

ẨN DỤ Ý NIỆM “THƯƠNG MẠI LÀ ĐỘNG VẬT” TRONG DIỄN NGÔN BÁO CHÍ THƯƠNG MẠI TIẾNG VIỆT VÀ TIẾNG ANH

PHẠM THÙY GIANG*

Abstract: This article explores the conceptual metaphor “COMMERCE IS AN ANIMAL” in both Vietnamese and English commercial news discourse, aiming to compare and contrast the low-level metaphors, the quantity of metaphorical statements, metaphorical expressions, and their frequencies. It also examines the mapping mechanisms and the mindset of both Vietnamese and American communities. Cultural differences and geographical features are utilized to explain the variations in constructing these metaphors.

Keywords: *conceptual metaphor, commerce, animal, Vietnamese, English*

1. Đặt vấn đề

Ẩn dụ là một phần quan trọng trong tư duy con người và trong việc xây dựng hiện thực của chúng ta. Cố gắng hiểu về ẩn dụ có nghĩa là cố gắng hiểu về một phần quan trọng của bản thân chúng ta và loại thế giới mà chúng ta sống trong đó [13].

Ẩn dụ ý niệm là một khía cạnh quan trọng của việc truyền đạt ý nghĩa sâu xa và tạo ra hiểu biết sâu sắc về một vấn đề hoặc khía cạnh nào đó của cuộc sống. Ẩn dụ không chỉ là việc sử dụng từ ngữ hay hình ảnh một cách đơn giản, mà còn là việc kết hợp các yếu tố ngôn từ, ngữ cảnh và văn hoá để gợi lên những ý nghĩa ẩn dụ không được thể hiện một cách rõ ràng. Những ý niệm này thường kích thích sự sáng tạo và tư duy sâu sắc từ phía người đọc hoặc người nghe, và thường xuyên xuất hiện trong văn học, nghệ thuật, truyền thông và thậm chí là trong giao tiếp hàng ngày. Tuy nhiên, việc hiểu và phân tích ẩn dụ ý niệm không phải lúc nào cũng dễ dàng. Đôi khi, chúng có thể được sử dụng một cách tinh vi và mờ ra nhiều lớp ý nghĩa khác nhau, đòi hỏi người đọc hoặc người nghe phải có kiến thức sâu sắc về ngôn ngữ và văn hoá. Ngoài ra, sự đa dạng của ẩn dụ ý niệm cũng có thể dẫn đến nhiều cách hiểu khác nhau, tùy thuộc vào ngữ cảnh và trải nghiệm cá nhân của mỗi người.

Trong thế giới ngày nay, diễn ngôn báo chí không chỉ đóng vai trò quan trọng trong việc truyền thông thông tin mà còn là một công cụ mạnh mẽ để tạo ra sự ảnh hưởng và thay đổi ý thức cộng đồng. Trong bối cảnh này, ẩn dụ ý niệm đã trở thành một phần không thể thiếu của diễn ngôn báo chí, đóng vai trò quan trọng trong việc truyền đạt ý nghĩa sâu xa và tạo ra hiểu biết sâu rộng về các vấn đề xã hội, chính trị, kinh tế, văn hóa và xã hội.

Các nhà ngôn ngữ học nước ngoài đã tiến hành nghiên cứu ẩn dụ ý niệm trên diễn ngôn báo chí để nhận hiểu miền đích chính là KINH DOANH/ KINH TẾ (Kovácz [12], Cardini [8]; Bratož [7]) thông qua các miền nguồn như CHIẾN TRANH, THỂ THAO, TRÒ CHƠI (Koller [10]), ĐỒ VẬT BỊ HƯ HỎNG hoặc ĐỒ VẬT BỊ PHÁ HUỖY (Cardini [8]), SỨC KHỎE (Urbonaitė & Šeškauskienė [18]; Charteris-Black & Musolff [9]). Các nghiên cứu trong nước cũng tập trung miêu tả các vấn đề của nền kinh tế hoặc các thuật ngữ kinh tế thông qua các miền nguồn như CƠ THỂ NGƯỜI (Hò Thị Hải Yến [19]), HÀNH TRÌNH, TRÒ CHƠI VÀ THỂ THAO, CON NGƯỜI (Triệu Khánh Toàn [16]), CHIẾN

* TS, Trường Đại học Thương mại

TRANH (Triệu Khánh Toàn [16]; Trần Thị Thanh Trúc [5]). Nghiên cứu của Hà Thanh Hải [1] và Nguyễn Thị Thanh Huyền [2] khai thác các đặc tính của thị trường tài chính qua miền nguồn ĐỘNG VẬT. Như vậy, có thể thấy các nghiên cứu trong và ngoài nước chưa tìm hiểu miền đích THƯƠNG MẠI, đồng thời miền nguồn ĐỘNG VẬT cũng chưa được nghiên cứu một cách sâu sắc để nhận hiểu các vấn đề liên quan đến thương mại.

Bài viết này tìm hiểu ẩn dụ ý niệm THƯƠNG MẠI LÀ ĐỘNG VẬT xuất hiện trong 32 bài báo, 31 tiêu đề bài báo thương mại của hai tờ báo điện tử của Việt Nam là *Báo Công thương* (<https://congthuong.vn/>), *Tạp chí Doanh nghiệp và Tiếp thị* (<https://doanhnghieptiepthi.vn/>) và 38 bài báo, 13 tiêu đề bài báo trên hai tờ báo điện tử của Mỹ là *CNN* (<https://edition.cnn.com/>) và *New York Post* (<https://nypost.com/>) (trong khoảng thời gian từ tháng 01 năm 2020 đến tháng 10 năm 2022). Bài viết trên *Báo Công thương* (chuyên mục *Thương mại và Thị trường*), *Tạp chí Doanh nghiệp và Tiếp thị* (chuyên mục *Doanh nghiệp - Doanh nhân*) lần lượt có độ dài từ 550 - 1.200 từ và 400 - 1.200 từ. Bài báo trên *Báo CNN* (chuyên mục *Business*) và *Báo New York Post* (chuyên mục *Business*) lần lượt có độ dài từ 500 - 1.200 từ và 300 - 1.000 từ. Các bài báo được chọn ngẫu nhiên, sau đó tác giả đọc và xác định biểu thức ẩn dụ. Các biểu thức ẩn dụ này bao gồm cả nội dung trong bài báo hoặc cả tiêu đề bài báo. Từ đó, tác giả so sánh đối chiếu các ẩn dụ bậc dưới của ẩn dụ THƯƠNG MẠI LÀ ĐỘNG VẬT trong khối ngữ liệu tiếng Việt và tiếng Anh trên ba bình diện: số lượng và tần suất (số biểu thức ẩn dụ (BTAD), số dụ dẫn và lượt xuất hiện các dụ dẫn), cơ chế ánh xạ và đặc trưng văn hoá của hai dân tộc Việt và Mỹ.

2. Cơ sở lý thuyết

Theo Simpson, ẩn dụ là “quá trình ánh xạ giữa hai miền ý niệm khác nhau” (metaphor is a process of mapping between two different conceptual domains), trong đó miền đích và miền nguồn chia sẻ các tương quan hệ thống [15, tr.41]. Điều đó có nghĩa là để hiểu được A (đích) như là B (nguồn) thì các yếu tố ý niệm cấu thành B phải tương quan với các yếu tố cấu thành A. Những tương quan ý niệm này thường được gọi là ánh xạ [13]. Việc ánh xạ ngữ nghĩa của một ý niệm từ miền nguồn sang miền đích thường có tính lựa chọn [11], làm nổi bật một số thuộc tính và che giấu những thuộc tính khác [14].

3. Kết quả và thảo luận

Ẩn dụ THƯƠNG MẠI LÀ ĐỘNG VẬT gồm miền nguồn là ĐỘNG VẬT, còn miền đích là THƯƠNG MẠI. Các thuộc tính của miền nguồn, số BTAD, số dụ dẫn và lượt xuất hiện các dụ dẫn được nêu rõ trong Bảng 1 dưới đây.

Bảng 1. Thống kê các tiểu loại ẩn dụ THƯƠNG MẠI LÀ ĐỘNG VẬT

Thuộc tính miền nguồn	BTAD tiếng Việt		BTAD tiếng Anh		Số BTAD		Tổng BTAD
	Số dụ dẫn	Số lượt xuất hiện	Số dụ dẫn	Số lượt xuất hiện	Tiếng Việt	Tiếng Anh	
Loại động vật	2	2	6	14			
Đặc điểm của động vật	0	0	5	5			
Hoạt động của động vật	2	3	4	4			
Hoạt động với động vật	3	3	7	10			
TỔNG	7	8	22	33	8	31	39

Dựa vào các thuộc tính trên, sơ đồ ánh xạ được thiết lập (Bảng 2).

Bảng 2. Sơ đồ ánh xạ của ẩn dụ THƯƠNG MẠI LÀ ĐỘNG VẬT

MIỀN NGUỒN: ĐỘNG VẬT	Ứng với	MIỀN ĐÍCH: THƯƠNG MẠI
Loại động vật	→	Thị trường/ doanh nghiệp/ sản phẩm
Đặc điểm của động vật	→	Đặc điểm của thị trường/ doanh nghiệp/ sản phẩm
Hoạt động của động vật	→	Hoạt động thương mại
Hoạt động với động vật	→	Hoạt động với thị trường/ doanh nghiệp/ sản phẩm

3.1. Ẩn dụ ý niệm THƯƠNG MẠI LÀ ĐỘNG VẬT trong diễn ngôn báo chí thương mại tiếng Việt

Ẩn dụ này được tìm thấy trong 8 BTAD với 7 dụ dẫn được sử dụng 8 lần (Bảng 1). Có 3 ẩn dụ bậc dưới của ẩn dụ này, lần lượt được trình bày dưới đây.

Thứ nhất, ẩn dụ THỊ TRƯỜNG/ DOANH NGHIỆP/ SẢN PHẨM LÀ LOẠI ĐỘNG VẬT được phát hiện với 2 dụ dẫn và 2 lượt xuất hiện (Bảng 3).

Bảng 3. Thống kê dụ dẫn của ẩn dụ THỊ TRƯỜNG/ DOANH NGHIỆP/ SẢN PHẨM LÀ LOẠI ĐỘNG VẬT

Thuộc tính	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện
Loại động vật	Sếu đầu đàn	1	Cánh chim đầu đàn	1
TỔNG	Số dụ dẫn: 2		Số lượt xuất hiện: 2	

Ví dụ:

(1) Trong bối cảnh quỹ đất ngày càng khan hiếm và tăng giá, thủ tục triển khai dự án siết chặt, doanh nghiệp nào nắm giữ quỹ đất lớn sẽ trở thành “sếu đầu đàn” của thị trường địa ốc. (<https://doanhnghieptiepthi.vn/>, 13/01/2022)

(2) Bằng chứng là trong quá khứ, không khó để tìm ra những thương hiệu từng là “cánh chim đầu đàn” của ngành, lĩnh vực, chứa đựng cả giấc mơ và một trời ký ức của nhiều thế hệ người tiêu dùng như cao Sao Vàng, xe đạp Thống Nhất, kem Thủy Tạ, xà bông Cô Ba, giấy Thượng Đình. (<https://congthuong.vn/>, 20/04/2022)

Trong ví dụ (1) và (2), sếu đầu đàn hay cánh chim đầu đàn ám chỉ các doanh nghiệp có vị thế về thị phần, có vai trò dẫn dắt với vị trí số 1 trong lĩnh vực. Cánh chim đầu đàn thể hiện hình ảnh doanh nghiệp với vai trò chủ đạo, dẫn đầu thị trường. Như những chú chim bay theo đội hình chữ V, cánh chim đầu đàn không chỉ là người mở đường mà còn chịu trách nhiệm điều chỉnh hướng đi, giúp cả đoàn kết nối và cùng nhau tiến lên. Trong bối cảnh thương mại, cánh chim đầu đàn đại diện cho sự dẫn dắt, tầm nhìn và chiến lược sáng suốt, giúp công ti phát triển bền vững và thành công. Ngoài ra, doanh nghiệp sếu đầu đàn có thể có năng lực trí tuệ và công nghệ cao, cung cấp các sản phẩm, dịch vụ thiết yếu và mũi nhọn của nền kinh tế. Sếu đầu đàn, với đặc trưng là loài chim lớn bay cao và bền bỉ, tượng trưng cho những doanh nghiệp có tầm nhìn xa và khả năng tiên phong trên thị trường. Sếu đầu đàn không chỉ đi trước dẫn đường mà còn tạo động lực cho cả đoàn sếu bay theo một cách hiệu quả và nhịp nhàng. Trong thế giới doanh nghiệp, sếu đầu đàn biểu trưng cho những công ti tiên phong, đột phá, tạo xu hướng mới, dẫn dắt ngành công nghiệp hoặc thị trường đi lên.

Thứ hai là ẩn dụ HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI LÀ HOẠT ĐỘNG CỦA ĐỘNG VẬT xuất hiện với 2 dụ dẫn và 3 lượt xuất hiện (Bảng 4).

Bảng 4. Thống kê dụ dẫn của ẩn dụ HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI LÀ HOẠT ĐỘNG CỦA ĐỘNG VẬT

Thuộc tính	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện
Hoạt động của động vật	Lột xác	2	Phi (mã)	1
Tổng	Số dụ dẫn: 2		Số lượt xuất hiện: 3	

Ví dụ:

(3) *Ford Everest mới chính thức ra mắt: **Lột xác** để đấu Toyota Fortuner* (<https://doanhnghieptiepthi.vn/>, 01/03/2022)

(4) *Khởi sắc hơn, nhóm phân bón DCM, DPM, LAS, DDV, BFC, SFG... cũng tăng tốt khi giá phân thể giới tăng **“phi mã”**, thậm chí HSI tăng kịch trần.* (<https://doanhnghieptiepthi.vn/>, 11/3/2022)

Lột xác là quá trình “trút bỏ lớp vỏ, lớp da bên ngoài để thay vỏ, thay da đối với một số loài động vật, vào những mùa nhất định hay ở vào những giai đoạn nhất định của đời sống” [1, tr.753]. Tương tự động vật, sản phẩm Ford Everest *lột xác* khi được làm mới nội, ngoại thất, bổ sung phiên bản sử dụng động cơ diesel 3.0L, được nâng cấp để có một diện mạo mới và các tính năng ưu việt hơn.

Giá cả là một yếu tố quan trọng trong hoạt động thương mại của các doanh nghiệp. Trong ví dụ (4), *phi mã* giúp người đọc hình dung ra hình ảnh con ngựa phi (chạy) với tốc độ cao, từ đó giúp liên tưởng đến việc tăng giá nhanh của mặt hàng phân thể giới.

Thứ ba là ẩn dụ HOẠT ĐỘNG VỚI ĐỘNG VẬT LÀ HOẠT ĐỘNG VỚI THỊ TRƯỜNG/ DOANH NGHIỆP/ SẢN PHẨM được tìm thấy với 3 dụ dẫn xuất hiện 3 lần (Bảng 5).

Bảng 5. Thống kê dụ dẫn của ẩn dụ HOẠT ĐỘNG VỚI ĐỘNG VẬT LÀ HOẠT ĐỘNG VỚI THỊ TRƯỜNG/ DOANH NGHIỆP/ SẢN PHẨM

Thuộc tính	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện
Hoạt động với động vật	Kìm cương	1	Săn	1
	Chấp cánh	1		
Tổng	Số dụ dẫn: 3		Số lượt xuất hiện: 3	

Ví dụ:

(5) *Zero Covid **“kìm cương”** các Big Tech và nhà bất động sản: Trung Quốc đang suy nghĩ lại về những chiến lược này khi nhà đầu tư toàn cầu ‘ôm tiền’ tháo chạy.* (<https://doanhnghieptiepthi.vn/>, 19/03/2022)

(6) *Song song đó, chiến lược “sale quanh năm” tạo ra tâm lí chờ đón những chương trình mới, **“săn”** được ưu đãi hời để chi tiêu thông minh.* (<https://congthuong.vn/>, 08/12/2021)

Kìm cương là hoạt động con người giữ cương ngựa, ghìm lại để ngựa đi chậm hoặc dừng lại. Trong ví dụ (5) các Big Tech (các công ti công nghệ lớn) được hình dung như những con ngựa đầy sức mạnh. Chính sách Zero Covid của Trung Quốc đã *kìm cương*, kìm hãm hoạt động của các Big Tech khiến họ khó có thể đầu tư vào nước này.

Một hoạt động khác với động vật là “săn” - “đuổi bắt hoặc tìm giết muông thú” [4, tr.1091] được phóng chiếu để chỉ hoạt động tìm kiếm các ưu đãi hời nhằm mua được sản phẩm với giá thấp nhất. Như vậy hoạt động “săn” với động vật được gán cho hoạt động với sản phẩm, giúp diễn ngôn báo chí thương mại trở nên sinh động và dễ hiểu hơn.

3.2. Ẩn dụ ý niệm THƯỜNG MẠI LÀ ĐỘNG VẬT trong diễn ngôn báo chí thương mại tiếng Anh

Ẩn dụ này xuất hiện trong 31 BTAD với 22 dụ dẫn và 33 lượt xuất hiện. Ẩn dụ này có 4 ẩn dụ bậc dưới, lần lượt được trình bày dưới đây.

Thứ nhất là ẩn dụ THỊ TRƯỜNG/ DOANH NGHIỆP/ SẢN PHẨM LÀ LOẠI ĐỘNG VẬT với 6 dụ dẫn xuất hiện 14 lần (Bảng 6).

Bảng 6. Thống kê dụ dẫn của ẩn dụ THỊ TRƯỜNG/ DOANH NGHIỆP/ SẢN PHẨM LÀ LOẠI ĐỘNG VẬT

Thuộc tính	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện
Loại động vật	Bear (gấu)	5	Bull (bò)	5
	Bellwether (cừu đực đầu đàn)	1	Dog (chó)	1
	Herd (đàn)	1	Unicorn (con kì lân)	1
Tổng	Số dụ dẫn: 6		Số lượt xuất hiện: 14	

Ví dụ:

(7) But housing is a **bellwether** for the rest of the economy, and these contractions will inevitably weigh on broader US growth. (Nhưng lĩnh vực bất động sản là **cừu đầu đàn** cho phần còn lại của nền kinh tế, và những cơn co thắt này chắc chắn sẽ ảnh hưởng đến sự tăng trưởng chung của Hoa Kỳ.) (<https://edition.cnn.com/>, 28/10/2022)

(8) When a **bear** market arrives, it's not pretty, especially for investors making short-term decisions. (Khi một thị trường **gấu** đến, nó chẳng tốt đẹp gì, đặc biệt đối với các nhà đầu tư với các quyết định ngắn hạn.) (<https://edition.cnn.com/>, 20/05/2022)

(9) Black Monday turned out, in hindsight, to be a blip in an otherwise strong **bull** market and strong economy during the Reagan years. (Thứ Hai đen tối, trong nhận thức muộn màng, hoá ra lại là một đốm sáng trong thị trường **bò** mạnh mẽ và nền kinh tế mạnh trong những năm Reagan cầm quyền.) (<https://edition.cnn.com/>, 19/10/2022)

Bò (*bull*) và gấu (*bear*) trở thành hai linh vật quan trọng của thị trường chứng khoán phố Wall. Hai loài động vật to lớn, đáng sợ này đại diện cho tâm trạng chung của thị trường chứng khoán. Gấu (*bear*) và bò (*bull*) lần lượt đại diện cho việc các nhà đầu tư bán ra hay mua vào, nói cách khác thị trường giảm điểm hay thị trường tăng điểm. Việc sử dụng tên hai loài động vật này để gọi tên thị trường xuất phát từ cách chúng tấn công đối thủ. Con gấu tấn công bằng cách vuốt bàn chân của nó xuống con mồi (vuốt xuống = cổ phiếu giảm giá). Ngược lại, con bò tót sẽ vênh sừng lên để húc con mồi (đẩy sừng lên = cổ phiếu tăng giá).

Dụ dẫn *bellwether* có nguồn gốc khá thú vị liên quan đến động vật. *Bellwether* gồm cái chuông (*bell*) đeo quanh cổ một con cừu đực bị thiến (*wether*). Con cừu đầu đàn này đi đến đâu thì chuông kêu leng keng và dẫn cả đàn cừu theo. Người chăn cừu có thể biết bầy cừu đang ở đâu dựa vào tiếng chuông. Như vậy hình ảnh “*con cừu đầu đàn*” được gán cho doanh nghiệp hay ngành dẫn dắt thị trường, chẳng hạn ngành nhà đất (*housing*) như ví dụ (7).

Thứ hai là ẩn dụ ĐẶC ĐIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG/ DOANH NGHIỆP/ SẢN PHẨM LÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA ĐỘNG VẬT xuất hiện 5 lần với 5 dụ dẫn (Bảng 7).

Bảng 7. Thống kê dụ dẫn của ẩn dụ ĐẶC ĐIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG/ DOANH NGHIỆP/ SẢN PHẨM LÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA ĐỘNG VẬT

Thuộc tính	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện
Đặc điểm của động vật	Wild (hoang dã)	1	Bullish (tăng giá cổ phiếu - bò)	1
	Brutal (đầy thú tính)	1	Hawkish (không thoả hiệp - diều hâu)	1
	Bearish (xuống giá - gấu)	1		
Tổng	Số dụ dẫn: 5		Số lượt xuất hiện: 5	

Ví dụ:

(10) *In recent years, when a company announced it was splitting its stock, Wall Street went **wild**. (Trong những năm gần đây, khi một công ty tuyên bố chia tách cổ phiếu, Phố Wall trở nên **hoang dã**.)* (<https://edition.cnn.com/>, 20/05/2022)

Dụ dẫn *wild* (*hoang dã*) dùng để chỉ thuộc tính của động vật hoang dã (dữ dội và không thể kiểm soát). Trong ví dụ trên, thuộc tính này được gán cho thị trường phố Wall để miêu tả tình trạng thị trường này trở nên xáo trộn bất thường khi một công ti tuyên bố chia tách cổ phiếu.

Thứ ba là ẩn dụ HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI LÀ HOẠT ĐỘNG CỦA ĐỘNG VẬT với 4 dụ dẫn và 4 lượt xuất hiện (Bảng 8).

Bảng 8. Thống kê dụ dẫn của ẩn dụ HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI LÀ HOẠT ĐỘNG CỦA ĐỘNG VẬT

Thuộc tính	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện
Hoạt động của động vật	Buck (nhảy chum bốn vó)	1	Hibernation (ngủ đông)	1
	Roar (gầm lên)	1	Cannibalize (ăn thịt đồng loại)	1
Tổng	Số dụ dẫn: 4		Số lượt xuất hiện: 4	

Ví dụ:

(11) *Stocks have experienced a sharp summer rebound, easing fear among investors and boosting hopes the bear market has settled on an early **hibernation**. (Chứng khoán đã trải qua một đợt phục hồi mạnh mẽ vào mùa hè, xoa dịu nỗi sợ hãi của các nhà đầu tư và thúc đẩy hy vọng rằng thị trường “gấu” đã và đang ổn định vào **giai đoạn ngủ đông** sớm.)* (<https://edition.cnn.com/>, 22/08/2022)

Ngủ đông là trạng thái hạ thân nhiệt có điều hoà ở động vật để giảm mức trao đổi chất. Hiện tượng này xảy ra trong vài ngày hoặc hàng tuần nhằm giúp cho động vật tiết kiệm năng lượng trong mùa đông hoặc qua đêm băng giá trên núi cao. Như vậy giai đoạn ngủ đông (*hibernation*) ám chỉ giai đoạn ổn định và lắng dịu của thị trường. Rõ ràng thông qua việc sử dụng ẩn dụ ý niệm, diễn ngôn báo chí thương mại trở nên giàu hình ảnh và ấn tượng hơn, từ đó thu hút sự chú ý của độc giả.

Thứ tư là ẩn dụ HOẠT ĐỘNG VỚI THỊ TRƯỜNG/ DOANH NGHIỆP/ SẢN PHẨM LÀ HOẠT ĐỘNG VỚI ĐỘNG VẬT với 7 dụ dẫn và 10 lượt xuất hiện (Bảng 9).

Bảng 9. Thống kê dụ dẫn của ẩn dụ HOẠT ĐỘNG VỚI THỊ TRƯỜNG/ DOANH NGHIỆP/ SẢN PHẨM LÀ HOẠT ĐỘNG VỚI ĐỘNG VẬT

Thuộc tính	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện	Dụ dẫn	Số lượt xuất hiện
Hoạt động với động vật	Rein (ghi cương ngựa)	3	Tame (thuần hoá)	1
	Ride (cưỡi)	2	Spur (thúc ngựa)	1
	Curb (điều khiển ngựa bằng dây cầm)	1	Ensnare (đánh bẫy)	1
	Muffle (bịt mõm)	1		
Tổng	Số dụ dẫn: 7		Số lượt xuất hiện: 10	

Ví dụ:

(12) *Some opponents of antitrust paint the fight to **rein** in Big Tech as an abstract issue unimportant to real people. (Một số người phản đối chống độc quyền coi cuộc chiến để **ghì cương** Big Tech là một vấn đề trừu tượng không quan trọng đối với người thực.)* (<https://edition.cnn.com/>, 10/05/2022)

Tương tự dụ dẫn *kìm cương* trong khối ngữ liệu tiếng Việt, dụ dẫn *rein* (ghì cương) ám chỉ việc kiểm soát, kiểm chế các gã khổng lồ công nghệ Big Tech (ví dụ 12).

3.3. Đối chiếu ẩn dụ ý niệm THƯƠNG MẠI LÀ ĐỘNG VẬT trong diễn ngôn báo chí thương mại tiếng Việt và tiếng Anh

Về số lượng, số BTAD, số dụ dẫn, số lượt xuất hiện dụ dẫn trong tiếng Anh đều nhiều hơn gấp 3 hoặc gần 4 lần trong tiếng Việt. Theo Trần Ngọc Thêm, các nước nói tiếng Anh như Mỹ, Anh, Úc,... thuộc loại hình văn hoá gốc du mục, nghĩa là nghề chăn nuôi buộc người dân phải đưa gia súc đi tìm cỏ, sống du canh du cư, nay đây mai đó [4]. Theo Warning (bản dịch của Nguyễn Hạnh Dung, Bùi Đức Thước, 1995), do dân tộc Mỹ hầu hết là dân nhập cư đến “mảnh đất của tự do” và văn hoá Mỹ được phổ biến bắt đầu từ những năm 1607 khi những người Anh định cư đầu tiên, sau đó là người Tây Ban Nha, Hà Lan, Pháp, Scotland, Ailen và người Đức nên có thể coi văn hoá Mỹ là gốc phương Tây [6]. Do đặc điểm khí hậu lạnh, khô không thích hợp cho thực vật sinh trưởng nên người dân chủ yếu sống bằng nghề chăn nuôi gia súc với lối sống du canh du cư. Người phương Tây coi trọng cá nhân, thiên về tư duy phân tích, luôn có tham vọng chinh phục thiên nhiên, ưa ứng xử theo nguyên tắc, trọng lí, hiếu thắng. Mặc dù các nước phương Tây sau này chuyển sang thương nghiệp, rồi phát triển công nghiệp và đô thị, nhưng cái gốc du mục đã để lại dấu ấn quan trọng trong đời sống văn hoá của họ. Vì vậy, động vật rất gần gũi và gắn bó với cuộc sống của người dân Mỹ và thường được sử dụng trong diễn ngôn báo chí thương mại dưới hình thức các ẩn dụ ý niệm. Đây có thể là lí do lí giải cho sự chênh lệch lớn về số lượng BTAD, dụ dẫn và tần suất các dụ dẫn, nghiêng về khối ngữ liệu tiếng Anh so với tiếng Việt.

Về ánh xạ, mô hình ánh xạ của ẩn dụ THƯƠNG MẠI LÀ ĐỘNG VẬT giống nhau ở hai ngôn ngữ, tuy nhiên có một ẩn dụ tồn tại trong tiếng Anh mà không xuất hiện trong tiếng Việt, đó là ĐẶC ĐIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG/ DOANH NGHIỆP/ SẢN PHẨM LÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA ĐỘNG VẬT.

Về tư duy văn hoá, việc lựa chọn các dụ dẫn thể hiện rõ ràng đặc trưng văn hoá dân tộc. Cụ thể, khối ngữ liệu tiếng Anh sử dụng các dụ dẫn chỉ các loài động vật đặc trưng cho xứ lạnh và truyền thống chăn nuôi của người Mỹ như *bull* (bò), *herd* (đàn gia súc), *bellwether* (cừu đực đầu đàn), còn các nhà báo Việt có xu hướng sử dụng các dụ dẫn quen thuộc với người Việt như *sếu đầu đàn*, *cánh chim đầu đàn*. Trong tâm thức văn hoá người Việt, *chim* và *sếu* không chỉ mang ý nghĩa tinh thần sâu sắc mà còn trở thành biểu tượng quan trọng trong bối cảnh phát triển thương mại và doanh nghiệp. Hình ảnh *cánh chim đầu đàn* và *sếu đầu đàn* là những biểu tượng phổ biến, gắn liền với vai trò lãnh đạo và tiên phong của các tổ chức. Cả hai hình ảnh này đều gợi nhắc về tinh thần lãnh đạo, sự đoàn kết, bền bỉ và kiên định trong việc đối mặt với thử thách. Chúng là những biểu tượng mạnh mẽ, không chỉ trong văn hoá mà còn trong tư duy quản trị và phát triển doanh nghiệp tại Việt Nam.

4. Kết luận

Nghiên cứu này chỉ ra rằng đối với ẩn dụ THƯƠNG MẠI LÀ ĐỘNG VẬT, số lượng BTAD, dụ dẫn và lượt xuất hiện trong tiếng Anh vượt trội so với tiếng Việt. Cơ chế ánh xạ khá tương đồng nhau giữa hai ngôn ngữ khi các thuộc tính của miền nguồn ĐỘNG VẬT được ánh xạ sang miền ĐÍCH THƯƠNG MẠI, làm cơ sở hình thành nên 4 ẩn dụ bậc dưới. Các đặc điểm về văn hoá, địa lí giúp lí giải cho các khác biệt trong việc sử dụng các dụ dẫn của hai cộng đồng Việt và Mỹ.

Việc nghiên cứu và khám phá về ẩn dụ ý niệm không chỉ giúp chúng ta hiểu sâu hơn về ngôn ngữ và văn hoá, mà còn mở ra cơ hội khám phá sự sáng tạo và đa dạng của con người trong việc sử dụng ngôn ngữ. Báo chí thường sử dụng ẩn dụ ý niệm để gợi lên cảm xúc, kích thích sự tò mò và thậm chí thuyết phục người đọc về một nội dung cụ thể. Tuy nhiên, việc hiểu và giải mã ẩn dụ ý niệm trong diễn ngôn báo chí đòi hỏi sự nhạy cảm và kiến thức sâu sắc về ngôn ngữ, văn hoá, ngữ cảnh và tư duy.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Hà Thanh Hải, *Đối chiếu phương thức ẩn dụ nhìn từ lí thuyết ngôn ngữ học tri nhận trên cứ liệu báo chí Anh Việt*, Luận án Tiến sĩ Ngữ văn, Thành phố Hồ Chí Minh, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG Thành phố Hồ Chí Minh, 2011.
2. Nguyễn Thị Thanh Huyền, *Ẩn dụ ý niệm về thị trường chứng khoán trong tiếng Anh và tiếng Việt*, Luận án Tiến sĩ Ngôn ngữ học, Học viện Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam, 2019.
3. Hoàng Phê (Chủ biên), *Từ điển tiếng Việt*, NXB Từ điển bách khoa, 2010.
4. Trần Ngọc Thêm, *Cơ sở văn hoá Việt Nam*, NXB Giáo dục, 1999.
5. Trần Thị Thanh Trúc, *Miền nguồn chiến tranh trong diễn ngôn kinh doanh trên báo chí Anh - Mỹ*, Tạp chí Phát triển khoa học và công nghệ - Khoa học Xã hội và Nhân văn, 4(2), 401-407, 2020.
6. Warning, E., *Sốc văn hoá Mỹ*, Dịch: Nguyễn Hạnh Dung, Bùi Đức Thước, NXB Chính trị quốc gia, 1995.

Tiếng Anh

7. Bratož, S., *A Comparative of Metaphor in English and Slovene Popular Economic Discourse*, Managing Global Transitions 2 (2): 179-176, 2004.
8. Cardini, F., *Analysing English metaphors of the economic crisis*, Lingue e Linguaggi, Vol.11, 2014.
9. Charteris-Black, J., & Musolff, A., "Battered hero" or "innocent victim"? A comparative study of metaphors for euro trading in British and German financial reporting, *English for Specific Purposes*, 22, 153-176, 2003.
10. Koller, V., *Metaphor and gender in Business, Media discourse*, A Critical Cognitive Study, Mc. Millan, New York, 2004.
11. Koller, V., *Analyzing metaphor and gender in discourse*, Lecture series at Université Jean Moulin-Lyon, 2008.
12. Kovács, É., *Conceptual metaphor in popular business discourse*, Retrieved on August 7th 2022, from http://www.matarka.hu/koz/ISSN_1219-543X/tomus_11_fas_3_2006_eng_ger_fra/ISSN_1219-543X_tomus_11_fas_3_2006_eng_ger_fra_069-080.pdf, 2000.
13. Kövecses, Z., *Metaphor: A practical introduction*, Oxford University Press, Oxford, 2002.
14. Lakoff, G. & Johnson, M., *Metaphors we live by*, University of Chicago Press, Chicago, 1980.
15. Simpson, P., *Stylistics: A resource book for students*, Psychology Press, 38-95, 2004.
16. Triệu Khánh Toàn, *A study on conceptual metaphors in economic reports in the New York Times from the perspective of cognitive linguistics*, MA. Thesis. Ha Noi: University of Foreign Languages and International Studies, Vietnam National University, 2016.
17. Ungerer, F., *Muted metaphors and the activation of metonymies in advertising*, *Metaphor and metonymy at the crossroads: a cognitive perspective*, 30, 321, 2000.
18. Urbonaitė, J. & I. Šeškauskienė, *HEALTH metaphor in political and economic discourse: a cross-linguistic analysis*, *Studies about Languages* 11: 68-73, 2007.
19. Hồ Thị Hải Yến, *An investigation into conceptual metaphors denoting economy as human body in fca.vn and nytimes.com*, Ha Noi: University of Foreign Languages and International Studies, Vietnam National University, 2012.
20. <https://congthuong.vn/>
21. <https://doanhnghieptiepthi.vn/>
22. <https://edition.cnn.com/>
23. <https://nypost.com/>