

VŨ THỊ CHÍN. 2007. Phép lặp từ trong tiêu đề báo chí Nga, *Tạp chí Ngôn ngữ*, số 10, trang 52-58.

Trong cuộc đấu tranh quyết liệt để giành độc giả, để thu hút sự quan tâm chú ý của “các thượng đế” hầu hết các báo, các nhà xuất bản ở Nga đều sử dụng tiêu đề như một “bảo bối” với hàng loạt thủ thuật ngôn ngữ độc đáo, hấp dẫn, những biện pháp và phương tiện tu từ đặc sắc, đa dạng. Rõ ràng là báo chí ngày nay đã đáp ứng được những yêu cầu ngày càng đa dạng, khẩn trương của bạn đọc, làm cho họ hài lòng. Thành công này có sự đóng góp rất lớn của phép lặp từ - hay còn gọi là điệp từ, điệp ngữ. Trên báo chí Nga các nhà báo thường sử dụng hai cách lặp từ chủ yếu:

- Lặp lại đầy đủ, nguyên vẹn toàn bộ các thành tố
- Lặp lại không đầy đủ, không nguyên vẹn (lặp lại một phần) các thành tố

Cách kết hợp tài tình các loại hình điệp ngữ với các dấu chấm câu đã giúp các tiêu đề như có âm thanh, có hình tượng hơn. Sự cân đối, nhịp nhàng, hài hoà giữa các vế tạo thành vần, thành điệu như trong thơ ca, ca dao, thành ngữ, tục ngữ... làm cho các tiêu đề uyển chuyển, hấp dẫn, dễ nhớ, dễ thuộc và để lại trong lòng độc giả những “ấn tượng khó phai” cả trước, sau và trong khi đọc bài báo.

In the “battle” of acquiring and attracting customers, most of publishers in Russia use headlines as their “sharp weapon” utilizing variety of unique word creation methods in combination with rhetorical devices. It is clear that today’s newspapers successfully satisfy the need of readers which is becoming more and more demanding and diverse. This success is partly attributed to repetition of words or repeated words. There are two main forms of repetition used by Russian journalists:

- Repetition of all word components
- Repetition of part of word components

The combination of repeated words and punctuations makes headline content seem like audible and visible. The balance and harmony of combination of repeated words create rhythm, melody similar to verses, folk verses, idioms, proverbs, etc. that makes headlines smoother, more attractive, easy to remember and have a “deep impression” on readers before and after reading an article.