

**LỜI MỞ ĐẦU (SAPO) TRONG TÁC PHẨM PHÒNG VẤN TRÊN BÁO ĐÀ NẴNG**Trần Thị Tuyết<sup>a\*</sup>, Lê Văn Trúc<sup>l</sup>

Nhận bài:

15 - 04 - 2020

Chấp nhận đăng:

10 - 09 - 2020

<http://jshe.ued.udn.vn/>

**Tóm tắt:** Tác phẩm phỏng vấn là cuộc đối thoại giữa nhà báo và người trả lời phỏng vấn về sự kiện, vấn đề thời sự hoặc nhân vật mà công chúng quan tâm. Trong các yếu tố cấu thành tác phẩm phỏng vấn như: đề tài, đối tượng trả lời phỏng vấn, câu hỏi, câu trả lời, tít, lời mở đầu (sapo), hộp thông tin (box) và ảnh, sapo giữ vai trò quan trọng. Sapo hay còn gọi là lời mở đầu, lời dẫn, lời tựa, phần giới thiệu, tóm tắt nội dung chính của bài báo. Qua nghiên cứu, chúng tôi nhận thấy có 3 dạng sapo thường xuất hiện trong tác phẩm phỏng vấn là: sapo nêu chủ đề, nhân vật trả lời phỏng vấn; sapo nêu lý do, bối cảnh phỏng vấn và sapo nêu tiểu sử, thành tích người trả lời phỏng vấn. Bài viết này tập trung nghiên cứu sapo trong tác phẩm phỏng vấn báo in trên Báo Đà Nẵng năm 2017, 2018 và 2019. Bằng việc khảo sát, phân tích các bài phỏng vấn được đăng tải trong 3 năm gần đây, bài viết cũng đưa ra một số gợi ý về việc sử dụng sapo nhằm nâng cao chất lượng tác phẩm phỏng vấn trên Báo Đà Nẵng, đáp ứng nhu cầu thông tin ngày càng cao của độc giả.

**Từ khóa:** lời mở đầu; phần giới thiệu; phi lộ; sapo; tác phẩm phỏng vấn; Báo Đà Nẵng.

**1. Giới thiệu**

Sapo xuất phát từ thuật ngữ Chapeau trong tiếng Pháp (ở Anh gọi là Lead) biểu thị chiếc mũ đội đầu. Chiếc mũ này phải đảm bảo phù hợp và làm nổi bật chủ thể. Trong lĩnh vực báo chí, sapo được hiểu là lời mở đầu, lời chào đầu, phần giới thiệu, hay phi lộ giới thiệu tóm tắt nội dung bài báo. Loic Hervouet xem “sapo là lời mở đầu nêu thông tin chính, bổ sung cho tít, nêu hoàn cảnh, giới thiệu, nghi vấn...” (Hervouet, 1999, 88).

Nếu coi tác phẩm phỏng vấn là một bộ phim thì sapo là đoạn phim ngắn quảng cáo cho nó. Vài dòng mở đầu bài viết cho phép phóng viên giới thiệu về người được phỏng vấn, chủ đề trung tâm của cuộc đối thoại và bối cảnh khi cuộc trao đổi diễn ra. Sapo có vai trò định hướng người đọc, giúp họ nắm thông tin bài báo một cách khá đầy đủ thông qua việc trả lời nhanh các câu hỏi: ai, cái gì, ở đâu. Sapo có thể giải thích tại sao lại chọn phỏng vấn đúng nhân vật này, về vấn đề này và có thể nêu ra thông tin mới, lạ sẽ được bài viết

đề cập sâu. Sapo có tác dụng “nút mắt” độc giả ở lại và quyết định đọc tiếp nội dung bài phỏng vấn. Về vị trí, sapo thường nằm dưới tiêu đề (tít), được viết ngắn gọn với 2 - 4 câu mở đầu bài phỏng vấn, đứng độc lập so với phần hỏi - đáp. Sapo thường được bôi đậm hoặc bôi đậm kết hợp in nghiêng nhằm tạo sự chú ý của độc giả, giúp họ nắm bắt nhanh thông tin chính của bài báo. Sapo độc đáo còn lôi cuốn độc giả đọc tiếp thông tin trong bài phỏng vấn.

Dựa vào tính chất thông tin, phóng viên có thể “rút” sapo theo nhiều cách khác nhau như: sapo thông tin, sapo gây hứng thú, sapo cập nhật thông tin, sapo giới thiệu, sapo nhắc lại, sapo gây sốc... Theo Lê Thị Nhã (2015), trong tác phẩm phỏng vấn thường xuất hiện ba dạng sapo cơ bản: sapo nêu chủ đề và nhân vật trả lời phỏng vấn; sapo nêu lý do, bối cảnh phỏng vấn và sapo nêu tiểu sử, thành tích người được phỏng vấn (Lê, 2015, 133).

Thông qua việc phân tích một số ưu điểm, hạn chế của việc sử dụng sapo trong bài phỏng vấn trên Báo Đà Nẵng năm 2017, 2018, 2019, chúng tôi đề xuất một số biện pháp nâng cao chất lượng tác phẩm phỏng vấn thông qua cách sử dụng sapo nhằm phục vụ tốt hơn nhu cầu tiếp nhận thông tin của bạn đọc.

<sup>a</sup>Trường Đại học Sư phạm - Đại học Đà Nẵng

\* Tác giả liên hệ

Trần Thị Tuyết

Email: tttuyet@ued.udn.vn

## 2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

### 2.1. Cơ sở lý thuyết

#### 2.1.1. Lý thuyết truyền thông của C. Shannon

Theo Lê Ngọc Hùng (2019), lý thuyết này được đưa ra năm 1949, nhấn mạnh quá trình truyền thông được thực hiện qua các bước: thông tin được bắt đầu từ nguồn phát (chủ thể truyền thông), sau khi thông điệp được mã hóa sẽ truyền tải các kênh truyền thông, thông điệp sẽ được giải mã và đến với người tiếp nhận thông điệp. Ngoài những đặc điểm chung kế thừa từ lý thuyết truyền thông một chiều của Lasswell (người gửi - thông điệp - kênh - người nhận), lý thuyết truyền thông Shannon còn bổ sung thêm yếu tố “nhiều” có thể gây ảnh hưởng tới tính rõ ràng, sự chính xác của thông điệp và yếu tố “phản hồi” từ người nhận tới nguồn phát.

Lý thuyết này cho phép chúng tôi làm sáng tỏ nội dung thông tin, chất lượng thông điệp làm nên giá trị tác phẩm phỏng vấn; tạo uy tín, thương hiệu cho cơ quan báo chí và tạo niềm tin, gia tăng sự tương tác, phản hồi của bạn đọc. Để có tác phẩm phỏng vấn hay cần chọn được góc tiếp cận mới; chọn đúng, trúng đối tượng trả lời. Đồng thời, cần có sự đổi mới sáng tạo về ngôn từ thông qua việc đặt tit, viết sapo nhằm thu hút sự chú ý của độc giả. Theo lý thuyết này, khi viết sapo tác giả cần trình bày nội dung chủ đề bài phỏng vấn một rõ ràng, chính xác bằng ngôn từ trong sáng, dễ hiểu ngay trong phần mở đầu. Tránh gây “nhiều” tức là viết sapo dài dòng, không trọng tâm làm giảm khả năng tiếp nhận thông điệp của người đọc. Trong nhiều trường hợp sự không tường minh của sapo khiến độc giả có thể bỏ qua bài phỏng vấn.

#### 2.1.2. Lý thuyết “thiết lập chương trình nghị sự”

Theo Nguyễn (2016) năm 1972, lý thuyết “thiết lập chương trình nghị sự” (Agenda Setting Theory) do Maxwell Mccombs và Shaw khởi xướng ra đời. Lý thuyết này mô tả khả năng ảnh hưởng của giới truyền thông đối với công chúng thông qua các phương tiện truyền thông. Trong xã hội, nếu một tin tức nào đó được nhắc tới thường xuyên, liên tục và nổi bật, công chúng sẽ nhớ tới và coi nó quan trọng hơn những thông tin khác. Điểm nổi bật của lý thuyết này là truyền thông đại chúng có một chức năng sắp đặt “chương trình nghị sự” cho công chúng, các bản tin và hoạt động đưa tin của cơ quan báo chí truyền thông

ảnh hưởng đến sự phán đoán của công chúng tới những “chuyện đại sự” của thế giới xung quanh và tầm quan trọng của chúng bằng cách phủ cho các “chương trình” nét nổi bật khác nhau, từ đó có thể tác động và tạo ra sự dẫn đường trong tương lai.

Lý thuyết này cho phép chúng tôi làm sáng tỏ việc lựa chọn đề tài, chủ đề và đối tượng trả lời phỏng vấn trong tác phẩm phỏng vấn chịu sự ảnh hưởng bởi mục đích, tôn chỉ, lập trường, quan điểm của cơ quan báo chí. Việc đăng tải cuộc trò chuyện giữa nhà báo với nhân vật trả lời không phải là sự phản ánh sự kiện, vấn đề theo kiểu “soi gương” mà là một hoạt động lựa chọn có mục đích. Và việc sắp xếp nội dung thông tin, bố cục bài phỏng vấn, cách đặt tit, viết sapo... thường được triển khai theo “ý đồ” - chương trình lập sẵn của ban biên tập. Lý thuyết “thiết lập chương trình nghị sự” được biểu hiện trong cách viết sapo là tác giả định hướng người đọc tiếp cận nội dung toàn bài phỏng vấn theo chủ đề nào thì sẽ viết sapo theo hướng đó. Sapo sẽ trả lời nhanh các thông tin cơ bản như ai, cái gì, ở đâu, khi nào... ngay trong vài ba câu ngắn gọn, nổi bật trong phần mở đầu. Độc giả sẽ đoán được nội dung được triển khai trong phần hỏi - đáp còn lại. Đa phần độc giả thường đọc sapo trước khi đọc nội dung bài. Số còn lại chỉ lướt sapo vẫn nắm được ý chính toàn bài phỏng vấn.

### 2.2. Phương pháp nghiên cứu

#### 2.2.1. Phương pháp phân tích tài liệu

Đề tài sử dụng phương pháp phân tích tài liệu thông qua việc phân tích mức độ sử dụng và các dạng sapo trong tác phẩm phỏng vấn báo in trên Báo Đà Nẵng và phụ san *Đà Nẵng cuối tuần* năm 2017, 2018 & 2019. Đề tài sử dụng phần mềm thống kê SPSS, phiên bản 20 để xử lý số liệu.

#### 2.2.2. Phương pháp phân tích thông điệp

Nghiên cứu thông điệp được biểu hiện qua hàm lượng thông tin qua sapo trong tác phẩm phỏng vấn. Cách viết sapo thể hiện trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của phóng viên và cách thức truyền thông của cơ quan báo chí. Việc phân tích các ưu điểm, hạn chế của các dạng sapo trong tác phẩm phỏng vấn giúp đưa ra những nhận định khách quan trong việc đề xuất biện pháp nâng cao chất lượng tác phẩm phỏng vấn báo in trên Báo Đà Nẵng.

### 3. Kết quả

#### 3.1. Mức độ sử dụng sapo trong tác phẩm phỏng vấn

Chúng tôi thống kê việc sử dụng sapo trong tác phẩm phỏng vấn với 2 mức độ: bài có sapo và bài không có sapo.

**Bảng 1.** Tỷ lệ sử dụng sapo trong tác phẩm phỏng vấn trên báo Đà Nẵng

STT	Năm	Tổng số bài PV	Bài PV có sapo	Tỷ lệ %
1	2017	71	59	83
2	2018	59	59	100
3	2019	93	93	100

Trong 71 bài phỏng vấn năm 2017, 83.1% sử dụng sapo; 12 bài không sử dụng sapo chiếm tỉ lệ 16.9%. Các bài này đều thuộc dạng bài phỏng vấn anket. Trong tác phẩm phỏng vấn anket, câu hỏi thường ẩn. Câu hỏi nhiều khi chính là chủ đề được thể hiện qua tít hay sapo của bài phỏng vấn (Lê, 2015, 52). Như vậy, nội dung câu hỏi nằm trong phần tít chính, tít xen và sapo. Và bài phỏng vấn anket thường có 3 - 4 đối tượng trả lời trình bày quan điểm, ý kiến về một vấn đề thời sự. Tất cả 59 bài phỏng vấn trên Báo Đà Nẵng năm 2018 và 93 bài phỏng vấn năm 2019 đều có sapo.

Như vậy, hầu hết bài phỏng vấn trên Báo Đà Nẵng đều ưu tiên sử dụng sapo. Việc xuất hiện sapo giúp độc giả nắm bắt nhanh đề tài, chủ đề; biết được lý do cuộc phỏng vấn và đối tượng trả lời phỏng vấn. Với nhiều độc giả không có nhiều thời gian hoặc có thói quen lướt qua một số tiêu đề, câu hỏi, sapo... thì việc xuất hiện mấy dòng giới thiệu đầu bài cũng làm họ hiểu được nội dung cơ bản của cuộc phỏng vấn. Và thông qua sapo, độc giả có thể phán đoán được những vấn đề quan trọng, nổi bật được trình bày tiếp theo trong bài phỏng vấn. Hơn nữa, mức độ quan tâm bài phỏng vấn của độc giả thông thường bắt nguồn từ mấy dòng sapo ngắn gọn mở đầu.

Qua khảo sát 223 bài phỏng vấn báo in trên Báo Đà Nẵng, chúng tôi nhận thấy có 2 dạng sapo chính thường xuất hiện trong tác phẩm phỏng vấn là: sapo giới thiệu sự kiện hoặc vấn đề và người trả lời phỏng vấn và sapo nêu lý do, bối cảnh cuộc phỏng vấn. Báo Đà Nẵng trong 3 năm 2017, 2018 và 2019 không có dạng bài phỏng

vấn chân dung nên cũng thiếu vắng dạng sapo giới thiệu nhân vật trả lời phỏng vấn.

#### 3.2. Một số dạng sapo cơ bản trong tác phẩm phỏng vấn trên Báo Đà Nẵng

##### 3.2.1. Sapo giới thiệu sự kiện, vấn đề, người trả lời phỏng vấn

Sapo dạng này thường đặt đối tượng trả lời phỏng vấn trong một không gian, thời gian cụ thể, có sự kiện diễn ra hoặc có một vấn đề nào đó đang được dư luận quan tâm. Trong nội dung thông tin, sapo dạng này trả lời nhanh các câu hỏi: cái gì, ở đâu, ai, khi nào. Đây là dạng được sử dụng phổ biến trong tác phẩm phỏng vấn trên Báo Đà Nẵng với tỉ lệ hơn một nửa số bài được khảo sát năm 2017 và 2018 với lần lượt là 52.1% và 57.6%. Dạng sapo này cũng chiếm 1/3 tỉ lệ sapo được sử dụng trong tác phẩm phỏng vấn năm 2019 với 35.5%. Mục đích của dạng sapo này là giải thích tại sao lại chọn phỏng vấn đúng nhân vật này mà không phải nhân vật khác. Họ có thể là cán bộ quản lý, chuyên gia, thường dân có mối liên hệ chặt chẽ với về các vấn đề thời sự.

Sở dĩ dạng sapo này được sử dụng nhiều trong tác phẩm phỏng vấn trên Báo Đà Nẵng vì ưu điểm chính của nó là khả năng tóm tắt thông tin cơ bản. Trong một đoạn mở đầu ngắn gọn mà nó cho biết được đề tài, chủ đề và đối tượng trả lời phỏng vấn. Đồng thời, khẳng định mối quan hệ giữa sự kiện, vấn đề với người trả lời. Sapo dạng này phù hợp với các dạng bài phỏng vấn thời sự.

Ví dụ: Bài TUẦN LỄ CẤP CAO APEC: Cơ hội vàng để quảng bá du lịch Đà Nẵng (Báo Đà Nẵng, số 6253 ngày 30-10-2017). Trong phần giới thiệu mở đầu, sapo đã đề cập đến sự kiện quan trọng diễn ra tại Đà Nẵng là Tuần lễ cấp cao APEC 2017. Lời tựa bài báo này cũng giới thiệu vị lãnh đạo thành phố tham gia đối thoại là Phó Chủ tịch UBND thành phố Đà Nẵng Nguyễn Ngọc Tuấn. Với sự kiện này, tiếng nói của vị lãnh đạo thành phố - người có thẩm quyền và tư cách phát ngôn đã tạo được sức thuyết phục đối với bạn đọc. Thông tin mà vị đại diện chính quyền thành phố nêu ra góp phần làm nổi bật đường lối, chủ trương phát triển thành phố. Nội dung sapo vừa tóm tắt chủ đề, góc tiếp cận bài báo, đồng thời đưa ra một thông điệp quảng bá du lịch từ chính mỗi người dân nơi đây. Cụ thể: *Tuần lễ cấp cao APEC 2017 là cơ hội vàng quảng bá hình ảnh*

thành phố trẻ, năng động đồng thời là dịp để lãnh đạo thành phố tiếp xúc, làm việc với nhiều doanh nghiệp hàng đầu thế giới để xúc tiến hợp tác đầu tư, phát triển kinh tế. Để làm tốt điều này, chính quyền thành phố cũng đề nghị mỗi người dân là một “Đại sứ văn hóa” góp phần quảng bá hình ảnh Đà Nẵng thân thiện, hiếu khách đến bạn bè quốc tế.

Về hình thức, dạng sapo giới thiệu sự kiện, vấn đề, người trả lời phỏng vấn thường có 2 - 3 câu xác định rõ phạm vi chủ đề. Người trả lời được nêu rõ đích danh, tư cách phát ngôn để tạo niềm tin, tang tính thuyết phục công chúng.

Sapo dạng này còn nêu thực trạng của các sự việc, vấn đề và tìm kiếm lời giải đáp từ chuyên gia. Ví dụ: Bài KHỞI NGHIỆP: **Phải đi cùng nhau, tạo thành hệ sinh thái bền vững** (Báo Đà Nẵng, số 6211 ngày 18-9-2017) phỏng vấn TS. Võ Duy Khương, chuyên gia kinh tế về một số giải pháp xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp tại Đà Nẵng. Trong phần mở đầu, sapo nêu vấn đề: thành phố xác định khởi nghiệp và xây dựng cộng đồng khởi nghiệp sẽ là trụ cột chính để phát triển kinh tế Đà Nẵng trong những năm tới. Để chủ trương này đi vào thực tiễn, rất cần sự tư vấn, phân biện và những hiến kế từ các chuyên gia. TS. Võ Duy Khương cũng nêu một số cách làm ở 2 quốc gia Israel và Singapore để thành phố Đà Nẵng tham khảo kinh nghiệm và tinh thần khởi nghiệp.

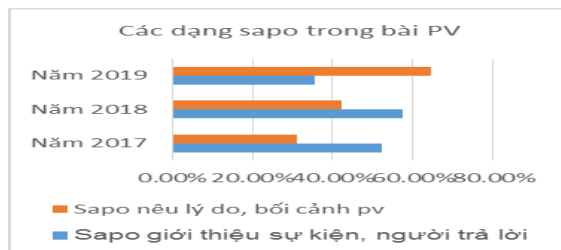
Bên cạnh lĩnh vực kinh tế, một số vấn đề “nóng” của thành phố cũng được đặt ra như vấn đề an ninh nguồn nước, vấn đề môi trường. Trong bài **Cần sửa đổi quy trình vận hành liên hồ nước** (Báo Đà Nẵng, số 6561 ngày 10-9-2018), sapo đã nêu thực trạng ở thành phố Đà Nẵng đã có hiện tượng thiếu nước cục bộ và một số nơi nước bị nhiễm mặn nặng. Để hiểu hơn về tình trạng này, sapo đã giới thiệu chuyên gia quản lý tài nguyên nước là ông Huỳnh Vạn Thắng. Sapo có viết: *Hơn 1 tuần qua, nước sông Cầu Đỏ nhiễm mặn nặng và mực nước sông Yên tại đập dâng An Trạch hạ thấp do 2 hồ thủy điện Sông Bung 4 và A Vương ở mực nước chết từ ngày 31-8, gây thiếu nước sinh hoạt cục bộ cho thành phố Đà Nẵng. Ông Huỳnh Vạn Thắng, nguyên Giám đốc Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn thành phố, chuyên gia Quản lý tài nguyên nước và lưu vực sông Vu Gia - Thu Bồn, thành viên Hội Bảo vệ thiên nhiên và môi trường thành phố Đà Nẵng kiến nghị thành phố cần khẩn cấp làm việc với tỉnh Quảng Nam và nhà máy thủy điện Đăk Mi 4 để bảo đảm cấp nước sinh hoạt cho thành phố.*

Về nội dung thông tin, sapo dạng này thường giải thích, bổ sung, làm rõ thông tin được nêu trong tit chính, tit phụ. Về cấu trúc, phần giới thiệu nhân vật trả lời thường được xếp sau phần giới thiệu sự kiện, vấn đề. Ví dụ: Trong bài THỰC HIỆN NGHỊ QUYẾT SỐ 43-NQ/TW CỦA BỘ CHÍNH TRỊ (KHÓA XII) **Đại học Đà Nẵng đột phá trong đào tạo nhân lực** (Báo Đà Nẵng, số 6739 ngày 14-3-2019), sapo làm nổi bật thông tin từ một góc tiếp cận về sứ mệnh đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao của Đại học Đà Nẵng trong việc thực hiện đề án đưa Đà Nẵng trở thành thành phố trọng điểm của cả nước và khu vực Đông Nam Á. Câu cuối sapo giới thiệu nhân vật trả lời phỏng vấn. Nội dung sapo thể hiện: *Là Đại học vùng trọng điểm quốc gia được xếp hạng thuộc top Đại học hàng đầu Việt Nam, hai năm liền thuộc top 400 - 500 Đại học tốt nhất châu Á (theo QS-Asia 2018); với 2.500 giảng viên, cán bộ, gần 500 giáo sư, phó giáo sư, tiến sĩ khoa học và tiến sĩ; quy mô đào tạo 60.000 sinh viên, mỗi năm cung cấp gần 10.000 kỹ sư, cử nhân, thạc sĩ, tiến sĩ thuộc nhiều lĩnh vực và 150 chuyên ngành, Đại học Đà Nẵng giữ vị trí quan trọng và là nguồn lực để thực hiện Nghị quyết số 43-NQ/TW của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển Đà Nẵng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.*

*Báo Đà Nẵng đã có cuộc trao đổi với PGS.TS. Nguyễn Ngọc Vũ - Giám đốc ĐHDN về một số giải pháp cho vấn đề này.*

Nhìn chung, sapo dạng này trình bày vấn đề mang tính thời sự, được nhiều người quan tâm và tập trung làm nổi bật thông tin chính của bài phỏng vấn.

**Biểu đồ 1.** Các dạng sapo thường gặp trong bài phỏng vấn trên Báo Đà Nẵng



Bên cạnh những ưu điểm về tính ngắn gọn, nêu bật chủ đề và giới thiệu ngay nhân vật được phỏng vấn ở đầu bài, sapo dạng này còn có hạn chế như thông tin bị trùng lặp với phần tit chính, tit phụ, câu hỏi, câu trả lời và hộp dữ liệu. Về mặt hình thức, nhiều sapo còn mang tính rập khuôn về ngôn ngữ, bố cục. Một số sapo còn

trình bày nhiều thông tin dài dòng, chưa trọng tâm, thiếu ấn tượng... chưa tạo được sự lôi cuốn, hấp dẫn đối với bạn đọc. Ví dụ: Bài **Sớm đưa nhà máy nước Hòa Liên vận hành vào năm 2020** (Báo Đà Nẵng, số 6659, ngày 17-12-2018) trích dẫn thông báo, công văn ngay trong câu mở đầu khiến người đọc bị lúng túng, bị phân tâm vào việc đọc các con số được nêu trong công văn, thông báo nên khó tiếp nhận thông tin chính của bài. Cụ thể: *Tại thông báo kết luận số 45-TB/TU ngày 30-11-2018 của Ban Thường vụ Thành ủy và Công văn số 9364/UBND-QLĐT ngày 3-12-2018 của UBND thành phố về việc triển khai đầu tư xây dựng nhà máy nước Hòa Liên, thành phố thống nhất chủ trương đầu tư dự án nhà máy nước Hòa Liên theo phương án đầu tư công. Để rõ hơn vấn đề đang được người dân quan tâm, ông Trần Phước Sơn, Giám đốc Sở Kế hoạch và Đầu tư có cuộc trao đổi với Báo Đà Nẵng.*

Những thông tin trong sapo giới thiệu sự kiện, vấn đề và người trả lời phỏng vấn, nếu không có tính mới, lạ, hấp dẫn hoặc không mời được người trả lời đúng, trúng vấn đề sẽ không tạo được sự quan tâm của bạn đọc và dễ khiến độc giả có thể bỏ qua bài phỏng vấn.

### 3.2.2. Sapo nêu lý do, bối cảnh phỏng vấn

Sapo dạng này thường trình bày tương đối ngắn về hoàn cảnh, lý do xuất hiện bài phỏng vấn hoặc trình bày thực tiễn đang đặt ra yêu cầu cấp bách cần có cuộc phỏng vấn để cung cấp thông tin chính xác, khách quan, trung thực cho công chúng. Phần mở đầu này thường có tính chất thông báo ngắn gọn sự kiện, vấn đề và lý do thực hiện cuộc phỏng vấn. Đôi khi, nó còn cho phép xuất hiện những chi tiết độc đáo, thú vị hoặc hài hước nhằm tạo sự hấp dẫn, lôi cuốn người đọc.

Qua khảo sát, tỉ lệ sử dụng sapo dạng này tương đối nhiều trong các bài phỏng vấn chiếm 31% (năm 2017) và 42.4% (năm 2018) và 64.5% (năm 2019).

Cũng giống như sapo giới thiệu sự kiện, vấn đề và đối tượng trả lời phỏng vấn, sapo nêu lý do, bối cảnh phỏng vấn cũng được đặt sau tí, trước thông tin phần hỏi – đáp, tách ra thành một đoạn ngắn nêu chủ đề chính của bài báo. Điểm khác biệt là sapo dạng này thường được cấu trúc ngắn gọn, có khi chỉ 2 câu, trả lời nhanh câu hỏi tại sao có cuộc phỏng vấn. Ví dụ: *Sự kiện “Ứng dụng, chuyển giao và đổi mới công nghệ năm 2017” được tổ chức tại Đà Nẵng từ ngày 22 đến 24 tháng 11 với chủ đề “Đổi mới công nghệ - Nâng tầm cuộc sống”. Sự*

*kiện do Bộ KH&CN, UBND thành phố Đà Nẵng thực hiện.* Đoạn sapo trên là phần mở đầu của bài CHÀO MỪNG SỰ KIỆN “**ỨNG DỤNG, CHUYỂN GIAO VÀ ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ NĂM 2017: Đổi mới công nghệ - Nâng tầm cuộc sống**” phỏng vấn ông Trần Văn Hoàng, Phó Giám đốc Sở KH&CN thành phố Đà Nẵng (Báo Đà Nẵng, số 6276 ngày 22-11-2017). Sapo này chỉ có 50 chữ mang tính chất thông báo sự kiện.

Sapo nêu lý do, bối cảnh phỏng vấn thường được sử dụng nhiều trong các bài anket, khi đối tượng trả lời thường từ 3 - 4 người trình bày quan điểm, ý kiến của mình về các vấn đề được nêu. Ví dụ: Bài **Doanh nghiệp giữ chân người giỏi** (Báo Đà Nẵng, số 6626 ngày 14-11-2018) ghi nhận ý kiến nhiều doanh nghiệp về chính sách thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao. Sapo chỉ sử dụng 2 câu nêu tình huống xuất hiện cuộc phỏng vấn: *Có được những nhân viên giỏi luôn là mong muốn của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, nếu không có chế độ, chính sách đãi ngộ, môi trường làm việc phù hợp thì rất khó để có thể giữ chân người giỏi.*

Trong bài phỏng vấn anket **Cần đầu tư sản phẩm mới cho du lịch** (Báo Đà Nẵng, số 6549 ngày 29-8-2018), sapo nêu nét đặc trưng của thành phố Đà Nẵng là thành phố du lịch và nêu ra tình huống có tính mâu thuẫn là thế mạnh này chưa được phát huy. Việc khai thác thông tin theo chiều đối lập như vậy đã tạo được ấn tượng, thu hút sự chú ý của độc giả ngay từ đầu. Câu cuối trong sapo còn tác dụng kết nối lần lượt ý kiến của các nhân vật trả lời. Cụ thể: *Là thành phố du lịch nhưng Đà Nẵng đang thiếu những sản phẩm du lịch độc đáo, đẳng cấp và chuyên nghiệp. Lợi thế về “núi non, sông, biển” vẫn chưa được phát huy hết hiệu quả. Chính vì vậy, đầu tư sản phẩm du lịch mới luôn là yêu cầu bức thiết được đặt ra cho thành phố Đà Nẵng cũng như những người làm du lịch nhằm thu hút và nâng cao chất lượng khách đến, giữ chân và tạo động lực để họ quay lại. Dưới đây là ý kiến đề xuất của các đại diện doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch.*

Trong một số bài phỏng vấn anket (dạng bài thường được sử dụng khi muốn thăm dò phản ứng của dư luận xã hội trước những sự kiện, vấn đề có ảnh hưởng, tác động tới các nhóm đối tượng rộng rãi trong xã hội, đang gây ra nhiều ý kiến khác nhau (Lê, 2015, 52) bằng vài câu mở đầu, sapo chuẩn bị cho việc tập hợp những ý kiến chia sẻ từ các nhà quản lý, chuyên gia để trả lời cho câu hỏi được đặt ra ở phần tí chính. Ví dụ: Bài **Doanh**

**nghiệp cần gì ở sinh viên mới ra trường?** (Báo Đà Nẵng, số 6850 ngày 3-7-2019) nêu bối cảnh cho sự xuất hiện những ý kiến tư vấn hoặc tiêu chí sinh viên cần có để nắm chắc cơ hội việc làm ngay khi ra trường. Sapo nêu: *Tháng 6, tháng 7 là thời điểm nhiều sinh viên năm cuối của các trường đại học, cao đẳng “rục rịch” ra trường, xin việc. Để SV không “sẩy chân” trong môi trường làm việc vốn khác môi trường học đường, nhiều doanh nghiệp đã chia sẻ về việc tìm hiểu kỹ nhu cầu tuyển dụng của các doanh nghiệp.*

Bên cạnh những ưu điểm là trình bày ngắn gọn lý do xuất hiện bài phỏng vấn giúp độc giả nắm bắt nhanh thông tin chủ yếu của bài thì sapo dạng này còn có hạn chế là cung cấp thông tin chung chung, thiếu chọn lọc, nhiều khi thông tin trong sapo không làm nổi bật nội dung chính của bài viết, làm “loãng” sự chú ý của bạn đọc. Ví dụ trong bài **Sớm gỡ khó mặt bằng sản xuất cho doanh nghiệp nhỏ và vừa** (Báo Đà Nẵng, số 6668 ngày 26-12-2018), sapo sử dụng 2 câu nêu bối cảnh cuộc phỏng vấn. Trong đó, câu thứ nhất nhấn mạnh việc các doanh nghiệp bày tỏ sự phấn khởi khi UBND thành phố đã thành lập cụm công nghiệp (CCN) Cẩm Lệ. Tuy nhiên, phần nội dung bài phỏng vấn anket này không trình bày việc các doanh nghiệp vui mừng vì được hưởng lợi gì từ CCN Cẩm Lệ mà phần đa các ý kiến đều nêu ý kiến về việc thành lập thêm nhiều CCN tại các khu vực Hòa Khánh Nam, Hòa Nhơn. Trong câu 2, sapo nhắc lại thông tin được nêu ở phần tít là doanh nghiệp cũng bày tỏ mong muốn thành phố sớm tháo gỡ các khó khăn về mặt bằng sản xuất nhưng phần nội dung không có ý kiến nào của doanh nghiệp đề cập đến vấn đề mặt bằng.

Một số sapo còn trình bày theo dạng báo cáo, thông tin mang tính khái quát chung chung, không làm nổi bật vấn đề trọng tâm khiến độc giả khó chú ý nội dung cốt lõi của bài. Ví dụ: Trong bài **Bứt phá trong năm mới** (Báo Đà Nẵng, số 6705-6706 ngày 1-2-2019), tác giả trích một phần nội dung Nghị quyết số 43-NQ/TW về xây dựng và phát triển thành phố Đà Nẵng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 làm sapo. Phần mở đầu này nêu ra quá nhiều lĩnh vực cần được khai thác để xây dựng và phát triển thành phố như: trở thành một trong những trung tâm kinh tế - xã hội lớn của cả nước và Đông Nam Á với vai trò là trung tâm về khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, du lịch, thương mại, tài chính, logistics, công nghiệp công nghệ cao, công nghệ thông tin, công nghiệp hỗ trợ; là một trong những trung tâm văn hóa - thể thao, giáo dục - đào

tạo, y tế chất lượng cao, khoa học - công nghệ phát triển của đất nước. Việc xuất hiện quá nhiều nội dung thông tin khiến độc giả không xác định vấn đề trọng tâm của bài phỏng vấn. Điều này gây khó khăn cho người đọc khiến họ không phán đoán được thông tin chính trong phần thân bài. Như vậy việc đọc lướt sapo sẽ không hữu ích với độc giả, lâu dần sẽ khiến họ nhàm chán và dễ bỏ qua bài phỏng vấn.

#### 4. Kết luận và khuyến nghị

Để làm nổi bật chủ đề cuộc phỏng vấn, cần có sự đầu tư về nội dung và hình thức tác phẩm như đề tài, người trả lời phỏng vấn, câu hỏi, tít, sapo... Với những chi tiết ấn tượng, độc đáo, hấp dẫn, sapo giúp độc giả nắm bắt nhanh thông tin bài phỏng vấn và trong một số trường hợp còn “nắm mắt” bạn dừng lại lâu hơn với bài phỏng vấn.

Nhìn chung, sapo trong tác phẩm phỏng vấn trên Báo Đà Nẵng đã thực hiện chức năng thông báo tóm tắt, xác định chủ đề và chứng minh tính thời sự của bài báo. Có hai dạng sapo chính là sapo giới thiệu vấn đề, sự kiện, nhân vật trả lời (thường xuất hiện nhiều trong các dạng bài phỏng vấn thời sự, phỏng vấn chuyên gia) và sapo giới thiệu lý do, bối cảnh xuất hiện cuộc phỏng vấn (thường xuất hiện trong bài phỏng vấn anket). Trong 223 bài phỏng vấn được khảo sát, không có sapo nêu tiêu đề, tính cách nhân vật. Ngoài ra, một số bài phỏng vấn anket không sử dụng sapo (chiếm tỉ lệ 16.9% năm 2017).

Bên cạnh những ưu điểm, việc sử dụng sapo trong các bài phỏng vấn còn một số hạn chế như mang tính khuôn mẫu, ít có sự sáng tạo, một số sapo còn chung chung, dài dòng, đơn điệu khiến thông tin thu được ít tính mới, gây khó khăn cho việc tiếp nhận thông tin của bạn đọc. Để nâng cao hiệu quả sử dụng sapo trong tác phẩm phỏng vấn trên Báo Đà Nẵng, chúng tôi đưa ra một số gợi ý sau:

*Một là*, phóng viên cần rèn luyện kỹ năng viết sapo. Kỹ năng này cần sự phối hợp với các kỹ năng tìm kiếm đề tài, đặt câu hỏi và đặt tít. Khi có được đề tài, góc tiếp cận mới lạ, người phỏng vấn phù hợp, phóng viên có đủ thông tin để phác thảo nội dung cuộc trò chuyện. Kết thúc cuộc đối thoại, phóng viên có đủ “chất liệu” để viết lời giới thiệu bài phỏng vấn. Với dạng bài phỏng vấn thời sự, phỏng vấn chuyên gia, phỏng vấn anket, phóng viên nên ưu tiên dạng sapo giới thiệu sự kiện, vấn đề

người trả lời phỏng vấn và sapo giới thiệu lý do, bối cảnh phỏng vấn. Với dạng bài phỏng vấn điều tra, phỏng vấn chân dung việc sử dụng cách đặt ngược vấn đề, sử dụng một giai thoại hoặc tiết lộ dữ liệu, thông tin tạo sự bất ngờ, thú vị trong sapo sẽ khơi gợi được sự tò mò của độc giả. Một số sapo còn gây sự chú ý của độc giả bằng những thông tin “độc quyền”. Dù cách viết có tính chất thông báo (trả lời câu hỏi ai, cái gì, ở đâu) hay cách viết có tính gợi mở (trả lời câu hỏi như thế nào, tại sao), sapo cũng cần được trình bày một cách ngắn gọn, logic, khoa học. Để dẫn dắt người đọc lướt qua tít, dừng lại ở sapo và tiếp tục dõi theo cuộc trò chuyện trong phần hỏi - đáp, phóng viên cần sáng tạo trong việc sử dụng ngôn từ trong phần mở đầu này.

Hai là, tòa soạn cần tạo điều kiện cho sự xuất hiện đa dạng các dạng bài phỏng vấn. Báo Đà Nẵng có thể bổ sung một số dạng bài phỏng vấn điều tra, phỏng vấn chân dung bên cạnh những dạng bài phỏng vấn thời sự, phỏng vấn chuyên gia, phỏng vấn anket hiện có. Tùy theo tính chất mỗi dạng bài phỏng vấn sẽ có các cách dẫn dắt bởi các sapo khác nhau. Bên cạnh dạng bài phỏng vấn thời sự, phỏng vấn anket có cách viết sapo trực thuật thì các dạng bài phỏng vấn chuyên gia, phỏng vấn điều tra, phỏng vấn chân dung... là “đắt dụng võ” cho dạng sapo có tính khơi gợi. Các dạng bài này cho phép phóng viên thể hiện sự sáng tạo bằng nhiều cách viết độc đáo, cuốn hút. Một số cách viết sapo có thể tham khảo như bắt đầu bằng một câu hỏi tu từ; bắt đầu bằng việc trích dẫn một câu trả lời mấu chốt có tính khái quát chủ đề; sử dụng giai thoại, câu chuyện ngắn hay một câu châm ngôn; dẫn lời nhận xét, đánh giá, bình luận về sự kiện, nhân vật hoặc có thể sử dụng một chi tiết thông tin gây sốc để gợi sự tò mò của độc giả.

Sapo có vai trò quan trọng, là phần quảng cáo nghiêm túc cho bài phỏng vấn, chắt lọc những điều thú vị, bắt mắt nhất để “neo giữ”, “mời gọi” bạn đọc. Vì vậy, phóng viên cần dành thời gian nghiên cứu, lựa chọn cách viết sapo sao cho hợp lý, ấn tượng, thu hút bạn đọc khiến họ quyết định tìm hiểu thông tin được trình bày trong phần tiếp theo của bài phỏng vấn.

### Tài liệu tham khảo

- Loic Hervouet, *Viết cho độc giả*, Lê Hồng Quang dịch (1999), Hội Nhà báo VN.
- Lê Ngọc Hùng (2019), “Các lý thuyết truyền thông về dư luận xã hội và vận dụng trong nghiên cứu dư luận xã hội vùng dân tộc thiểu số”, Tạp chí *Lý luận chính trị* cập nhật ngày 28/5/2019. <http://lyluanchinhtri.vn/home/index.php/nguyen-cuu-ly-luan/item/2822-cac-ly-thuyet-truyen-thong-ve-du-luan-xa-hoi-va-van-dung-trong-nghien-cuu-du-luan-xa-hoi-vung-dan-toc-thieu-so.html>.
- Đình Văn Hường (2011), *Các thể loại báo chí thông tấn*, NXB Giáo dục Việt Nam.
- Nguyễn Thành Lợi (2016), “Bàn về lý thuyết “thiết lập chương trình nghị sự” trong môi trường truyền thông Internet”, Tạp chí *Người làm báo*, cập nhật ngày 29/6/2016. <http://www.nguolambao.vn/ban-ve-ly-thuyet-thiet-lap-chuong-trinh-nghi-su-trong-moi-truong-truyen-thong-internet-n2275.html>.
- Lê Thị Nhã (2015), *Giáo trình phỏng vấn báo chí*, NXB Thông tấn, Hà Nội.
- Hữu Thọ (1997), *Công việc của người viết báo*, NXB Giáo dục, Hà Nội.
- Nguyễn Thị Thoa (2011), *Giáo trình tác phẩm báo chí*, NXB Giáo dục, Hà Nội.

## THE PREWORD (SAPO) IN THE INTERVIEW WORK IN DANANG NEWSPAPER

Tran Thi Tuyet, Le Van Truc Ly

*The University of Danang - University of Science and Education*

**Abstract:** Interview article is a conversation between a journalist and an interviewee about an event, current affairs or a person of public interest. Among the interviewing elements such as subject, interviewee, question, answer, title, preface (sapo), information box (box) and images, sapo plays the role important. Sapo, also known as a prologue, a quote, a preface, an introduction, a roadmap summarizing the main content of the article. Through the survey, we found that there are three types of sapo that often appear in interview articles: sapo which introduced subject and/or interviewee; sapo which provided the reason, context of the interview, and sapo which stated the biography and achievement of the interviewee. This article focuses on sapo research in interview articles published in Da Nang Newspaper 2017, 2018 and 2019. The article also gives some suggestions on using sapo to improve the quality of interview articles in Da Nang Newspaper, meeting the increasing information needs of readers..

**Key words:** prologue; introductions; foreword; preface; interview article; Da Nang Newspaper.