

NGOẠI NGỮ VỚI BẢN NGỮ

BÀN VỀ ẪN DỤ TRONG SÁCH KINH TẾ TIẾNG ANH METAPHOR IN ECONOMICS TEXTBOOKS

NGUYỄN THỤY PHƯƠNG LAN

(ThS; Đại học Ngoại ngữ, ĐHQG Hà Nội)

Abstract: The article looks at the concept of metaphor and various view points about metaphor by linguists. The article also summarises the main approach to metaphor analysis in the 20th century. Then based on the conceptualist view of metaphor, especially that of Lakoff, the author investigate the use of metaphor in economics textbooks. Hopefully, the knowldge of metaphors in economics can help economics teachers to deal better with the economic terms and make their lesson more interesting.

Key words: metaphor; concept of metaphor; similies; conceptual metaphor; cognitive domain.

1. Đặt vấn đề

Nghiên cứu kinh tế học đang trở nên phổ biến, nhất là trong xu thế ngày nay khi các quốc gia đang tăng cường hơn đầu tư phát triển kinh tế. Đây cũng là một môn học cơ bản trong chương trình của các trường kinh tế, ngân hàng, hoặc các khoa kinh tế tài chính của các trường đại học. Để đọc và hiểu được các sách kinh tế và các văn bản kinh tế khác bằng tiếng Anh, sinh viên cần hai kỹ năng cơ bản: một vốn tiếng Anh nói riêng và vốn ngôn ngữ nói chung tốt; và những hiểu biết về chuyên ngành kinh tế học. Hơn nữa, theo Mc Closkey (1986: XVII), kinh tế học sử dụng các mô hình toán học và các biện luận về thị trường. Những mô hình và biện luận này có thể được coi như các hình thái tu từ trong ngôn ngữ, bao gồm ẩn dụ hay loại suy. Hewings (1990:30) cũng khẳng định rằng bất kể nỗ lực nào bàn về kinh tế học mà không sử dụng các biện pháp tu từ (trong đó có phép ẩn dụ) đều là sai lệch. Như vậy, để hiểu được thấu đáo các văn bản kinh tế không phải là việc dễ dàng.

Ẩn dụ là một biện pháp tu từ, đặc biệt được sử dụng nhiều trong ngôn ngữ nghệ thuật. Có rất nhiều nghiên cứu của các nhà ngôn ngữ học về ẩn dụ, đặc biệt là trong tiếng Anh. Ở Việt Nam cũng có nhiều các nghiên cứu về bản chất của ẩn dụ, ẩn dụ trong văn học, trong tiêu đề báo chí. Là một giảng viên giảng dạy môn Tiếng Anh chuyên ngành (trong đó có phần Tiếng Anh Kinh tế), tác giả cũng có mong muốn tìm hiểu kỹ hơn về ẩn dụ và việc sử dụng ẩn dụ trong kinh tế học.

2. Khái niệm ẩn dụ và các phương pháp tiếp cận

Để thực hiện chức năng giao tiếp, tiếng Anh cũng như các ngôn ngữ sử dụng hàng loạt phương tiện tu từ ngữ nghĩa. Các phương tiện tu từ ngữ nghĩa được chia ra thành hai loại chính: phương tiện tu từ dùng hình ảnh về số lượng như phóng đại, thu nhỏ, nói giảm; và phương tiện tu từ dùng hình ảnh về chất lượng như ẩn dụ, cái danh, nhân hóa, hoán dụ.

Trước đây ẩn dụ thường được coi là một biện pháp tu từ trong văn học dựa trên những đặc điểm giống nhau giữa nghĩa đen và nghĩa bóng của ngôn ngữ. Tuy nhiên, những nghiên cứu gần đây cho rằng ẩn dụ không chỉ là một phương thức diễn đạt ý nghĩ bằng ngôn ngữ mà còn là một phương thức để tư duy về sự vật; và vì vậy ẩn dụ được sử dụng trong các ngành khác ngoài văn học như khoa học, công nghệ hay kinh tế học.

Khái niệm “ẩn dụ” (theo tiếng Hi Lạp là *metaphora* có nghĩa là *chuyển đổi*) theo Wikipedia, là ngôn ngữ dùng để trực tiếp so sánh các chủ thể dường như không liên quan đến nhau. Như vậy một phép ẩn dụ bao gồm *chủ thể thứ nhất* và *chủ thể thứ hai*. Phép ẩn dụ là phép chuyển nghĩa tu từ học mô tả chủ thể thứ nhất giống chủ thể thứ hai theo một cách nào đó. Chủ thể thứ nhất được mô tả một cách ngắn gọn do các đặc tính hiển ngôn và hàm ngôn của chủ thể thứ hai được sử dụng để tăng cường cho việc mô tả chủ thể thứ nhất.

Ẩn dụ, trong từ điển tiếng Anh hiện đại của Nhà xuất bản Longman, được định nghĩa là “một cách thức miêu tả một cái gì đó bằng cách so sánh nó với một cái khác có những đặc điểm tương tự mà không sử dụng những từ *like* hoặc *as* (giống như hoặc như là)”. Ví dụ: “*I don't think life is a bed of rose*” (tôi không nghĩ rằng cuộc đời là một thảm hoa hồng). Trong ví dụ này, người nói muốn đưa ra một sự so sánh ngầm giữa *cuộc đời* và *thảm hoa hồng*. Nói đến thảm hoa hồng, người ta sẽ nghĩ đến những gì tươi đẹp, rạng rỡ. Ở đây người nói muốn khẳng định cuộc đời không chỉ luôn phẳng phiu và toàn điều tốt đẹp như thảm hoa hồng. Tuy nhiên người nói không hề sử dụng từ “giống như”.

Ẩn dụ khác với ví von. Ví von là sự so sánh trực tiếp giữa hai người hoặc hai vật, như trong ví dụ *Cold as cucumber* (lạnh như tiền - theo cách nói của người Việt) để ví von các đặc điểm cá tính của ai đó lạnh lẽo như tiền hay *As cunning as a fox* (xảo quyệt như con cáo), *quiet as an oyster* (câm như hến). Ẩn dụ là sự so sánh ngầm và ý nghĩa của nó không dễ hiểu. Để hiểu được nghĩa ngầm (hidden meaning), cần dựa vào văn cảnh cụ thể (Lason, 1984).

Michiel Leezenberg (2001, P69) đã chỉ ra các phương pháp tiếp cận về ẩn dụ ở thế kỉ 20 như sau:

- Các phương pháp mang tính ngữ nghĩa học (semantic approach - gồm các quan điểm ẩn dụ dẫn chiếu (liên hệ) - referentialist views, và ẩn dụ mô tả - descriptivist views).
- Các phương pháp mang tính ngữ dụng học (pragmatic approach).
- Phương pháp của Davidson.
- Phương pháp của Lakoff và Jonson: phương pháp nghiên cứu ẩn dụ nhận thức/tri nhận (conceptualist view of metaphor)

Theo quan điểm dẫn chiếu (referentialist view), phép ẩn dụ có hiệu lực nhờ sự giống nhau giữa các chủ thể, là những ẩn dụ từ vựng xuất hiện do kết quả của việc thay thế một tên gọi này bằng một tên gọi khác. Trong phép ẩn dụ hàm chứa 2 nghĩa, hay nghĩa kép: nghĩa đen (literal meaning) dùng để làm cơ sở ban đầu và nghĩa bóng (figurative meaning) là nghĩa có được từ nghĩa đen. Nhưng bằng cách nào đó, cả hai nghĩa đều được sử dụng và đóng vai trò biểu hiện nghĩa quan trọng (both meanings are active). Theo tư duy của nhóm nhà ngôn ngữ dẫn chiếu, trong câu: ***man is wolf*** (người là chó sói), có sự so sánh, dẫn

chiếu con người giống con sói ở điểm nào đó, và để hiểu được hàm ý mô tả con người ở đây, ta cần hiểu đặc tính của con chó sói, từ đó con người sẽ có đặc tính đúng như vậy.

Theo quan điểm của các nhà ngôn ngữ mô tả, phép ẩn dụ không phải là sự dẫn chiếu mà chỉ bao gồm sự trùng hợp của một số nét nghĩa giữa 2 chủ thể, hay nói cách khác không nhất thiết chủ thể đích phải có đầy đủ các thuộc tính của chủ thể nguồn (Putman, 1975). Câu ***man is wolf*** (người là chó sói), theo nhóm những nhà ngôn ngữ mô tả, là để trực tiếp nói rằng con người có thuộc tính hung bạo như của con sói.

Theo quan điểm của các nhà ngôn ngữ tiếp cận ẩn dụ trên phương diện ngữ dụng học, một phát ngôn ẩn dụ (an utterance of a metaphor) không hẳn là bao gồm một sự chuyển nghĩa, ẩn dụ có thể được hiểu bằng một cơ chế khác, không đơn thuần phụ thuộc câu chữ được sử dụng. Trong ví dụ ***man is wolf*** (người là chó sói), các nhà ngôn ngữ theo phương pháp tiếp cận này không chấp nhận có một sự chuyển nghĩa để kết luận chó sói bao gồm cả những người hung bạo, nhưng cũng không muốn thừa nhận ẩn dụ là một sự suy diễn hay một hành động nói một đằng, hàm ý một khác. Họ cho rằng cơ sở để hiểu nghĩa ẩn dụ phải dựa trên cấu trúc nghĩa (meaning structure) của các cụm từ được sử dụng. Vì vậy, theo phân tích ngữ dụng học, ***man is wolf*** là một thực tế không đúng nếu hiểu theo nghĩa đen, nhưng chủ ý giao tiếp truyền đạt một điều có thể đúng: *con người tàn bạo*.

Tuy nhiên, Michiel Leezenberg (2001: 135) cũng cho rằng dù tiếp cận từ phương diện ngữ nghĩa hay ngữ dụng học đều gặp phải vấn đề là, lấy một sự đối trá (falsity) hay bất bình thường (anomaly) làm các tiêu chí để nhận biết ẩn dụ. Tất cả các nhà ngôn ngữ tiếp cận theo hai phương pháp trên đều coi việc hiểu về ẩn dụ là thứ cấp (secondary) và dựa vào các quá trình khá khác biệt với các quá trình điều khiển việc hiểu ngôn ngữ theo nghĩa đen. Ngoài ra, các nhà ngôn ngữ theo hai nhóm này cũng gặp khó khăn trong xử lí ẩn dụ trong văn học.

Một quan điểm khác được đưa ra vào những năm 1980, cụ thể hơn hẳn và đã gây ảnh hưởng lớn, được gọi là “ngữ nghĩa học tri nhận/nhận thức” (cognitive semantics) trong cuốn *Metaphor we live by* (1980) của Lakoff & Johnson và sau đó được củng cố thêm trong Johnson (1987) và Lakoff (1987). Hai ông cho

rằng “ẩn dụ thâm nhập trong ngôn ngữ hàng ngày, như trong câu nói: *I attacked his argument* (tôi tấn công quan điểm của anh ta), *I'm feeling down* (tôi thấy không vui vẻ), *you are wasting my time* (cậu đang lãng phí thời gian của tôi). Có thể nói có những ẩn dụ mà chúng ta sống cùng, và chúng ta không hề cảm nhận thấy đó là ẩn dụ vì đó là sự phản ánh cách chúng ta nhận thức thế giới. Đó chính là sự hiện thực hóa thế giới bằng ngôn ngữ, sử dụng các khái niệm ẩn dụ như: *argument is war* (Tranh cãi là chiến tranh), *Happy is up, sad is down, time is money*. Lakoff và Johnson (1980) cũng biện luận rằng chúng ta không chỉ sử dụng ẩn dụ “*Time is money*” (Thời gian là tiền bạc) như là một phương tiện tu từ mà chúng ta thật sự nghĩ về phạm trù “đích” “*time*” (thời gian) qua phạm trù “nguồn” “*money*” (tiền bạc) (vì tiền bạc có tính giá trị cao và cũng có giới hạn) khi nói: “*You are wasting time*” (Bạn đang lãng phí thời gian). Ông còn đưa ra hàng loạt các ví dụ để minh họa cho khái niệm ẩn dụ “*Time is money*” được phản ánh trong tiếng Anh đương đại:

I don't *have* the time to *give* you, How do you *spend* your time these days?, That flat tire *cost* me an hour. I've *invested* a lot of time in her, I don't *have enough* time to *spare* for that (G. Lakoff và M. Johnson 1980: 8).

Theo ông, thời gian là một loại hàng hóa có giá trị và là một nguồn lực hữu hạn mà chúng ta sử dụng để đạt được mục đích của chúng ta. Trong các cách biểu đạt ẩn dụ dưới dạng ẩn dụ “Thời gian là tiền bạc”, một số đã biểu đạt thời gian một cách cụ thể như tiền bằng việc sử dụng những động từ *spend, invest, use... profitably* (chi tiêu, đầu tư, sử dụng... một cách có lợi). Lakoff và Johnson cũng quan niệm *A mountain is a person* (núi cũng là người)-or *perhaps more generally a physical object is a human body* - hay có lẽ bất kỳ một vật thể nào cũng giống như cơ thể con người. Vì thế chúng ta có chân núi (foot of the mountain), chân bàn (leg of the table), cửa sông (mouth of the river). Với quan điểm của ngôn ngữ học tri nhận, chúng ta có thể chuyển ẩn dụ trong ngôn ngữ thành các quá trình mang tính khái niệm, và từ đó chúng ta có thể tiếp cận ẩn dụ và hiểu được ẩn dụ dựa trên lý thuyết chung về khái niệm hóa (conceptualization).

Trần Văn Cơ (2006) tóm lược như sau: Theo quan điểm của ngôn ngữ học tri nhận, “ẩn dụ tri

nhận/ nhận thức/ ý niệm (cognitive/ conceptual metaphor) là một trong những hình thức ý niệm hóa, một quá trình tri nhận biểu hiện và hình thành những khái niệm mới mà không có nó thì không thể nhận thức được tri thức mới”. Với cách tiếp cận đó, ẩn dụ được xem như là cách nhìn một đối tượng này thông qua một đối tượng khác, và với ý nghĩa đó ẩn dụ là một trong những phương thức biểu tượng tri thức dưới dạng ngôn ngữ. Ẩn dụ thường có quan hệ với những không gian tư duy phức tạp. Trong quá trình nhận thức, những không gian tư duy không thể quan sát trực tiếp này thông qua ẩn dụ xác lập mối tương quan với những tư duy đơn giản hơn hoặc với những tư duy có thể quan sát được cụ thể (ví dụ, các lĩnh vực kinh tế và chính trị có thể so sánh với các trò chơi, với các cuộc thi thể thao, v.v.). Trong quá trình chuyển ý niệm hóa, không gian không thể quan sát trực tiếp được ý niệm hóa và nhập vào trong một hệ thống ý niệm chung của một cộng đồng ngôn ngữ nhất định. Đồng thời cùng một không gian tư duy có thể được biểu tượng nhờ một hoặc một số ẩn dụ ý niệm.

Ẩn dụ nhận thức bao gồm hai miền tri thức. Miền thứ nhất có tên gọi là miền nguồn (source domain). Miền này là những khái niệm rõ ràng, có những đặc điểm vật chất quen thuộc. Miền thứ hai gọi là miền đích (target domain), miền này ít hiển minh hơn, ít quen hơn hay nói cách khác có tính trừu tượng cao. Miền nguồn được dùng để giúp ta hiểu được miền đích một cách dễ dàng

Như đã nói trên, ẩn dụ không chỉ được coi như một hiện tượng trong văn học mà ẩn dụ cũng xuất hiện với tần suất cao trong các lĩnh vực khoa học, công nghệ và kinh tế học. Vì hạn chế thời gian, trong bài viết này chúng tôi sẽ chỉ đi sâu khảo sát việc sử dụng ẩn dụ trong sách tiếng Anh kinh tế học, áp dụng phương pháp tiếp cận của các nhà ngôn ngữ học tri nhận.

3. Khảo sát ẩn dụ trong kinh tế học

Ẩn dụ nhận thức được dùng để khái niệm hóa các khái niệm trong kinh tế học. Vì theo quan điểm của Lakoff, một nền kinh tế cũng có thể được coi như một cơ thể con người nên trong kinh tế học, một loạt từ ngữ dùng để chỉ các hoạt động kinh tế, các xu hướng tăng trưởng hoặc suy giảm được sử dụng, giống như sự phát triển của cơ thể con người và các hoạt động trong đời sống con người.

Giống con người, kinh tế cũng có khái niệm cầu (*demand*), tăng trưởng (*growth*), chu kỳ tăng trưởng (*business cycles*), *human capital* (vốn con người), *natural rate of unemployment* (tỉ lệ thất nghiệp tự nhiên), *economic growth* (tăng trưởng kinh tế), *consumer sovereignty* (chủ quyền của người tiêu dùng), *market forces* (các lực lượng thị trường), *economic machine and fine tuning* (bộ máy kinh tế và sự điều chỉnh kinh tế)....

Cuộc đời con người trải qua những chu kỳ khác nhau và phủ đầy bằng những thăng (up), trầm (down), thì kinh tế học nói đến các chu kỳ kinh tế với thăng (up), trầm (down). Khi nền kinh tế bị rơi vào đáy của một thời kì *khủng hoảng* (*recession or depression* - *giống như con người khi bị trầm cảm*) thì kinh tế học dùng thuật ngữ *bottom* và khi nền kinh tế thoát khỏi giai đoạn đó để bước vào một giai đoạn mở rộng thì quá trình đó được gọi là *phục hồi* (*recovery*), giống như con người ta phục hồi sức khỏe (*recover*) sau một giai đoạn ốm yếu. Con người lớn lên (*grow up*) theo thời gian thì nền kinh tế khỏe (*healthy*) cũng trải qua (*experience*) tăng trưởng (*economic growth*), hoặc tỉ lệ tăng trưởng mạnh (*accelerating growth rate*).

Khi bàn về các mặt của thị trường, kinh tế học đề cập đến các lực lượng (*forces*) cung và cầu. Nếu như trong xã hội, con người là miền nguồn thiết lập các lực lượng không quân, hải quân (*air forces or naval forces*) có cơ cấu, có tổ chức và sức mạnh thì các lực lượng thị trường - miền đích - cũng có cơ chế hoạt động và sức mạnh nhất định. Để tính toán được chính xác cung và cầu trong thị trường, các nhà kinh tế học đo độ co giãn (*elasticity*), hay là mức độ phản ứng (*responsiveness*) hay độ nhạy cảm (*sensitivity*) của cầu và cung trước sự thay đổi của giá. Và đôi tượng cung trong thị trường cũng đối mặt với các cuộc cạnh tranh (*firms compete severely*) khốc liệt để giành phần đông hơn người mua về mình, tăng thị phần (*market share*) - thị trường giống như một chiếc bánh lớn có nhiều người muốn chiếm một phần và họ cùng phải chia nhau (*share*). Cũng bởi do những cuộc chiến khốc liệt (*cut-throat battles*), với các đối thủ (*rivals*) không khoan nhượng mà thị trường cũng được ví như chiến trường (*a war*).

Xét về cách thức mô tả lạm phát (*inflation* - sự gia tăng về giá cả nói chung), các nhà kinh tế học nói đến lạm phát phi mã (*galloping/ trotting inflation*) - giá cả tăng nhanh quá và được ngầm so sánh với hành động phi nước kiệu của con ngựa, lạm phát trượt giá (*runway inflation*) - giá cả thay đổi nhanh như hành động của một người hay một vật rời khỏi một vật ban đầu một cách đột ngột, lạm phát chậm (*creeping inflation*) - giống như sự rón rén, chậm chạp của ai đó hoặc một con vật nào đó; lạm phát cầu kéo (*demand-pull*) và lạm phát chi phí đẩy (*cost-push*). Và để tính được tốc độ tăng trưởng thực của nền kinh tế, kinh tế học tính toán GDP thực (*real GDP*) bằng cách “xì hơi” (*deflate*) GDP danh nghĩa (*nominal GDP*), giống như cách người ta xì hơi một quả bóng bóng.

Như trình bày trên, các ẩn dụ nhận thức cơ bản biểu đạt một lĩnh vực nhận thức này bằng một lĩnh vực nhận thức khác, và thường kéo theo nhiều khái niệm trong lĩnh vực nhận thức gốc được chuyển sang các khái niệm tương ứng trong lĩnh vực nhận thức mới. Từ những ví dụ sử dụng ẩn dụ bàn trên đây, chúng ta có thể khẳng định kinh tế cũng được tri nhận qua cơ thể con người (*embodiment*) hay qua những trải nghiệm của con người (*human experience*). Phép ẩn dụ quả thật đã làm cho những văn bản kinh tế trở nên sinh động và hấp dẫn hơn.

Hi vọng với sự hiểu biết sâu sắc hơn về ẩn dụ tiếng Anh, giáo viên dạy các môn tiếng Anh chuyên ngành, đặc biệt là trong lĩnh vực kinh tế học, có thể giúp sinh viên hiểu và sử dụng tốt hơn ngôn ngữ chuyên ngành họ đang sử dụng; đồng thời khi hướng sinh viên tới sự hiểu biết này, bài giảng của người giáo viên cũng trở nên hấp dẫn và sinh động hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO CHÍNH

1. Lakoff, G. & Johnson, M., (1980), *Metaphors we live by*, The University of Chicago Press.
2. Leezenberg, M., (2001), *Contexts of metaphor*, University of Amsterdam, The Netherlands.
3. Mason, M. et al., (1990), *The language of economics: The economics analysis of discourse*, Modern English publications and The British Council, Hongkong.
4. Trần Văn Cơ (2006), *Ngôn ngữ học tri nhận là gì?* Tạp chí *Ngôn ngữ*, số 7.

(Ban Biên tập nhận bài ngày 17-04-2013)