

NGÔN NGỮ VÀ VĂN HOA

VAI TRÒ CỦA NGÔN NGỮ TRONG GAMESHOW “CHÚNG TÔI - CHIẾN SĨ”

NGUYỄN THỊ THANH HƯƠNG*

TÓM TẮT: “Chúng tôi - Chiến sĩ” được coi là chương trình trò chơi truyền hình (Gameshow) đặc biệt của VTV do phải đáp ứng hai yêu cầu: phục vụ mục đích giải trí và đảm bảo yếu tố nghiêm túc do đây là chương trình liên quan đến Quân đội nhân dân nơi các quy định nghiêm khắc phải được ưu tiên hàng đầu. Để đạt được những yêu cầu khắt khe đó, bên cạnh các yếu tố về nội dung chuyên môn, ngôn ngữ sử dụng trong chương trình đóng vai trò kết nối các nội dung với nhau, làm cho chương trình mang tính chất giải trí nhưng vẫn đảm bảo tính nghiêm túc. Bài viết này hướng sự quan tâm đến các đặc trưng ngôn ngữ của gameshow và vai trò của các yếu tố này trong việc truyền tải thông điệp của chương trình.

TỪ KHOẢ: gameshow; đặc trưng ngôn ngữ; vai trò kết nối; truyền tải thông điệp.

NHẬN BÀI: 22/11/2021.

BIÊN TẬP-CHỈNH SỬA-DUYỆT ĐĂNG: 19/1/2022

1. Giới thiệu chung

2.1. Gameshow

Không khó để nhận thấy rằng trong những năm gần đây ngày càng có nhiều các gameshow (trò chơi truyền hình) xuất hiện trên các kênh truyền hình. Với hình thức đa dạng, phong phú, nhằm phục vụ cho các đối tượng khán giả khác nhau, các gameshow này thực sự mang lại cho người xem cũng như người chơi những phút giây thư giãn, vui vẻ đúng với mục đích giải trí của dạng chương trình này. Theo Laurinavičius R. và Tymulis D., bắt đầu xuất hiện trên đài phát thanh và truyền hình vào cuối những năm 1930, trong suốt những năm 1950, các gameshow nhanh chóng trở thành một mục cố định và có thể được phát sóng vào khung giờ vàng. [9, 2020].

1) Khái niệm gameshow

Có rất nhiều định nghĩa về gameshow. Từ điển "The Collaborative International Dictionary" và "Collins dictionary" đều đưa ra định nghĩa gameshow là một chương trình truyền hình trong đó các thí sinh chơi trò chơi để cạnh tranh để giành giải thưởng. [5, 2013], [6, 2005]. Một số từ điển khác cũng đưa ra các định nghĩa tương tự: Gameshow là một chương trình phát thanh hoặc truyền hình hoặc một tập của chương trình liên quan đến các thành viên của công chúng hoặc những người nổi tiếng - cá nhân hoặc thành viên của một đội - chơi một trò chơi, đặc biệt liên quan đến việc trả lời các câu hỏi, để lấy tiền mặt hoặc giải thưởng. [9].

2) Đặc điểm của gameshow ngày nay

Gameshow bên cạnh giải thưởng, là một chương trình giải trí và phải luôn tạo được sự cuốn hút, mới mẻ và tránh sự nhàm chán để có thể duy trì được lượng khán giả. Theo Manville S., các gameshow nên có định dạng chặt chẽ, đơn giản, nhưng thông minh, tinh tế và hài hước đối với cả người xem và thí sinh. Tuy nhiên, vẫn giữ được sự chân thực cùng với những khoảnh khắc căng thẳng và kịch tính. [10]. Theo screenskills.com, nhà sản xuất game thường phải đan xen vào nhiều yếu tố phụ như chọc cười khán giả, tăng sự căng thẳng giữa các đối thủ hay khơi gợi cảm xúc cho các thí sinh. [11].

3) Vai trò của người dẫn chương trình trong gameshow

Theo kibin.com, hầu hết các gameshow đều có người dẫn chương trình (MC) thường xuyên thực hiện các hoạt động. [7, 2021]. Kohanik E. cho rằng, ngoài nội dung của “trò chơi”, trong nhiều trường hợp, chính người dẫn chương trình có thể quyết định thành công chương trình. [8, 2020]. Wikihow.com quan tâm đến việc thể hiện sự tương tác thoải mái giữa MC và các thí sinh. Khán giả muốn được đảm bảo rằng MC là người dễ thương trong suốt cuộc thi, nói đùa với các thí sinh, khen ngợi họ khi họ làm tốt điều gì đó và cho phép họ thể hiện cá tính của mình. [13, 2020]. Đồng tình với

* PGS.TS; Học viện Báo chí & Tuyên truyền; Email: thanhhuong6130@gmail.com

các quan điểm trên, Tomashoff C. cho rằng MC phải có khả năng quản lí trò chơi, giải thích nhanh, khiến thí sinh và người xem hứng thú bằng cách tung ra một số câu nói hoan hỷ dí dỏm. [12, 2017].

1.2. Khái quát về gamesgame “Chúng tôi - Chiến sĩ”

“Chúng tôi - Chiến sĩ” (CT-CS), sự tiếp nối của “Chúng tôi là chiến sĩ”, là gameshow của Đài Truyền hình Việt Nam, nhằm phục vụ và nâng cao đời sống tinh thần của các cán bộ, chiến sĩ đang làm việc và công tác tại Quân đội nhân dân Việt Nam ở khắp mọi miền Tổ quốc. Trong suốt thời gian 15 năm phát sóng, dù có đã có sự thay đổi tên gọi hay format chung nhằm mang đến cho khán giả những “món ăn” đặc sắc và mới lạ như sự tham gia của khách mời là những nữ nghệ sĩ, MC, người đẹp nổi tiếng hay tùy thuộc vào đặc thù của từng đơn vị, lợi thế văn hóa của từng vùng, miền, đây vẫn là chương trình nhằm tôn vinh những người lính. Thông qua chương trình, những người làm truyền hình với Quân đội và các lực lượng đã tham gia tạo sự gắn kết, chia sẻ, đồng cảm. Thông điệp của chương trình không những chỉ là thể hiện sự hào hùng, tinh ki luật và sức mạnh quân đội, niềm tự hào về truyền thống đơn vị, mà còn đề cao sức mạnh con người, thể hiện ý chí - bản lĩnh - trí tuệ và sự nam tính.

Trên nguyên tắc chấp hành nghiêm túc điều lệnh, điều lệ, các quy định của quân đội, nhưng cũng hướng tới sự đổi mới, sáng tạo, chương trình luôn đổi mới để hấp dẫn bộ đội và công chúng, vui hơn, trẻ trung hơn, sát với đời sống bộ đội. Việt Nam là đất nước đã trải qua biết bao thế kỉ đấu tranh giữ nước và gần đây nhất là hai cuộc trường chinh chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ. Không có một gia đình nào trên mảnh đất bé nhỏ này là không có người thân đã từng tham gia quân ngũ. Dù chiến tranh đã qua đi hơn gần nửa thế kỉ nhưng những ảnh hưởng sâu đậm của nó vẫn còn hiện hữu trong mọi lĩnh vực của cuộc sống. Hình ảnh anh “bộ đội cụ Hồ” tham gia bảo vệ Tổ quốc, tham gia khắc phục hậu quả thiên tai, bệnh dịch cùng với người dân cả nước luôn là những hình ảnh được trân trọng. Điều này phần nào lí giải vì sao chương trình CT-CS lại nhận được sự quan tâm của một số lượng người xem đông đảo, giúp chương trình có thể giữ sóng trong một khoảng thời gian dài như vậy.

2. Đặc trưng ngôn ngữ của gameshow “Chúng tôi - chiến sĩ”

CT-CS là một gameshow mang tính đặc thù do phải đảm bảo yếu tố nghiêm túc vốn có của quân đội, điều có thể dẫn đến sự nhàm chán, cứng nhắc hay khô khan của chương trình. Và cũng chính đặc điểm này khiến vai trò của ngôn ngữ với chức năng kết nối các hoạt động trở nên rất quan trọng nhằm tạo nên sự hấp dẫn của chương trình. Các khía cạnh ngôn ngữ được quan tâm tới trong bài viết này bao gồm ngôn ngữ của phân giới thiệu đơn vị, ngôn ngữ của MC, khách mời, ban giám khảo và người chơi.

2.1. Ngôn ngữ chính luận

Theo suretest.vn, các đặc trưng của phong cách chính luận bao gồm: 1/Tính công khai về quan điểm chính trị thông qua những từ ngữ thể hiện lập trường, quan điểm; 2/Tính chặt chẽ trong diễn đạt và suy luận nhờ sử dụng nhiều từ ngữ liên kết; 3/Tính truyền cảm, thuyết phục được thể hiện ở giọng văn hùng hồn, tha thiết hỗ trợ cho lí lẽ ngôn từ;

Phương tiện diễn đạt phong cách chính luận có các đặc trưng: 1/Về từ ngữ: sử dụng ngôn ngữ thông thường nhưng được dùng rộng khắp trong sinh hoạt chính trị; 2/Về ngữ pháp: câu văn có kết cấu chuẩn mực dưới dạng câu phức hợp với từ ngữ liên kết; 3/Về biện pháp tu từ: đa dạng nhằm thuyết phục người đọc, người nghe bằng lí lẽ và lập luận. [4].

Trong CT-CS, các đặc điểm của phong cách chính luận thường được nhận diện ở phân giới thiệu đơn vị tham gia. Có thể được kết hợp với phần lời bình của một đoạn phim tài liệu, các phóng sự ngắn về truyền thống của đơn vị và công việc hiện tại thường được thể hiện thông qua giọng đọc của các nghệ sĩ, phát thanh viên với cách phát âm, diễn đạt khúc chiết, rõ ràng, mạch lạc và ngữ điệu chuẩn thực sự hoàn thành nhiệm vụ giới thiệu truyền thống hào hùng của đơn vị. Ví dụ:

- *Đồng bào chú ý đồng bào chú ý máy bay địch cách Hà Nội 50km.*

Bắt đầu từ đêm ngày 18 đến 29/12/1972 đế quốc Mỹ đã dùng 663 lần máy bay B52 và các loại máy bay cường kích khác đánh phá rất ác liệt, có tính chất hủy diệt Hà Nội, Hải Phòng. Đứng trước tình huống nguy hiểm, cấp bách, ngay đêm 18 tháng 12, tiểu đoàn 52 thuộc biên chế Trung đoàn Tên lửa 267, từ trận địa Đất Thét, dưới sự chỉ huy của tiểu đoàn phó Trần Ngọc Vinh đã phóng 2 quả đạn

hạ một pháo đài bay B52 của giặc Mĩ khi chúng từ Hà Nội bay về căn cứ. Đây là chiếc B52 đầu tiên do trung đoàn bắn rơi.

Chiến công này là minh chứng cho lòng dũng cảm và ý chí quật cường và sự mưu trí, chiến thuật lấy yếu đánh mạnh, lấy ít địch nhiều, bách chiến bách thắng. Một truyền thống vô cùng vẻ vang trong suốt 55 năm xây dựng, chiến đấu và trưởng thành của Trung đoàn Tên lửa 267. (12/3/2021).

- Trung đoàn Đặc công 198 nay là Lữ đoàn Đặc công bộ 198, được thành lập vào ngày 19 tháng 8 năm 1974 tại xã Chư Nghé, huyện Chư Pá, tỉnh Gia Lai. Ngay sau khi thành lập, Trung đoàn đã nhanh chóng làm tốt mọi công tác chuẩn bị cho chiến dịch giải phóng Buôn Ma Thuột, một mắt xích quan trọng trong chiến dịch Tây Nguyên, hiệu lệnh đồng thời nổ súng vào 2h ngày 10/3/1975 đánh chiếm, chốt giữ sân bay Buôn Ma Thuột, kho Mai Hắc Đế và sân bay Hoà Bình. Trung đoàn 198 hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ trong chiến dịch, mở màn cho cuộc tổng tiến công nổi dậy năm 1975.

Viết tiếp truyền thống cha ông, trong thời kì mới, cán bộ, chiến sĩ Lữ đoàn Đặc công bộ 198 vẫn luôn say sưa trong huấn luyện kĩ thuật đặc công, luôn coi trọng huấn luyện từ thấp lên cao, xuất phát từ cách đánh của bộ đội Đặc công "Luôn sâu bám tốt, đánh trúng mục tiêu" (24/4/2021).

2.2. Ngôn ngữ phỏng vấn

Tính ngắn gọn, súc tích, cô đúc, mới mẻ và hấp dẫn cao là yêu cầu không thể thiếu được đối với phong vấn. Trong một thời gian ngắn nhất, với một lượng ngôn từ ít nhất, phỏng vấn phải chuyên tải được một lượng nội dung thông tin nhiều nhất, mới mẻ nhất, phong phú và sâu sắc về vấn đề đang đề cập, giải đáp rõ ràng những gì công chúng đang thắc mắc và quan tâm, nhưng phải luôn cô đúc, ngắn gọn mà vẫn sinh động, hấp dẫn. Trong CT-CS, phong cách này được sử dụng khi MC phỏng vấn các nhân chứng lịch sử, đại diện đơn vị, khách mời, ban giám khảo, người chơi và khán giả. Đây là những thời điểm là vai trò của MC được thể hiện rõ ràng nhất, bởi trong gameshow này, những hỏi-đáp ngắn còn được coi như những gia vị không thể thiếu góp phần tạo nên không khí vui vẻ, gần gũi, khích lệ người chơi.

Ví dụ: Phỏng vấn khách mời (KM) - ca sĩ Tô Hoa - sau khi tham gia trải nghiệm thử thách kĩ năng của bộ đội Đặc công với vai trò con tin được giải cứu

MC. Tô Hoa, Tô Hoa, đồng chí có làm sao không? Trời ơi! Vẫn còn nguyên.

MC. Xem xem có xước xát ở đâu không nào?

KM. Đây, đây. Đang sợ.

MC. Chúc mừng đồng chí đã được giải cứu thành công. Hãy cho tôi biết cảm nhận của đồng chí khi làm con tin và khi được giải cứu?

KM. Tôi cảm thấy vô cùng hồi hộp vì đây là lần đầu tiên được nghe thấy tiếng súng và được ngửi quá nhiều khói. Tôi bị sặc. Tôi cảm thấy vô cùng nguy hiểm, vô cùng nguy hiểm. Và lúc đấy khi bị dao kề vào cổ tôi cảm thấy rất sợ. Đây là lần đầu tiên mà mình có cảm giác là toàn bộ da gà trên người nổi hết cả lên. Mình cảm thấy bộ đội đặc công thật là tài giỏi.

MC. Những mà khoản khắc mà các chiến sĩ từ trên nóc xe ào vào, nhảy phi vào qua cửa sổ của xe ô tô?

KM. Ôi mình được cứu rồi.

MC. Bạn thấy hoành tráng, có giống trong bộ phim hành động? Như ở trong điện ảnh đúng không? Đây cũng là sự tinh nhuệ đặc biệt của bộ đội đặc công. (24/4/2021).

2.3. Ngôn ngữ tường thuật sự kiện

Theo Nguyễn Tri Niên (2002), nhờ ngôn ngữ sự kiện mà ngôn ngữ báo chí đạt được các yêu cầu về tính mới và cụ thể, là hai yếu tố căn bản tạo ra tính thời sự, giúp cho nhà báo "tránh lặp lại, tránh khuôn sáo" và tạo ra động lực tìm cách diễn đạt sáng tạo. [3]. Tường thuật được dùng để mô tả một trải nghiệm hoặc một câu chuyện bao gồm một loạt hành động hoặc một chuỗi sự kiện tuân theo một trật tự logic và diễn ra theo thứ tự thời gian.

Trong CT-CS, MC tường thuật các hoạt động khi các đội tiến hành thi đấu thể chất hoặc kĩ năng nghiệp vụ. Dù phần nội dung này tập trung vào cạnh tranh về sức khỏe và kĩ năng, phần tường thuật

của MC tạo nên không khí sôi nổi, kịch tính khiến cho khán giả bị thực sự cuốn hút. Ví dụ: tường thuật phân giải cứu con tin của bộ đội đặc công.

Thử thách kỹ năng ngày hôm nay dành cho hai đội chơi của Lữ đoàn Đặc công 198, binh chủng Đặc công có tên gọi là Tiến công khủng bố, giải thoát con tin trên ô tô. Đây là một hình thức chiến thuật của bộ đội Đặc công trong nhiệm vụ chống khủng bố.

Nhiệm vụ này đòi hỏi phải bí mật bất ngờ, nhanh chóng, chính xác và điều quan trọng nhất đảm bảo an toàn tính mạng cho con tin.

Và hôm nay hai con tin của chúng ta là ca sĩ Tô Hoa và nghệ sĩ ưu tú Quang Thắng đang rất chờ đợi hai đội tới để giải cứu họ.

Đội Tinh Nhuệ sẽ là đội thi trước. Trong tình huống giả định này, một nhóm khủng bố có trang bị vũ khí đã khống chế một nhóm con tin và đang trên đường tẩu thoát bằng ô tô.

Một tổ chiến đấu đặc công sử dụng một chiếc ô tô khác đuổi theo và tìm cách áp sát. Lúc này nhóm khủng bố đang tìm mọi cách để thoát khỏi sự truy đuổi của lực lượng đặc công. Hai chiến sĩ sẽ cơ động lên nóc xe để sẵn sàng tiến công. Đây là động tác rất khó trong hoàn cảnh xe di chuyển với tốc độ cao. Các chiến sĩ trong xe vừa cảnh giới cho đồng đội, vừa bám sát mọi chuyển động của mục tiêu.

Các con tin đang rất hoảng loạn, và tôi tin chắc là những tên khủng bố cũng đang rất lo sợ. Vâng, hai chiến sĩ đặc công đã nhảy sang nóc xe mục tiêu rồi. Một quả lựu đạn hơi cay đã được ném vào, cùng với những phát súng bắn nổ lốp xe, thì xe của nhóm khủng bố đã buộc phải ngừng di chuyển.

Vâng, rất nhanh gọn, các chiến sĩ đã tấn công vào trong xe. Những người trong xe đang được di chuyển ra ngoài. Trong tình thế hỗn loạn, tất cả những người có mặt đều bị khống chế và công tác sàng lọc sẽ được tiến hành sau đó để xác định ai là con tin, ai là khủng bố trà trộn. Vậy là nhiệm vụ đã cơ bản hoàn thành. (24/4/2021).

2.4. Ngôn ngữ mang tính biểu tượng, liên tưởng

Với tư cách là một sản phẩm truyền thông, gameshow vẫn là một sản phẩm văn hóa tinh thần, mang tính biểu tượng, nhằm gợi lên một cái gì đó theo liên tưởng. Với những “giá trị” mang tính nhân văn, biểu tượng không những thay thế cho các đối tượng hiện thực, mà còn thay thế tất cả các quá trình, hình tượng, ý niệm của con người. Bên cạnh đó, nó còn có những thuộc tính và chức năng khác như: chức năng giáo dục, liên kết, dự báo, giao tiếp, thông tin, v.v. [2, 2011]. Trong CT-CS, tính biểu tượng được thể hiện rõ nhất trong tên gọi của các đội chơi, do chúng không chỉ là một cụm từ để phân biệt các đội chơi với nhau mà còn là nơi gửi gắm các thông điệp của cả một tập thể, mong muốn của cả đơn vị.

Trong khoảng thời gian dài phát sóng, với các hàng trăm chương trình, tên của các đội chơi với biết bao thông điệp được gửi gắm được lựa chọn theo các tiêu chí sau:

- Di tích lịch sử, địa danh đóng quân của các binh chủng: *Nhật Lệ, Cha Lo, Núi Chư Prông, Sông Pô kô, Phú thông, Ba Vì, Cao Lộc, Sông Lô, Đông A, Thành Nam, Tân Trào, Sông Lô, Hồ Lak, Bàn Đôn, Bắc Sơn, Nam Kỳ*;

- Chiến thắng mang tính biểu tượng, truyền thống của binh chủng, đơn vị: *Xuân lộc, Động Tri, Xuân Bô, Tây Sơn, Plei kân* (Bộ binh), *A69, TF41* (Thông tin liên lạc);

- Trang thiết bị đặc trưng của binh chủng: *Tàu chiến, Tàu đa năng* (Công ty đóng tàu), *Xe đạp thồ, Kho bẻ, Tuyến máy* (Hậu cần), *Xe quốc tế, Xe chiến thắng* (Xe máy), *Hoà tiễn, Vô lăng thép, Compa vàng* (Cục kỹ thuật), *Kachiusa* (Pháo Binh), *T90S, T72B3* (Tăng thiết giáp), *Rồng lửa S300* (Tên lửa), *Vô tuyến, Viễn thông* (Thông tin);

- Biểu tượng của binh chủng, mật danh của đơn vị (hình ảnh mang tính ẩn dụ): *Tre trung hiếu, Lá chắn thép* (Cảnh vệ), *Tuần mã* (Vận tải), *Anh sao đêm* (công nhân xây dựng), *Mũi tên xanh* (Hậu cần), *Én bạc* (Không quân), *Lưới lừa* (Phòng không), *Tia chớp* (Kỹ thuật), *Mắt thần, Rồng lửa, Sấm rền, Tia chớp, Bão lửa, Mắt thần, Cánh sóng* (Pháo Binh), *Cánh sóng xanh, Tín hiệu đỏ* (Thông tin);

- Mục tiêu, nguyện vọng, quyết tâm của binh chủng: *Quyết thắng, Trung kiên* (Bộ binh), *Tàng hình, Tinh nhuệ* (Đặc công), *Thích ứng, Bứt phá, Quyết chiến, Thần tốc* (Hậu cần), *Bảo vệ, An toàn*

(Cục kĩ thuật), *Cơ động* (Tên lửa), *Hành động*, *Hồi sinh* (Công binh), *Ra quân đánh thắng* (Tăng thiết giáp);

- Vai trò của binh chủng trong chiến đấu: *Đột kích tiến công* (Tăng thiết giáp);
- Đặc điểm công việc: *Công trình*, *Vượt sông*, *Bắc cầu*, *Ghép phà* (Công binh), *Lội suối*, *Băng rừng* (Hậu cần), *Cơ động*, *Kiểm soát* (Kiểm soát quân sự), *Trình sát*, *Tiêu tủy* (Hoá học);
- Đặc sản của vùng miền: *Sen Tây Hồ*, *Quất Từ Liêm* (Bộ tư lệnh Thủ đô), *Cát trắng* (Không quân Nha Trang), *Hương cà phê*, *Dòng nhựa trắng* (Công nhân viên quốc phòng Tây Nguyên);
- Tên môn học: *Đặc nhiệm*, *Bộ binh* (Trường Sĩ quan Lục quân 2);
- Sản phẩm của đơn vị: *Vibot*, *CA-18* (Học viện Kỹ thuật).

Có những tập hợp từ được nhiều đội chơi thuộc các binh chủng khác nhau lựa chọn, ví dụ: Tên gọi "*Mắt thần*" được lựa chọn 4 lần cho các đội chơi của binh chủng Tên lửa, Pháo Binh và Rada. Ngoài ra, tên gọi của đội chơi có thể là sự kết hợp giữa biểu tượng và địa danh, như *Rồng lửa Đông Bắc*, *Hạ Long xanh* (Tên lửa).

2.5. Ngôn ngữ miêu tả

Theo Hà Thị Thu Hoài (2011), với mục đích cung cấp mô tả chi tiết về một địa điểm, một vật, con người hoặc thậm chí là một cảm xúc, ngôn ngữ miêu tả phải có tính chính xác, miêu tả sát đúng, cụ thể từng biểu hiện của sự vật, sự việc, con người, đồng thời phải giàu hình ảnh, đường nét màu sắc, âm thanh, nhạc điệu cũng như mang tính truyền cảm. [2, 2011]. Trong CT-CS, các vật hoặc hành động đặc thù thường được miêu tả rõ ràng để cho người chơi và khán giả hiểu về những chi tiết liên quan đến cuộc thi. Ví dụ:

MC: *Thưa quý vị, chúng tôi muốn nói một chút về chiếc găng tay này. Đây là vật bất ly thân của những người lính thợ vì nó sẽ bảo vệ đôi tay của họ khi làm các công việc sửa chữa các loại xe máy. Và không phải họ đeo để hỗ trợ gì trong phần thi thể lực này, đơn giản đó là một thứ gắn liền với những người lính thợ tại cục xe máy.* (21.3.2021).

2.6. Ngôn ngữ hài hước, dí dỏm

Để đạt được tiêu chí của một chương trình giải trí phải tạo nên không khí vui vẻ cho chương trình. Ngoài những tình huống thực tế, biểu cảm của ngôn ngữ hình thể thì các câu nói hài hước thực sự góp phần tạo nên tiếng cười sảng khoái, vui tươi, trẻ trung cho cả các chiến sĩ tham gia thi đấu cũng như khán giả, làm gần lại khoảng cách giữa MC, khách mời với người chơi, và quan trọng hơn là làm giảm bớt đi sự e ngại của người chơi - một số trong đó chưa từng đứng trước ống kính máy quay - góp phần làm nên sự cuốn hút của chương trình. Các yếu tố hài hước có thể được nhận thấy ở hầu hết mọi tuyến nhân vật của chương trình: MC, khách mời, người chơi, ban giám khảo và cả khán giả. Sự kết hợp giữa MC với khách mời, người chơi tạo nên những màn tung hứng vui vẻ, hài hước giúp cho bầu không khí trẻ trung, vui vẻ nhưng không làm mất đi tính nghiêm túc của gameshow. Ví dụ:

- MC nói với NSUT Quang Thắng: *"Hôm nay không thắng không về đây ạ? Hôm nay mà thua thì sẽ là NSUT Quang Thua"*. (5/6/2021).

- Chiến sĩ: *"Tôi ..., ham mê bóng, đá bóng chuyên, hiện đang giữ danh hiệu tiền đạo xuất sắc nhất năm 2020 do một tạp chí bóng chuyên uy tín bình chọn"* (19.3.2021).

- MC: *Đầu tiên xin được hỏi NSND Tụ Long: đồng chí có thấy rằng là cái khả năng ngoại ngữ vốn rất là nổi tiếng của đồng chí có thể bị đe dọa bởi một thành viên của đội "Cánh sóng xanh" không?*

- NSND Tụ Long: *Bạn ấy đã tạo cho anh một cảm giác rất là nề phục. Các bạn học thông tin vô tuyến điện nên các bạn phải tiếp xúc với không chỉ riêng về ngoại ngữ mà còn nhiều kiểu móc che, rồi "tạch tạch, tà tà, tịch tịch, tụp tụp" theo tôi hiểu nó còn kinh khủng hơn cả tôi. Anh nói nhiều ngoại ngữ, có người không hiểu gì, nhưng anh hiểu anh đang nói gì là được.* (3/7/2021).

Không ít phần trình bày của người chơi có dạng các khổ thơ ngắn có vần điệu để nhớ tạo nên không khí vui vẻ. Ví dụ:

Tôi yêu loài hoa cúc/ Tôi thích lái xe míc/ Tôi đang rất nghiêm túc

Tôi Nguyễn Chiêm Phúc, chiến sĩ bình nhất, luôn hoàn thành nhiệm vụ được giao. (29/5/2021)

2.7. Ngôn ngữ trích dẫn

Không chỉ đơn thuần là một gameshow, chương trình vốn mang một trọng trách vô cùng lớn lao là "thể hiện sự hào hùng và sức mạnh quân đội". Sự hào hùng và sức mạnh đó xuất phát từ truyền thống về vang bảo vệ đất nước với những chiến công oanh liệt của quân đội nhân dân trong suốt chiều dài lịch sử của đất nước, cùng với biết bao nhân vật huyền thoại. Việc ôn lại truyền thống của đơn vị không thể hoàn hảo nếu thiếu các câu nói nổi tiếng của các nhân vật anh hùng gắn với những chặng đường của đất nước. Trích dẫn là biện pháp tu từ cần thiết để thực hiện trách nhiệm này.

a) Trích dẫn các nhân vật nổi tiếng

Với mục đích tôn vinh truyền thống của đơn vị trong suốt quá trình chiến đấu bảo vệ Tổ quốc, việc nhắc đến những thời khắc lịch sử quan trọng của đơn vị là lựa chọn hàng đầu. Các sự kiện luôn gắn với các phát ngôn của các nhân vật lịch sử. Việc trích dẫn những câu nói của các bậc tiền nhân là cách tốt nhất để khơi gợi niềm tự hào, truyền cảm hứng đến các thế hệ chiến sĩ trẻ. Những lời nói được trích dẫn thường là của Chủ tịch Hồ Chí Minh và các vị tướng của Quân đội. Ví dụ: "*Đặc công tức là công tác đặc biệt, là vinh dự đặc biệt, bất kì khó khăn đặc biệt nào cũng phải vượt qua, cũng phải khắc phục cho kì được.*" (Hồ Chí Minh, 1967); "*... vũ khí là mồ hôi nước mắt của đồng bào, là xương máu của bộ đội. Vì vậy, phải quý trọng nó, phải tiết kiệm ngân nấp, phải sử dụng hợp lí ...*" (Hồ Chí Minh).

Trích dẫn nguyên văn lời nói kết hợp bình luận dựa trên trích dẫn bộ phận. Ví dụ: "*Nếu mọi người gọi tuyến đường Trường Sơn-đường Hồ Chí Minh là một huyền thoại, thì công trình đường ống dẫn xăng, dầu vượt Trường Sơn là huyền thoại trong huyền thoại đó*". (Trung tướng Đồng Sỹ Nguyên). "*Có thể nói rằng đường ống xăng dầu là một tuyến đường đặc biệt trong các tuyến đường trên đường Hồ Chí Minh, được ví như "Dòng sông mang lửa" không chỉ vì nó sẽ bắt chọt bùng cháy khi gặp một tia lửa nhỏ mà còn vì nó là một dòng sông khơi nguồn từ ngọn lửa quyết tâm, lòng dũng cảm, đoàn kết của những người lính Trường Sơn năm đó.*" ('Dòng sông mang lửa' - Tiểu thuyết của Hồ Sỹ Hậu) (29/5/2021).

b) Trích dẫn thành ngữ, khẩu hiệu và châm ngôn

Xuất hiện thường xuyên trong gameshow tại các thời điểm khác nhau, các thành ngữ, khẩu hiệu và châm ngôn được sử dụng bởi hầu hết thành viên tham gia. Các khẩu hiệu có thể được nhận thấy ở phần giới thiệu của các đơn vị hay đội chơi. Ví dụ:

Tim còn đập, mạch máu thông tin còn thông suốt.

Coi dây như ruột, coi cột như xương. Thông tin là mạch máu. (24/4/2020)

Yêu xe như con, quý xăng như máu. (19/6/2021).

Thành ngữ, châm ngôn là sự lựa chọn thường xuyên của người chơi ở phần "Chào sân". Do yêu cầu về giới hạn thời gian, phần giới thiệu của mỗi đội cũng như của từng thành viên phải cô đọng, gây ấn tượng với ban giám khảo, những phát ngôn có khả năng biểu cảm giúp gói một lượng lớn thông tin trong một vài câu ngắn gọn, dễ nhớ và hiệu quả cao trong thể hiện nét đặc trưng của từng đội cũng như cá tính của mỗi người chơi. Ví dụ: *Hãy sống cho chính mình* (5/6/2021); *Hành trình vạn dặm bắt đầu từ những bước đi đầu tiên* (19/6/2021); *Nơi nào có ý chí, nơi đó có con đường* (12/6/2021); *Đừng thờ dài, hãy vươn vai mà sống* (21/11/2021).

Với vai trò vô cùng quan trọng trong việc cổ vũ các đội chơi, khách mời cũng luôn có ý thức sử dụng thành ngữ để tăng thêm biểu cảm, tạo không khí vui vẻ cho gameshow. Ví dụ: *Anh Thắng đã có sự mai mối, tức là "bố mẹ đặt đâu con ngồi đó". Thì thôi, bây giờ anh Thắng đặt đâu H'Hen Niê ngồi đó.* (Hoa hậu H'Hen Niê) (29/5/2021).

c) Trích dẫn các cụm từ tiếng nước ngoài

Tuy không phổ biến, việc các chiến sĩ có khả năng sử dụng tiếng nước ngoài, đặc biệt là tiếng Anh cũng không quá hiếm. Một số chiến sĩ sử dụng tiếng Anh để giới thiệu bản thân, đặc biệt là trích dẫn các cụm từ tiếng Anh phổ biến kết hợp với tiếng Việt tạo nên vân giữa từ tiếng Anh và tiếng Việt dựa trên sự tương đồng trong phát âm. Ví dụ: *Với sở thích niềm đam mê võ thuật/ Tình yêu với Rap. Hiphop never die /dai/; Yêu Pô cô không hề sai* (10/4/2021)

3. Tác dụng của các yếu tố ngôn ngữ trong việc truyền tải thông điệp của chương trình

3.1. Thể hiện sự hào hùng và sức mạnh quân đội

3.1.1. Bình luận

Bên cạnh những động tác mạnh mẽ, dứt khoát trên sân khấu của gameshow hoặc thao trường, sự hào hùng và sức mạnh quân đội được cam nhận rõ nhất thông qua các đoạn bình luận trong phần giới thiệu truyền thông đơn vị. Yếu tố ngôn ngữ kết hợp với hình ảnh là cách thể hiện thái độ, quan điểm rõ ràng nhất, khiến cho cả người tham gia chơi và người xem xúc động, tự hào. Ví dụ: Giới thiệu về truyền thống của Pháo binh:

Trải qua 2 cuộc chiến trường kì của dân tộc, lực lượng pháo binh đã tỏ rõ sức mạnh của hoà lực Việt Nam. Lịch sử chiến đấu chỉ ra rằng để chiến thắng ta phải phát triển pháo binh một cách chính quy và bài bản. Từ việc sử dụng sơn pháo 75mm, được thực dân Pháp gọi là pháo bê, cho đến khi được trang bị những quả đạn pháo 105mm. Đó là ca một bước phát triển, kéo theo đó là những câu chuyện lịch sử khi đưa pháo vào trận địa, cũng như nguy trang pháo trên đường di chuyển.

Trong trận Điện Biên Phủ, thực dân Pháp cho rằng chỉ có Hercules mới có thể giúp bộ đội Việt Minh đưa pháo vào trận địa. Nhưng họ không tưởng tượng được rằng 5000 con người đã bí mật mở được một con đường dài 15km để kéo được những khẩu pháo nặng 2 tấn bằng những gì thô sơ nhất. Chúng cũng không tưởng tượng được rằng quân đội ta đã dám tháo rời cả một khẩu pháo thả xuống bèo, để đưa khi tài hạng nặng này tới được Mường Thanh.

Pháo binh là một bộ phận không thể thiếu cấu tạo nên binh chủng hợp thành, tham gia vào các trận chiến đấu lớn nhỏ của dân tộc ta. Trong hơn 70 năm chiến đấu xây dựng và trưởng thành, với nhiều gian khổ và hy sinh, các chiến sĩ của binh chủng pháo binh nói chung, và sư đoàn 10 nói riêng đã vinh dự tham gia 11.600 trận chiến đấu hiệp đồng binh chủng, làm nên những chiến thắng vẻ vang. (26.3.2021).

3.1.2. Phương châm, đặc điểm của binh chủng

Sự hào hùng và sức mạnh quân đội thông qua quyết tâm của các binh chủng cũng được thể hiện trong các phương châm ngắn gọn, có cấu trúc cân đối, dễ nhớ, dễ thuộc, mang tính biểu cảm cao, với các biện pháp tu từ như phép đối, lập, đồng nghĩa, cấu trúc song song, v.v. Ví dụ: *Một tác không đi, một lý không rời. Còn người là còn trận địa; Dũng mãnh - kiên cường. Đánh giỏi - diệt gọn.* (Bộ binh) (6/3/2021); *Vững chãi nơi biên cương.* (Biên phòng) (10/4/2021); *Yêu xe như con, quý xăng như máu* (Công binh) (19/6/2021); *Luôn sâu bám sát, đánh trúng mục tiêu.* (Đặc công); *Đào tạo tốt, tiêu diệt giỏi.* (Trường sĩ quan phòng hoá - Hoá học:) (24.7. 2021).

3.2. Thể hiện ý chí - bản lĩnh - trí tuệ

Thông qua phương châm sống của người chơi, ý chí, bản lĩnh và trí tuệ được thể hiện một cách đa dạng và mang dấu ấn cá nhân. Rất nhiều thông tin giới thiệu về bản thân được thể hiện thông qua các biện pháp tu từ nhằm nhấn mạnh thông điệp và gây ấn tượng với người nghe. Chẳng hạn:

- Phép lập, ví dụ: *Dám nghĩ, Dám làm, Dám chịu trách nhiệm.* (29.5.2020)
- Phép đảo đối, ví dụ: *Đừng hỏi Tổ quốc đã làm gì cho ta, mà cần hỏi ta đã làm gì cho Tổ quốc hôm nay.* (05/2/2021); *Bạn cố gắng chưa chắc đã thành công, nhưng muốn thành công công nhất định phải cố gắng.* (19.3.2021)
- Phép đối, ví dụ: *Hãy trân trọng những thứ mình đang có, vì không biết những thứ đó mất khi nào. Hãy làm những điều bình thường với một tình thần phi thường.* (12/3/2021); *Thành công lớn nhất là đứng dậy sau mỗi lần vấp ngã.* (6/3/2021)
- So sánh, ví dụ: *Ước mơ mà không hành động, thì khác nào ra biển rộng mà không biết bơi.* (7.8. 2021)
- Chơi chữ, ví dụ: *Sở trường của tôi là xây: tôi có thể xây nhà, xây xưởng, xây kho và đặc biệt là xây tổ ấm.* (12/6/2021).

3.3. Thể hiện gắn kết, chia sẻ, đồng cảm

3.3.1. Thể hiện trong phần giới thiệu

Phần giới thiệu (Chào sân) là nơi người chơi có cơ hội thể hiện những khả năng và mong muốn của bản thân, những điều có thể coi là làm bớt đi sự khuôn phép của kỉ luật quân đội và đem lại sự trẻ trung, tươi mới, tạo nên tính hấp dẫn của chương trình. Với mỗi đội chơi gồm 5 chiến sĩ, mỗi lần phát sóng là 10 lời giới thiệu, chương trình đã chứng kiến những màn thể hiện độc đáo, đa dạng, phong

phú và sáng tạo không chỉ về bản thân mà còn về đội của mình, những điều mà không phải lúc nào họ cũng đủ dũng cảm để chia sẻ. Nội dung được chia sẻ thường là:

- Thông tin về người chơi. Ví dụ:

Hôm nay đến với chương trình

Tôi xin giới thiệu về mình sơ qua

Đơn vị tôi KB3

Đóng quân ở tại đất trà Thái Nguyên

Cấp bậc thượng úy chớ quên

Trợ lí tài chính đếm tiền mời tay

Huy Hoàng tên đọc nhớ ngay

Hôm nay mới đến trường quay một lần

Hết phần giới thiệu bản thân

Xin mời đồng đội chào sân tiếp nào.

(24/4/2021)

Tôi có thể pha chế được rất nhiều đồ uống, nhưng thành công nhất đến giờ của tôi vẫn chỉ dừng lại kĩ năng ... hãm chè xanh (7/8/2021)

- Mong muốn của người chơi về cuộc sống, ví dụ: *Chim khôn chim đậu cành mai/ Gái khôn gái dựa bờ vai hậu cần.* (12/6/2021); *Cuộc đời này anh đã dành một nửa cho Tổ quốc, một nửa còn lại anh chỉ dành cho em.* (12/6/2021).

- Sự gắn kết với nhân dân nơi đóng quân, ví dụ: *Đón là nhà, biên giới là quê hương, đồng bào các dân tộc là anh em ruột thịt.* (10/4/2021).

- Sẽ chia về kinh nghiệm sống, ví dụ: *Hãy là chính mình* (10/7/2021); *Hãy luôn lạc quan, chỉ có hành động mới tạo ra kết quả.* (12/6/2021).

- Sẽ chia về kinh nghiệm rèn luyện bản thân, ví dụ: *Súng không lau, súng mau han gỉ/ Người không rèn, ý chí không cao* (15/5/21); *Hành trình vạn dặm bắt đầu từ những bước đi đầu tiên.* (19/6/2021); *Nếu không bao giờ thử thì bạn không bao giờ biết bạn làm được những gì.* (24/7/2021).

3.3.2. Thể hiện trong ca khúc của chương trình

Bài hát 'Ước mơ chiến sỹ' của tác giả Lưu Hà An thực sự là tác phẩm âm nhạc phù hợp làm bài hát chính thức của chương trình. Ngoài những giá trị về nghệ thuật, bài hát đã hoàn thành được nhiệm vụ trong việc thể hiện những mục tiêu mà chương trình đề ra: gắn kết, chia sẻ, đồng cảm.

Là gameshow mà trong đó các thành viên của mỗi đội chơi đều đóng góp phần quan trọng của mình vào kết quả chung cuộc thì tinh thần đồng đội, yếu tố gắn kết luôn có vai trò quyết định, nhất là những phần thi tiếp sức như "Hiệp đồng". Ngoài các yếu tố như sức mạnh về thể lực, sự khéo léo khiến người xem bị cuốn hút thì ngay những câu đầu tiên của bài hát đã thể hiện được sự gắn kết của những người lính nói chung. Ví dụ:

Nào cùng nhau ta hát lên chúng ta là chiến sĩ/ Nào cùng nhau ta hát lên chúng ta yêu cuộc đời

Bạn hãy vui cùng những người lính trẻ/ Rất yêu đời và luôn mơ ước

Ước mơ được giữ trong tim mình/ Những tháng năm đồng đội bên nhau

Khác với hình ảnh người lính trong chiến tranh, cuộc sống của người lính trong thời bình được quan tâm và biết đến nhiều hơn. Nhưng sống dù trong thời bình, họ vẫn phải chấp nhận những khắc nghiệt trong điều kiện rèn luyện của quân đội. Ấn đầu sau bộ quân phục nghiêm túc đó, những người lính là những người có cuộc sống tinh thần phong phú như bất kì ai. Và sự đồng cảm với họ được thể hiện trong câu: *Đời lính có khi thật nhớ nhà/ Nhờ gió đem lời yêu thương/ Gửi tới nơi quê nhà/ Nơi có những vì sao đợi mong.*

Và những món ăn tinh thần, mà gameshow là một ví dụ, cùng với âm nhạc, đồng đội chính là sự sẻ chia giúp họ luôn có đủ sức mạnh và nghị lực để hoàn thành nhiệm vụ bảo vệ Tổ quốc, ví dụ: *Đời lính có cây đàn tâm tình/ Hòa tiếng khi lòng buồn vui/ Đàn theo ta đi khắp nơi/ Theo bước chân hành quân suốt cuộc đời.*

3.4. Cung cấp hệ thuật ngữ quân sự

Không phải là mục đích chính của gameshow, nhưng nhìn từ góc độ ngôn ngữ, CT-CS đã cung cấp cho người xem một hệ thuật ngữ quân sự. Điều này rất có ích trong việc phổ biến kiến thức.

Những thuật ngữ quân sự khô khan tưởng chừng không liên quan đến các gameshow giải trí, nhưng thông qua các câu đố, bằng những lời giải thích ngắn gọn, đơn giản và vừa đủ của các chuyên gia hoặc người chơi đã trở nên dễ tiếp thu. Có thể coi đây là cách cung cấp các kiến thức cơ bản liên

quan đến quân đội, giúp các chiến sĩ có thể hiểu thêm về các binh chủng khác, hoặc người xem có cơ hội tiếp cận với những kiến thức thường thức về quân đội mà không phải ai cũng biết. Có thể kể đến các nhóm thuật ngữ liên quan đến các binh chủng như:

Bộ binh (*đánh mở cửa*); Đặc công (*đánh nỡ hoa trong lòng địch, nhiệm vụ A2 & CKB (chống khủng bố)*); Hậu cần (xăng dầu) (*bộ đường ống dã chiến, ngầm, van, và đường ống*); Hoá học (*bộ khí tài phòng hoá, vòi, bình xịt, phun khử khuẩn, bộ đồ PD1 (phòng hoá), thả khói nguy trang*); Kĩ thuật (*Robot vận chuyển hỗ trợ y tế*); Quân khí (*đạn cối 82 li, đầu đạn pháo 152, lựu đạn, hòm đạn, đạn 7,62, kéo cắt mìn thuốc phóng, kéo cắt dây đai, đồng hồ so, kìm kẹp đai*); Quân y (*hộp xét nghiệm dã ngoại*); Rada (*triển khai kích, giá đỡ ăng ten, quản chấn tử ăng ten, thu hồi xà ngang*); Tên lửa/pháo binh (*dẫn hướng tên lửa*); Thông tin liên lạc (*phát báo, dịch mã, thu báo, dịch bản điện, máy di động quân sự, radio trunking (bộ đàm), thiết bị liên lạc cầm tay, vô tuyến sóng cực ngắn*); Xe tăng (*khoá nòng pháo xe tăng*)

Những thuật ngữ này giúp người xem, nhất là thanh niên, những thế hệ sinh ra trong thời bình, phần nào hiểu được sự khốc liệt của chiến tranh và giá trị của nền hoà bình mà họ đang được thụ hưởng.

4. Kết luận

Cùng với các yếu tố mang tính chất nghệ thuật khác như âm nhạc, vũ đạo, ngôn ngữ thực sự đóng vai trò quan trọng trong việc làm tròn chức năng cân bằng giữa yếu tố trẻ trung của thanh niên và sự nghiêm túc của quân đội. Với vai trò dẫn dắt chương trình sáng tạo của MC, kết hợp với sự tham gia của khách mời, người chơi và cả ban giám khảo, chương trình CT-CS đã thực sự thành công khi có thời gian phát sóng trong suốt hơn 15 năm với tần số phát sóng mỗi tuần một chương trình, điều mà không phải chương trình truyền hình nào cũng thực hiện được. Không thể phủ nhận được là trong sự thành công đó có sự đóng góp không nhỏ của ngôn ngữ với vai trò kết nối các phần của gameshow đặc biệt với các tiêu chí vui, khoẻ, trẻ trung, nghiêm túc và hấp dẫn người xem. Chương trình thực sự đã và đang có sức lan tỏa sâu rộng, tạo dấu ấn tốt đẹp về hình ảnh Anh bộ đội cụ Hồ trong đời sống xã hội, trở thành cầu nối thường xuyên, gắn bó, thắt chặt thêm tinh đoàn kết quân dân, góp phần nâng cao chất lượng đời sống văn hóa tinh thần của bộ đội, phục tốt nhiệm vụ chính trị của Quân đội.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Nguyễn Văn Hậu, *Về tính hình tượng và tính biểu tượng trong tác phẩm văn hóa - nghệ thuật*. <https://caycanhthanglong.vn/ve-tinh-hinh-tuong-va-tinh-bieu-tuong-trong-tac-pham-van-hoa-nghe-thuat.html>
2. Hà Thị Thu Hoài (2011), *Rèn luyện kĩ năng sử dụng ngôn ngữ trong văn miêu tả cho HS tiểu học*. [http://www.bentre.edu.vn/index.php?option=com_content&view=article&id=1555:ren-luyn-k-nng-s-dng-ngon-ng-trong-vn-mieu-t-cho-hs-tiu-hc&catid=69:i-mi-phng-phap-dy-hc&Itemid=96#:~:text=Ng%C3%B4n%20ng%E1%BB%AF%20mi%C3%AAu%20t%E1%BA%A3%20ch%C3%ADnh,t%C6%B0%20t%C6%B0%E1%BB%9Fng...\)&text=Ng%C3%B4n%20ng%E1%BB%AF%20mi%C3%AAu%20t%E1%BA%A3%20gi%C3%A0u,thanh%2C%20nh%E1%BA%A1c%20C4%91i%E1%BB%87u...](http://www.bentre.edu.vn/index.php?option=com_content&view=article&id=1555:ren-luyn-k-nng-s-dng-ngon-ng-trong-vn-mieu-t-cho-hs-tiu-hc&catid=69:i-mi-phng-phap-dy-hc&Itemid=96#:~:text=Ng%C3%B4n%20ng%E1%BB%AF%20mi%C3%AAu%20t%E1%BA%A3%20ch%C3%ADnh,t%C6%B0%20t%C6%B0%E1%BB%9Fng...)&text=Ng%C3%B4n%20ng%E1%BB%AF%20mi%C3%AAu%20t%E1%BA%A3%20gi%C3%A0u,thanh%2C%20nh%E1%BA%A1c%20C4%91i%E1%BB%87u...)
3. Nguyễn Tri Niên (2002), *Đặc điểm loại hình của ngôn ngữ báo chí*. Người làm báo Hưng Yên. <http://nguoilambaohungyen.vn/vi/news/nghep-vu/dac-diem-loai-hinh-cua-ngon-ngu-bao-chi-573.html#:~:text=1.3%20Ngôn%20ngữ%20sự%20kiến,sự%20kiến%20đề%20phân%20ánh.&text=Khi%20chúng%20ta%20theo%20đôi,vận%20động%20của%20sự%20kiến>
4. Suretest, *Phong cách ngôn ngữ chính luận*. <https://suretest.vn/cung-co/phong-cach-ngon-ngu-chinh-luan-7541.html>

Tiếng Anh

5. Cambridge dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/game-show>. 2013.
6. Collins (2005), *Longman Dictionary of Contemporary English*. <https://findwords.info/term/game%20show>

7. Kibin (2021), *The Characteristics of Today's Television Game Shows*. <https://www.kibin.com/essay-examples/the-characteristics-of-todays-television-game-shows-nH4DR1HR#:~:text=A%20game%20show%20is%20a,of%20winning%20cash%20or%20prizes>
8. Kohanik E. (2020), *TV's top game-show hosts connected with audiences*. https://www.yoursun.com/charlotte/features/tv-s-top-game-show-hosts-connected-with-audiences/article_1584d2c6-2e4e-11ea-9ef1-f72097974dcb.html
9. Laurinavičius R., Tymulis D. (2000), *People Who've Participated in TV Shows Reveal Some Hidden Secrets That Regular Viewers Don't Know*. https://www.boredpanda.com/game-show-secrets-revealed/?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=organic
10. Manville S., *Creating & Pitching Game Shows for Today's TV*. <https://www.tvwritersvault.com/creating/creatinggameshows.asp#.YE3snbQzab8>
11. Screenskills, *Games producer*. <https://www.screenskills.com/careers/job-profiles/unscripted-tv/editorial/games-producer/>
12. Tomashoff C. (2017), *The Secret(s) to Being a Successful Game Show Host*. <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/secrets-being-a-successful-game-show-host-977908>
13. Wikihow (2020), *How to Make a Game Show*. <https://www.wikihow.com/Make-a-Game-Show>
14. Word finder, *What is "game show"*. <https://findwords.info/term/game%20show>.

The role of language in Gameshow "We - Soldiers"

Abstract: "We - Soldiers" is considered a special VTV's game show as it is compulsory for the program to meet two requirements: serve entertainment purposes and ensure serious factors because this is a program related to People's Army where strict regulations must be the top priority. To achieve those strict requirements, besides the elements of professional content, the program's style plays the role of connecting the contents together, making the show type of entertainment program but still maintaining essential seriousness. This article focuses on the linguistic features of the gameshow and the role of these factors in conveying the program's message.

Key words: gameshow; language features; connecting role; conveying message.