



GIỚI TRONG CÁC CHƯƠNG TRÌNH VĂN HÓA - GIẢI TRÍ CỦA VTV3

LỜI MỞ ĐẦU

Thưa các bạn đồng nghiệp, các nhà báo!

Xã hội càng phát triển, trình độ nhận thức của con người càng được nâng cao thì nhu cầu giải trí, thỏa mãn đời sống tinh thần cũng càng trở nên cần thiết. Một bằng chứng cho thấy là những năm gần đây, con số các chương trình văn hóa – giải trí trên kênh VTV3 không ngừng được tăng lên, chiếm một phần lớn trong tổng số các đầu chương trình cũng như thời lượng phát sóng trên đài truyền hình Việt Nam. Nếu thử làm một phép điều tra, chắc chắn sẽ không có mấy khán giả cảm thấy bình thường khi VTV3 bị sự cố mất sóng đến một ngày.

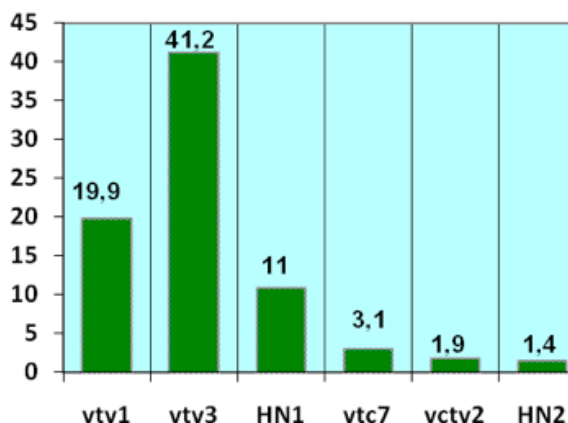
Chúng tôi hiểu, với những chủ đề đa dạng, nội dung phong phú, hình thức biểu đạt sinh động, hấp dẫn, những chương trình này đã thực sự trở thành “món ăn tinh thần” không thể thiếu của nhiều người. Nó không chỉ mang lại cho khán giả sự thư giãn, thoải mái sau những căng thẳng, mệt mỏi của bộn bề công việc mà còn cung cấp cả những thông tin, kiến thức bổ ích cho cuộc sống. Đến với các chương trình văn hóa – giải trí, khán giả mọi lứa tuổi, mọi ngành nghề, mọi giới tính... đều có thể tương tác, nhập cuộc. Những trải nghiệm qua nhiều trạng thái cảm xúc khác nhau (lo âu, hồi hộp, vui mừng, háo hức...) trong mỗi chương trình đã tạo nên sự phấn khích và lí thú thật sự đối với người xem. Nhờ đó, khán giả có thể thu lượm thêm được những bài học về cách ứng xử, lối suy nghĩ tích cực và khát vọng hướng thiện một cách tự nhiên...

Với những ưu thế đặc thù của chương trình như thế, sẽ là đáng tiếc nếu chúng ta bỏ qua mối quan tâm tới việc thể hiện các vấn đề về giới, bình đẳng giới ở đây. Vì vậy, mặc dù chúng ta đã có một số bản tin trước bao quát về lĩnh vực truyền hình, song trong bản tin này chúng tôi vẫn muốn được trở lại cùng VTV3 với góc nhìn đa diện hơn để một lần nữa khẳng định vai trò, sức mạnh của loại mỗi hình báo chí trong việc đưa giới vào sản phẩm truyền thông. Hi vọng rằng bản tin sẽ tiếp tục nhận được những ủng hộ tích cực từ phía các bạn.

Trân trọng giới thiệu và mong nhận được phản hồi

Nhóm cán bộ CSAGA – Oxfam Anh

Tỉ lệ người xem các chương trình văn hóa giải trí VTV3 gấp nhiều lần hơn so với khán giả xem những chương trình khác



Nguồn: TNS Media – Tháng 4 – 6/2010

PHẠM VI KHẢO SÁT

Trong bản tin lần này chúng tôi lựa chọn một số chương trình tiêu biểu của VTV3 được phát sóng vào **tháng 2 và tháng 3 năm 2011** nhằm giúp các nhà báo tìm hiểu rộng hơn các khía cạnh liên quan tới vấn đề giới trên truyền hình. Cụ thể, 17 chương trình đã được chọn khảo sát là:

1. Chương trình 306 độ thể thao 10h ngày 18/2, 23h ngày 19, 23h ngày 20 và 10h ngày 23/2/2011
2. Rubic 14h30 ngày 19/02/2011
3. Chúng tôi là chiến sĩ 20h ngày 19/02/2011
4. Ô cửa bí mật 12h ngày 20/02/2011
5. Đường lên đỉnh Olympia 13h ngày 20/02/2011
6. Đấu trường 100 4h ngày 21/2/2011 và 20h ngày 07/03/2011
7. Hãy chọn giá đúng 20h ngày 23/02/2011
8. Chúc bé ngủ ngon 21h ngày 24/02/2011
9. Mười vạn câu hỏi vì sao 11h30 ngày 24/02/2011
10. Rung chuông vàng 10h ngày 6/3/2011
11. Sức sống Việt 6h30 ngày 7/3/2011 và 6h02 ngày 9/03/2011
12. Ai là triệu phú 20h ngày 8/3/2010

Đây là những chương trình hướng tới sự đồng đều, đa dạng về đối tượng khán giả được chọn ngẫu

nhằm đem lại những minh chứng sinh động và thuyết phục cho thông tin.

1. Cảm nhận từ người quan sát khi “sạch giới” không còn lộ diện

Gần đây, mỗi khi đọc một bài báo hay nghe, xem một chương trình trên sóng VTV hoặc VOV, nhóm quan sát thường có chung một cảm giác thấp thỏm, vui mừng xen lẫn lo âu vì không biết có đúng là các sản phẩm truyền thông của ta đã không còn “sạch giới”. Lần này với VTV3 cũng vậy, sau khi xem lại nhiều lần toàn bộ các chương trình được chọn khảo sát, chúng tôi mới vỡ lẽ phần nào về bản khoản, bởi nếu nhìn từ góc độ giới, có thể thấy ngay trong những chương trình văn hoá - giải trí (VTV3) được coi là “sạch sạch” cũng có 2 mức độ. Thứ nhất là những chương trình đã thực sự thể hiện được tính nhạy cảm giới ở nhiều phương diện. Thứ hai là các chương trình tuy không có sạch giới nhưng chưa phát huy hết những khả năng đưa giới vào sản phẩm truyền thông. Đương nhiên cảm giác hài lòng của chúng ta chỉ có được khi đón nhận các chương trình đạt tới mức độ thứ nhất. Song tiếc rằng loại này xuất hiện trong các chương trình được chọn khảo sát chưa nhiều. Chủ yếu tính nhạy cảm giới mới chỉ được bộc lộ ở một hoặc một vài phương diện. Còn ở mức thứ hai, (loại chương trình này khá phổ biến) chúng tôi mong muốn những người làm chương trình hãy nỗ lực hơn nữa để có được những sản phẩm truyền thông đạt chất lượng tốt nhất đáp ứng sự chờ đợi của đông đảo công chúng hôm nay.

* Nhạy cảm giới là yếu tố quan trọng tạo nên sự thành công của mỗi chương trình

Có thể nhận thấy một điểm nổi bật trong hầu hết các chương trình được chọn khảo sát là một số vấn đề về giới như: công bằng giới, thay đổi cách nhìn nhận tiêu cực về vai trò giới loại bỏ định kiến giới... đã được người làm chương trình quan tâm nhiều hơn. Ngay cả trong những chương trình giải trí dành cho trẻ em, trước đây các vấn đề về giới thường bị coi nhẹ thì nay, tình trạng đó đã được cải thiện đáng kể. Trong mỗi chương trình, vai trò, vị thế, cơ hội của các bé trai và bé gái được coi trọng như nhau. Chẳng hạn: chương trình **Chúc bé ngủ ngon 21h ngày 24/02/2011** có sự tham gia của cả bé trai và gái, số lần xuất hiện của các bé có sự cân bằng, các bé trai và bé gái đều có cơ hội như nhau để thể hiện sự khéo léo



cũng như khả năng hiểu biết ở lứa tuổi của mình. Chương trình **Mười vạn câu hỏi vì sao 11h30 ngày 24/02/2011** có sử dụng hình họa tương tác với phần lời. Giọng đọc là của nam giới, nhưng lại được kết hợp hài hoà với hình ảnh chị Ong vàng.

Những chương trình dành cho học sinh, sinh viên tham gia như **Đường lên đỉnh Olympia, Rung chuông vàng...** cũng không hàm chứa sự thiên vị hay phân biệt đối xử giữa học sinh nam và nữ. Các câu hỏi dành cho các thí sinh (nam cũng như nữ) đều bao quát cả lĩnh vực khoa học tự nhiên và xã hội; Chương trình **Rung chuông vàng 10h ngày 6/3/2011** là chương trình hướng tới ngày Quốc tế phụ nữ (8/3), nhưng toàn bộ nội dung chương trình, luật chơi, phần thưởng cho đến lời dẫn của MC cũng đều thể hiện sự công bằng giới. Cả hai MC không bị mắc những “sạn giới” thông thường như: nhấn mạnh vai trò của giới này hay đề cao vị thế của giới kia, không còn thể hiện sự mặc định những khuôn mẫu tiêu cực về giới; Trong chương trình **Hãy chọn giá đúng 20h ngày 23/2/2011** MC cũng tránh được sự thiên vị giới trong việc sử dụng lời dẫn cho phần chơi quay bánh xe số cho cặp chơi một nam – một nữ tham gia: *“Thật vui, hai người chơi rất trẻ, hai bạn sinh viên, bạn Minh và bạn Thanh, hai người đã có giải thưởng. bạn Minh thì đã có giải thưởng 10 triệu đồng và bạn Thanh 2 triệu đồng, Giải thưởng chưa lớn lắm, các bạn sẽ có thêm 1 triệu đồng nữa nếu quay vào ô 100 điểm”*.

Đặc biệt trong chương trình **Rubic 14h30 ngày 19/02/2011**, khi MC cùng ca sĩ Thanh Hoa bàn luận về một số khía cạnh đòi hỏi tính nhạy cảm về giới như: niềm tin, sự nghiệp của người nghệ sĩ. Với những khía cạnh này, người ta rất dễ sa vào bàn luận về những bất lợi của tuổi tác đối với các nữ nghệ sĩ, nhưng ở đây, MC đã dẫn dắt khéo léo,

chúng ta không hề cảm thấy có sự phân biệt đối xử nào:

“Chị Hoa thân mến, chị luôn có những đặc biệt, mỗi một lần gặp chị em cứ ngỡ ngang... Người ta nói màu đỏ là cái sự chiến thắng, may mắn, chắc là chị tin vào điều gì sẽ mang lại may mắn cho chị nên chị choàng một chiếc khăn đỏ vào buổi sáng ngày hôm nay...”

Những lời dẫn tưởng chừng rất đổi bình thường này đã không chỉ góp phần tạo ra cách nhìn nhận tích cực về các nữ nghệ sĩ mà còn nhấn mạnh một thông điệp rằng: *niềm tin là luôn luôn cần thiết trong cuộc sống của chúng ta, dù ở trong bất kỳ hoàn cảnh nào, con người có niềm tin nghĩa là có sức mạnh để chiến thắng*. Đây không là một thông điệp mới mẻ hay một ý nghĩa thời sự lớn lao, song nó thực sự có giá trị ích dụng trong những chương trình như **Rubic**.

Một sự thay đổi tích cực khác mà khán giả dễ nhận thấy, đó là trong chương trình **Chúng tôi là chiến sĩ 20h ngày 19/02/2011** có sự tham gia của cả khách mời là nữ giới trong các phần thi-điều xưa nay hiếm có trong gameshow này. Các nữ khách mời cũng được tham gia bình đẳng các hoạt động thể hiện thể lực (chẳng hạn khi vận chuyển dụng cụ chèn xe) và thể hiện những động tác mạnh mẽ, nhanh nhẹn như các chiến sĩ.

Những biểu hiện trên đây cho thấy trong một chừng mức nhất định, các chương trình văn hoá giải trí trên VTV3 hiện nay đã có những tiến bộ đáng ghi nhận. Chúng tôi mong ngày càng có nhiều hơn nữa những sự đóng góp như vậy của các nhà báo nhằm thúc đẩy tiến trình truyền thông về giới và bình đẳng giới một cách mạnh mẽ hơn.

Công bằng giới là sự đối xử hợp lý với nam và nữ dựa trên việc thừa nhận các khác biệt giới tính nhằm đảm bảo cho nam và nữ có cơ hội và điều kiện tham gia và hưởng lợi một cách bình đẳng. (Lê Thị Ngân Giang - *Một số thuật ngữ về Giới và bình đẳng giới*, Nxb Phụ nữ, 2007).

* Không nên để chương trình trở nên khô cứng do tập trung tránh “sạn giới”

Do đặc thù của chương trình văn hoá giải trí nên đa phần các chương trình gameshow của VTV3 được tổ chức dưới dạng các “sân chơi”, các cuộc tọa đàm chân thật và cởi mở. Điều này đồng nghĩa với việc rất cần tạo được không khí kích thích tâm thế tích cực, hưng phấn nhập cuộc của người tham gia trực tiếp hay gián tiếp với chương trình. Tuy nhiên qua một số chương trình được chọn khảo sát, chúng tôi không khỏi băn khoăn bởi dường như áp lực tránh sạn giới đã khiến các phóng viên, người làm chương trình quá cẩn trọng tới mức “hi sinh” tính hấp dẫn, mềm mại của thông tin từ góc nhìn giới. Chẳng hạn, trong chương trình ***Ai là triệu phú*** được phát sóng đúng vào 20h ngày **8/3/2010**. Lẽ ra với một gameshow mở và linh hoạt về kết cấu cũng như khả năng tương tác với khán giả như vậy, người làm chương trình có thể nhân dịp này lồng ghép thêm những thông điệp góp phần nâng cao thêm nhận thức của công chúng về giới và bình đẳng giới ... Sẽ vô cùng thú vị nếu sau mỗi câu hỏi có nội dung liên quan đến nam giới hay nữ giới được người chơi trả lời, người dẫn chương trình có thể mở rộng thêm hiểu biết cho khán giả bằng những thông tin mang tính nhạy cảm giới. Ví dụ, khi người tham gia chương trình cho biết *chị thích múa, chị có thể múa cho chồng con xem, thậm chí chị đã vừa nấu ăn vừa múa...* MC có thể xen vào những lời bình chẳng hạn như: *Thật bất ngờ khi chị (người chơi) có những khả năng tổ chức công việc hài hoà như vậy...* Hoặc: *Người phụ nữ ngày nay hoàn toàn không cần hi sinh những sở thích chính đáng đối với công việc gia đình cũng như xã hội... nếu biết chia sẻ cùng các thành viên khác trong nhà, không những công việc của chúng ta trở nên nhẹ nhàng hơn mà không khí gia đình còn thêm vui vẻ ấm cúng như chị Bùi thị Lan Hương đã làm...*



Chúng tôi hiểu tính hạn định về dung lượng chương trình cùng thời lượng phát sóng không cho phép người dẫn cũng như ê kíp thực hiện có thể bút ra quá xa những khung sườn của kịch bản. Song cũng có thể ở đây do MC đã quá cẩn trọng để hiểu rằng nếu khen người phụ nữ này là *đảm đang, tuyệt vời trong việc đem lại niềm vui cho gia đình* thì vô tình lời dẫn sẽ trở nên mặc định vai trò của phụ nữ. Vì vậy, giải pháp an toàn được chọn là MC tránh những phát ngôn định hướng liên quan tới các vấn đề về giới bằng cách chuyển sang những câu hỏi có sẵn của chương trình... Đặc biệt, sau khi người chơi tiếp theo (chị Đinh Phương Thanh) trả lời hàng loạt những câu hỏi của MC (*vì sao chị lại theo đuổi nghề Boxing, chị tập Boxing được bao nhiêu năm, đã chinh chiến nhiều trận chưa, danh hiệu cao nhất là gì?...*). Đây là cơ hội tốt để nhấn mạnh những nỗ lực vươn tới thành công của phụ nữ hôm nay như một sự thách thức những định kiến giới, song MC cũng đã bỏ qua một cách đáng tiếc..

Có thể thấy hiện tượng quá cẩn trọng như vậy xuất hiện trong không ít các chương trình văn hoá giải trí của VTV3, nhất là về phương diện ngôn ngữ. Hầu hết các chương trình trên VTV3 được phát sóng vào dịp kỷ niệm ngày Quốc tế phụ nữ đều có chung một mô thức những lời chúc, những lời giới thiệu... mang màu sắc nghi thức, thiếu đi sự gần gũi, thân thiện và không khí ấm áp cần thiết:

“Thay mặt cho những người thực hiện chương trình, chúng tôi xin được gửi những lời chúc tốt đẹp nhất tới những người phụ nữ của chúng ta. Kính chúc cho một nửa thế giới của chúng ta luôn luôn có sức khoẻ dồi dào, hạnh phúc và thành công trong cuộc sống” (Đấu trường 100 4h20 ngày 07/03/2011).

“Chương trình Ai là triệu phú - Ghế nóng tuần này được phát sóng vào đúng dịp 8/3 kỷ niệm ngày

Quốc tế phụ nữ, chính vì thế chúng tôi mời tới trường quay S10 – Đài Truyền hình Việt Nam tất cả những người chơi đều là phụ nữ... Và nhân dịp này chương trình xin gửi tới tất cả những người phụ nữ yêu quý của Việt Nam những lời chúc tốt đẹp nhất..." (Ai là triệu phú 20h ngày 8/3/2011).

Chúng tôi không phủ định tác dụng của những ngôn từ mang sắc thái trang trọng, nghi lễ này được dùng trong một chương trình đặc biệt. Thông qua những ngôn từ ấy, khán giả đều hiểu rằng các chương trình muốn thể hiện sự đề cao, trân trọng, tôn vinh đối với người phụ nữ... Tuy nhiên, nó sẽ tạo cảm giác khuôn sáo, khách khí nếu khán giả phải đón nhận những sự lặp lại trong nhiều chương trình của một kênh. Rất có thể các MC cũng như êkíp thực hiện chương trình vì cố gắng thể hiện một cách rõ ràng và đúng đắn quan điểm về giới, bình đẳng giới (theo phương hướng truyền thông đang được đẩy mạnh hiện nay) khiến lời dẫn đôi khi trở nên căng cứng, mất tự nhiên như vậy. Chúng tôi mong việc tăng cường nhạy cảm giới của các nhà báo không làm mất đi vẻ tươi mới, độc đáo - vốn là thế mạnh của các chương trình văn hoá giải trí trên VTV3.

2. Tránh chạy theo sự kiện, bỏ quên vấn đề giới liên quan trong các chương trình văn hoá giải trí

Tôn trọng sự thật khách quan là nguyên tắc bất di bất dịch trong tác nghiệp báo chí nói chung, với báo Hình ảnh này lại càng đòi hỏi một sự

nghiêm cẩn tối đa. Tuy nhiên đối với kênh VTV3 - kênh thông tin văn hoá - giải trí mang những nét đặc thù, thì việc chuyển tải thông tin sự kiện cần có sự linh hoạt hơn nhằm phát huy khả năng ứng biến, sáng tạo của người thực hiện. Vì vậy đã có không ít nhà báo ở kênh này từng chia sẻ với nhóm nhật sạm chúng tôi về những khó khăn khi vừa phải đảm bảo tính xác thực của thông tin vừa đảm bảo tính đa diện của sự kiện từ góc nhìn giới. Thực tế thì việc chuyển tải thông tin sự thật trong mối liên quan với các vấn đề về giới hoàn toàn không đơn giản, tuy nhiên, nếu chú tâm, chúng ta vẫn có thể thực hiện được một cách hợp lý và hài hoà. Một số thiếu sót trong các chương trình mà chúng tôi quan sát được dưới đây có thể cho phép khẳng định điều ấy.

Chẳng hạn, trong chương trình **Sức sống Việt 6h30 ngày 7/3/2011** khi khách mời (một nam diễn viên) chia sẻ công việc của mình: "...*Đặc biệt hơn nữa là cái vai này của mình nó là đồng bóng, hay như người ta vẫn nói là bị pêđê ấy, thực ra đó là một vai tương đối ấn tượng. Đâm ra là ngoài cái tên Giun đất mọi người hay gọi, mình ra đường, mọi người còn hay gọi mình là: ô kìa, anh pêđê, anh pêđê ơi, đâm ra là đôi khi cái điều đó khiến mình cảm thấy rất là ngại, đấy chỉ là cái vai diễn thôi nhưng không hiểu sao mình vẫn làm thấy ngại như thế.."*

Nếu người dẫn chương trình ở đây có nhạy cảm giới để nhận ra trong lời chia sẻ của nhân vật có hàm chứa một sự thật, đó là thái độ kỳ thị đối với người đồng tính, chắc chắn sẽ có thêm những



phân tích bàn luận nhằm cởi bỏ những tư tưởng chưa tiến bộ vẫn còn khá phổ biến trong tâm lý xã hội. Như vậy thông tin sự kiện vẫn đảm bảo tính chân thực, đồng thời ý nghĩa xã hội của chương trình càng trở nên sâu sắc hơn. Song chúng tôi lấy làm tiếc vì có lẽ người dẫn trong trường hợp này đã quá tôn trọng tính khách quan của lời nhân vật mà không có thêm ý kiến bàn luận nào về quan điểm đối với người đồng tính nam của diễn viên.

Tương tự như vậy, chương trình **Sức sống Việt 6h02 ngày 9/03/2011**, sau khi giới thiệu về một xí nghiệp sản xuất gạch men với dây chuyền theo công nghệ mới, những người làm chương trình cũng bỏ qua những thông tin thể hiện giá trị giới trong việc bố trí người tham gia phỏng vấn. Cả 2 nhân vật xuất hiện trong chương trình đại diện cho ý kiến người tiêu dùng đều là nữ, trong khi đó, ý kiến nhân vật đại diện cho nhà sản xuất lại là nam giới. Đây có thể chỉ là một chút sơ suất nhỏ hoặc do những nguyên nhân khách quan nhằm đảm bảo tính trung thực của quy trình phản ánh, song người xem sẽ không khỏi băn khoăn khi thông tin đánh giá về *chất lượng gạch men qua tiêu dùng* chỉ được nhìn nhận từ một phía nữ giới. Do vậy, để thông tin có tính thuyết phục cao, việc phỏng vấn ý kiến ở đây cần có cả nam và nữ được tham gia nhằm tạo nên những góc nhìn đầy đủ, vừa mang tính nhạy cảm giới; vừa thể hiện vốn hiểu biết sâu sắc của người làm nghề, đồng thời mang lại cảm giác tin tưởng cho người xem.

Ở một số các chương trình khác, nhóm quan sát cũng gặp những sự khuyết thiếu góc nhìn về giới như vậy. Ví dụ: cả 4 **Chương trình 306 độ thể thao** được chọn khảo sát đều chưa có những thông tin thể hiện mối tương quan về giới trong thể thao; Chương trình **Ô cửa bí mật 12h ngày 20/02/2011** chủ yếu tập trung quảng bá các sản phẩm mới,



những nhu cầu của mỗi giới đối với các sản phẩm này rất cần được chuyển tải, song chương trình đã bỏ ngỏ; Chương trình **Hãy chọn giá đúng 20h ngày 23/2/2011** có rất nhiều cơ hội để MC có thể "cài" thêm những thông tin liên quan đến giới, bình đẳng giới, tuy nhiên công chúng, khán giả vẫn chỉ được nghe những lời dẫn trung tính, chẳng hạn, MC cổ vũ người chơi là nữ giới: *"bạn chọn cao hơn, thích vươn lên, bạn chọn cao hơn 61 ngàn đồng. Hi vọng bạn chọn chính xác"*. Với không khí sôi nổi, náo nhiệt của sân chơi lúc này, hoàn toàn thích hợp nếu MC có thêm những lời dẫn định hướng cho công chúng nhận thức về phẩm chất mới của phụ nữ ngày nay (Ví dụ: *sự tự tin và khát vọng vươn lên của nữ giới...*).

Có thể thấy việc tập trung vào thể hiện những mục tiêu chính của văn hoá - giải trí đã khiến hầu như các chương trình của VTV3 hiện nay vẫn chưa khai thác được một cách triệt để việc lồng ghép các thông tin liên quan đến giới. Lẽ ra với những ưu thế đặc trưng của sự thoảng mở thông tin trong các chương trình này, người làm chương trình có thể giúp công chúng được tiếp cận nhiều hơn với các vấn đề về giới trong cuộc sống thường nhật. Thông qua đó nhận thức về giới, bình đẳng giới của họ sẽ được nâng cao một cách chắc chắn và bền vững. Chúng tôi hy vọng tới đây, VTV3 sẽ nỗ lực đáp ứng điều đó.

3. Cần nâng cao nhạy cảm giới trong ngôn ngữ của người dẫn chương trình VTV3

Có thể nói, sự thành công của một chương trình Văn hóa - giải trí phụ thuộc vào nhiều yếu tố, trong đó ngôn ngữ của người dẫn chương trình đóng một vai trò quan trọng. Nhiệm vụ của người dẫn chương trình không đơn thuần là đọc một văn bản có sẵn, hay là một cái "máy nói" như người ta vẫn nhận xét về người dẫn chương trình. Người dẫn chương trình phải dẫn dắt, giới thiệu, điều khiển cuộc chơi, để làm sao tạo được sinh khí cho trò chơi, kích thích ý chí quyết tâm của người trong cuộc, khơi dậy niềm háo hức, say mê của hàng triệu công chúng đang ngồi trước màn hình. Chính vì thế ngôn ngữ của người dẫn các chương trình Văn hóa - giải trí được coi là nhịp cầu tạo nên sự tương tác, gắn kết giữa các đối tượng trong môi trường thông tin. Nếu xét từ yêu cầu nhạy cảm giới trong ngôn ngữ, người dẫn chương trình VTV3 lại càng phải đối mặt với nhiều thách thức.



Trước hết có thể thấy, ngôn ngữ của người dẫn chương trình có đặc điểm là luôn được kết hợp giữa ngôn ngữ được chuẩn bị trước và ngôn ngữ không được chuẩn bị trước (ngôn ngữ ứng khẩu). Đối với ngôn ngữ được chuẩn bị trước, người dẫn có thể chủ động lựa chọn, sắp xếp để các phần nội dung của kịch bản chương trình được diễn đạt một cách phù hợp và trôi chảy nhất. Còn ngôn ngữ không chuẩn bị trước là ngôn ngữ phát sinh trong những tình huống ngoài kịch bản. Hầu hết trong các gameshow, ngôn ngữ đều thiên về hình thức đối thoại. Người dẫn chương trình luôn luôn phải đối thoại với khán giả, với người chơi hay khách mời trong chương trình. Những cuộc đối thoại này, một mặt làm cho ngôn ngữ trở nên đa tầng, đa thanh, mặt khác kích thích sự chủ động của những người có liên quan. Người dẫn chương trình phải có cách ứng biến tức thì, linh hoạt và khéo léo để chương trình vừa đi đúng hướng theo kịch bản vừa lôi cuốn người xem. Ngoài ra, ngôn ngữ không chuẩn bị trước còn góp phần tạo nên “sức nóng”, hay đem đến dư vị hài hước, vui tươi cho chương trình, đồng

thời thể hiện cái duyên của người dẫn. Tuy nhiên, cũng chính đặc những điểm này của ngôn ngữ đã gây không ít khó khăn, thậm chí tạo thành áp lực cho MC khi phải tránh “sạn giới”. Chẳng hạn, câu hỏi phát sinh của MC khi giao lưu với vận động viên Boxing trong chương trình ***Ai là triệu phú 20h ngày 8/3/2011***: “*Trước khi vào trận đấu bạn lo sợ nhất điều gì?*”; hoặc lời phụ họa thêm với người chơi khác sau đó rằng: “*Đôi khi phụ nữ thích bị bắt nạt*”... Nếu nhạy cảm về giới, chúng ta sẽ không dùng những lời như vậy vì từ lo sợ hay bị bắt nạt ở đây dễ gợi sợ yếu đuối, nhút nhát được mặc định cho phụ nữ. Trong lúc chúng ta đang rất cần truyền thông thay đổi quan niệm: *Phụ nữ là những người yếu đuối, thường ở thế bị động*..., các MC cần nhạy cảm hơn trong cách sử dụng ngôn từ ứng khẩu.

Có thể thấy không ít trường hợp áp lực của ngôn ngữ ứng khẩu đã khiến MC trở nên khuôn sáo, gò ép mất nhạy cảm. Ví dụ lời khen của MC đối với người chơi là nữ giới trong chương trình ***Hãy chọn giá đúng 20h ngày 23/2/2011***: “*Quá xuất sắc, Bạn Mai Thanh thân mến bạn đã đặt đúng*”; Hay lời dẫn:



“...Thật vui vì người chơi chính tiếp theo là nữ đã lên đây tham gia chương trình, một chương trình được phát sóng rất sát với dịp quốc tế phụ nữ” (**Đấu trường 100 4h20 ngày 07/03/2011**). Nếu ở một ngữ cảnh khác không phải là ngôn ngữ của MC đang tác nghiệp tại trường quay, có lẽ những từ *quá xuất sắc, thật là vui* sẽ không xuất hiện. Bởi chúng ta đều nhận ra có chút gì đó như khiên cưỡng, gượng ép khi đặt những lời diễn đạt hàm nghĩa để cao thái quá vai trò người phụ nữ ở đây.

Ngoài ra, với đặc trưng là ngôn ngữ nói nên người dẫn chương trình thường khai thác thế mạnh của khẩu ngữ. Sử dụng khẩu ngữ trong hội thoại cũng có tác dụng hai chiều. Đó là với người xem, người dẫn tạo cho họ cảm giác thoải mái, dễ chịu như những người bạn, người thân; còn với người dẫn chương trình, vì người xem chấp nhận cách nói tự nhiên, đôi lúc là suồng sã, bông đùa đó, mà họ cho phép người dẫn có thể diễn đạt ngắt quãng, vừa nói vừa nghĩ, nói dài dòng hay dùng câu tình lợc, câu đặc biệt... Vì vậy mà người dẫn cũng được giảm bớt phần sức ép tâm lí khi đứng

trước ống kính máy quay. Và lại, khẩu ngữ thường tồn tại dưới rất nhiều hình thức đa dạng và phong phú, cho phép người dẫn chương trình có thể tạo ra cho mình những câu nói giàu hình ảnh, giàu cảm xúc, ấn tượng... Từ đó, người dẫn có thể có những lựa chọn từ ngữ để dẫn sao cho hấp dẫn, mới lạ, không bị lặp lại của người khác, hay lặp lại chính mình.

Nhưng nếu người dẫn chương trình sử dụng khẩu ngữ một cách tùy tiện, thái quá sẽ mang lại kết quả hoàn toàn ngược lại. Bởi ngay cả những chương trình mang tính giải trí cao thì yếu tố văn hóa vẫn luôn luôn cần được coi trọng. Hơn nữa, những chương trình được phát trên truyền hình, bất cứ đối tượng khán giả nào cũng có thể theo dõi nên sức ảnh hưởng của ngôn ngữ mà người dẫn sử dụng là rất lớn. Những từ khẩu ngữ mang tính chất suồng sã có muôn hình vạn trạng. Nếu người dẫn chương trình thiếu cẩn trọng khi sử dụng chúng, rất có thể hạ thấp tính văn hóa của ngôn ngữ báo chí nói riêng và ngôn ngữ tiếng Việt nói chung cũng như thể hiện sự hạn chế về nhạy cảm giới của nhà báo.

Nếu như trong văn viết có câu “bút sa gà chết” để cảnh báo hậu quả của việc viết cẩu thả thì đối với văn nói có câu tương tự: “sây chân thì dễ, sây miệng thì khó”, hay “lời nói đọi máu”. Chỉ một lời nói sai, thiếu cân nhắc hay lỡ miệng đều khó có thể cứu vãn. Về cơ bản ngôn ngữ mà người dẫn chương trình Văn hóa – giải trí sử dụng vẫn là ngôn ngữ báo chí. Những từ ngữ mà người dẫn dùng vẫn phải thể hiện được những tính chất của ngôn ngữ báo chí như: tính chính xác, cụ thể, quảng đại quần chúng... còn khẩu ngữ chỉ là lớp từ sử dụng kèm thêm để tăng tính gần gũi, dễ hiểu, giảm độ khô cứng trong ngôn ngữ mà thôi. Nếu lạm dụng quá nhiều khẩu ngữ trong lời dẫn sẽ làm giảm tính trang trọng vốn có của các chương trình truyền hình.

CHIỤ TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN: **Ths. Nguyễn Văn Anh - Chủ tịch Hội đồng sáng lập**

BIÊN TẬP NỘI DUNG: **TS. Trịnh Thị Bích Liên**

Cơ quan: Trung tâm Nghiên cứu và Ứng dụng Khoa học về Giới - Gia đình - Phụ nữ và Vị thành niên (CSAGA)

Địa chỉ: Tầng 4 Công ty cơ khí Điện - Điện tử - Tàu thủy; Tổ 6 - Láng Thượng - Đống Đa - Hà Nội

ĐT: 04.37910014 - Email: csaga@csaga.org.vn - Website: www.csaga.org.vn

www.thuviengbv.dovipnet.org.vn (04.37759333)