ẨN DỤ TRONG TIÊU ĐỀ BÁO CHÍ TIẾNG VIỆT - TIẾNG HÁN TRÊN NGỮ LIỆU *NHÂN DÂN ĐIỆN TỬ* VÀ *TÂN HOA XÃ*

BÙI THỊ HẬU[1]
NGUYỄN THỊ BÍCH HẠNH[2]

Abstract: The study of rhetoric devices in newspaper headline is not a new issue, but the comparative study of rhetoric devices in Vietnamese and Chinese newspaper headline is still scarse. From the theory of rhetoric, the article studies rhetorical metaphors used in Vietnamese and Chinese online newspaper headlines, namely *Nhân Dân* online newspaper (Vietnamese version) and *Xinhua News Agency*. Through a quantitative and qualitative analysis, the article highlights the similarities and differences in the use of rhetorical metaphors in press titles between the two languages, thereby initially pointing out cultural and lingusitic characteristics a of each language community.

Key words: *People, Xinhua News Agency, rhetorical metaphor, newspaper headlines.*

1. Dẫn nhập

Ngày nay, với tốc độ phát triển như vũ bão của khoa học và kĩ thuật, toàn cầu đang trải qua cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Những thành tựu của khoa học kĩ thuật đang ngày càng được áp dụng rộng rãi trên mọi mặt của đời sống, đặc biệt là lĩnh vực báo chí và thông tin. Với sự phát triển mạnh mẽ của báo chí điện tử và các trang mạng xã hội, thông tin ngày càng đa chiều, đa diện và được chia sẻ nhiều hơn với tốc độ chóng mặt. Trong xã hội thông tin ấy, con người phải tiếp nhận cả thông tin tích cực lẫn tiêu cực, phải có chính kiến, biết nhận diện, lựa chọn các thông tin chính xác, hữu ích để tiếp nhận đủ và đúng về đời sống xã hội, tránh nảy sinh những nhận thức bi quan, sai lệch về các hiện tượng đời sống. Vì vậy, có thể nói báo chí góp phần không nhỏ trong việc định hướng dư luận xã hội.

Trong thời đại bùng nổ thông tin hiện nay, việc truy cập các trang báo mạng chính thống trong nước và quốc tế (trong đó có báo Nhân Dân điện tử và Tân Hoa xã) đối với người Việt ngày càng trở nên phổ biến vì tính chất nhanh, lượng thông tin nhiều và đa dạng. Đối với báo điện tử, việc lướt qua các tiêu đề (phần nêu chủ đề bài báo) giúp người đọc nhanh chóng nắm bắt được tinh thần của bài báo. Việc nghiên cứu, đối chiếu các hiện tượng ngôn ngữ được sử dụng trong tiêu đề báo chí điện tử tiếng Việt và tiếng Hán là cần thiết, có thể giúp cho những người làm công tác báo chí, các biên tập viên, các nhà quản lí báo chí, các nhà nghiên cứu ngôn ngữ hiểu được những tương đồng và khác biệt trong cách dụng ngôn ở mỗi ngôn ngữ, qua đó hiểu được những đặc trưng riêng về tư duy văn hoá, dân tộc của mỗi ngôn ngữ. Từ đó, có những chiến lược sử dụng ngôn ngữ phù hợp hơn với từng bối cảnh/ngữ cảnh giao tiếp cụ thể trên môi trường thông tin báo điện tử vì thông tin mang tính toàn cầu.

Để nghiên cứu các ẩn dụ (trong khuôn khổ nghiên cứu này, chúng tôi nghiên cứu ẩn dụ với tư cách là một phép tu từ ngữ nghĩa) trong tiêu đề báo chí tiếng Việt và tiếng Hán, chúng tôi đã tập hợp ngẫu nhiên 500 tiêu đề báo chí tiếng Việt và 500 tiêu đề báo chí tiếng Hán, được lấy từ nguồn báo Nhân Dân điện tử (phiên bản tiếng Việt) và Tân Hoa xã trong khoảng thời gian từ tháng 01/2016 đến

[1] Học viên cao học, Học viện Khoa học xã hội.
[2] Học viện Khoa học xã hội.

tháng 01/2022. Trong khuôn khổ bài viết này, chúng tôi sử dụng hai phương pháp nghiên cứu chủ yếu là: phương pháp định lượng và định tính để thống kê và phân loại những tiêu đề báo có sử dụng biện pháp ẩn dụ tu từ trong tổng cộng 1.000 tiêu đề báo chí tiếng Việt, tiếng Hán được lựa chọn khảo sát; Phương pháp miêu tả sử dụng để miêu tả các kiểu ẩn dụ tu từ và giá trị biểu đạt của chúng trong vai trò giới thiệu chủ đề, dẫn dắt và biểu đạt nội dung của toàn bài; Phương pháp so sánh, đối chiếu sử dụng để đối chiếu những điểm tương đồng và khác biệt trong cách thức sử dụng các biện pháp ẩn dụ trong tiêu đề báo chí trên Nhân Dân điện tử và Tân Hoa xã. Việc phân tích ý đồ biểu đạt của tác giả cũng như giá trị ngữ dụng mà biện pháp tu từ đã mang lại cho tác phẩm báo chí sẽ góp phần chứng minh mối quan hệ mật thiết giữa bộ ba ngôn ngữ - văn hóa - tư duy. Với các tiêu đề báo chí tiếng Hán trên Tân Hoa xã, để tiện cho việc phân tích và đối chiếu, chúng tôi đã tự dịch nghĩa sang tiếng Việt theo kiểu nghĩa đen (trực dịch) để đảm bảo nhận diện đúng biện pháp tu từ mà các tác giả đã sử dụng.

2. Một số khái niệm

2.1. Tiêu đề báo chí

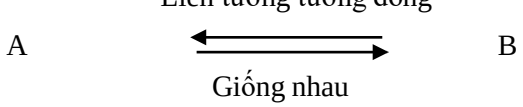
Tiêu đề hay *Tít* (tiếng Pháp: *titre*; tiếng Anh: *headline*) là thành phần quan trọng của một tác phẩm báo chí, nêu lên chủ đề của bài viết. Với số lượng câu chữ ít, ngắn gọn nhưng chứa đựng nhiều thông tin, tiêu đề quyết định đến sự thành công trong việc thuyết phục độc giả theo dõi thông tin chi tiết trong các phần tiếp theo của bài báo. Trong một tác phẩm báo chí, tiêu đề bài viết có giá trị quyết định số phận của bài báo, nếu đặt tiêu đề hấp dẫn sẽ chiếm được cảm tình, kích thích sự khám phá của độc giả. Tiêu đề báo chí nói chung thường ngắn gọn, cô đọng và hàm súc, thể hiện đa dạng cả về hình thức cũng như nội dung. Xuất phát từ phương diện ý nghĩa - chức năng, các nhà nghiên cứu chia tiêu đề báo chí thành một số kiểu cơ bản như: tiêu đề xác nhận, tiêu đề câu hỏi, tiêu đề trích dẫn, tiêu đề bình luận, tiêu đề giật gân và tiêu đề gợi cảm. Vì tính chất cô đọng, ngắn gọn của tiêu đề báo chí nên các tác giả rất ưa sử dụng các biện pháp tu từ trong tiêu đề, trong đó ẩn dụ là biện pháp xuất hiện phổ biến, có giá trị hình tượng cao.

Tiêu đề là "một phần của bài báo có chức năng thu hút độc giả" [7, tr. 189], vậy vai trò quan trọng nhất của tiêu đề là lôi cuốn sự chú ý của độc giả và dẫn dắt độc giả tiếp tục quan tâm đến phần nội dung của bài báo. Tuy nhiên, tiêu đề báo cũng mang nhiều yếu tố đánh giá như thái độ, phản ứng của người viết báo đối với vấn đề được đề cập đến.

2.2. Ẩn dụ

Đỗ Hữu Châu cho rằng: "Ẩn dụ là cách gọi tên một sự vật này bằng tên một sự vật khác, giữa chúng có mối quan hệ tương đồng" [1, tr. 54]. Nguyễn Thiện Giáp quan niệm: "Ẩn dụ là sự chuyển đổi tên gọi dựa vào sự giống nhau giữa các sự vật hoặc hiện tượng được so sánh với nhau" [2, tr. 162]. Đào Thản đã đặt ẩn dụ trong mối liên hệ với sự so sánh: "Ẩn dụ cũng là một lối so sánh dựa trên sự giống nhau về hình dáng, màu sắc, tính chất, phẩm chất hoặc chức năng của hai đối tượng. Nhưng khác với so sánh dùng lối song song hai phần đối tượng và phần so sánh bên cạnh nhau, ẩn dụ chỉ giữ lại phần để so sánh" [3, tr.143]. Nguyễn Đức Tồn thì quan niệm: "Bản chất của ẩn dụ trước hết là *sự thay thế* tên gọi dựa trên sự *đồng nhất hóa* các sự vật, hiện tượng, tính chất… khi tư duy, con người phát hiện ra ở chúng ít nhất *cùng có một nét hay một đặc điểm nào đó*" [4, tr. 207].

Cấu tạo đầy đủ của biện pháp tu từ ẩn dụ được mô tả tổng quát như sau:



Trong đó: A là đối tượng được biểu thị ẩn giấu; B là đối tượng dùng để biểu thị.

Các hình thức của biện pháp ẩn dụ được thể hiện dưới bốn hình thức: *ẩn dụ hình thức (ẩn dụ hình ảnh), ẩn dụ cách thức, ẩn dụ phẩm chất* và *ẩn dụ chuyển đổi cảm giác.* Ngoài ra, còn có một số biến thể của ẩn dụ như *ẩn dụ sử dụng điển tích, điển cố, ẩn dụ vận dụng cải biên thành ngữ, tục ngữ.*

Ẩn dụ hình thức: là một biện pháp so sánh dựa trên sự giống nhau về hình thức, màu sắc, tính chất của hai đối tượng tương đồng nhau.

Ẩn dụ cách thức: là ẩn dụ dựa trên sự tương đồng về cách thức thực hiện giữa hai sự vật, hiện tượng. Nói cách khác, ẩn dụ cách thức là phép so sánh ngầm dựa trên sự tương đồng về cách thức giữa hai sự vật, hiện tượng.

Ẩn dụ phẩm chất: là cách dùng các đặc tính và phẩm chất tương đồng của một sự vật và hiện tượng này để mô tả cho một đặc tính, phẩm chất của sự vật, hiện tượng khác.

Ẩn dụ bổ sung: là một kiểu nhỏ thuộc nhóm ẩn dụ tu từ, còn có tên gọi khác là "ẩn dụ chuyển đổi cảm giác", "là sự thay thế một cảm giác này bằng một cảm giác khác trong nhận thức cũng như trong diễn đạt ngôn ngữ" [5, tr. 196]

Từ điển quy phạm tiếng Hán hiện đại (现代汉语规范词典) giải thích rằng, ẩn dụ là "một kiểu so sánh ví von". Phép ví von này thường dùng các từ như 'là', 'chính là', 'trở thành', 'biến thành'…, thay thế cho từ biểu thị so sánh. Về hình thức, đó là dạng câu phán đoán, nhưng trên thực tế lại là phép ví von" [10, tr.1363]. Thúc Định Phương cho rằng, ẩn dụ là sự thay thế giữa từ và từ. Bởi vì là một dạng thay thế giữa từ và từ, cho nên ẩn dụ là một công cụ có sử dụng hay không đều được. Nó chỉ là một phương tiện tăng cường hiệu quả biểu đạt của ngôn ngữ [11, tr. 29]. Mặc dù vậy, nhưng nó lại là phương tiện giúp cho ngôn ngữ càng thêm uyển chuyển, giàu hình ảnh, thể hiện khả năng tư duy liên tưởng phong phú của con người. Điều đó chứng tỏ giá trị thẩm mĩ và hiệu quả biểu đạt của ẩn dụ. Ẩn dụ còn góp phần "nâng cấp" tư duy và nhận thức từ cả hai phía: người phát ngôn và người tiếp ngôn.

Vì vậy, vai trò của ẩn dụ vô cùng quan trọng, thể hiện năng lực trau dồi ngôn ngữ của người tham gia giao tiếp và cần được khuyến khích sử dụng. Ẩn dụ tu từ là từ ngữ, là kí hiệu ngôn ngữ, không được dùng với nghĩa vốn có để biểu thị sự vật thuộc loại này, mà dựa vào mối quan hệ liên tưởng về nét nghĩa tương đồng, được dùng lâm thời với nghĩa chuyển, gợi lên một biểu tượng về một sự vật thuộc loại khác. Biện pháp ẩn dụ ngày càng nhận được nhiều sự quan tâm, nó cũng được sử dụng một cách rộng rãi và mang phong cách khác nhau. Chức năng của ẩn dụ tu từ thay đổi tùy theo mục đích sử dụng của người nói và người viết. Theo Đinh Trọng Lạc (1994), chức năng chính của phương tiện tu từ (trong đó có ẩn dụ tu từ) là hướng người đọc đến những khía cạnh thẩm mĩ của văn bản nghệ thuật.

3. Ẩn dụ trong tiêu đề báo Nhân Dân điện tử và Tân Hoa xã

Như đã nói ở trên, tiêu đề báo chí đóng vai trò như phần tóm tắt của nội dung tin tức. Nội dung của nó phải ngắn gọn, súc tích, nhiều từ phổ biến được sử dụng trong tiêu đề báo chí trực tuyến, bên cạnh đó cũng có nhiều từ mới khơi gợi sự tìm tòi, khám phá và ham đọc của độc giả, vì vậy thu hút nhiều người truy cập hơn.

Theo kết quả khảo sát trên 500 tiêu đề trên báo Nhân Dân điện tử, chúng tôi thu được 166 tiêu đề chứa biện pháp ẩn dụ; trên báo điện tử Tân Hoa xã là 127/500 tiêu đề có dùng phép ẩn dụ, cụ thể như sau:

Bảng 1. Các tiểu loại ẩn dụ xuất hiện trong tiêu đề báo Nhân dân điện tử và Tân Hoa xã

Stt	Tên tiểu loại ẩn dụ	*Nhân Dân* điện tử		*Tân Hoa xã*	
		Số lượng	**Tỉ lệ (%)**	**Số lượng**	**Tỉ lệ (%)**
1	Ẩn dụ hình thức	47	28,31	45	35,43
2	Ẩn dụ cách thức	65	39,16	38	29,92
3	Ẩn dụ phẩm chất	31	18,67	13	10,23
4	Ẩn dụ bổ sung	01	0,60	02	1,58
5	Ẩn dụ vận dụng thành ngữ, tục ngữ, điển tích	22	13,25	29	22,83
	Tổng	**166**	**100**	**127**	**100**

3.1. Ẩn dụ trong tiêu đề báo Nhân Dân điện tử

(1) Ẩn dụ hình thức

Trong 500 tiêu đề báo chí tiếng Việt mà chúng tôi khảo sát trên trang Nhân Dân điện tử, có 47/166 tiêu đề chứa ẩn dụ hình ảnh (ẩn dụ hình thức), chiếm tỉ lệ 28,31%. Các ẩn dụ này đều là phép so sánh ngầm dựa trên sự giống nhau về hình thức, màu sắc, tính chất của hai đối tượng A và B.

Ví dụ: *"Lá chắn" bảo vệ các nhà báo*. (Báo Nhân Dân điện tử, Thứ Hai, 20-09-2021). Đây là một dạng ẩn dụ hình thức, người viết đã sử dụng hình ảnh "lá chắn" (A) (một loại vũ khí thường được sử dụng trong chiến tranh, trong các cuộc giao tranh giáp lá cà) để ẩn dụ chỉ một cơ chế phòng vệ của chính phủ (B) nhằm đảm bảo an toàn cho giới báo chí, giống như một loại vũ khí vô hình, có chức năng bảo vệ các nhà báo khi tác nghiệp đưa tin. Ẩn dụ này dựa trên cơ chế tương đồng về chức năng che chắn do bản thân nghĩa của "lá chắn" mang lại. Hoặc như, một tiêu đề khác, ví dụ: *Nhà văn hóa cộng đồng... "đắp chiếu"* (Nhân Dân điện tử, Thứ Bảy, 07-07-2018). Xuất phát từ sự tương đồng giữa hiện tượng "đắp chiếu" - thường là hành động phủ chiếu lên một vật gì đó mà không/ ít có nhu cầu sử dụng đến để che chắn bụi bặm - với sự việc xây dựng nhà văn hóa cộng đồng nhằm mục đích để cho bà con thôn bản sử dụng, nhưng do thiếu tính toán trong lựa chọn vị trí đặt nhà văn hoá, địa điểm xây dựng xa trung tâm của hai buôn, tình trạng giao thông lại không thuận lợi dẫn đến tình trạng nhà văn hoá bị bỏ quên, người dân không sử dụng đến, giống như một thứ đồ dùng bị "đắp chiếu" ngủ quên không được sử dụng.

(2) Ẩn dụ cách thức

Trong 500 tiêu đề báo Nhân Dân điện tử được khảo sát, chúng tôi tìm được 65/166 ẩn dụ cách thức (chiếm tỉ lệ 39,16%). Đây là loại ẩn dụ được sử dụng phổ biến nhất trong tiêu đề báo Nhân Dân. Các tác giả đã dựa trên cơ chế tương đồng về cách thức thực hiện giữa hai sự vật, hiện tượng để tạo nên các tiêu đề đầy tính hình tượng. Ví dụ: *Cổ động viên Việt Nam tại Saudi Arabia "tiếp lửa" cho đội tuyển.* (Nhân Dân điện tử, Thứ Tư, 01-09-2021)

Dựa trên sự tương đồng về cách thức "tiếp lửa" trong khai mạc các thế vận hội thể thao, với ý nghĩa tượng trưng là tiếp thêm sức mạnh, thắp lên nhiệt huyết và niềm tin chiến thắng, ẩn dụ cách thức "tiếp lửa" ở đây nhằm nói đến cổ động viên Việt Nam đã tiếp thêm sức mạnh, tinh thần thi đấu cho đội bóng nước nhà. Đây là trận đấu đầu tiên của tuyển Việt Nam ở vòng loại cuối cùng World Cup 2022 khu vực châu Á sẽ diễn ra. Người hâm mộ đội tuyển ở Saudi Arabia đã chuẩn bị sẵn sàng để tiếp thêm động lực cho thầy trò HLV Park Hang Seo trên sân khách. Một ví dụ khác:

Ví dụ: *Lấy âm nhạc làm vũ khí chống dịch.* (Nhân Dân điện tử, Thứ Sáu, 03-09-2021). Âm nhạc là một trong bảy loại hình nghệ thuật cơ bản - một bộ môn nghệ thuật dùng âm thanh để diễn đạt cảm xúc của con người. Dưới góc nhìn triết học, âm nhạc được xem là "sự hài hòa của vũ trụ", làm rung động tình cảm lắng đọng trong tâm hồn, có tác dụng chắp cánh cho trí tưởng tượng và ước mơ. Dưới góc độ tâm lí học, âm nhạc được xem như một loại thần dược, mang đến niềm vui và niềm hạnh phúc cho con người, giải toả căng thẳng và phiền muộn, giúp con người vượt qua cơn trầm cảm, cải thiện trí nhớ, ngôn ngữ và hướng con người tới các giá trị chân - thiện - mĩ. Với hai chức năng cơ bản là chức năng nhận thức và chức năng thẩm mĩ, âm nhạc sẽ giúp con người cân bằng tâm hồn và cân bằng cuộc sống. Trong ẩn dụ này, xuất phát từ nhận thức chung về chức năng của âm nhạc, tác giả bài viết đã mượn sự tương đồng trong cách thức mà âm nhạc tác động vào đời sống của con người giống như một phương thuốc/một loại vũ khí nhằm giải toả mọi lo âu, phiền muộn, kích thích năng lượng tích cực để chống lại những cảm xúc tiêu cực khi con người phải đối phó với dịch bệnh.

(3) Ẩn dụ phẩm chất

Trong số tư liệu tiêu đề báo chí tiếng Việt mà chúng tôi khảo sát, có 31/166 tiêu đề thuộc tiểu loại *ẩn dụ phẩm chất* (chiếm tỉ lệ 18,67%). Các ẩn dụ này được tạo ra dựa trên cơ chế so sánh ngầm các đặc tính, phẩm chất của sự vật, hiện tượng A để ngầm chỉ cho sự vật, hiện tượng B, tạo nên các tiêu đề đậm chất hình tượng như: *Đắt đỏ niềm tin; Doanh nghiệp vận tải làm gì để chống đỡ "cá mập" Grab? Một năm "quả ngọt" từ EVFTA; Cần thêm liều "vắc-xin ý thức"; "Hạt ngọc" tỏa hương; Cần "phao cứu sinh" cho không gian sáng tạo…* Xem xét một vài ví dụ dưới đây:

Ví dụ: *Gây dựng "sếu đầu đàn" cho nền kinh tế.* (Nhân Dân điện tử, Thứ Sáu, 07-05-2021)

Trong tiêu đề trên, tác giả đã lấy phẩm chất của "sếu đầu đàn" trong các hành trình bay bầy đàn của loài sếu để ẩn dụ cho việc xây dựng các doanh nghiệp mạnh, có khả năng dẫn đầu, dẫn dắt nền kinh tế. Đàn sếu bay hình mũi tên hay hình chữ V dựa trên nguyên lí động lực khí. Con sếu bay ở đầu mũi tên hay hình chữ V thường là đầu đàn và có sức khỏe hơn hẳn những con phía sau. Khi con đầu đàn mỏi mệt, thì ngay lập tức nó sẽ chuyển sang vị trí bên cánh và sẽ có một con khác to khỏe thay thế, dẫn đầu để cả đàn cùng đạt được mục tiêu chung. Các doanh nghiệp hoạt động theo nguyên tắc này thì doanh nghiệp mạnh sẽ hỗ trợ cho các doanh nghiệp yếu hơn và cùng nhau hướng tới một mục tiêu chung là phát triển kinh tế.

Ví dụ: *"Ba tại chỗ" cùng những "nữ tướng".* (Nhân Dân điện tử, Thứ 2, 03-08-2021)

Trong tiêu đề trên, "nữ tướng" được dùng với nghĩa ẩn dụ, dùng để chỉ những người phụ nữ đảm đang, biết gánh vác chu toàn mọi việc trong gia đình. Xuất phát từ phẩm chất của "nữ tướng", là tên gọi người phụ nữ đóng vai trò chỉ huy/tổng tư lệnh trong chiến trận, hội tụ đủ cả tài năng, trí tuệ, sự quyết đoán, biết lên kế hoạch và tổ chức, sắp xếp mọi việc một cách khoa học. Khi dùng để chỉ những người phụ nữ bình thường trong đại dịch Covid-19, tác giả muốn khẳng định và ca ngợi họ như những "nữ tướng", tuy chân yếu tay mềm, nhưng vì đại dịch mà họ đã đảm đương, quán xuyến tất cả mọi công việc liên quan đến phòng chống dịch Covid-19.

(4) Ẩn dụ bổ sung

Trong tiêu đề báo chí tiếng Việt, chúng tôi chỉ thấy xuất hiện duy nhất 01/166 tiêu đề có chứa ẩn dụ bổ sung (chiếm tỉ lệ 0,60%). Sự chuyển đổi, thay thế một cảm giác này bằng một cảm giác khác cũng góp phần tạo nên kiểu tiêu đề phù hợp cho những bài viết mô tả cảm xúc của con người. Ví dụ: *... Nỗi buồn trong veo.* (Nhân Dân điện tử, Thứ Năm, 26-08-2021).

Ẩn dụ trên mô tả cảm xúc lắng đọng của một người kiến trúc sư, sau những bộn bề của cuộc sống, những đám đông thù tạc, anh lại lui về chốn riêng bạn bè, lại đau đáu những cách tân, sáng tạo trong nỗi niềm cô đơn. Nỗi buồn của người nghệ sĩ cũng trong trẻo như thi ca và nghệ thuật. Có sự chuyển đổi cảm giác, từ cảm giác tâm lí (buồn) sang cảm xúc thị giác (trong veo) để khẳng định rằng, người nghệ sĩ chân chính luôn sống và cống hiến hết mình vì nghệ thuật.

(5) Ẩn dụ vận dụng thành ngữ, tục ngữ, điển tích

Việc sử dụng thành ngữ, tục ngữ, điển tích để đặt tiêu đề báo chí là một hiện tượng phổ biến trong các loại hình báo chí, bởi tính chất hàm súc, hình tượng, mang hàm ý sâu sắc mà thành ngữ, tục ngữ, điển tích mang lại. Thông thường, người viết thường sử dụng một phần câu thành ngữ, tục ngữ như là một chất liệu để tạo nên một dạng biến thể trong tiêu đề báo chí. Kết quả khảo sát trên tư liệu 500 tiêu đề báo Nhân Dân điện tử có 22/166 tiêu đề loại này (chiếm 13,25%) với các thành ngữ, tục ngữ biến thể, các điển tích như: *Những ngày "vượt nắng, thắng mưa" thắm nghĩa quân dân; Gương vỡ lại lành; Cơn bĩ cực; Sóng cả phải vững tay chèo!*... Thử phân tích một số tiêu đề dưới đây:

Ví dụ: *Lửa thử vàng, gian nan thử… cán bộ*. (Nhân Dân điện tử, Thứ Sáu, 24-12-2021)

Tiêu đề này đã vận dụng thành ngữ *Lửa thử vàng, gian nan thử sức* để cải biên, thay thành kết quả thử "cán bộ". Trải qua hai năm phòng, chống dịch Covid-19, dịch bệnh đã trải qua nhiều giai đoạn, với nhiều tình huống ứng phó với dịch bệnh đủ thử sức, đủ dài để nhìn thấy nhiều điều, rút ra nhiều kinh nghiệm về năng lực quản lí, điều hành của chính quyền nói chung, chính quyền địa phương nói riêng. Hàm ý của tiêu đề trên muốn khẳng định rằng, người cán bộ kinh qua được những giai đoạn khó khăn của đất nước này chẳng khác gì vàng thau được tôi rèn trong lửa. Nếu lửa có thể thử được vàng để phân biệt vàng với thau, thì khó khăn trong giai đoạn chống dịch vừa qua cũng là một phép thử tốt nhất đối với cán bộ.

Ví dụ: *Đừng để "con sâu làm rầu nồi canh*". (Nhân Dân điện tử, Thứ Sáu, 14-06-2019)

Câu tục ngữ *con sâu làm rầu nồi canh* vốn xuất phát từ nghĩa đen: nếu một con sâu vô tình rớt vào nồi canh thì nồi canh đó coi như bỏ đi, không ai dùng đến. Hàm ý của câu tục ngữ này là nếu cá nhân nào làm điều gì xấu ắt sẽ gây ảnh hưởng đến tập thể, đến gia đình. Từ đó, câu tục ngữ giống như lời nhắc nhở tinh thần trách nhiệm của mỗi cá nhân đối với tập thể. Đây là tiêu đề bài viết mô tả việc một số nhân viên cửa hàng xăng sử dụng chiêu trò để ăn chặn xăng dầu của khách hàng, làm ảnh hưởng đến uy tín, danh dự của cả cửa hàng xăng dầu, hành động sai trái của họ đáng lên án, chẳng khác gì một con sâu làm hỏng cả nồi canh, mất cả uy tín của cả một tập thể vốn lâu nay vẫn làm ăn giữ chữ tín với khách hàng.

3.2. Ẩn dụ trong tiêu đề báo Tân Hoa xã

(1) Ẩn dụ hình thức

Trong tiêu đề báo *Tân Hoa xã*, có 45/127 tiêu đề thuộc kiểu ẩn dụ hình thức (chiếm tỉ lệ 35,43%). Các ẩn dụ hình thức này được xây dựng dựa trên phép so sánh ngầm giữa hai sự vật, hiện tượng A và B mà giữa chúng có sự tương đồng về kiểu hình thức hoặc tính chất nào đấy. Ví dụ: 民间互助:为生命撑起"安全伞" (Tân Hoa xã, ngày 02/08/2021) (dịch nghĩa: "Dân hỗ trợ lẫn nhau: vì tính mạng giữ "*chiếc ô an toàn*". Ẩn dụ này dựa trên sự so sánh ngầm giữa hình thức "chiếc ô" (A) - vật che chắn, bảo vệ con người khỏi các hiện tượng thời tiết như mưa, nắng với "chiếc ô" cơ chế (B), có khả năng bảo vệ nhân thân con người trong các bối cảnh chính trị xã hội phức tạp. Sự tương đồng về chức năng

này đã giúp cho tiêu đề bài viết tăng tính hình tượng, "chiếc ô an toàn" được nhắc tới trong bài viết này chính là "chiếc ô" bảo trợ của chính phủ dành cho người dân vùng lũ khi đối mặt với thảm hoạ thiên tai, đồng thời nói tới những người anh hùng luôn sẵn sàng hỗ trợ người dân trong cảnh nước lũ nguy khốn. Sự hỗ trợ này có ý nghĩa to lớn và là hiện thân của các giá trị nhân văn của xã hội, được ví như chiếc ô an toàn, chở che người dân. Ví dụ: 阿富汗战争 20 年启示录 那位等待"彩虹"的阿富汗女孩. (Tân Hoa xã, ngày 23/07/2021) (dịch nghĩa: Chiến tranh Afghanistan trong 20 năm được khởi quay, cô gái Afghanistan đợi chờ "*cầu vồng*"). Trong tiêu đề này, tác giả sử dụng ẩn dụ hình ảnh "cầu vồng" để nói về niềm mong đợi của cô gái, chính là chuyển tải một thông điệp niềm hi vọng về tương lai xán lạn của đất nước.

(2) Ẩn dụ cách thức

Qua khảo sát ngẫu nhiên 500 tiêu đề báo chí trên *Tân Hoa xã*, cho kết quả tìm được 38 tiêu đề thuộc kiểu ẩn dụ cách thức (chiếm tỉ lệ 29,92%). Ví dụ: 铤而走险“借”公款 夜不能寐终投案. (Tân Hoa xã, ngày 14/07/2021) (dịch nghĩa: *"vay" công khoản*, đêm không thể ngủ cuối cùng đầu thú).

Tiêu đề này được tạo bởi cơ chế ẩn dụ cách thức, dựa trên cơ chế tương đồng trong cách thức của hành động A (vay công khoản) để ẩn dụ cho hành động B (lấy công khoản để chi tiêu). Như vậy, "vay" ở đây chính là hành động tham nhũng tiền công quỹ, một hành vi trái phép và vi phạm pháp luật, vì vậy mới dẫn đến hành động đi đầu thú của đối tượng trót "vay" tiền công trái phép.

Ví dụ: 新华网评：撑起一把把“伞” 架起一座座“桥” (Tân Hoa xã, ngày 17/07/2021) (dịch nghĩa: Tân Hoa Xã Net Review: Giơ từng chiếc "ô" và xây từng cây "cầu")

Ở đây, ẩn dụ cách thức mô tả các hành động mang tính chất thiện chí, kết nối giữa con người với con người, giữa tổ chức với tổ chức. Hình ảnh chiếc ô cũng biểu tượng cho sự che chở, bảo vệ, và hình ảnh cây cầu mang ý nghĩa kết nối giữa các vùng miền, quốc gia với nhau. Hành động giơ từng chiếc "ô" và xây từng cây "cầu" của một quốc gia là hàm ý muốn nói đến các hành động mang tính chất ngoại giao, chủ động kết nối để tạo dựng những hành lang, những con đường đàm phán xuyên biên giới.

(3) Ẩn dụ phẩm chất

Trong số các tiêu đề trên báo Tân Hoa xã được lựa chọn khảo sát, chúng tôi tìm được 13 tiêu đề thuộc tiểu loại ẩn dụ phẩm chất (chiếm tỉ lệ 10,23%). Các tác giả đã căn cứ nét tương đồng về mặt phẩm chất, năng lực của đối tượng A, ngầm so sánh với phẩm chất, năng lực của đối tượng B và tạo nên các tiêu đề ẩn dụ giàu sức gợi hình như:

Ví dụ: 在习近平强军思想指引下·我们在战位报告丨“人民英雄”麦贤得：做好一颗小小的“螺丝钉” Tân Hoa xã, ngày 11/08/2021) (dịch nghĩa: Dưới sự hướng dẫn của Tập Cận Bình về tư tưởng củng cố quân đội, chúng ta đang ở trong báo cáo vị trí 丨"Anh hùng Nhân dân" Mai Xiande: làm tốt nhiệm vụ của một con *"ốc vít" nhỏ).*

Trong tiêu đề trên, có sự tương đồng trong phẩm chất của một con "ốc vít" nhỏ đặt trong tổng thể một cỗ máy hoàn chỉnh. Tuy nhiên, mặc dù nếu tách riêng như một cá thể độc lập, con "ốc vít" nhỏ không đóng vai trò gì lớn lao, song nếu đặt trong tổng thể một cỗ máy, thì con ốc vít đó lại là thứ không thể thiếu để cỗ máy vận hành. Ẩn dụ này đã góp phần tôn vinh, ca ngợi đức tính khiêm nhường của

Mai Xiande - ông là anh hùng nhân dân nhưng lại rất khiêm tốn, luôn cho rằng mình chỉ làm tốt bổn phận của mình, như vai trò của một "con ốc vít nhỏ" chứ không có công trạng lớn lao gì.

(4) Ẩn dụ bổ sung

Cũng giống như trong tiêu đề báo Nhân Dân điện tử, trong tiêu đề báo Tân Hoa xã, chúng tôi chỉ khảo sát được 02 tiêu đề thuộc ẩn dụ bổ sung (chiếm tỉ lệ 1,58%). Trên thực tế, vì ẩn dụ bổ sung dựa trên cơ chế chuyển đổi cảm giác giữa các giác quan khác nhau nên phù hợp hơn với thể loại thi ca, tuy nhiên trong tiêu đề báo chí cũng có xuất hiện tuy không phổ biến.

Ví dụ: 《白蛇 2·青蛇劫起》传统文化 IP 的"青年味" (Tân Hoa xã, ngày 06/08/2021) (dịch nghĩa: 《Bạch xà 2. Thanh xà khởi động 》"mùi vị thanh niên" của khu văn hóa truyền thống IP (ẩn dụ: mùi vị = sức sống tuổi trẻ)).

Trong tiêu đề trên, có sự chuyển đổi cảm giác, từ cảm nhận thị giác khi quan sát sức trẻ, sự năng động của thanh niên sang khứu giác (mùi vị thanh niên). Thông qua ẩn dụ bổ sung này, người viết muốn ca ngợi nhựa sống của tuổi trẻ, chỉ cần quan sát bằng mắt thường cũng đã cảm nhận nhiệt huyết, sức sống căng tràn của tuổi trẻ. Đây là cách nói đậm chất văn chương và giàu cảm hứng ngợi ca.

(5) Ẩn dụ vận dụng thành ngữ, điển tích, điển cố

Việc sử dụng thành ngữ, tục ngữ, điển tích, điển cố văn học như một chất liệu cho các diễn ngôn báo chí diễn ra rất phổ biến trong các ngôn ngữ, bởi đây là các trầm tích văn hoá dân gian, đúc kết những kinh nghiệm sống quý báu ngàn đời của ông cha đi trước. Văn hoá Hán với sự xuất hiện phổ biến các điển cố văn hoá, các điển tích văn học, ý tại ngôn ngoại, được các nhà báo sử dụng như một nghệ thuật tu từ rất thường xuyên. Trong 500 tiêu đề báo Tân Hoa xã chúng tôi khảo sát, có 22/127 tiêu đề loại này (chiếm tỉ lệ 22,83%) như: 全球连线|"面包和音乐一样都不能少"——乌克兰音乐人眼中的中国小康 (Kết nối toàn cầu | "Bánh mì và âm nhạc trong hai không thể thiếu một" - khán giả khá giả của Trung Quốc trong mắt các nhạc sĩ Ukraine), 186 封手写信和他们的"树洞 (186 bức thư viết tay và "hốc cây" của chúng tôi - điển tích: "hốc cây" = từ đồng thoại" hoàng đế mọc đôi tai lừa" = muốn nói đến việc "hốc cây" là nơi bạn có thể nói bí mật của mình ra mà không sợ bị lộ bí mật), 吴越：并非"人淡如菊" 还有更多可能 (Ngô Việt: Không phải là "Con người thanh đạm tựa hoa cúc", còn nhiều khả năng hơn thế nữa - lấy điển tích: "Con người thanh đạm tựa hoa cúc" trích trong bài *Điển nhã* trong tập *Hai mươi bốn bài thơ* của Tư Không Đồ đời Đường. "Con người thanh đạm tựa hoa cúc" là trạng thái tâm hồn ôn hòa, bền bỉ, không chịu độc đoán). Hay một ví dụ khác về sử dụng điển:

Ví dụ: 盗版，为何成为电商平台"打不死的小强" (Tân Hoa xã, 27/04/2021) (dịch nghĩa: Vi phạm bản quyền, tại sao lại thành nền tảng kinh doanh ngành thương mại điện tử "tiểu cường bất tử").

Trong tiêu đề này, khi muốn nói đến vấn nạn vi phạm bản quyền là một vấn đề nhức nhối, tồn tại dai dẳng trong xã hội, chưa có cách gì loại bỏ thì tác giả mượn điển tích "tiểu cường bất tử" (*tiểu cường* là tên gọi khác của *con gián*) để ám chỉ cho sự bất lực trong việc loại bỏ vấn nạn này. Ẩn dụ này xuất phát từ điển tích năm 1993, Châu Tinh Trì cho ra mắt phim *Đường Bá Hổ điểm Thu Hương*. Tên gọi *Tiểu Cường* thường xuất hiện trong các phim Trung Quốc, Hồng Kông. Đó là bởi vì nó ngụ ý chỉ những người có thân hình bé nhỏ mà sống dai, giẫm đạp lên cũng chưa chết (tiểu = bé, cường = mạnh mẽ, dai dẳng). Ở đây tác giả nói đến vấn đề bản quyền, cũng rất khó để xử lí. Nó tồn tại dai dẳng trong xã hội, trở thành một vấn đề nan giải của quốc gia và làm đau đầu những nhà quản lí.

4. Kết luận

Trong 1.000 tiêu đề báo được khảo sát trên hai đầu báo Nhân Dân điện tử (tiếng Việt) và Tân Hoa xã (tiếng Hán), có đến 293 tiêu đề có sử dụng phép tu từ ẩn dụ (trong đó 166 tiêu đề ẩn dụ thuộc báo Nhân Dân điện tử, và 127 tiêu đề ẩn dụ thuộc báo Tân Hoa xã). Các tiểu loại ẩn dụ đều xuất hiện trong hai ngôn ngữ, với tỉ lệ tương đồng ở kiểu ẩn dụ bổ sung (lần lượt là 0,55% trong tiếng Việt và 1,58% trong tiếng Hán). Ẩn dụ cách thức là kiểu ưa dùng nhất trong tiêu đề báo Nhân Dân (với tỉ lệ 39,16%), ngược lại kiểu ẩn dụ hình thức (ẩn dụ hình ảnh) được ưa sử dụng nhất trong Tân Hoa xã (với tỉ lệ 35,43%). Việc sử dụng thành ngữ, tục ngữ, điển tích, điển cố như một chất liệu để xây dựng tiêu đề báo chí ở cả hai ngôn ngữ là tương đương, tuy nhiên, trong Tân Hoa xã, các điển tích, điển cố được tận dụng nhiều hơn bởi sự hàm súc và "ý tại ngôn ngoại" vốn có của nó. Trong Nhân Dân điện tử, việc sử dụng thành ngữ, tục ngữ như một chất liệu cấu tạo tiêu đề được ưa dùng bởi chính tầng nghĩa biểu trưng tạo nên sự sâu sắc của thông điệp báo chí mà các tác giả muốn truyền đạt tới độc giả. Có thể nói, việc sử dụng phương tiện tu từ ẩn dụ trong các tiêu đề báo chí trong cả hai ngôn ngữ đều nhằm làm nổi bật nội dung, chủ đề của bài viết, gây sự tò mò, hấp dẫn và thu hút độc giả tiếp tục khám phá nội dung của bài viết.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đỗ Hữu Châu, *Giáo trình Việt ngữ*, Nxb Giáo dục, 1962.
2. Nguyễn Thiện Giáp, *Từ vựng học tiếng Việt*, Nxb Giáo dục, 1998.
3. Đỗ Thị Thanh Huyền, *Bàn về đặc điểm đầu đề bài viết trên báo nhân dân*, Ngôn ngữ & Đời sống, Tháng 10, 2015.
4. Đỗ Thị Thanh Huyền, *Đặc điểm đầu đề bài viết trên "Nhân dân nhật báo" Trung Quốc và những vấn đề liên quan trong dịch thuật*, Tạp chí nghiên cứu nước ngoài, Tập 33, số 2 (2017) 59-74, 2017.
5. Trần Huy Khánh, *Khảo sát các phương tiện tu từ sử dụng trong tiêu đề báo chí tiếng Anh*, Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Đại học Đà Nẵng, Số 5 (40) 2010, 2010.
6. Đinh Trọng Lạc - Nguyễn Thái Hoà, *Phong cách học tiếng Việt*, Nxb Giáo dục, 1993.
7. Đinh Trọng Lạc, *99 phương tiện và biện pháp tu từ trong tiếng Việt*, Nxb Giáo dục, 1994.
8. Trịnh Hồng Nam, *Các tiêu đề bản tin của Thời báo The New York Times về cuộc xung đột ở dải Gaza năm 2014*, Tạp chí nghiên cứu nước ngoài, Tập 34, số 3 (2018) 89-105, 2018.
9. Dương Văn Quang, *Vận dụng phép tu từ trong tít báo thể thao*, Tạp chí Khoa học Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh, Số 55, tr. 155-162, 2014.
10. Đào Thản, *Từ ngôn ngữ chung đến ngôn ngữ nghệ thuật*, Nxb Khoa học xã hội, 1998.
11. Nguyễn Đức Tồn, *Những vấn đề của Ngôn ngữ học cấu trúc dưới ánh sáng lí thuyết Ngôn ngữ học hiện đại*, Nxb Khoa học xã hội, 2013.
12. Bell, A., *The language of news media*, Blackwell, Oxford, 1991.
13. Harkrider, J., *Getting started in Journalism*, National Textbook company, 1997.
14. 李行健（主编）、*现代汉语规范词典*、 外语教学与研究出版社和语文出版社联合出版、2004 年再。
15. 李宝嘉、唐志超，*现代汉语规范词典*，吉林大学出版社，长春，2001。束定方，*隐喻与转喻研究*，上海外语教育出版社，2002。