉ lệ 73,8%. Ví dụ: *Cặp lá yêu thương; Báo chí toàn cảnh; Bản tin cuối ngày; Chuyện công an xã; Chuyện nhà nông; Con đường âm nhạc; Góc nhìn văn hóa; Hải quan Việt Nam; Hành trình hy vọng; Hành trình vẻ đẹp; Hộp thư truyền hình; Nét đẹp dân gian; Nẻo về nguồn cội;...*

Các danh ngữ này thường có cấu trúc trùng lặp giữa nhiều tên gọi chương trình với nhau. Ví dụ:

- Cấu trúc “Hành trình + X”: Cấu trúc này xuất hiện khá nhiều trong số các cấu trúc danh ngữ: *Hành trình di sản; Hành trình hạnh phúc; Hành trình hy vọng; Hành trình khám phá; Hành trình khỏe đẹp; Hành trình sống khỏe; Hành trình thông minh; Hành trình vẻ đẹp;...*

- Cấu trúc “Chuyện + X” có các tên gọi như: *Chuyện công an xã; Chuyện đêm muộn; Chuyện nhà nông; ...*

- “Câu chuyện + X”: *Câu chuyện sở hữu trí tuệ; Câu chuyện từ những bài ca; Câu chuyện văn hóa;...*

- Cấu trúc “Cuộc sống + X” xuất hiện trong các tên gọi: *Cuộc sống số; Cuộc sống tươi đẹp; Cuộc sống xanh;...*

Ngoài ra, còn có các mô hình cấu trúc thường lặp lại ở các tên gọi khác có thể kể đến, như:

- “Những + X”: *Những anh hùng thế kỷ XX; Những mảng màu cuộc sống; Những mảnh ghép của cuộc sống; ...*

- “Nông nghiệp + X”: *Nông nghiệp 4.0; Nông nghiệp mới; Nông nghiệp sạch; Nông nghiệp xanh;...*

- “Thời sự + X”: *Thời sự 12h; Thời sự 19h; Thời tiết 24h;*

- “Chất lượng + X”: *Chất lượng cuộc sống; Chất lượng quốc gia;...*

- “Gương mặt + X”: *Gương mặt thân quen; Gương mặt thân quen nhí; Gương mặt thương hiệu.*

- “Nét + X”: *Nét ẩm thực Việt; Nét đẹp dân gian; Nét xanh trong kiến trúc nay.*

(2) Chương trình có tên gọi được cấu tạo là động ngữ

Các tên gọi có cấu trúc là động ngữ có số lượng đứng thứ hai sau nhóm danh ngữ, với số lượng 64/294 tên gọi, chiếm tỉ lệ 21,8%. Ví dụ cho các tên gọi có cấu trúc là động ngữ: *Khám phá thế giới; Khám phá Việt Nam; Sống mới; Cảnh báo hôm nay; Dự báo thời tiết; Xây dựng, chinh đồn Đảng; Sống chậm; Check in Việt Nam; Chuyển động 24h; Đánh thức cơ thể; Đi tìm đồng đội; Giải mã cuộc sống; Lựa chọn thông thái; Ở nhà mùa dịch; Phát triển bền vững; ...*

Các động ngữ này cũng có cấu trúc trùng lặp giữa các tên gọi chương trình với nhau. Ví dụ:

- Cấu trúc “Sống + X”: là cấu trúc động ngữ có động từ trung tâm là “sống” kết hợp với phần phụ đi theo sau. Ví dụ: *Sống chậm; Sống khỏe đời vui; Sống khỏe mỗi ngày; Sống mới;...*

- Cấu trúc “Khám phá + X”: *Khám phá thế giới; Khám phá Việt Nam.*

- Cấu trúc “Kết nối + X”: *Kết nối nông sản; Kết nối yêu thương.*

- Cấu trúc “Dự báo + X”: *Dự báo thời tiết; Dự báo dài hạn.*

(3) Chương trình có tên gọi được cấu tạo là tính ngữ

Loại này có số lượng ít nhất với 13 tên gọi, chỉ chiếm tỉ lệ 4,4%. Ví dụ các tên gọi có cấu trúc tính ngữ như: *Sôi động bóng đá thế giới; Cận cảnh thể thao; Vui khỏe 24/7; Chết Việt; An sinh xã hội; Bảo hiểm tiền gửi; Vui cùng bé yêu; Bản lĩnh người Việt; Độc bản Duo;...*

Theo kết quả phân loại của chúng tôi, đối với loại tên gọi này không có sự trùng lặp cấu trúc như trong các tên gọi có kết cấu động ngữ hoặc danh ngữ.

Cấu trúc lặp giữa các tên gọi, một mặt tạo ấn tượng về sự quen thuộc nhưng mặt khác nó lại làm mờ đi dấu ấn riêng biệt của mỗi chương trình và có thể dễ nhầm lẫn các chương trình với nhau.

Theo kết quả khảo sát của chúng tôi, tên chương trình truyền hình có kết cấu là ngữ thì đều là ngữ đoạn có trung tâm và phụ sau mà không có phụ trước.

b. Nhóm chương trình có cấu trúc tên gọi là câu

Câu trong tiếng Việt có thể phân loại như sau:

- Căn cứ vào cấu trúc, câu được phân thành câu đơn và câu phức;
- Căn cứ theo mục đích nói năng, câu được phân thành 4 loại là câu trần thuật/kể, câu nghi vấn, câu cầu khiến và câu cảm thán.

Theo kết quả khảo sát của chúng tôi, nhóm tên gọi chương trình có cấu trúc là câu cũng có mặt đầy đủ các loại câu là câu kể, câu cầu khiến, câu nghi vấn và câu cảm và câu đặc biệt. Tuy nhiên về số lượng và tỉ lệ là khác nhau. Cụ thể như sau:

Bảng 4. Tên chương trình có cấu trúc là câu

Tên gọi có cấu trúc là câu	Số lượng	Tỉ lệ
Câu trần thuật	12	27,3%
Câu cầu khiến	15	34,0%
Câu nghi vấn	7	15,9%
Câu cảm	3	6,9%
Câu đặc biệt	7	15,9%
Tổng	44	100%

Kết quả bảng trên cho thấy, tiểu loại tên gọi có cấu trúc là câu cầu khiến có số lượng lớn nhất với 15/44 tên gọi tương đương 34%. Đứng thứ hai là nhóm tên gọi có cấu trúc là câu trần thuật với 12/44 tên gọi chiếm tỉ lệ 27,3%. Cùng đứng vị trí thứ ba là nhóm tên gọi có cấu trúc là câu nghi vấn và câu đặc biệt với mỗi loại có 7 tên gọi đều chiếm 15,9% và cuối cùng có số lượng ít nhất là nhóm tên gọi có cấu trúc là câu cảm với 3 tên gọi, chỉ chiếm 6,9%. Như vậy, về cấu trúc cú pháp ở nhóm câu, tên gọi các chương trình được thiết kế với hầu hết các loại câu trong tiếng Việt với tỉ lệ không chênh lệch nhau quá nhiều. Chỉ có mẫu câu cảm là có tỉ lệ thấp hơn nhiều so với các mẫu còn lại.

(1) Tiểu nhóm tên gọi có cấu trúc là câu cầu khiến có 15 tên gọi, chiếm tỉ lệ 34%. Ví dụ:

- *Hãy cùng khám phá; Hãy chia sẻ cùng chúng tôi; Hãy chọn giá đúng; Hãy nói lời yêu;...*

Trong tiểu loại tên gọi này, chủ yếu là 2 cấu trúc câu “*Hãy + X*” được lặp đi lặp lại nhiều nhất. Theo từ điển tiếng Việt, “*hãy*” là một phụ từ mang biểu thị ý yêu cầu, mệnh lệnh. Tuy nhiên, trong số các phụ từ biểu thị ý mệnh lệnh thì *hãy* là từ mang tính chất trung tính, thường mang tính chất thuyết phục, động viên nên làm việc gì đó, nên có thái độ nào đó. Theo tôi, các nhà sản xuất lựa chọn “*hãy*” là một lựa chọn sáng suốt, phù hợp trong việc truyền tải nội dung thông điệp, thuyết phục hoặc hướng người tiếp nhận đến những điều tốt đẹp.

(2) Đối với tiểu nhóm có cấu trúc là câu trần thuật có 12/44 tên gọi chiếm 27,3%, trong đó mẫu câu “*Danh từ + là + Danh từ*” được lặp lại trong một số tên gọi. Ví dụ cho loại này có thể kể đến các tên chương trình như: *Tôi là nông dân; Tôi yêu Việt Nam; Phụ nữ là số 1; Chúng tôi là chiến sĩ;...*

(3) Tiểu nhóm tên gọi có cấu trúc là câu nghi vấn với 7 tên gọi. Ví dụ: *Hôm nay ăn gì?; Hạnh phúc là gì?; Ai là triệu phú?; Vì sao lại thế?; Cơ thể bạn nói gì; ...*

Trong đó từ đề hỏi “*gì*” được sử dụng lặp lại nhiều nhất. Ngoài ra còn có các từ đề hỏi khác như “*ai, vì sao, làm sao*”,...

(4) Tiểu nhóm có cấu trúc là câu cảm có tỉ lệ bằng với nhóm câu nghi vấn với 7/44 tên gọi chiếm tỉ lệ 15,9%. Chúng đều là câu có kết cấu “Vi+ X”. Ví dụ: *Vi chất lượng cuộc sống; Vi trẻ em; Vi người nghèo; Vi một tương lai xanh; Vi sức khoẻ cộng đồng;...*

Sở dĩ chúng tôi xếp nhóm này vào loại câu đặc biệt bởi đây là những câu đã được lược bỏ hay ẩn đi thành phần chủ ngữ, chỉ còn lại thành phần vị ngữ thể hiện mục đích của các chương trình cũng như một thông điệp mà chương trình muốn gửi gắm đến khán giả.

(5) Tiểu nhóm tên gọi có cấu trúc là câu cảm chỉ có 3 tên gọi, chiếm 6,9%. Điều này cho thấy mẫu câu cảm không được các nhà sản xuất ưa chuộng trong việc thiết kế tên gọi cho các chương trình truyền hình của 3 kênh VTV1, VTV3 và VTV3. Ví dụ cho tiểu nhóm này là các tên gọi: *Ơn giới cậu đây rồi!; Lạ lắm à nha!; Ngày xưa chill phết!*

c. Nhóm chương trình có cấu trúc tên gọi là các vế ghép

Những tên gọi có cấu trúc là các vế ghép là những tên gọi gồm từ hai vế trở lên. Mỗi vế có thể là từ, là ngữ, là câu,... Chúng tôi chia nhóm này thành là hai tiểu loại là (1): hai vế có cấu trúc đồng loại và (2) hai vế có cấu trúc khác loại. Các vế này thường được ngăn cách với nhau bằng dấu phẩy hoặc dấu gạch ngang, các từ nối như “và, với”. Số lượng cụ thể như bảng sau:

Bảng 5. Tên chương trình có cấu trúc là các vế ghép

Các vế	Số lượng	Tỉ lệ
Cùng loại	29	93,5%
Khác loại	2	6,5%
Tổng	31	100%

Nhìn vào kết quả trong bảng trên ta thấy số tên gọi có cấu trúc là các vế cùng loại có số lượng áp đảo với 29/31 tên gọi, chiếm tới 93,5%. Số tên gọi có cấu trúc các vế khác loại có số lượng không đáng kể, chỉ có 2 tên gọi với tỉ lệ 6,5%.

(1) Các vế cùng loại

Đối với nhóm tên gọi có cấu trúc các vế cùng loại được chia thành nhóm cùng là từ, cùng là ngữ và cùng là câu.

Bảng 6. Tên chương trình có cấu trúc là các vế ghép cùng loại

Tên gọi có các vế cùng loại		Số lượng	Tổng (Tỉ lệ)
Các vế đều là từ	Danh từ - danh từ	12	20(69%)
	Động từ - động từ	4	
	Tính từ - tính từ	1	
	Danh từ - Động từ	2	
	Động từ - danh từ	1	
Các vế đều là ngữ	Động ngữ - động ngữ	1	7 (24%)
	Danh ngữ - danh ngữ	5	
	Danh ngữ - động ngữ	1	
Các vế đều là câu	Câu hỏi - câu hỏi	1	2 (7%)
	Câu cảm - câu hỏi	1	
Tổng			29 (100%)

* Các vế cùng là từ

Như vậy, trong nhóm tên gọi có cấu trúc các vế cùng loại thì các vế cùng là từ có số lượng lớn nhất với 20/29 tên gọi chiếm 69%. Trong đó:

- Các vế cùng là danh từ có 12 tên gọi. Ví dụ: *Doanh nghiệp - Doanh nhân; Thuế và đời sống; An ninh và Cuộc sống; Môi trường và cuộc sống; Năng lượng và cuộc sống; Việt Nam - Đất nước - Con người; ...*

- Các vế cùng là động từ có 4 tên gọi. Đó là: *Xem và nghĩ; Thông báo - Ghi ơn; Nghiên cứu và ứng dụng; Giao lưu - Toạ đàm;*

- Các vế cùng là tính từ chỉ có 1 tên gọi, đó là *Vui - Khỏe - Có ích.*

- Cấu trúc cùng là từ nhưng khác nhau về mặt từ loại có 3 tên gọi: *Sự kiện và bình luận; Hình ảnh Sự kiện và bình luận; Lao động và công đoàn.* Trong đó 2 tên gọi *Sự kiện và bình luận và Hình ảnh Sự kiện và bình luận* được cấu tạo danh từ - động từ (danh từ *sự kiện, hình ảnh*; động từ *bình luận*); tên gọi *Lao động và công đoàn* có cấu trúc ngược lại là động từ - danh từ.

* Các vế cùng là ngữ

Những tên gọi thuộc loại này có 7/29 tên gọi, chiếm tỉ lệ là 24%.

Trong đó các tên gọi cấu trúc các vế đều là danh ngữ là 5 tên gọi. Đó là: *Nông nghiệp xanh – Thực phẩm sạch; Một phút và cả cuộc đời; Chuyện chàng - chuyện nàng; Cây cao bóng cả; Người tốt việc tốt.*

Những tên gọi cấu trúc các vế đều là động ngữ chỉ có 01 tên gọi, đó là: *Chống buôn lậu, hàng giả – Bảo vệ người tiêu dùng.*

Ngoài ra còn có 01 tên gọi có cấu trúc các vế đều là ngữ nhưng một vế là danh ngữ một vế là động ngữ, đó là *Sao Thần nông - Cho mùa bội thu.*

* Các vế cùng là câu

Trường hợp này chỉ có 2 tên gọi chiếm tỉ lệ không đáng kể là 7%. Trong đó một tên gọi có cấu trúc câu hỏi - câu hỏi, đó là *Đi đâu? Ăn gì?* Và 01 tên gọi có cấu trúc câu cảm - câu hỏi, đó là *Bố ơi! Mình đi đâu thế?*

(2) Các vế khác loại

Những tên gọi thuộc nhóm này có số lượng không đáng kể, chỉ có 2/31 tên gọi chiếm tỉ lệ 6%, đó là: *Bây giờ và ở đây; Khoa học - Giáo dục Quốc phòng.* Trong đó, tên gọi thứ nhất có cấu trúc vế thứ nhất là danh từ *bây giờ*, vế thứ hai có cấu trúc là một câu tỉnh lược *ở đây*; tên gọi thứ hai có kết cấu vế một là danh từ *khoa học* và vế thứ hai là danh ngữ *giáo dục quốc phòng*

Nhìn chung, tên gọi các chương trình truyền hình của 3 kênh được khảo sát thường có cấu trúc thông dụng, gần gũi với cách diễn đạt trong cuộc sống hàng ngày nên nó dễ đi vào tâm trí người xem một cách tự nhiên. Đối với tên gọi có cấu trúc 2 vế song song, có sử dụng hình thức lặp từ hoặc lặp âm. Ví dụ: *Doanh nghiệp - Doanh nhân; Người tốt việc tốt; Cây cao bóng cả; Chuyện chàng - Chuyện nàng; ...*. Các vế cũng thường có sự cân bằng về độ dài âm tiết, như tiết tấu 2-2 có *Chuyện chàng - chuyện nàng; Cây cao// bóng cả; Người tốt//việc tốt*; 3-3 có *Nông nghiệp xanh //Thực phẩm sạch*. Các nhà thiết kế chương trình sử dụng các biện pháp lặp âm, lặp từ hay tiết tấu đối xứng đã làm cho tên gọi có tính nhịp nhàng, tạo ấn tượng tốt cho người nghe, người xem nên sẽ dễ nhớ và nhớ lâu hơn. Đây cũng là một trong những chiến lược của các nhà làm chương trình truyền hình nói riêng và các nhà làm truyền thông nói chung.

d. Nhóm tên gọi có cấu trúc là từ

Nhóm này có số lượng ít nhất với 20/388 tên gọi, chỉ chiếm 5,0%. Dựa vào từ loại của những tên gọi này, có thể xếp chúng thành 3 tiểu loại là những tên gọi là danh từ; những tên gọi là động từ và tên gọi là tính từ. Trong đó, danh từ là từ loại được sử dụng để định danh cho các chương trình nhiều nhất với 15 tên gọi và ít ít nhất là tính từ chỉ có 1 tên gọi.

Bảng 7. Tên chương trình có cấu trúc là từ

Từ loại	Số lượng	Tỉ lệ	Ví dụ
Danh từ	15	75%	<i>Xu hướng; Bông lúa; Tiêu điểm; Khoảnh khắc; Thanh niên ...</i>
Động từ	4	20%	<i>Khởi nghiệp; Hoán đổi; Alo;...</i>
Tính từ	1	5,0%	<i>Nhân đạo</i>
Tổng	20	100%	

Những tên gọi có cấu trúc là từ thường là từ có 2 âm tiết, và là những từ mang nghĩa khái quát. Tuy nhiên do số lượng âm tiết quá ngắn không thể truyền tải hết nội dung hay thông điệp của nhà sản xuất nên đây không phải là lựa chọn lý tưởng cho việc định danh các chương trình.

2.2. Đặc điểm nguồn gốc

Về việc phân loại nguồn gốc các từ, người ta chia từ vựng thành hai lớp: *từ bản ngữ* và *từ ngoại lai* [3, tr.129]. Theo Nguyễn Thiện Giáp, “Nội dung của hai khái niệm này chỉ có thể xác định một cách tương đối chắc chắn nếu xét chúng trong những giai đoạn lịch sử cụ thể nhất định” và “mỗi giai đoạn bao gồm những yếu tố thuộc ba loại:

- Những yếu tố cũ, giai đoạn trước đó để lại,
- Những yếu tố mới du nhập vào từ các ngôn ngữ khác trong giai đoạn ấy,
- Những sản phẩm mới được cấu tạo trên cơ sở những yếu tố cũ và những yếu tố mới du nhập vào.” [3, tr.130].

Theo đó, trong giai đoạn ấy, những từ thuộc loại một và ba có thể coi là từ bản ngữ, từ thuộc loại hai là từ ngoại lai. Những từ ngoại lai ở giai đoạn này có thể trở thành từ bản ngữ ở giai đoạn tiếp theo.

Trong nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng quan niệm của Nguyễn Thiện Giáp để phân tích ngữ liệu của mình. Do đó, những từ bản ngữ trong tiếng Việt, ngoài những từ có nguồn gốc bản địa, còn bao gồm:

- Từ Hán cổ, từ Hán Việt đã Việt hoá về ngữ âm và những từ tiếp nhận từ các ngôn ngữ Ấn - Âu nhưng có dạng ngữ âm trùng với âm tiết: *xăng, bì, lớp, phin, pin, ngọc, bia...*
- Từ Hán Việt có khả năng hoạt động tự do như tất cả các từ thuần Việt khác: *đức, tài, học, trí, chức tước, sự vật, trí não...* [3, tr.132].

Từ trước đến nay, việc xác định từ bản ngữ và từ ngoại lai căn cứ vào nguồn gốc luôn là một công việc không hề dễ dàng, nó đòi hỏi phải biết từ nguyên của các từ. Sự hiểu biết và kiến thức chuyên ngành của bản thân chủ nhiệm đề tài còn nhiều hạn chế, do đó, việc phân loại ở đây của chúng tôi cũng mang tính chất tương đối.

Qua khảo sát, chúng tôi thấy, về nguồn gốc, tên gọi chương trình truyền hình của 3 kênh VTV1, VT2, VTV3 về cơ bản có thể phân thành 3 loại, đó là các từ thuần Việt, từ ngoại lai và từ có nguồn gốc hỗn hợp. Cụ thể như sau:

Bảng 8. Tên chương trình xét theo nguồn gốc ngôn ngữ

Nhóm	Nguồn gốc ngôn ngữ	Số lượng	Tỉ lệ %
Nhóm 1	Thuần Việt	372	95,9%
Nhóm 2	Ngoại lai	5	1,3%
Nhóm 3	Hỗn hợp	11	2,8%
Tổng		388	100%

(1) Với kết quả khảo sát của chúng tôi, có thể thấy rằng, nhóm tên gọi có nguồn gốc từ thuần Việt chiếm ưu thế gần như tuyệt đối với 372/388 tên gọi, chiếm 95,5%. Ví dụ cho nhóm này là các tên gọi như: *Chất Việt; Cho muôn đời sau; Chuẩn cơm mẹ nấu; Chuyện chàng - chuyện nàng; Chuyện đêm muộn; Con nhà người ta; Đèn đóm đóm; Đi đâu? Ăn gì; Bố ơi! Mình đi đâu thế?; Người tốt việc tốt; Cây cao bóng cả...*

VTV1 là kênh thông tin thời sự, kinh tế, chính trị tổng hợp, đề cập đến các vấn đề mang tính thời sự, chính trị của cả nước. VTV2 là kênh khoa học, công nghệ và giáo dục, với các bản tin và chương trình chuyên đề được đầu tư kỹ lưỡng, hướng đến mục tiêu cải thiện dân sinh, phổ biến kiến thức khoa học công nghệ. VTV3 là kênh thông tin giải trí hàng đầu Việt Nam, với các chương trình ca nhạc, trò chơi, phim truyền hình hấp dẫn, nội dung đa dạng và phục vụ nhu cầu giải trí của nhiều đối tượng khán giả. Đây là 3 kênh được phủ sóng rộng khắp cả nước và đối tượng hướng đến của cả 3 kênh này đều rất rộng, là mọi tầng lớp nhân dân. Việc tên gọi chương trình này được thiết kế bằng cách sử dụng chủ yếu là các yếu tố

bản địa là một trong những đặc điểm nổi bật, phù hợp với nhiệm vụ chính trị cũng như chức năng, nhiệm vụ của 3 kênh truyền hình được khảo sát.

(2) Đứng thứ hai là nhóm tên gọi có nguồn gốc hỗn hợp nhưng có số lượng không nhiều với 11 tên gọi, chiếm tỉ lệ 2,8%. Nguồn gốc hỗn hợp tức là có sự kết hợp giữa các nguồn khác nhau. Ví dụ:

- *Ngày xưa chill phết*: là sự kết hợp của các yếu tố thuần Việt *ngày xưa, phết* và yếu tố Ấn - Âu *chill*. Trong tiếng Anh, từ *chill* cũng có rất nhiều nghĩa khác nhau. Tùy vào từng trường hợp và hoàn cảnh nó có thể đóng vai trò như một danh từ (lạnh giá, sự lạnh lẽo, sự lạnh lùng), động từ (làm lạnh, để cho lạnh) hay tính từ (chỉ cảm giác lạnh). Và giới trẻ Việt dùng từ này với nghĩa dễ chịu, thoải mái, thư giãn.

- *Check in Việt Nam*: trong tên gọi này là sự kết hợp của từ thuần Việt *Việt Nam* và từ tiếng Anh *check in*. *Check* là một động từ, khi dịch sang tiếng Việt thì nó có nghĩa là kiểm tra. Hiểu theo nghĩa đen, thì từ này vẫn thường được sử dụng để miêu tả hoạt động kiểm tra hay nắm bắt những sự vật, hiện tượng lạ thường, không được phép di chuyển. Giới từ *in*, khi dịch ra nghĩa tiếng Việt nó có nghĩa là ở trong, bên trong. Và khi kết hợp cùng với giới từ *in* thì cụm từ *check in* sẽ mang ý nghĩa là đánh dấu, kiểm tra, ghi danh, đăng kí vào, ... Về cơ bản mà nói thì nghĩa của từ *check in* thường được sử dụng để có thể biểu hiện sự xuất hiện của người nào đó tại một địa điểm hoặc địa danh cụ thể nào đó. Một ví dụ tiêu biểu hiện nay là hành động *check in* trên Facebook nhằm mục đích xác nhận vị trí mà một người dùng đang có mặt hoặc đang trên đường tới địa điểm đó, thông qua khả năng định vị của GPS.

Hai từ *chill* và *check in* hiện nay được sử dụng phổ biến và rộng rãi đặc biệt là đối với giới trẻ Việt Nam.

Sự kết hợp giữ yếu tố Việt và yếu tố Ấn - Âu trong các tên gọi chính là hiện tượng trộn mã, chêm xen hay là sự hoà trộn ngôn ngữ (diglossia). “Mã (codes) có thể được xem là một hệ thống các phương tiện nói năng, và là sự gắn kết giữa các thành tố ngôn ngữ với những đặc điểm riêng biệt, với hoàn cảnh của người nói, mối quan hệ giữa người nói, người đối thoại và cảnh huống giao tiếp” [9, tr.12]. Và những mã trộn này có thể là được giữ nguyên dạng hoặc được phiên âm theo âm người Việt. Ví dụ *Ngày xưa chill phết*, từ *chill* đã được giữ nguyên dạng trong ngôn ngữ nguồn. *Everest* trong tên chương trình *Chinh phục đỉnh Everest*; *Check in Việt Nam* có sự trộn mã của *Everest* và *check in* (giữ nguyên dạng) trong tiếng Anh.

Theo khảo sát của chúng tôi thì những trường hợp trộn mã này có số lượng không đáng kể. Đây là một đặc điểm đáng chú ý trong tên các chương trình truyền hình của 3 kênh được khảo sát. Trong công cuộc toàn cầu hóa, hội nhập kinh tế và giao lưu văn hóa được đẩy mạnh, cùng với sự bùng nổ của cuộc cách mạng 4.0, các từ ngữ nước ngoài, đặc biệt là tiếng Anh, du nhập vào tiếng Việt ngày càng ồ ạt, với số lượng lớn. Tiếp xúc ngôn ngữ diễn ra mạnh mẽ và phức tạp trong nhiều lĩnh vực từ kinh doanh, thương mại, đến báo chí, điện ảnh, v.v. Theo Nguyễn Thị Thu Thủy, Phan Lê Thực Hiền, “Hiện tượng trộn mã, chuyển mã ngày càng phổ biến trong lời nói hàng ngày, đặc biệt là lời nói của giới trẻ. Hiện tượng này xuất hiện cả trên các kênh truyền thông đại chúng. Theo các nhà ngôn ngữ học, sự pha trộn ngôn ngữ này không diễn ra một cách máy móc mà gắn liền với quá trình tiếp biến ngôn ngữ, chứa đựng những cơ chế tâm lý nhất định” [9, tr.12].

Đối với hiện tượng trộn mã trong các ngôn ngữ, có nhiều quan điểm khác nhau, nhưng nhìn chung các nghiên cứu đều khẳng định đó là những hình thức ngôn ngữ phi chuẩn của giới trẻ trong tiếng Việt hiện nay. Do đó, mặc dù hiện tượng trộn mã là một hiện tượng ngôn ngữ phổ biến hiện nay, nhưng trong tên gọi các chương trình của 3 kênh này hiện tượng này lại rất hạn chế, và mã trộn chủ yếu là các từ trong tiếng Anh - một ngôn ngữ phổ biến nhất trên thế giới. Đây cũng là một chiến lược, đặc trưng trong việc lựa chọn ngôn từ cho việc thiết kế chương trình để phù hợp với vai trò, chức năng của mình cũng như phù hợp với đối tượng hướng đến của các chương trình như chúng tôi đã phân tích ở nhóm (1).

(3) Đứng cuối cùng là nhóm tên gọi có nguồn gốc các từ là từ ngoại lai (chủ yếu là tiếng Anh). Nhóm này có số lượng không đáng kể với 5/388 tên gọi, chỉ chiếm 2,8%. Đó là các tên gọi: *VTV Sports News*; *Zlife*; *Robocon*, *Star 24h* (của *VTV1*) và *Alo* (*VTV3*).

3. Thay lời kết

Qua bước đầu khảo sát, miêu tả đặc điểm cấu tạo của tên gọi các chương trình truyền hình Việt Nam hiện nay chúng tôi nhận thấy những tên gọi chương trình hiện nay trên 3 kênh truyền hình VTV1, VTV2 và VTV3 được các nhà sản xuất đặc biệt quan tâm, thiết kế với độ dài tên gọi ngắn gọn, cách lựa chọn âm, từ cũng như tổ chức các đơn vị ngôn ngữ cô đọng, sâu sắc, dễ nhớ mà vẫn chuyển tải được đầy đủ, trọn vẹn những ý tưởng, giá trị mà nhà sản xuất chương trình muốn truyền tải tới người tiếp nhận. Các đơn vị ngôn ngữ này cũng hoàn toàn phù hợp trong việc thể hiện chức năng, nhiệm vụ chính trị của nhà đài, đó là truyền tải những thông tin kinh tế, chính trị, khoa học giáo dục và giải trí đến đối tượng tiếp nhận là toàn bộ nhân dân trên cả nước. Hi vọng trong những nghiên cứu tiếp theo chúng tôi sẽ tìm hiểu sâu hơn về những đơn vị ngôn ngữ này để có được cái nhìn toàn diện hơn về loại tên gọi này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hoàng Anh, *Thư phân loại tiêu đề các văn bản báo chí*, Ngôn ngữ & Đời sống, Số tháng 9, 1999.
2. Mai Ngọc Chừ, Vũ Đức Nghiệu, Hoàng Trọng Phiến, *Cơ sở ngôn ngữ học và tiếng Việt*, Nxb Giáo dục, (Tái bản lần thứ bảy), 2006.
3. Nguyễn Thiện Giáp (chủ biên), *Dẫn luận ngôn ngữ học*, Nxb Giáo dục, 2005.
4. Vũ Quang Hào, *Ngôn ngữ báo chí*, Nxb Thông tấn, 2012.
5. Đỗ Thị Thanh Huyền, *Bàn về đặc điểm đầu đề bài viết trên báo nhân dân*, Ngôn ngữ & Đời sống, Số Tháng 10, 2015.
6. Phạm Tất Thắng, *Một cách phân loại tên riêng trong tiếng Việt*, Ngôn ngữ, Số 5, 2003.
7. Phạm Tất Thắng, *Về vị trí của tên riêng trong hệ thống từ loại tiếng Việt*, Từ điển học và Bách khoa thư, số 6, 2011.
8. Nguyễn Thị Thu Thủy, *Đặc trưng ngôn ngữ khẩu hiệu quảng cáo của các dự án bất động sản*, Ngôn ngữ, số 3, 2022.
9. Nguyễn Thị Thu Thủy, Phan Lê Thục Hiền, *Hiện tượng trộn mã trong tiêu đề phim truyện Việt Nam*, Ngôn ngữ, số 10, 2021.
10. Nguyễn Thị Uyên, *Đặc điểm tên gọi các trường Mầm non trên địa bàn các quận nội thành Hà Nội*, Đề tài NCKH cấp cơ sở, Viện Ngôn ngữ học, 2019.
11. Nguyễn Thị Uyên, *Đặc điểm tên gọi thân mật của trẻ em ở Hà Nội hiện nay*, Đề tài NCKH cấp cơ sở, Viện Ngôn ngữ học, 2020.

Tiếng Anh

12. Gardiner. A , *The theory of proper names*, London, New York, 1954.
13. Reformatskij, *Glavnaja redakcija geograficheskoy literatury*, Nxb “Mysl”, 1974.
14. Samuel. J. Cumming, *Proper nouns*, Dissertation submitted for the degree of Doctor of Philosophy, Graduate, 2007.

Tiếng Trung Quốc

15. 陈莹, 越南人姓名中的汉文化印迹, 传播与版权刊物, 第 8 期, 2018.
16. 范有姜, 鲁迅、巴金、老舍文学作品中人物命名特点研究——与南高、阮公欢、吴必素文学作品中人物命名对比, 河内国家大学下属外语大学博士论文, 2018.