

Căn cứ để soạn tóm tắt bài báo-tạp chí

Khi tiến hành soạn tóm tắt bài báo, người soạn bản tóm tắt không có nhiều căn cứ như khi soạn tóm tắt sách. Vì mỗi loại ấn phẩm có những đặc thù riêng về mặt loại hình tài liệu. Bài báo đưa thông tin nhanh, đề cập vấn đề mang tính thời sự hơn, được xuất bản nhanh hơn... Do đó ngoài nhan đề hầu như không có đầy đủ 6 yếu tố tiếp theo như sách. Nhưng bài báo có thể xem lướt thuận tiện hơn xem lướt sách, vì bài báo có độ dài ngắn hơn sách rất nhiều. Đây là ưu thế mạnh nhất khi soạn tóm tắt bài báo và tạo ra cơ sở cho các cách thức tiếp cận nội dung cốt lõi bài báo khác với sách, cũng đồng thời đòi hỏi người soạn tóm tắt phải có năng lực, kinh nghiệm và sự hiểu biết nhất định.

Có thể nêu hai hướng cơ bản tiếp cận nội dung bài báo như sau:

A-Cấu trúc văn bản:

Người ta đã tổng kết và xác định được mỗi văn bản bao giờ cũng được trình bày theo một cách nào đó nhưng phải nêu bật được chủ đề cơ bản hay ý tưởng chính của tác giả văn bản muốn gửi tới người đọc. Người ta gọi đó là câu chủ đề. Câu chủ đề có thể là một câu đơn giản hoặc một câu phức hợp.

Các phần còn lại chỉ là những chi tiết, sự kiện riêng giải thích, hỗ trợ minh họa hoặc chứng minh tư tưởng chính, xoay quanh tư tưởng chính. Đó là các ví dụ, giải thích, sự kiện và những bằng chứng hỗ trợ. Những chi tiết này chỉ cung cấp thông tin bổ sung, nhưng lại cần thiết để nhận ra tư tưởng chính của

văn bản, câu chủ đề (tư tưởng chính). Cho nên để khám phá nội dung chính yếu của bài báo, điều quan trọng đầu tiên là phải biết phân biệt nhanh và chính xác giữa các chi tiết, sự kiện hỗ trợ, minh họa, giải thích và câu chủ đề trong một văn bản.

Xác định chính xác các chi tiết, sự kiện hỗ trợ, minh họa, giải thích trong một bài báo cũng không kém phần quan trọng như xác định chính xác câu chủ đề. Điều đó sẽ đảm bảo không bị lẫn giữa các chi tiết, sự kiện hỗ trợ, minh họa, giải thích với câu chủ đề. Có nghĩa là không bị nhầm lẫn giữa thành phần chính yếu và thành phần phụ trong một văn bản.

Thông thường có một số cách thức được các tác giả sử dụng để tổ chức, trình bày các chi tiết hỗ trợ như sau:

- * Theo trật tự thời gian
- * Liệt kê các sự kiện, bằng chứng... theo lô gích
- * So sánh đối chiếu các sự kiện, bằng chứng...
- * Nguyên nhân và kết quả
- * Định nghĩa và giải thích

Câu chủ đề thường xuất hiện ở những vị trí khác nhau của một văn bản. Người ta đã tổng kết được **có 6 vị trí khác nhau trong văn bản thường xuất hiện câu chủ đề.**

1. Câu chủ đề nằm ngay trong nhan đề bài báo

Ở dạng văn bản này, nội dung cốt lõi của văn bản đã được tác giả thu tóm gọn trong chính nhan đề bài báo. Vì vậy toàn bộ văn bản chỉ là triển khai các ý của nội dung chính và chứng minh tính đúng đắn của vấn đề cũng như đưa ra nhiều chi tiết sự kiện minh họa cho các luận giải. Đây là dạng văn bản dễ nhận dạng nhất.

Ở đoạn kết thúc bài báo tác giả thường thu tóm lại nội dung cốt lõi của văn bản, nhưng ở một dạng viết khác và đầy đủ hơn nhan đề bài báo. Vì nhan đề bài báo thường phải được viết ngắn gọn.

2. Câu chủ đề nằm trong phần mở đầu bài báo

Ở dạng văn bản này, ngay trong phần mở đầu tác giả đã đưa ra nội dung cốt lõi của văn bản. Còn các phần tiếp theo chỉ là triển khai các ý của nội dung cốt lõi, chứng minh tính đúng đắn của các khía cạnh của nội dung và đưa ra nhiều chi tiết, sự kiện, thí dụ và minh họa cho các luận giải. Đây cũng là một dạng cấu trúc văn bản ở dạng giản đơn, dễ nhận dạng.

3. Câu chủ đề nằm trong phần thân bài báo

Ở dạng văn bản này, đoạn mở đầu và đoạn kết thúc văn bản chỉ nêu vấn đề (mở đầu) và giải trình, chứng minh các luận điểm (mở đầu và kết thúc). Vì câu chủ đề (nội dung cốt lõi) nằm ở giữa bài báo, nên tác giả phải giải trình và chứng minh các luận điểm thành hai phần.

Phần trên câu chủ đề chỉ là giải trình và chứng minh, đưa ra các chi tiết hỗ trợ được một nửa nội dung. Phần thứ hai, phần còn lại của giải trình và chứng minh, bổ sung các chi tiết hỗ trợ, được thực hiện sau câu chủ đề, vì vậy thường chỉ giải trình và chứng minh tiếp phần đầu.

Cấu trúc này thường khó viết, nếu viết không khéo dễ bị lộn xộn, người đọc khó nhận ra nội dung cốt lõi. Trên thực tế chúng ta ít gặp, nếu gặp phải, người soạn tóm tắt phải hết sức thận trọng để xác định đâu là câu chủ đề, để không bị lẫn với các luận giải, chi tiết, minh họa.

4. Câu chủ đề nằm trong phần kết thúc bài báo

Ở dạng văn bản này, kết thúc bài báo là câu chủ đề, nội dung cốt lõi của bài báo chính là kết luận bài báo. Như vậy toàn bộ bài báo được cấu trúc theo dạng mẫu mực cổ điển: a) nêu vấn đề; b) luận giải, chứng minh và chi tiết hỗ trợ; c) kết luận.

Đây là dạng cấu trúc thường gặp và cũng dễ nhận dạng, không khó khăn nhận ra câu chủ đề, nội dung cốt lõi của bài báo.

1. Câu chủ đề nằm ở hai nơi phần mở đầu và phần kết thúc bài báo.

Ở dạng văn bản này, có thể nói có cấu trúc không khác dạng trên là bao, nếu ta không để ý tới câu chủ đề được nêu ngay trong đoạn mở đầu. Nghĩa là văn bản có cấu trúc dạng cổ điển: a) nêu vấn đề; b) luận giải và chứng minh, chi tiết hỗ trợ; c) kết luận. Nhưng tác giả nêu ngay câu chủ đề ở đoạn mở đầu nhằm nhấn mạnh ý tưởng chính của văn bản.

Thông thường tuy câu chủ đề nằm hai nơi, nhưng được diễn đạt không giống nhau hoàn toàn; câu chủ đề nằm ở kết thúc văn bản thường được viết đầy đủ nhất, trong sáng nhất, được tác giả dụng công nhất.

6. Câu chủ đề không nằm trong bài báo mà nằm ngoài bài báo

Ở dạng văn bản này phải suy đoán sau khi đã đọc kỹ toàn văn bản. Đây là dạng văn bản khó nhận biết nội dung cốt lõi nhất trong các dạng cấu trúc văn bản. Vì một lý do tế nhị hoặc dụng ý tác giả, văn bản được trình bày hoàn toàn bằng các luận giải, chứng minh, sự kiện, hình ảnh, ví dụ, chi tiết. Người đọc không thể tìm thấy trên giấy trắng mực đen câu chủ đề nêu nội dung cốt lõi của văn bản. Tuy vậy bằng nghệ thuật khéo léo trình bày, sắp xếp, dàn ý, sử dụng ngôn ngữ sau khi đọc xong văn bản, nội dung cốt lõi của văn bản hình thành rõ trong nhận thức của người đọc. Tất nhiên người đọc phải có một trình độ nhất định, có một kỹ năng đọc nhất định. Đây chính là dạng đọc ngoài câu chữ, ngôn tại ý ngoại, đọc giữa hai hàng chữ như chúng ta đã biết.

Cấu trúc văn bản dạng này, chúng ta thường gặp trong các văn bản văn học nghệ thuật, khoa học xã hội. Nhưng điều đó không có nghĩa ở các môn loại khoa học khác, người ta không sử dụng dạng kết cấu này.

Như vậy có thể khẳng định trong các loại văn bản hiện đại, không thể có một nơi nào khác chứa câu chủ đề ngoài 6 vị trí nêu trên.

Trong 6 loại cấu trúc văn bản trên đây, loại thứ 6 là khó nhận dạng nhất, đòi hỏi nhiều công sức. Nhưng trong thực tiễn sinh động của các loại văn bản hiện nay, không phải tất cả các văn bản đều được viết tuân theo một trong các dạng cấu trúc trên đây một cách nghiêm ngặt. Có thể chúng được viết phối hợp hoặc pha tạp theo hai dạng cấu trúc trở lên. Vấn đề còn phụ thuộc vào năng lực, sở trường của người viết.

Trên đây chỉ là những mô hình gợi ý giúp chúng ta dễ dàng, nhanh chóng nhận ra cấu trúc thật sự của từng văn bản cụ thể để có thể tóm được đúng câu

chủ đề do tác giả đưa ra. Vấn đề là phải rèn luyện kỹ năng nhận biết nhanh chủ đề nằm ở vị trí nào trong một bài báo cụ thể. Điều này cũng còn phụ thuộc vào:

- a. Ngành khoa học (khoa học xã hội hay khoa học tự nhiên, khoa học ứng dụng hay văn hoá nghệ thuật). Thông thường các văn bản thuộc khoa học tự nhiên, khoa học ứng dụng có cấu trúc đơn giản hơn, dễ nhận ra câu chủ đề hơn các văn bản thuộc khoa học xã hội hay văn hoá nghệ thuật;
- a. Hướng tiếp nhận bài báo hoặc đối tượng người đọc (nghiên cứu hay sản xuất, học tập nâng cao hay phổ cập). Ở các văn bản được viết cho học sinh, sinh viên, người sản xuất (ứng dụng) hoặc người đọc rộng rãi thường được trình bày ở dạng cấu trúc đơn giản, dễ nhận ra câu chủ đề;
- a.

Ở mỗi mức độ phụ thuộc này mà câu chủ đề thường hay xuất hiện ở một hoặc một vài vị trí nhất định trong bài báo thuộc 6 vị trí nêu trên.

Người ta khó hoặc không thể áp dụng cách tiếp cận cấu trúc văn bản đối với loại sách. Vì khối lượng (độ dài-số lượng từ của một cuốn sách) quá lớn. Nhưng cũng có thể áp dụng cho những cuốn sách mỏng, hoặc tiếp cận từng chương sách khi cần thiết. Nghĩa là có thể sử dụng xen kẽ khi tiến hành xem lướt văn bản gốc.

Như vậy khi soạn tóm tắt cho một bài báo, người soạn phải tìm được chính xác câu chủ đề của một bài báo. Câu chủ đề này vẫn chưa hoàn toàn trùng

khớp với yêu cầu của một bản tóm tắt. Tuy vậy câu chủ đề này thường thoả mãn câu hỏi một và một phần nào câu hỏi hai của một bản tóm tắt đã được trình bày ở trên. Bổ sung trả lời các câu hỏi còn lại là không khó khi đã xác định được đúng, chính xác câu chủ đề (câu hỏi một).

B-Cấu trúc nội dung:

Để khám phá chính xác nội dung một văn bản, người ta còn có một cách khác. Đó là vận dụng lý thuyết truyền tin. Theo lý thuyết này, một văn bản bất kỳ đều được xem như là một thông điệp của người gửi chuyển tới người nhận một ý tưởng nào đó.

Từ một ý tưởng trong đầu người gửi thông điệp, để hình thành một văn bản, phải trải qua các giai đoạn sau, theo lý thuyết thông tin (truyền tin): hình thành ý tưởng - > ý tưởng được mã hoá -> chuyển qua kênh liên lạc (sách, báo) -> tới người nhận - > người nhận phải giải mã (đọc) để tiếp nhận ý tưởng của người gửi.

Quá trình truyền tin được xem là thành công chỉ khi nào ý tưởng của người gửi được người nhận tiếp thu đầy đủ, trọn vẹn không bị thất thoát, sai lạc, méo mó. Có nghĩa là các giai đoạn trên đây được thực hiện không sai sót.

Trong quá trình này bao gồm 5 bước liên tiếp nối kết giữa người gửi và người nhận thông tin: (1) **Người gửi** – hình thành hoặc chọn lựa; (2) **ý tưởng** - được mã hoá; (3) **Thông điệp** – truyền qua kênh liên lạc; (4) **Người nhận** – giải mã; (5) **Hiểu rõ ý tưởng**. Kết quả của quá trình này được đánh giá ở sự trùng khớp giữa ý tưởng (của người gửi) và hiểu rõ ý tưởng (của người nhận).

Ở đây chúng ta chỉ đề cập và phân tích về bộ mã và xem như các khâu khác là tuyệt hảo (sự hình thành hoặc chọn lựa ý tưởng và in tài liệu). Như vậy giữa người gửi và người nhận thông điệp phải sử dụng cùng một bộ mã mới đảm bảo cho quá trình truyền tin thành công.

Hay nói cách khác, nếu hiểu không giống nhau về bộ mã sẽ dẫn đến sai lạc nội dung, không hiểu nhau một cách trọn vẹn, thông điệp không được hiểu đầy đủ hoặc mất một phần, thậm chí có thể mất hết ý nghĩa.

Trong một văn bản hiện nay, dù là một bài thơ hay một cuốn tiểu thuyết trường thiên, một luận văn khoa học, một báo cáo... đều được xem là một thông điệp của người gửi (tác giả) gửi tới người nhận (người đọc), thông qua các kênh liên lạc truyền thống (sách, báo, tạp chí) hoặc hiện đại (dạng số hoá).

Các văn bản này đều được mã hoá theo ba lớp khác nhau.

Có nghĩa là muốn hiểu rõ một văn bản, người đọc (người tiếp nhận) phải giải được thành thạo và trọn vẹn ba lớp mã này. Đó là:

1.

1.

1. **Lớp mã ngôn ngữ.**

Lớp mã tư duy:

Thông thường hiện nay chúng ta phân biệt hai loại tư duy. Đó là tư duy lô gích và tư duy hình tượng hoặc phối hợp giữa tư duy lô gích và tư duy hình tượng. Mỗi kiểu tư duy trên đây có những đặc điểm riêng, không giống nhau hoàn toàn, thậm chí trái ngược nhau.

Tư duy lô gích thiên về trình bày khái niệm, tuân theo các suy đoán, phán đoán, qui tắc lô gích. Còn tư duy hình tượng lại thiên về hình ảnh chọn lọc, cảm xúc tiêu biểu và cố gắng mô tả hướng tới những hoàn cảnh điển hình với những tính cách điển hình trong một xã hội cụ thể.

Đây là lớp mã thứ nhất chế ngự các lớp mã sau đậm nét hoặc mờ nhạt, nhưng bao giờ cũng được thể hiện ở tầng sâu nhất của một văn bản.

Lớp mã chuyên ngành:

Là lớp mã thứ hai, bao gồm các nguyên tắc, qui tắc, nguyên lý, công thức, tri thức, sự kiện chuyên ngành thuộc một trong hai kiểu tư duy vừa nêu ở trên: tư duy khoa học (tư duy lô gích) hoặc tư duy nghệ thuật (tư duy hình tượng). Đó là các lĩnh vực khoa học, kỹ thuật, văn học nghệ thuật cụ thể: vật lý, hoá học, toán, công nghệ thông tin, xây dựng... (thuộc tư duy lô gích), thơ, kịch, tiểu thuyết, phim truyện... (thuộc tư duy hình tượng) và triết học, phê bình văn học, sử học... (phối hợp giữa tư duy lô gích và tư duy hình tượng).

Đây là lớp mã cơ bản của mỗi thông điệp, tạo ra nội dung chính yếu của mỗi thông điệp.

Lớp mã ngôn ngữ:

Chính là lớp mã thể hiện hai lớp mã trên. Hay nói cách khác là hai lớp mã trên chỉ được thể hiện thông qua lớp mã thứ ba này. Đồng thời cũng là mã chuyển đổi ngôn ngữ A sang ngôn ngữ B (chữ Việt sang chữ Anh hoặc Nga và ngược lại). Kết quả cuối cùng thể hiện một ý tưởng chính là lớp mã thứ ba: ngôn ngữ.

Tuỳ theo mức độ chuyên sâu của thông điệp, các lớp mã trên đây được phối hợp chặt chẽ, đầy đủ và hoàn chỉnh.

Một thông điệp bình thường nhất, đơn giản nhất chỉ thể hiện hoặc hầu như chỉ thể hiện lớp mã thứ ba: ngôn ngữ và tất nhiên không một thông điệp nào mà không thể hiện lớp mã thứ ba. Thí dụ: Thư viện Quốc gia Việt Nam mở cửa từ 7h30 sáng đến 20h tối hàng ngày.

Loại thông điệp này rất phổ biến trong đời sống hàng ngày và cũng rất phổ biến trên mặt báo. Ở loại thông điệp này lớp mã tư duy và lớp mã chuyên ngành hầu như không thể hiện rõ nét hoặc hết sức mờ nhạt. Lớp mã ngôn ngữ cũng rất đơn giản, dễ hiểu.

Cao hơn là sự phối hợp giữa hai lớp mã ngôn ngữ và lớp mã chuyên ngành. Thí dụ: Thư viện Quốc gia Việt Nam là một thư viện khoa học tổng hợp phục vụ các nhà quản lý và chuyên môn thuộc mọi lĩnh vực, đồng thời phục vụ công chúng rộng rãi, nơi tàng trữ ấn phẩm dân tộc và về dân tộc của nước Việt Nam.

Ở loại thông điệp này, chúng ta đã thấy rất rõ kiến thức chuyên ngành thư viện và kiểu tư duy lô gích, trình bày khái niệm và được thể hiện thông qua