

Ứng dụng lý thuyết Parody trong nghiên cứu các hiện tượng truyền thông Vparody

HOÀNG THỊ HỒNG HÀ¹ * & TRƯƠNG CÔNG BẢO THU²

¹Trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP.HCM

²Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia TP.HCM

Nhận bài: 20/09/2021 - Duyệt đăng: 15/11/2021

(* Liên hệ: hahth@uef.edu.vn; Tel: 0979.015.353

Tóm tắt:

Nghiên cứu liên ngành đóng vai trò quan trọng đối với những lĩnh vực, những ngành đào tạo mới xuất hiện trong thời gian gần đây. Với ngành Quan hệ công chúng, nghiên cứu liên ngành giữa Truyền thông và Văn học mang lại những kết quả thiết thực. Nghiên cứu này ứng dụng lý thuyết Giễu nhại - một nhánh lý thuyết nổi tiếng và lâu đời trong nghiên cứu văn học, để lý giải hiện tượng Parody trong truyền thông hiện đại, đặc biệt là truyền thông VN. Sử dụng cách tiếp cận liên ngành, với các phương pháp phân tích, thống kê so sánh đối chiếu, nghiên cứu này lý giải bản chất và sự phát triển của hiện tượng Parody trong truyền thông hiện đại, từ đó đề xuất một số định hướng trong phát triển sản phẩm truyền thông.

Từ khoá: Lý thuyết giễu nhại; hiện tượng nhại, liên ngành, truyền thông, văn học.

Abstract:

Recently, interdisciplinary research plays an important role for new fields and training majors that have appeared. With the major of Public Relations, the interdisciplinary research between Communications and Literature brings well, practical results. This article applies Parody theory - a well-known and long-standing theoretical branch in literary research, to explain the Parody phenomenon in modern media life, especially in Vietnam. Using interdisciplinary approach, with the method of analysis, comparative statistics, this study explains the nature and development of the Parody phenomenon in modern media, thereby proposing some orientations in the development of media products.

Key words: Theory of parody, video parody (Vparody), interdisciplinary, communications, literature.