

# THẾ GIỚI KINH NGHIỆM TRONG DIỄN NGÔN THỜI TRANG TỪ GÓC NHÌN CỦA HỆ THỐNG CHUYỂN TÁC VÀ ẪN DỤ Ý NIỆM

## EXPERIENCE WORLD IN DISCOURSE OF FASHION FROM PERSPECTIVE OF TRANSITIVITY SYSTEM AND CONCEPTUAL METAPHORS

Luu Quý Khương<sup>1</sup>, Đặng Hoàng Thu<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Đà Nẵng; Email: lqkhuong@cfl.udn.vn

<sup>2</sup>Trường Đại học Quy Nhơn; Email: thudang9886@yahoo.com

**Tóm tắt** - Bài báo giới thiệu mô hình phân tích đa phương diện theo lý thuyết hệ thống chuyển tác (do Halliday khởi xướng) và ản dụ ý niệm (do Lakoff và Johnson đề xuất) trên đối tượng diễn ngôn thời trang Việt Nam. Mặc dù nhìn chung hai đường hướng ngữ pháp chức năng và ngôn ngữ học tri nhận được các nhà ngôn ngữ cho là khá khác biệt, mục tiêu của bài viết là nêu bật mối tương quan giữa chúng trong việc chuyển tải kinh nghiệm trên lĩnh vực thời trang, đặc biệt là thời trang của phái nữ, của người sử dụng ngôn ngữ. Theo đó, nội dung phân tích bao gồm việc khảo sát chức năng ngữ pháp của các biểu thức ản dụ trong môi trường của các quá trình cũng như sự tác động của ản dụ tri nhận lên các lựa chọn về mặt cấu trúc hay từ vựng.

**Từ khóa** - hệ thống chuyển tác; ản dụ ý niệm; kinh nghiệm; lựa chọn; quá trình.

### 1. Đặt vấn đề

Trong ngôn ngữ học hiện đại ngữ pháp chức năng (NPCN) (Functional Grammar) và ngôn ngữ học tri nhận (NNHTN) (Cognitive linguistics) được xem là hai trường phái nghiên cứu ngôn ngữ khá khác nhau. Một bên, xem ngôn ngữ là hệ thống các ký hiệu xã hội, một bên lại nhìn nhận nó như một sản phẩm từ quá trình tri nhận của con người. Xét trên bình diện *kinh nghiệm*, nếu Halliday xem kinh nghiệm là *ý nghĩa* mà ngôn ngữ được hình thành để chuyển tải, và do đó, đóng vai trò then chốt đối với việc hình thành và phát triển kinh nghiệm thì các nhà ngôn ngữ học tri nhận lại cho rằng kinh nghiệm không là gì khác ngoài *tri thức* mà con người đã đúc kết được trong quá trình tương tác với thế giới xung quanh, trong đó ngôn ngữ chỉ là một bộ phận của kinh nghiệm (bao gồm những thực thể ngôn ngữ và phi ngôn ngữ) (Halliday & Matthiessen [8,426]). Về phần mình, chúng tôi không lấy cái đúng sai của vấn đề làm trọng tâm nghiên cứu mà ngược lại, lấy chính sự tương phản của hai đường hướng nêu trên làm cơ sở lý luận phân tích. Quan điểm của chúng tôi là phương pháp nghiên cứu, phân tích ngôn ngữ nhìn chung cũng mang nhiều tính biện chứng như bất kỳ sự vật nào tồn tại trong tự nhiên. Do đó, việc nghiên cứu ngôn ngữ nói chung và phân tích diễn ngôn nói riêng, sẽ hiệu quả và thấu đáo hơn nếu đối tượng nghiên cứu có thể được xem xét từ nhiều góc độ. Việc con người sử dụng ngôn ngữ như một công cụ giao tiếp trong xã hội là một thực tế, song chúng ta cũng không thể phủ nhận vai trò trung gian của tổ chức ý niệm (conceptual organization) trong việc "ché biến" những thông tin "thô", đồng nhất của thế giới vật chất sang những *kinh nghiệm* chi tiết, có hệ thống và mang nét riêng biệt của từng cá thể hoặc cộng đồng. Vai trò của tổ chức ý niệm được thể hiện đặc biệt rõ nét ở sự hình thành các khái niệm trừu tượng vốn không tồn tại sẵn trong

**Abstract** - The article offers a multimodal analysis of Vietnamese fashion discourse in terms of transitivity system by Halliday and conceptual metaphors by Lakoff and Johnson. Although in general, Functional Grammar and Cognitive Linguistics have been known as two different approaches, their interrelation in conveying experience in fashion discourse could be found by the multimodal analysis as shown in this article. The analysis, hence, includes the investigation into the grammatical functions of metaphorical expressions in the process environment as well as the impact of conceptual metaphors on structural or lexical choices.

**Key words** - transitivity system; conceptual metaphors; experience; lexical choice; process.

thế giới vật chất. Rõ ràng, NPCN với các cấu trúc, ngữ cảnh, mục đích giao tiếp, và cả những khả năng lựa chọn từ vựng (lexical choices) vẫn chưa đủ để giải thích tại sao chúng ta dùng lối diễn đạt *Cô ta truyền cảm hứng cho tôi* thay vì nói *Cô ta đưa cảm hứng cho tôi*, hoặc người Anh nói *I'll keep my words*, thay vì nói *I'll hold my words*.

Để đi sâu tìm hiểu mối quan hệ tương hỗ giữa hai trường phái (NPCN và NNHTN), hai phương diện chính phản ánh *kinh nghiệm* là hệ thống chuyển tác (HTCT) (diễn đạt ý nghĩa kinh nghiệm) và ản dụ ý niệm (ADYN) được sử dụng như những công cụ phân tích chính trên nền tảng dữ liệu là các bài báo tiếng Việt về thời trang thu thập từ internet. Trong nội dung phân tích chúng tôi sẽ cố gắng làm rõ ba vấn đề: đặc trưng mô hình kinh nghiệm theo khung phân tích của HTCT (bao gồm các quá trình và cảnh hướng theo Halliday & Matthiessen [9]) và ADYN (phân loại theo chức năng tri nhận do Lackoff và Johnson [13] đề xuất). Dựa trên kết quả phân tích theo 2 đường hướng này chúng tôi sẽ khảo sát mối liên hệ giữa HTCT và ADYN, xem liệu các phép ánh xạ (mappings) theo quy ước ở tầng bậc ngữ nghĩa có ảnh hưởng đến khả năng lựa chọn các quá trình và cảnh hướng ở tầng bậc ngữ pháp hay không.

### 2. Phương pháp nghiên cứu

Ba mươi bài báo điện tử tiếng Việt về thời trang, cụ thể là các xu hướng thời trang của phái nữ được chọn làm nguồn dữ liệu nghiên cứu. Các bài báo này được truy cập từ các trang thông tin điện tử (website) có uy tín tại Việt Nam (do Alexa.com<sup>1</sup> thẩm định và đề xuất). Dựa trên nguồn dữ liệu thu thập được chúng tôi tiến hành phân tích các cú (clause) và phân loại chúng theo mô hình HTCT đồng thời nhận diện, phân loại các ản dụ ý niệm theo chức năng tri nhận. Sau

<sup>1</sup> **Alexa Internet, Inc** là một công ty chi nhánh của Amazon.com, nổi tiếng vì trang cung cấp thông tin về lưu lượng truy cập đến các website khác. Hiện nay Alexa là trang web uy tín nhất trong việc thống kê và thông tin về lưu lượng truy cập website hiện nay. (theo [http://vi.wikipedia.org/wiki/Alexa\\_Internet](http://vi.wikipedia.org/wiki/Alexa_Internet))

cùng, tần số xuất hiện của các biểu thức ngôn ngữ hàm chứa ẩn dụ trên từng loại quá trình và cảnh huống được khảo sát chi tiết nhằm đưa ra mối quan hệ giữa ADYN và việc sử dụng các quá trình (cũng như cảnh huống) trong diễn ngôn về thời trang Việt Nam. Phương pháp nghiên cứu được sử dụng là phương pháp định tính và định lượng.

### 3. Kết quả nghiên cứu

#### 3.1. Thế giới kinh nghiệm phản ánh qua HTCT trong các bài báo thời trang

Theo Halliday & Matthiessen [9,170] kinh nghiệm được chuyển tải vào ngôn ngữ dưới dạng các quá trình, mỗi quá trình phản ánh các mặt khác nhau của kinh nghiệm. Có 06 loại quá trình, trong đó 3 loại chính là *vật chất*, *quan hệ*, và *tinh thần*; 03 loại bổ sung còn lại là *hành vi*, *phát ngôn*, và *tồn tại*. Tùy vào cách tiếp nhận và mục đích giao tiếp của từng người mà một kinh nghiệm có thể được diễn đạt dưới dạng những quá trình khác nhau. Do đó, sự tinh có thể mang tính khách quan, nhưng việc lựa chọn quá trình để chuyển tải thông tin lại có tính chủ quan.

Từ khối liệu đã thu thập được, chúng tôi phân ra thành 1.325 cú, ngoài 03 tiểu cú (minor clauses) không được xét ở khía cạnh ngữ pháp này. Tỷ lệ phân bố của 06 quá trình trên 1325 cú được trình bày chi tiết trong bảng 1 dưới đây.

**Bảng 1.** Các quá trình thuộc HTCT trong các bài báo thời trang Việt

Quá trình	Vật chất	Quan hệ	Tinh thần	Tồn tại	Phát ngôn	Hành vi	Tổng
SL	514	523	242	18	23	5	1325
%	38.79	39.47	18.26	1.36	1.74	0.38	100

Qua các số liệu ở bảng 1 chúng ta có thể thấy các quá trình đóng vai trò chủ đạo trong việc chuyển tải kinh nghiệm về xu hướng thời trang là *vật chất* (với 38.79%) và *quan hệ* (với 39.47%). *Tinh thần* dù cũng đóng một vai trò đáng kể trong loại diễn ngôn này chỉ có tần số xuất hiện bằng một nửa (18.26%) so với hai loại quá trình trên. Các quá trình còn lại dao động ở mức khá thấp (từ 1.74% đối với *phát ngôn* đến 0.38% đối với *hành vi*). Từ số liệu này chúng ta có thể đưa ra một kết luận khái quát: *các bài báo về thời trang chủ yếu xoay quanh thế giới bên ngoài cùng với các mối quan hệ*

**Bảng 2.** Các loại cảnh huống thuộc HTCT trong các bài báo về thời trang Việt

Phân loại	Định vị		Mức độ thường xuyên	Phong cách	Nguyên nhân	Dự phòng	Đồng hành	Vai diễn	Vấn đề	Quan điểm	Tổng cộng
	Thời gian	Không gian									
SL	106	175	5	130	16	2	49	4	18	12	517
%	20.50	33.85	0.97	25.15	3.09	0.39	9.48	0.77	3.48	2.32	100

Theo số liệu thống kê ở bảng 2, loại cảnh huống *phong cách* và *định vị* bao gồm *thời gian* và *không gian* chiếm tỷ lệ chủ đạo trong bức tranh cảnh huống về xu hướng thời trang với các giá trị lần lượt là 25.15% (phong cách), 33.85% (không gian) và 20.50% (thời gian). Các giá trị còn lại dao động ở mức rất thấp – dưới 10%, đặc biệt cảnh huống *vai diễn*, *dự phòng* và *mức độ* đều dưới 1%. Xét trên số lượng cú có trong 30 bài báo điện tử, tỷ lệ xuất hiện của các đơn vị cảnh huống chiếm 39% tổng số cú (1325).

Việc cảnh huống xuất hiện khá nhiều trong diễn ngôn thời trang không có gì là bất ngờ vì nói đến thời trang người ta quan tâm đến thời điểm và nơi chốn mà nó ra đời cùng với những trào lưu mà nó mang lại – đây cũng là một ưu

*trừu tượng nhằm mô tả thuộc tính của các sự vật, sự việc*. Mặc dù, quá trình tinh thần cũng đóng góp những nét nghĩa không thể thiếu trong việc nêu lên cảm nhận, suy nghĩ về thời trang, nó chỉ được sử dụng khá hạn chế nhằm giữ được tính khách quan của diễn ngôn. Sẽ không có gì phải bàn nếu các quá trình *vật chất* không xuất hiện nhiều đến thế, trong khi ở những chủ đề như thời trang người ta thường "trông đợi" một sự tận dụng tối đa các nét nghĩa mô tả (thuộc quá trình *quan hệ*) thay vì hành động thường đi kèm với các tác động sau đó. Vấn đề thú vị này sẽ trở nên dễ chấp nhận hơn nếu chúng ta xét đến tính linh hoạt cần có của một nhà báo chuyên nghiệp trong việc sử dụng các cấu trúc ngữ pháp nhằm tránh sự nhầm lẫn khi phải chuyển tải các mẫu kinh nghiệm rập khuôn thuộc quá trình *quan hệ* như (1) *Váy có túi có ưu thế trong thời trang thảm đỏ* hay (2) *Crop top vẫn đang là tâm điểm trong mùa xuân hè 2013*. Trên thực tế, các kinh nghiệm này lại được chuyển tải bằng cấu trúc *vật chất* như trong hai ví dụ (3) và (4) dưới đây:

(3) *Váy có túi dường như đang chiếm lĩnh thời trang thảm đỏ của người đẹp nổi tiếng.* (V8)

(4) *Crop top vẫn đang làm mưa làm gió trong mùa xuân hè 2013 với nhiều kiểu dáng, biến tấu đa dạng.* (V5)

Rõ ràng, dù có sự tương đồng về nghĩa, ví dụ (1) và (2) vẫn không thể chuyển tải trọn vẹn những gì người viết muốn gửi gắm và tạo ra những hiệu ứng tương tự như ở ví dụ (3) và (4). Thêm vào đó, những khái niệm trừu tượng – nhân tố không thể thiếu trong quá trình giao tiếp ở người trưởng thành – vốn dĩ khó, nêu không muốn nói là không thể được tiếp nhận, lĩnh hội và chuyển tải qua ngôn ngữ mà không có những sợi dây liên tưởng do ADYN tạo ra.

Trước khi bàn đến ẩn dụ ở phần (b) chúng tôi sẽ trình bày sơ lược thêm về một thành phần khác của cú: cảnh huống (circumstance), vì theo quan sát sơ bộ các biểu thức chứa ẩn dụ có mặt ở hầu hết các thành phần của câu bao gồm cả thành phần *phân biên*. Tuy không phải là một thành phần bắt buộc nhưng cảnh huống với các sắc thái đa dạng của mình cũng góp phần đáng kể vào việc tạo nghĩa của văn bản. Có 9 loại cảnh huống, tất cả đều xuất hiện trong diễn ngôn thời trang với tần số khác nhau, được trình bày chi tiết trong Bảng 2:

điểm cho việc phân tích các phạm trù ngữ pháp và ngữ nghĩa của loại diễn ngôn này – gần gũi, chân thực nhưng cũng biến hóa, trừu tượng. Các tính chất này của diễn ngôn chỉ được thể hiện rõ ràng khi được phân tích dưới góc nhìn đa chiều của cả ngữ pháp chức năng với các yếu tố xã hội của nó lẫn ngữ nghĩa học tri nhận với những tác động từ bên trong trí não con người.

#### 3.2. Thế giới kinh nghiệm từ phương diện ANYN trong các bài báo thời trang

Các nhà ngôn ngữ học tri nhận chia *Kinh nghiệm* làm 02 loại: *kinh nghiệm nhập thân* (embodied experience) và *kinh nghiệm chủ quan* (subjective experience) (Evans [7,206]). Nếu *kinh nghiệm nhập thân* là những kinh nghiệm cơ bản và

đặc trưng của con người, phát sinh từ quá trình tương tác với thế giới vật chất, thì *kinh nghiệm chủ quan* lại chỉ những trải nghiệm thuộc về cảm giác, ý thức bên trong, mang tính trừu tượng. Đây cũng là cơ sở để Lackoff và Johnson [13] đưa ra những quan điểm về ADYN. Theo đó, các khái niệm trừu tượng được hiểu thông qua kinh nghiệm của các khái niệm cụ thể. Trong khối liệu mà chúng tôi thu thập được, các ADYN được xác định và phân loại dựa trên các biểu thức ngôn ngữ ẩn chứa ẩn dụ, cụ thể như sau (bảng 3):

**Bảng 3.** Ẩn dụ ý niệm trong các bài báo thời trang Việt

Ẩn dụ	Cấu trúc	Bản thể	Định hướng	Tổng
SL	281	289	4	574
%	<b>48.95</b>	<b>50.35</b>	<b>0.7</b>	<b>100</b>

Điều đáng lưu ý ở đây là trong diễn ngôn thời trang, cụ thể là các bài báo về xu hướng thời trang phụ nữ, tần số xuất hiện của biểu thức ẩn dụ *cấu trúc* (structural) và ẩn dụ *bản thể* (ontological) là tương đương nhau (lần lượt là 48.95% và 50.35%), trong khi ẩn dụ *định hướng* (orientational) được sử dụng khá dè dặt (chỉ ở mức 0.7%). Tỷ lệ xuất hiện của các biểu thức ẩn dụ là 43.32% trên tổng số 1325 cú – một con số đáng kể, cao hơn tỷ lệ của cánh hướng (39%) đã nêu ở trên. Điều này chứng tỏ vai trò không thể thiếu của ẩn dụ trong thể loại văn bản này.

Một số ảnh xạ thường gặp trong các bài báo được đem ra phân tích có thể kể đến ẩn dụ QUÁ TRÌNH SÁNG TẠO LÀ QUÁ TRÌNH SINH NỞ, ví dụ:

(5) *Mặc dù, chưa có ghi chép cụ thể nào nói về thời điểm chính xác mà crop top ra đời, song nó đã đi một chặng đường không phải ngắn.* (V4)

(6) *Tuy nhiên, chiếc túi trong mẫu váy túi sinh ra chỉ để giúp người đẹp... tạo dáng.* (V8)

Từ một góc độ khác, QUÁ TRÌNH SÁNG TẠO cũng được hiểu là QUÁ TRÌNH KHAI THÁC (KHOÁNG VẬT) như trong hai ví dụ sau:

(7) *Ngoài Louis Vuitton, nhiều thương hiệu thời trang cũng khai thác họa tiết này tạo nên sự đa dạng và phong phú.* (V6). Và:

(8) *Họa tiết luôn là một mảnh đất màu mỡ được các nhà khai thác từ mùa một này sang mùa một khác.* (V10)

Trong các diễn ngôn thời trang nói chung và nguồn dữ liệu nói riêng, người Việt có xu hướng xem THỜI TRANG như một loại TÔN GIÁO, và “gán” cho những người theo đuổi nó là những TÍN ĐỒ. Biểu thức ngôn ngữ độc đáo này được tìm thấy với mật độ khá dày: 35 lần xuất hiện trên 30 bài báo. Trong bài viết của mình, Phan Văn Hòa [3, 10] đã chứng minh ẩn dụ góp phần vào quá trình sáng tạo và phát triển ngôn ngữ, mà ở đây *tín đồ* là một ví dụ cụ thể. Mặc dù *tín đồ* không phải là một khái niệm xa lạ, song phép ảnh xạ của ẩn dụ đã mang lại nó một sắc thái hoàn toàn mới mẻ, giúp người đọc nắm bắt được một lượng thông tin cần chuyên tải lớn chỉ trong một từ (thời trang đã phát triển, có tầm ảnh hưởng sâu rộng như thế nào cũng như con người đã bị nó “mê hoặc” và trở nên ‘cuồng tín’ ra sao...).

Ngoài các ẩn dụ nêu trên còn có thể kể đến ẩn dụ SỰ LÒI CUỐN/ HẤP DẪN LÀ NHIỆT (thể hiện qua các biểu thức ngôn ngữ như *nóng bỏng, (hạ/ tăng) nhiệt, bùng nổ, gây sốt, bỏng mắt, thiêu đốt* hoặc *ngүй lạnh*), ẩn dụ

XU HƯỚNG THỜI TRANG LÀ NHỮNG THỂ LỰC TỰ NHIÊN (thể hiện qua các biểu thức ngôn ngữ như *làm mưa làm gió, làn gió, gây bão*); trong khi đó, những XU HƯỚNG NỔI TRỘI lại được cụ thể trong phép nhân hóa (thông qua ẩn dụ bản thể) thành NGƯỜI CAI TRỊ dưới những biểu thức ngôn ngữ *thống trị, thống lĩnh, xưng bá, lên ngôi*, và *ngôi vị*. Ví dụ:

(9) *Không lâu sau, một ống tay loe thực sự làm nên cơn sốt lớn trong showbiz và được các kiều nữ thích thú, ứng dụng.* (V3)

(10) *Crop top vẫn đang làm mưa làm gió trong mùa xuân hè 2013 với nhiều kiểu dáng, biến tấu đa dạng.* (V5)

(11) *Sự thống lĩnh của họa tiết da động vật khá rộng, từ áo khoác, váy, quần và cả guốc dép.* (V10)

Nhìn chung, ẩn dụ tuy xuất hiện dày và đa dạng song không hề tạo cảm giác ‘rối’ cho người đọc, ngược lại, các phép ảnh xạ đã mang lại cho diễn ngôn những hiệu ứng cảm xúc đa chiều (trên cơ sở khơi gợi các kinh nghiệm nhập thân của độc giả ví dụ như khi nói đến BÃO hoặc NHIỆT, người ta có thể liên tưởng ngay đến những trải nghiệm mãnh liệt có liên quan đến hai hiện tượng này). Bên cạnh đó, ANYN còn làm cho diễn ngôn trở nên tự nhiên, mượt mà hơn giúp nâng cao hiệu quả truyền đạt và giao tiếp.

### 3.3. Mối tương quan giữa HTCT và ADYN

Dựa trên những số liệu đã thu thập được thông qua hai đường hướng phân tích: HTCT – thuộc NPCN và ADYN – một mô hình tiêu biểu của NNHTN, chúng tôi có kết quả sau (bảng 4):

**Bảng 4.** ADYN đặt trong các loại quá trình và cánh hướng của các bài báo thời trang

	ADYN	Bản thể	Định hướng	Cấu trúc	Tổng cộng
Quá trình	Vật chất	76 13.24%	2 0.35%	126 21.95%	204 35.54%
	Quan hệ	62 10.80%	1 0.17%	72 12.54%	135 23.52%
	Tinh thần	25 4.36%	0 0%	20 3.48%	45 7.84%
	Phát ngôn	0 0%	0 0%	1 0.17%	1 0.17%
	Tồn tại	3 0.52%	0 0%	1 0.17%	4 0.70%
	Hành vi	0 0%	0 0%	1 0.17%	1 0.17%
Cánh hướng	Định vị không gian	63 10.98%	0 0%	31 5.40%	94 16.38%
	Định vị thời gian	28 4.88%	1 0.17%	19 3.31%	48 8.36%
	Phong cách	15 2.61%	0 0%	4 0.7%	19 3.31%
	Nguyên nhân	1 0.17%	0 0%	0 0%	1 0.17%
	Dự phòng	1 0.17%	0 0%	0 0%	1 0.17%
	Đồng hành	12 2.09%	0 0%	2 0.35%	14 2.44%
	Vai diễn	2	0	0	2

		0.35%	0%	0%	0.35%
Vấn đề		0	0	3	3
		0%	0%	0.52%	0.52%
Quan điểm		1	0	1	2
		0.17%	0%	0.17%	0.35%
		289	4	281	574
		50.35%	0.7%	48.95%	100%

Kết quả tổng hợp cho thấy những giá trị nổi bật là giao điểm giữa ẩn dụ bản thể, ẩn dụ cấu trúc và 2 loại quá trình: vật chất và quan hệ. Các giá trị này đều dao động trên 10% với tổng tần số xuất hiện của các biểu thức ẩn dụ ở quá trình vật chất là 204 lần (chiếm 35.54%) và ở quá trình quan hệ là 135 lần (chiếm 23.52%). Trong các loại ẩn dụ ở hai loại quá trình này, ẩn dụ cấu trúc tập trung dày đặc ở các quá trình vật chất với tỉ lệ đáng ngạc nhiên: 21.95% – bỏ xa các loại ẩn dụ khác ở cùng quá trình.

Dưới đây chúng tôi xin đưa ra một số ví dụ từ nguồn dữ liệu về việc sử dụng ẩn dụ ý niệm để diễn đạt các quá trình vật chất:

(12) *Mỗi một lần trở lại, họa tiết đều mang đến những làn gió mới làm nức lòng mọi tín đồ.* (V6)

(13) *Hãy cùng tìm hiểu những xu hướng họa tiết sẽ gây sốt trong Xuân Hè.* (V6)

(14) *Sự mỏng manh gợi cảm và đa dạng của chất liệu sheer đã hạ gục cả những nhà thiết kế khó tính nhất.* (V10)

(15) *Có thể nói chưa khi nào xu hướng xuyên thấu lại bùng nổ mạnh mẽ như trong năm 2012.* (V13)

Có thể thấy việc sử dụng động từ (trong quá trình vật chất) có thể giúp cho ẩn dụ được chuyển tải một cách ấn tượng và sống động, đặc biệt đối với loại ẩn dụ cấu trúc. Trong giao tiếp nói chung và diễn ngôn báo chí nói riêng, điều này làm tăng sự chú ý của người nghe/ người đọc và tăng tính thuyết phục cho diễn ngôn.

Việc tìm ra các biểu thức ẩn dụ trong môi trường của

**Bảng 5.** Minh họa mối quan hệ giữa ẩn dụ ý niệm và một quá trình vật chất

NGỮ CẢNH				
HỌA TIẾT THỜI TRANG LÀ NGƯỜI; CẢM GIÁC (TRẢI NGHIỆM) LÀ MỘT VẬT THỂ				Các phép ánh xạ ý niệm có sẵn trong trí não/ kinh nghiệm của người nói
TÁC ĐỘNG LÀ MỘT SỰ CHUYỂN DI CỦA MỘT VẬT THỂ				
"KIỂU HỌA TIẾT NÀY SẼ MANG ĐẾN NHIỀU TRẢI NGHIỆM THÚ VỊ CHO NGƯỜI SỬ DỤNG"				Trình hiện ngữ nghĩa (semantic representation)
Hành thể	QT: vật chất	Đích thể	Tiếp nhận thể	Các lựa chọn ngữ pháp (grammatical choices)
... kiểu họa tiết này	sẽ mang đến	nhiều trải nghiệm thú vị	cho người sử dụng. (V6)	

Trong ví dụ này các ẩn dụ HỌA TIẾT THỜI TRANG LÀ NGƯỜI, CẢM GIÁC (TRẢI NGHIỆM) LÀ MỘT VẬT THỂ và TÁC ĐỘNG LÀ MỘT SỰ CHUYỂN DI CỦA MỘT VẬT THỂ đã được hình thành trong quá trình khái quát và ẩn dụ hóa thế giới. Khi đưa vào một ngữ cảnh giao tiếp nhất định, các phép ánh xạ sẽ được 'kích hoạt' để cho ra trình hiện ngữ nghĩa (semantic representation) "KIỂU HỌA TIẾT NÀY SẼ MANG ĐẾN NHIỀU TRẢI NGHIỆM THÚ VỊ CHO NGƯỜI SỬ DỤNG" hay kinh nghiệm khái quát muốn chuyển tải của người viết. Để diễn đạt loại kinh nghiệm này, ngữ pháp có cấu trúc hành thể + quá trình vật chất + đích thể + tiếp nhận thể mà theo đó

các quá trình (thuộc hệ thống chuyển tác) ở bất kỳ thể loại diễn ngôn nào là điều không khó; tuy nhiên, câu hỏi đặt ra là ngôn ngữ đã được mang vào giao tiếp như thế nào trên cơ sở của ADYN và HTCT. Lý thuyết phân tầng (stratification) của Halliday & Matthiessen [9, tr.24-26] đã chỉ ra rằng việc lựa chọn các cấu trúc ngữ pháp đều bị tác động bởi tầng bậc ngay trên nó – ngữ nghĩa. Ngữ nghĩa không đơn thuần chỉ là nghĩa của từ hay nghĩa được mang vào diễn ngôn từ ngữ cảnh. Các nhà tri nhận học khẳng định nghĩa còn được lĩnh hội, phóng chiếu (projected) và tích lũy từ những kinh nghiệm nhập thân xảy ra trong suốt quá trình chúng ta tương tác với thế giới vật chất cũng như môi trường xã hội. ADYN, mặt khác, lại được hình thành và phát triển trong quá trình tạo nghĩa do đó ít nhiều ảnh hưởng đến việc lựa chọn từ vựng và cấu trúc ngữ pháp của con người. Những lựa chọn này phải được thực hiện sao cho phù hợp với kinh nghiệm được sàng lọc và định hình thông qua ẩn dụ. Ví dụ trong câu *Chất liệu này chưa hề có dấu hiệu hạ nhiệt, // cứ mỗi mùa một mới, nó lại được NTK thổi bùng lên độ nóng* (V1) ẩn dụ SỰ LÔI CUỘN/ HẤP DẪN LÁ NHIỆT là cơ sở cho người viết chọn các từ *hạ nhiệt, thổi bùng lên, độ nóng* để chuyển tải kinh nghiệm của mình. Theo đó, ý nghĩa của toàn câu phải thống nhất, logic với nhau và phù hợp với mô hình ẩn dụ vừa nêu. Nếu ta thay *thổi bùng lên* bằng một từ khác không cùng nằm trong một lĩnh vực kinh nghiệm, như *nâng cao lên* chẳng hạn, sẽ gây khó hiểu cho người nghe vì cụm từ vựng này không ăn khớp với kinh nghiệm của họ về NHIỆT: nguồn tạo nhiệt là LỬA sẽ cháy mạnh hơn, sinh ra nhiều nhiệt năng hơn khi ta "thổi" oxy vào (như khi ta thổi lửa nấu cơm). Ngoài việc chọn lựa từ vựng, người viết còn phải cần nhắc đến một "khung sườn" ngữ pháp cần thiết để chuyển tải phần "đa thịt" của từ vựng và "linh hồn" của ngữ nghĩa. Ở đây, chúng tôi chỉ xin đưa ra một phân tích minh họa mối quan hệ giữa ADYN và HTCT cụ thể trong bảng 5 như sau:

các vật chất ngôn ngữ (chữ viết hay âm thanh) được hình thành.

Bên cạnh những quá trình mang nhiều biểu thức ẩn dụ, cũng có những quá trình hầu như không có sự xuất hiện của ẩn dụ; trong số đó phải kể đến quá trình *phát ngôn* và *hành vi* với tần số xuất hiện ẩn dụ chỉ ở mức 0.17%. Tuy nhiên, quá trình không phải là nhân tố duy nhất mà ẩn dụ tham gia. Dữ liệu điều tra cho thấy cảnh huống cũng là một đối tượng nhiều tiềm năng. Cụ thể là cảnh huống về định vị thời gian có tỉ lệ ẩn dụ lên đến 16.38% với sự xuất hiện đáng kể của loại *ẩn dụ bản thể* (10.98%). Dưới đây là một số ví dụ có chứa ẩn dụ ở thành phần cảnh huống được lấy từ nguồn dữ

liệu phân tích:

(16) **Trong Xuân Hè 2013 cũng vậy, giới mộ điệu sẽ bắt gặp rất nhiều thiết kế được sử dụng chất liệu vải tyn.**(V1)

(17) **Chính vì thế, thiết kế xe tà hay xe đuôi đã tìm được chỗ đứng vững chắc trong lòng thời trang nói chung và trong lòng kiều nữ Việt nói riêng.** (V13)

(18) **Cho đến nay, dáng quần "lich sử" vẫn được thấy thấp thoáng trong phong cách của phái đẹp hiện đại với biến thể là chiếc quần suông sang trọng hay dáng palazzo thời thượng, thướt tha.** (V24)

Lần lượt ở các ví dụ từ (16) đến (18) các khái niệm trừu tượng (in đậm) được hiểu như là các VẬT CHỨA – khái niệm đặc trưng của ẩn dụ bản thể. Ngoài cảnh huống định vị không gian, định vị thời gian cũng là một lĩnh vực nơi ADYN thường xuyên xuất hiện. Điều này hoàn toàn hợp lý vì thời gian vốn dĩ là một khái niệm trừu tượng, do đó thường thì nó sẽ được hiểu trên cơ sở một khái niệm không gian, có điểm bắt đầu, kết thúc, có trước – sau hoặc được ánh xạ vào khái niệm VẬT CHỨA với việc sử dụng phổ biến giới từ *trong*, ví dụ như *trong thời kỳ vàng son* (V4), *trong năm* (V13), *trong thời đại* (V15).v.v.

Tóm lại, trong thể loại diễn ngôn thời trang mà cụ thể là các bài báo về xu hướng thời trang ẩn dụ tuy xuất hiện nhiều nhưng không đồng đều. Đa phần các biểu thức ẩn dụ tập trung ở hai quá trình chính là *vật chất* và *quan hệ* và ở cảnh huống *phong cách, định vị*. Ngược lại, ở một số quá trình như *phát ngôn* và *hành vi*, các *cảnh huống mức độ, nguyên nhân* và *dự phòng* hầu như không chứa ẩn dụ. So kết quả này ở Bảng 4 với Bảng 1 và 2, chúng ta có thể thấy tần số xuất hiện của ẩn dụ và phần trăm đóng góp của các cấu trúc ngữ pháp là khá tương đồng (quá trình và cảnh huống nào có mặt càng thường xuyên trong diễn ngôn thì khả năng xuất hiện ẩn dụ ở các quá trình, cảnh huống đó càng cao và ngược lại). Tuy vậy, sự tương đồng này không tuyệt đối. Chẳng hạn, ở mô hình HTCT (Bảng 1), quá trình quan hệ có phần lớn hơn quá trình vật chất (39.47% so với 38.79%) nhưng tần số xuất hiện ẩn dụ ở quá trình vật chất lại cao hơn quá trình quan hệ một cách đáng ngạc nhiên (35.54% so với 23.52%) (Bảng 4). Trường hợp tương tự cũng xảy ra với các giá trị của cảnh huống khi ở mô hình HTCT *phong cách* có giá trị cao hơn *cảnh huống định vị thời gian*. Trong khi đó, các biểu thức ẩn dụ lại chọn định vị thời gian là địa điểm xuất hiện lý tưởng cho mình (so sánh các giá trị ở Bảng 4). Điều này làm rõ hai mặt của một vấn đề: một mặt sự tương đồng giữa hai mô hình gợi mở về mối quan hệ giữa ADYN và THCT trong việc tiếp thu và chuyển tải kinh nghiệm, mặt khác sự chênh lệch trong các giá trị giữa hai mô hình lại loại trừ khả năng suy diễn, cho rằng đơn vị ngữ pháp nào xuất hiện nhiều hơn thì sẽ chứa nhiều biểu thức ẩn dụ hơn.

#### 4. Kết luận

Trong bài viết, chúng tôi đã tiến hành khảo sát đặc điểm thể giới kinh nghiệm từ HTCT ở tầng bậc ngữ pháp và ADYN ở tầng bậc ngữ nghĩa. Ở mô hình HTCT, hai quá trình có đóng góp chủ đạo là vật chất và quan hệ. Đa số các biểu thức ẩn dụ được tìm thấy dưới dạng *ẩn dụ bản thể* và

*cấu trúc* trong khối liệu đã thu thập. Kết quả từ hai đường hướng phân tích này, sau đó đã được kết hợp nhằm chỉ ra mối tương quan giữa các phép ánh xạ có tính quy ước, sẵn có trong kinh nghiệm của người viết với một số lựa chọn về mặt cấu trúc và từ vựng của họ. Theo đó, thể loại văn bản (genre) không phải là yếu tố duy nhất ảnh hưởng đến tần suất xuất hiện các quá trình; ADYN cũng góp phần đáng kể vào khả năng lựa chọn cấu trúc ngữ pháp của người sử dụng ngôn ngữ.

Việc giảng dạy ngôn ngữ nói chung và tiếng Việt nói riêng có thể xem xét đến khả năng kết hợp ngữ pháp, từ vựng với việc giới thiệu các biểu thức ngôn ngữ ẩn dụ vốn được quy ước trong một cộng đồng ngôn ngữ nhất định nhằm giúp người học dùng ngôn ngữ không những đúng mà còn tự nhiên và hiệu quả.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Diệp Quang Ban (2005), *Ngữ Pháp Tiếng Việt*. NXB GD Hà Nội.
- [2] Hà Thanh Hải (2011), *Đổi chiều phương thức ẩn dụ nhìn từ lý thuyết ngôn ngữ học tri nhận trên cứ liệu báo chí Kinh Tế Anh-Việt*, *PhD Thesis*. ĐH KHXH&NV – ĐHQG TP HCM.
- [3] Phan Văn Hòa (2008), *Ẩn dụ so sánh, ẩn dụ dụng học và ẩn dụ ngữ pháp*. Tạp chí Ngôn Ngữ & Đời Sống, số 4 (150), tr.9 - 16.
- [4] Trần Văn Cơ (2006), *Ngôn ngữ học Tri nhận*. NXB Khoa học xã hội.
- [5] Berry, M (1977), *An Introduction to Systemic Linguistics*. London: B. T. Batsford Ltd.
- [6] Evans, V., & Green, M (2006), *Cognitive Linguistics: An Introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd.
- [7] Evans, V (2007), *A Glossary of Cognitive Linguistics*. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd.
- [8] Halliday, M. A. K., & Matthiessen, C. M. I. M (1999), *Constructing Experience Through Meaning: A Language-based Approach to Cognition*. Great Britain: Continuum.
- [9] Halliday, M. A. K., & Matthiessen, C. M. I. M (2004), *An Introduction to Functional Grammar* (3rd ed.). Great Britain: Hodder Arnold.
- [10] Hart, C., & Luke, D (2007), *Cognitive Linguistic in critical discourse analysis: Application and Theory*. Cambridge Scholars Publishing.
- [11] Kovecses, Z (2002), *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- [12] Lakoff, G (2006), *Conceptual metaphor: The contemporary theory of metaphor*. In D. Geeraerts, R. Dirven, J. Taylor, & R. W. Langacker (Eds.), *Cognitive Linguistics: Basic Readings*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- [13] Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphor We Live By*. Chicago, IL: Chicago University Press.
- [14] Neale, A. C (2002), *More Delicate Transitivity: Extending the Process Type System Networks for English to include full Semantic Classifications* (Ph. D thesis). Cardiff University.
- [15] Tenbrink, Thora (2013), *Cognitive Discourse Analysis: A method relating linguistic structure to cognitive representation*. School of Linguistics and English language Bangor University. [Online] Available: <http://knirb.net/>[2013, Dec 12]
- [16] Van Dijk, Teun A (2000), *Cognitive Discourse Analysis An introduction*. University of Amsterdam. [Online] Available: <http://www.discursos.org/unpublished%20articles/cogn-dis-anal.htm> [2013, Dec 12]

\* **Quy ước:** Ký hiệu của các ví dụ trong bài (như V1, V13, V24...) được đánh dấu dựa vào đặc điểm của nguồn dữ liệu (tiếng Việt) và số thứ tự các bài viết điện tử tác giả thu thập được (từ 1 đến 30).