NGÔN NGỮ HỌC VÀ VIỆT NGỮ HỌC

ẨN DỤ Ý NIỆM VỀ TRUYỀN THÔNG TRONG TIẾNG VIỆT NHÌN TỪ MIỀN NGUỒN THỜI TIẾT

NGUYỄN LƯU DIỆP ÁNH*

TÓM TẮT: Thời tiết là một trong những hiện tượng cơ bản của Trái đất, được con người cảm nhận khi tương tác với thế giới bên ngoài. Bài viết phân tích ẩn dụ ý niệm TRUYỀN THÔNG LÀ THỜI TIẾT trong tiếng Việt nhằm tìm hiểu cách tri nhận của người Việt về truyền thông thông qua miền ý niệm THỜI TIẾT. Để tiến hành việc nghiên cứu, bài viết sử dụng lí thuyết ẩn dụ ý niệm của Ngôn ngữ học tri nhận để xác lập và phân tích ánh xạ từ miền nguồn THỜI TIẾT đến miền đích TRUYỀN THÔNG. Dựa trên mô hình ẩn dụ ý niệm TRUYỀN THÔNG LÀ THỜI TIẾT để khảo sát 79 mẫu biểu thức ẩn dụ liên quan qua các văn bản báo chí, bài viết phát hiện các từ ngữ như: càn quét, rúng động, rung chuyển, cơn bão, cơn lũ, cơn địa chấn, cơn lốc, làn sóng, thảm họa, chủ động ứng phó, kiểm soát, ngăn ngừa, chế ngự, khắc phục,… được dùng trong các diễn ngôn báo chí, truyền thông. Dưới ánh sáng của ngôn ngữ học tri nhận, ẩn dụ ý niệm TRUYỀN THÔNG LÀ THỜI TIẾT trong tiếng Việt phản ánh khá rõ nét nét đặc trưng tư duy và văn hóa của người Việt. Sự chiếu xạ từ miền nguồn THỜI TIẾT đến miền đích TRUYỀN THÔNG thể hiện qua những thuộc tính như hiện tượng bất thường của thời tiết, độ lan tỏa mạnh mẽ của nhiệt độ cao, sự phá hủy, tính hung hãn của hiện tượng tự nhiên, thảm họa của thiên tai.

TỪ KHÓA: ẩn dụ ý niệm; ánh xạ; truyền thông; thời tiết; miền đích; miền nguồn.

NHẬN BÀI: 08/01/2023. BIÊN TẬP-CHỈNH SỬA-DUYỆT ĐĂNG: 07/04/2023

1. Đặt vấn đề

Thời tiết là một phạm trù tự nhiên bao gồm các yếu tố như gió, mưa, nhiệt độ; các hiện tượng bất thường như, bão, lốc,…Thời tiết là một trong những hiện tượng tự nhiên vô cùng quen thuộc, vì vậy kinh nghiệm của con người về thời tiết hết sức phong phú. Chúng ta hoàn toàn dễ hiểu tại sao con người thường lấy ý niệm thời tiết để nhận thức về các ý niệm thuộc phạm trù khác trong đời sống. Miền nguồn THỜI TIẾT được sử dụng phổ biến trong các ẩn dụ ý niệm đề cập đến hoàn cảnh, tình trạng khó khăn, sự hủy diệt. Do quan niệm hoàn cảnh/ tình trạng là thời tiết, điều kiện xã hội là thời tiết cho nên mọi hiện tượng hữu quan như sương mù, giông bão, mưa gió, sấm chớp… đều có thể là miền nguồn để tri nhận những vấn đề phức tạp của xã hội và chính trị. Trong bài viết này, chúng tôi lựa chọn tiếp cận ẩn dụ từ góc nhìn tri nhận liên quan đến ý niệm thời tiết trong tiếng Việt để nghiên cứu. Trong phạm vi tìm hiểu, chúng tôi phát hiện đã có một số bài viết nghiên cứu, tìm hiểu về thời tiết như: "Về một số miền nguồn phổ biến trong diễn ngôn chính trị tiếng Anh Mỹ" (Nguyễn Xuân Hồng, 2019), "Ẩn dụ ý niệm "Thời tiết" trong tiếng Việt và tiếng Anh" (Đỗ Thị Hồng Diệu, Trần Thị Phương Lý, 2018), "Ẩn dụ ý niệm "Dịch Covid 19 là hiện tượng tự nhiên dữ dội" (Phạm Thị Hương Quỳnh, 2022) nhưng chưa có bài viết nào đề cập TRUYỀN THÔNG LÀ THỜI TIẾT dưới góc nhìn của ngôn ngữ học tri nhận. Bài viết này sẽ đi sâu phân tích ẩn dụ này. Ngữ liệu phục vụ cho việc phân tích chỉ tập trung vào TRUYỀN THÔNG được khai thác từ các trang điện tử chính thống của Việt Nam nhằm đảm bảo tính xác thực của thông tin. Qua đó chúng tôi tiến hành tìm hiểu cơ sở tri nhận và đặc điểm ngữ nghĩa tri nhận của mô hình ẩn dụ này, thảo luận nhận thức và tư duy của con người về truyền thông.

* *Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Đà Nẵng; Email: nldanh@ufl.udn.vn*

2. Cơ sở lí luận

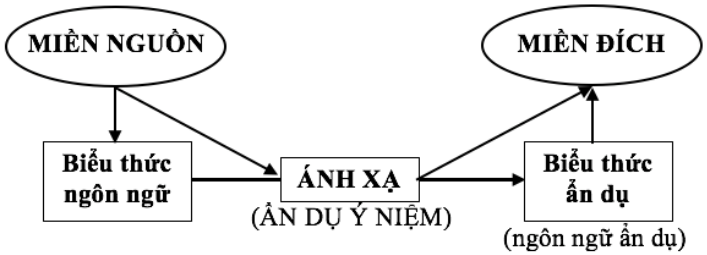
2.1. Ẩn dụ ý niệm

Ẩn dụ ý niệm là lí thuyết trung tâm của ngữ nghĩa học tri nhận. Khác với quan niệm truyền thống coi ẩn dụ là phương thức tu từ, là cách diễn đạt bóng bẩy, mới lạ, thường sử dụng trong ngôn ngữ thi ca. Ngôn ngữ học tri nhận xác định ẩn dụ là công cụ của tư duy, *ẩn dụ thâm nhập vào cuộc sống hằng ngày, không chỉ trong ngôn ngữ mà còn cả trong tư duy và hành động. Hệ thống ý niệm thông thường của chúng ta, thông qua đó chúng ta tư duy và hành động, về cơ bản là có tính ẩn dụ* (Theo Lakoff và Johnson, 1980, tr.4).

Lý Toàn Thắng (2004, tr.25) cho rằng *"Ẩn dụ ý niệm là một sự chuyển di (transfer) hay một sự đồ họa (mapping) cấu trúc và các quan hệ nội tại của một lĩnh vực hay mô hình tri nhận nguồn sang một lĩnh vực hay mô hình tri nhận đích.*

Kovesces (2010, tr.4) định nghĩa *ẩn dụ tri nhận là sự hiểu biết một miền tri nhận này thông qua miền tri nhận khác.*

Theo Lakoff và Johnson (2003), ẩn dụ hoạt động dựa trên cơ chế dịch chuyển nghĩa giữa hai miền ý niệm (miền nguồn và miền đích) được gọi là ánh xạ ý niệm, ở đó các đặc điểm của miền nguồn được dùng để mô tả miền đích (Hình 1).



***Hình 1**. Sơ đồ ánh xạ ý niệm (Hồ Trịnh Quỳnh Thư, Phan Văn Hòa, Nguyễn Lưu Diệp Ánh, 2022)*

Bàn về ý niệm, quá trình ý niệm hóa, các nhà ngôn ngữ học tri nhận đều cho rằng, bản chất của quá trình được thể hiện bởi sự ánh xạ từ miền nguồn đến miền đích. Một ý niệm được tạo ra từ nhiều ánh xạ và sự ánh xạ từ miền nguồn đến miền đích mang tính bộ phận. (Đặng Thị Hảo Tâm, 2016).

Hầu hết ẩn dụ cấu trúc cung cấp loại cấu trúc và hiểu biết về miền ý niệm đích của chúng qua những trải nghiệm của con người và nói chung là miền nguồn cụ thể hơn, dễ hiểu hơn, miền đích thường trừu tượng, khái quát hơn. Trong ẩn dụ ý niệm TRUYỀN THÔNG LÀ THỜI TIẾT, THỜI TIẾT là miền nguồn và TRUYỀN THÔNG là miền đích. Ví dụ: Biểu thức ngôn ngữ "***Cơn lốc** tin đồn **quét** đi tài sản của nhà đầu tư, đồng thời cũng có thể **cuốn** đi danh dự một cá nhân nào đó"* là một biểu thức ẩn dụ, ở đó, "cơn lốc", "quét", "cuốn" - là những tên gọi, hành động được dùng để mô tả thời tiết. Đây cũng là ẩn dụ ý niệm chúng tôi sẽ tập trung tìm hiểu và làm rõ trong bài viết này.

2.2. Truyền thông và Thời tiết

Có thể dẫn ra hàng trăm định nghĩa về Truyền thông. Mỗi định nghĩa, quan điểm đều có khía cạnh hợp lí riêng.

Theo Nguyễn Văn Dũng, Đỗ Thị Thu Hằng (2018, tr.14), *Truyền thông - Lí thuyết và kĩ năng cơ bản*, định nghĩa: "*Truyền thông được hiểu là quá trình liên tục trao đổi thông tin, tư tưởng, tình cảm,... chia sẻ kĩ năng và kinh nghiệm giữa hai hoặc nhiều người nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau, thay đổi nhận thức, tiến tới điều chỉnh hành vi, thái độ, phù hợp với nhu cầu phát triển của cá nhân, của nhóm, của cộng đồng và xã hội*".

Cambridge Dictionary định nghĩa thời tiết là "*các điều kiện trong không khí trên trái đất như gió, mưa hoặc nhiệt độ, đặc biệt là tại một thời điểm cụ thể trên một khu vực cụ thể*".

Oxford Learners Dictionaries định nghĩa thời tiết là "*điều kiện của khí quyển tại một địa điểm và thời điểm cụ thể, chẳng hạn như nhiệt độ, và nếu có gió, mưa, mặt trời,* v.v*".*

Từ điển tiếng Việt phổ thông, Nhiều tác giả (2002), Từ điển tiếng Việt phổ thông, Viện Ngôn ngữ học, định nghĩa Thời tiết là "*trạng thái của khí quyển ở một nơi vào một lúc nào đó*".

Giống như Thời tiết, Truyền thông có thể có tác động lớn đến cuộc sống của con người và xã hội. Chính vì vậy, như những người nông dân cập nhật thông tin thời tiết để đưa ra quyết định đúng đắn về việc trồng trọt, chăn nuôi, chúng ta cần cập nhật thông tin từ các nguồn tin cậy và chính xác để có thể đưa ra quyết định và hành động đúng đắn trong cuộc sống. Ngoài ra, giống như những thay đổi trong Thời tiết có thể ảnh hưởng đến sức khỏe và tâm trạng của con người, Truyền thông cũng có thể có tác động lớn đến tâm lí và hành vi của mỗi người. Do đó, chúng ta cần có ý thức và trách nhiệm trong việc sử dụng Truyền thông, tránh những hậu quả xấu do sử dụng Truyền thông một cách thiếu suy nghĩ và không đúng cách. Ẩn dụ Thời tiết giúp hiểu rõ hơn về Truyền thông, đặc biệt là ý niệm trừu tượng về Truyền thông được cụ thể hóa thông qua ý niệm về Thời tiết. Thời tiết có thể gây ra những hậu quả nghiêm trọng như mưa lũ, lốc xoáy, động đất... tương tự như Truyền thông có thể tác động đến nhận thức, tư tưởng, hành động của con người và xã hội. Chúng ta cần nắm vững được ý niệm này để có thể hiểu rõ hơn về sức mạnh của Truyền thông và đảm bảo sự an toàn trong cuộc sống.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu khảo sát 79 bài báo từ các trang thông tin điện tử và báo điện tử của Việt Nam như báo, tạp chí của Chính phủ, tạp chí Đảng, hội nhà báo, tạp chí tuyên giáo, Báo Giáo dục Thời đại, Lao động, Nhân dân, Tuổi trẻ, Dân trí, Tiền phong, Thanh niên, VTV, VOV,...Để thực hiện việc khảo sát, bài báo áp dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

Bài báo sử dụng phương pháp miêu tả và phân tích ngữ nghĩa để xác định các ẩn dụ ý niệm, sau đó liệt kê và phân loại chúng theo miền nguồn. Ngoài ra, bài báo cũng sẽ đánh giá tần suất sử dụng của các ẩn dụ ý niệm và các biểu thức ngôn ngữ liên quan đến miền nguồn trong nguồn ngữ liệu, từ đó mô tả cách người Việt Nam tri nhận và sử dụng các ẩn dụ ý niệm liên quan đến Truyền thông và Thời tiết. Do phạm vi trình bày có hạn, các biểu thức ẩn dụ được trích dẫn từ nguồn ngữ liệu không được đính kèm bài viết.

Vì ngữ liệu là những biểu thức ẩn dụ, việc thu thập mẫu dựa vào bốn bước xác định ẩn dụ trong văn bản của Pragglejaz Group (2007) nhằm tăng độ chuẩn xác của chúng. Quy trình xác định gồm: (i) Đọc để hiểu nội dung văn bản có liên quan đến truyền thông; tiếp theo, (ii) xác định từ/ cụm từ mô tả hoặc lên quan đến thời tiết; sau đó, (iii) xét các từ ngữ đi trước và sau nó, xác định liệu nó có một nghĩa lâm thời nào khác, trái với nghĩa cơ bản. Nếu có, (iv) đó là ẩn dụ. Nghiên cứu này được thực hiện dựa trên phương pháp mô tả nhằm phân tích, thống kê, phân loại, phương pháp nhận diện ẩn dụ, thủ pháp tỏa tia để nhận diện các miền ý niệm nguồn và đích được phóng chiếu lên nhau, tạo ra các cấu trúc ẩn dụ tri nhận về Truyền thông. Qua sử dụng các thủ phủ pháp và phương pháp nghiên cứu, bài báo đưa ra những bàn luận về các cấu trúc ẩn dụ tri nhận thu nhận được như sau:

4. Kết quả nghiên cứu

Từ kết quả khảo sát 79 bài báo viết về truyền thông thì chúng tôi khái quát được lược đồ chiếu xạ như sau:

Bảng 1. *Lược đồ chiếu xạ của Ẩn dụ ý niệm TRUYỀN THÔNG LÀ THỜI TIẾT*

Miền nguồn THỜI TIẾT	**Miền đích TRUYỀN THÔNG**	**Biểu thức ẩn dụ**	**Số lần xuất hiện**
Tên gọi hiện tượng	Tên gọi Truyền thông	Cơn bão, bão, tâm bão	17

thời tiết/ thiên tai		cơn lốc	2
		Cơn lũ	2
		Cơn địa chấn	2
		Mưa, cơn mưa	3
Tác hại của thời tiết gây ra	Mức độ nguy hiểm của Truyền thông	Quét, Càn quét	8
		Chấn động, gây chấn động	6
		Ngập, ngập tràn, lan tràn	6
		cuốn, cuốn bay	5
		rung chuyển	2
		rúng động, gây rúng động	2
		nhấn chìm	3
		vùi dập	6
		hoành hành	3
Nhiệt độ/Tình trạng thời tiết	Tình hình truyền thông	Lạnh lẽo	2
		Nóng	17
		Ôn hòa	1

Cũng từ kết quả thu thập được, chúng tôi thống kê có 87 biểu thức ẩn dụ, trong đó "*cơn bão*" và "*nóng*" chiếm số lượng nhiều nhất (17 lần xuất hiện). Các biểu thức ẩn dụ từ nguồn ngữ liệu như "*Cơn bão truyền thông*" muốn nói đến một sự kiện hay một chiến dịch truyền thông có sức mạnh tương tự như một cơn bão thực sự. Nó có thể lan truyền rộng khắp, nhanh chóng và gây ra tác động lớn cho cộng đồng. Việc sử dụng thuật ngữ Thời tiết để nói về trạng thái của sự kiện truyền thông cho thấy mối quan hệ mật thiết giữa hai lĩnh vực này. "*Cơn lốc tin đồn*" đề cập đến việc lan truyền nhanh chóng của thông tin sai lệch hoặc tin đồn trên mạng xã hội, đặc biệt là trong thời đại Internet và công nghệ số. Thuật ngữ Thời tiết được sử dụng để đề cập đến sức mạnh và tầm ảnh hưởng của cơn lốc tin đồn, điều đó cho thấy sự tương đồng giữa sự lan truyền thông tin với khái niệm Thời tiết. "*Cơn lũ thông tin*" ám chỉ tình trạng lan truyền thông tin vô tội vạ, không kiểm soát. Việc sử dụng thuật ngữ Thời tiết trong trường hợp này cũng thể hiện sự liên hệ mật thiết giữa Thời tiết và Truyền thông. Các ví dụ trên cho thấy sự liên kết giữa tên gọi và mối quan hệ giữa hai lĩnh vực này. Biểu thức ẩn dụ "*quảng cáo gây rúng động*" và "*tin đồn càn quét*" được sử dụng để ám chỉ tác hại của truyền thông đối với xã hội. Theo đó, những thông điệp được truyền tải bởi các phương tiện truyền thông có thể gây ra những tác hại tương tự như thời tiết xấu. Thời tiết xấu có thể gây ra những thiệt hại về kinh tế, môi trường, đời sống của con người, tương tự, các thông điệp sai lệch, tin đồn, quảng cáo gian lận có thể gây ra những tác hại nghiêm trọng đến sức khỏe tinh thần, đạo đức của con người. "*nóng với quảng cáo trên truyền hình*", "*truyền thông quá nóng*", khi thời tiết rất nóng, chúng ta cảm thấy khó chịu và không thoải mái. Tương tự, khi truyền thông quá tải với quảng cáo, tin tức chính trị, thảm họa, hoặc thông tin rác, chúng ta cảm thấy bị áp đặt và không thể truyền đạt hoặc tiếp nhận thông tin một cách hiệu quả.

Từ các biểu thức ẩn dụ thu thập được, chúng tôi nhận thấy trong tư duy ý niệm TRUYỀN THÔNG LÀ THỜI TIẾT, những nét thuộc tính cơ bản nhất của thời tiết như: "bão", "lũ", "địa chấn" "càn quét", "cuốn trôi", "nhấn chìm",…được lựa chọn để kích hoạt, chiếu xạ lên miền đích Truyền thông. Truyền thông có thể gây ra những thiệt hại nghiêm trọng, vì vậy mà những ấn tượng về nó gắn liền với hiện tượng thời tiết, lược đồ chiếu xạ ở bảng ***Bảng 1*** được hình thành trên cơ sở lấy tên gọi sự vật A chiếu xạ đến sự vật B, cụ thể là tên gọi của hiện tượng thời tiết, những tác hại do thời tiết gây ra cũng như nhiệt độ và tình trạng Thời tiết chiếu xạ đến Truyền thông.

Trên cơ sở lược đồ chiếu xạ của ẩn dụ ý niệm TRUYỀN THÔNG LÀ THỜI TIẾT ở Bảng 1, chúng tôi xác lập các mô hình ẩn dụ tri nhận Truyền thông có miền nguồn là Thời tiết như sau:

***Bảng 2**. Mô hình ẩn dụ tri nhận Truyền thông có miền nguồn là THỜI TIẾT*

STT	Mô hình ẩn dụ	Số lượt xuất hiện	Tỉ lệ (%)
1	Truyền thông là tên gọi của hiện tượng thời tiết/thiên tai	26	29,88%
2	Tình hình Truyền thông là nhiệt độ/tình trạng thời tiết	20	22,99%
3	Hậu quả truyền thông là thiệt hại do thời tiết gây ra	41	47,13%
Tổng		87	100%

Ẩn dụ tri nhận TRUYỀN THÔNG LÀ THỜI TIẾT bao gồm tập hợp các ánh xạ tương ứng từ miền nguồn THỜI TIẾT đến miền đích TRUYỀN THÔNG. Từ nguồn ngữ liệu, chúng tôi đã tổng hợp và phân loại 87 biểu thức ẩn dụ theo 3 mô hình ẩn dụ tri nhận thứ cấp: (1) Truyền thông là tên gọi của hiện tượng thời tiết/ thiên tai; (2) Tình hình truyền thông là nhiệt độ/ tình trạng thời tiết; (3) Hậu quả của truyền thông là thiệt hại do thời tiết gây ra, trong đó các ý niệm thuộc miền đích là báo chí, mạng xã hội, tin giả, tin đồn, quảng cáo, truyền thông,…

Để tìm hiểu đặc điểm ngữ nghĩa tri nhận của các biểu thức ẩn dụ này, chúng tôi đặc biệt lưu ý đến các từ khóa liên quan đến chủ đề truyền thông và các thuật ngữ thuộc phạm trù và tiểu phạm trù thời tiết như: *bão, lũ, cơn mưa, cơn lốc, cơn địa chấn, càn quét, rúng động, gây chấn động, rung chuyển, ngập, vùi dập, lạnh lẽo, ôn hòa, nóng,…* Trong đó, số lượt xuất hiện của biểu thức ẩn dụ thuộc mô hình ẩn dụ *Hậu quả truyền thông là thiệt hại do thời tiết gây ra* là nhiều nhất (47,13%), tiếp đến là mô hình *Truyền thông là tên gọi của hiện tượng thời tiết/ thiên tai* (29,88%); và *Tình hình truyền thông là nhiệt độ/ tình trạng thời tiết* (22,99%).

4.1. Mô hình ẩn dụ TRUYỀN THÔNG LÀ TÊN GỌI HIỆN TƯỢNG THỜI TIẾT/ THIÊN TAI

'Thiên tai' là hiện tượng thiên nhiên gây tác hại lớn đến sản xuất và đời sống, như bão, lụt, hạn hán, giá rét, động đất,… (Từ điển tiếng Việt phổ thông, 2002)

(1) Cũng có khi "vỡ mặt" chỉ vì "bão truyền thông".

(2) Trong khi nhiều tờ báo đang đối mặt với tình trạng "chết lâm sàng" trước sự càn quét của "cơn bão" mạng xã hội, một số tờ báo khác vẫn chưa bỏ cuộc.

(3) Bán tháo giữa "bão" tin đồn.

(4) Bài học cay đắng hai năm trước về cơn bão gây những tác hại khôn lường đối với nước mắm truyền thống khi thông tin về các chỉ số asen (thạch tín) là một loại á kim cực độc vượt ngưỡng ào ạt lấp kín các trang báo.

Các ví dụ từ (1-4) cho thấy truyền thông được tri nhận như cơn bão với sức tàn phá khủng khiếp và để lại nhiều hậu quả đáng tiếc. Những cơn bão ở đây được hình thành đôi khi chỉ là từ một phát biểu vu vơ, một tấm hình hay một bài viết chứa nội dung có những vấn đề kéo dư luận theo những chiều trái ngược. Tựu trung lại đó là những gì mà những công dân mạng ào ào lên tiếng một cách tập trung nhất ở cùng thời điểm.

(5) Cơn lũ tin giả "về virus corona ngập mạng xã hội

(6) Đạo đức báo chí trong "cơn lũ" mạng xã hội.

Theo Từ điển Wikipedia, Tin giả (tiếng Anh: fake news), còn được gọi là tin rác hoặc tin tức giả mạo, bao gồm các thông tin cố ý hoặc trò lừa bịp lan truyền qua phương tiện truyền thông tin tức truyền thống (in và phát sóng) hoặc phương tiện truyền thông xã hội trực tuyến. Đặc biệt, nguồn thông tin sai lệch ở đây cũng chính là mảng tối của mạng xã hội luôn bị lan truyền với tốc độ chóng mặt. Thông tin trên mạng xã hội, tin đồn, tin giả vô cùng mạnh mẽ, ngập, tràn, vùi dập như cơn lũ hung dữ.

(7) "Cơn địa chấn" báo chí.

(8) Cơn lốc tin đồn quét đi tài sản của nhà đầu tư, đồng thời cũng có thể cuốn đi danh dự một cá nhân nào đó.

(9) Olympic Rio 2016 và "cơn mưa" quảng cáo truyền hình.

"Cơn" là từ dùng để gọi một hiện tượng xuất hiện đột ngột, trong một thời gian ngắn có thể tái diễn theo chu kì như cơn mưa, cơn bão, cơn lũ,… Cơn mưa quảng cáo truyền hình ở ví dụ (9) chính là cuộc đua về quảng cáo thương hiệu. Ở ví dụ (8) Tin đồn được ví như cơn lốc, với vai trò xông xáo hàng đầu trên mặt trận chống tiêu cực, báo chí đã gâycơn địa chấn ở ví dụ (7), hiện tượng thời tiết được ánh xạ đến truyền thông dựa trên đặc điểm giống nhau về sự đột ngột, sự mạnh mẽ và tốc độ lan truyền. Cơn địa chấn là một hiện tượng tự nhiên bất thường. Mặc dầu ở Việt Nam, động đất, sóng thần không phải là hiện tượng tự nhiên diễn ra thường xuyên nhưng trong tư duy của người Việt có sự liên tưởng về động đất là một hiện tượng đáng sợ. Trong tâm thức của nhân loại, hiện tượng thời tiết xấu, thiên tai động đất hay sóng thần tàn phá cuộc sống con người và để lại những hậu quả vô cùng đau xót. Sự phong phú của các biểu thức ẩn dụ như cơn mưa quảng cáo, cơn địa chấn báo chí, cơn lốc mạng xã hội, cơn bão mạng,… với những thuộc tính của sự hung dữ và tàn phá khủng khiếp của nó được gán tên và phóng chiếu đến truyền thông.

4.2. Mô hình ẩn dụ TÌNH HÌNH TRUYỀN THÔNG LÀ TÌNH TRẠNG THỜI TIẾT/NHIỆT ĐỘ

Từ điển tiếng Việt phổ thông (Viện Ngôn ngữ học, 2002) giải thích "nhiệt độ" đại lượng chỉ độ nóng lạnh của một vật; "nóng" có nhiệt độ cao hơn so với nhiệt độ cơ thể người hoặc cao hơn mức được coi là trung bình;

(10) Nóng với quảng cáo trên truyền hình.

(11) Truyền thông quá "nóng".

(12) Ngành báo in đang phải đối mặt với mùa đông lạnh lẽo.

(13) Đội ngũ phóng viên lại khó xông pha khắp nơi để có nhiều tin bài "nóng", "hot".

(14) Phía sau nhiều thông tin hay, nóng trên Tuổi trẻ có sự góp sức lặng thầm của bạn đọc.

(15) Anh là người báo tin, hỗ trợ phóng viên để có bản tin nóng.

(16) Truyền thông Trung Quốc ôn hòa về thương chiến.

Tin "nóng" hay bản tin "nóng" ở ví dụ (14) và (15) cho thấy cái nóng của thời tiết được tri nhận đến đặc điểm tiêu chuẩn của báo chí (nhanh, nhạy, nóng và chính xác). Ở ví dụ (11) quá nóng ở đây được hiểu là sự quá đà, là sự thổi phồng, theo dệt sự thật, sự đeo bám quá giới hạn của báo chí, truyền thông dẫn đến thông tin gây sốt, gây nóng. Ở ví dụ (12) mùa đông lạnh lẽo ở đây được tri nhận, liên tưởng đến ngành báo in đang dần biến mất, sự ảm đạm đến ghê sợ, khiến người ta phải rùng mình. Trong cuộc cạnh tranh khốc liệt với mạng Internet và các công nghệ truyền thông mới, lượng độc giả dần sụt giảm, lượng phát hành giảm đi rõ rệt, ngành báo in đang phải đối mặt với mùa "đông lạnh lẽo" và nguy cơ phá sản (Nguyễn Thành Lợi, 2022)

Các biểu thức ẩn dụ về nhiệt độ và tình trạng thời tiết từ (11-16) được tri nhận đến miền nguồn về tình hình Truyền thông qua các đặc điểm về tình trạng của thời tiết có thể gây nhiều bất lợi. Trong mọi điều kiện của thời tiết thì cơ thể ta luôn cố gắng để duy trì thân nhiệt để thích ứng. Tuy nhiên, khi tiết trời trở nên khắc nghiệt lạnh lẽo quá hoặc nóng quá đều không tốt và gây tổn hại, bất lợi cho cơ thể. Lạnh quá hoặc quá nóng có thể khiến chúng ta bị bệnh. Quá nóng có thể hủy hoại não và một vài bộ phận khác trong cơ thể, thậm chí dẫn đến tử vong. Thời tiết ấm áp, dễ chịu, không nóng quá cũng không lạnh quá là lí tưởng nhất cũng giống như truyền thông không nên tâng bốc quá đà hoặc không nên ảm đạm, trầm lắng quá, tốt nhất, cần điều chỉnh định hướng tuyên truyền phù hợp, cần có chiến lược truyền thông ôn hòa, như ở ví dụ (16).

4.3. Mô hình ẩn dụ HẬU QUẢ CỦA TRUYỀN THÔNG LÀ THIỆT HẠI DO THỜI TIẾT GÂY RA

(17) Sau tất cả, ông là yếu nhân đưa Facebook "càn quét" toàn cầu nhờ cách tiếp cận dựa vào dữ liệu.

(18) Facebook gây chấn động tại xứ sở chuột túi là vì nước này dự định ban hành Đạo luật truyền thông mới có ảnh hưởng đến lợi ích sát sườn của mạng xã hội này.

(19) Bị vùi dập bởi truyền thông lệch lạc, doanh nghiệp cầu cứu chính quyền.

(20) Những bài báo chống tiêu cực chấn động.

(21) Mạng xã hội rúng đông trước vụ bắt cóc tỉ phú Trung Quốc.

(22) Đừng để một tin "thâm cung bí sử" cũng gây rúng đông.

(23) Facebook có thể tạo rung chuyển hệ thống tài chính quốc tế.

(24) Nước Mỹ bị truyền thông "nhấn chìm".

(25) Tin đồn "cuốn bay" nghìn tỉ, án xử nhẹ hơn cướp…con vịt!

Theo Từ điển tiếng Việt phổ thông (2002), "càn quét" là hành quân để vây ráp, bắt bớ, giết chết hàng loạt, "chấn động" là rung động mạnh, "rung chuyển" là rung động mạnh cái có nền tảng vững vàng, đến mức có thể làm lay chuyển, "rúng động" là rung chuyển, rung động. Sự phong phú của các biểu thức ẩn dụ (17-25) với thuộc tính hung dữ, tàn phá như *nhấn chìm, cuốn, quét, rúng động, rung chuyển,* của cơn lũ, cơn bão, cơn lốc, cơn địa chấn được dùng để miêu tả, phóng chiếu đến hậu quả do truyền thông mang lại. Truyền thông có thể nhấn chìm, vùi dập, hủy hoại thanh danh, sự nghiệp của con người đồng thời có thể phá hoại tài sản của doanh nghiệp hay nền kinh tế của một quốc gia.

5. Kết luận

Từ những phân tích trên có thể thấy rằng phương tiện để thực hiện tư duy chính là ngôn ngữ. Khảo sát ẩn dụ ý niệm TRUYỀN THÔNG LÀ THỜI TIẾT, chúng tôi đã cũng cấp thêm những minh chứng làm rõ ẩn dụ ý niệm THỜI TIẾT trong Tiếng Việt. Trong các ẩn dụ ý niệm về truyền thông, các thuộc tính cơ bản của miền nguồn THỜI TIẾT được ánh xạ lên miền đích TRUYỀN THÔNG. Từ nguồn ngữ liệu được thu thập là 87 biểu thức ẩn dụ về Truyền thông có miền nguồn thời tiết, bài viết đã xác lập, mô tả và phân tích 3 mô hình ẩn dụ bậc dưới gồm: (1) Truyền thông là tên gọi của hiện tượng thời tiết/ thiên tai; (2) Tình hình truyền thông là nhiệt độ/ tình trạng thời tiết; (3) Hậu quả của truyền thông là thiệt hại do thời tiết gây ra. Từ đó giúp chúng ta có thể nhận thấy mức độ phổ biến và xu hướng sử dụng từ ngữ thời tiết mô tả những vấn đề liên quan đến Truyền thông trên các trang tin điện tử và cung cấp thêm cơ sở cho phép cách thức tư duy của người Việt về Truyền thông. Hi vọng rằng kết quả đạt được sẽ góp phần làm sáng tỏ thêm về cơ sở tư duy và các quá trình nhận thức các biểu tượng tinh thần và thế giới của người Việt. Phạm vi nghiên cứu của bài viết chỉ giới hạn trong đặc điểm tri nhận về ẩn dụ có miền nguồn là THỜI TIẾT trên các trang báo điện tử. Vì thế, chúng tôi cũng hi vọng sẽ có thêm nhiều nghiên cứu sâu hơn việc sử dụng ẩn dụ thời tiết trong diễn ngôn truyền thông ở các ngôn ngữ khác để so sánh, liên hệ với tiếng Việt, chắc chắn sẽ mang lại nhiều thú vị hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Đỗ Thị Hồng Diệu, Trần Thị Phương Lý (2018), *Ẩn dụ ý niệm "Thời tiết" trong tiếng Việt và tiếng Anh*, kỷ yếu Hội thảo nghiên cứu và giảng dạy ngoại ngữ, ngôn ngữ và quốc tế học tại Việt Nam, Trường Đại học Ngoại ngữ - Đại học quốc gia Hà Nội
2. Đặng Thị Hảo Tâm (2020), *Ẩn dụ ý niệm vàng trong tiếng Việt nhìn từ góc độ miền nguồn.*

3. Hồ Trịnh Quỳnh Thư, Phan Văn Hòa & Nguyễn Lưu Diệp Ánh (2022), *Ẩn dụ ý niệm "Dịch bệnh là kẻ thù" trong bối cảnh đại dịch Covid 19*, Tạp chí *Ngôn ngữ & Đời sống*, số 3 (323).
4. Lý Toàn Thắng (2005), *Ngôn ngữ học tri nhận: Từ lí thuyết đại cương đến thực tiễn tiếng Việt*, Nxb Khoa học xã hội.
5. Nguyễn Văn Dũng, Đỗ Thị Thu Hằng (2018), *Truyền thông - Lí thuyết và kĩ năng cơ bản*, Nxb Thông tin & Truyền thông, tr.12-14.
6. Nguyễn Xuân Hồng, (2019), *Về một số miền nguồn phổ biến trong diễn ngôn chính trị tiếng Anh Mỹ,* Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Sư phạm Tp. Hồ Chí Minh.
7. Nguyễn Tiến Dũng (2019), *Ẩn dụ ý niệm trong các diễn ngôn chính trị (trên tư liệu tiếng Anh và tiếng Việt,* Luận án tiến sĩ ngôn ngữ học, tr.60-61.
8. Phạm Thị Hương Quỳnh (2022), *Ẩn dụ ý niệm "Dịch Covid 19 là hiện tượng tự nhiên dữ dội*, Tạp chí ngôn ngữ & đời sống, số 10 (331).
9. Viện Ngôn ngữ (2002), *Từ điển tiếng Việt*. Trung tâm Từ điển học - Nxb Tp. Hồ Chí Minh.
10. Wikipedia, https://vi.wikipedia.org/wiki/Tin_gi%E1%BA%A3

Tiếng Anh

11. Cambridge Dictionary, https://dictionary.cambridge.org/vi/dictionary/english/weather
12. Kovecses Z. (2010), *Metaphor: A Practical Introduction*, 2nd Editiob, Oxford: Oxford University Press.
13. Lakoff, G. & Johnson, M. (1980), *Metaphors we live by (2nd ed.).* Chicago: The University of Chicago Press.
14. Lakoff, G. & Johnson, M. (2003), Metaphors we live by (2nd ed.). Chicago: The University of Chicago Press.
15. Oxford Learners Dictionaries, https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/weather_1?q=weather

Conceptual metaphor media is weather in Vietnamese

Abstract: Weather is one of the fundamental phenomena of the Earth, felt by humans when they make interactions with the outside world. The article analyses the conceptual metaphor MEDIA IS WEATHER in Vietnamese to explore the ways Vietnamese people conceptualize media via the domain of weather. To fulfil the research objectives, the article uses the theory of conceptual metaphors of Cognitive Linguistics to establish and analyze the mapping from the source domain WEATHER to the target domain MEDIA. The investigation of the paper that consists of 79 metaphorical expressions in newspapers. In conceptual metaphor model of MEDIA IS WEATHER, it can be found many words related to weather such as sweep, shake, storm, flood, seismic storm, tornado, wave, disasters, proactively respond, control, prevent, tame and overcome,... which are used in media discourses. In the light of cognitive linguistics, conceptual metaphor MEDIA IS WEATHER in Vietnamese language clearly reflects the thinking and features of Vietnamese culture. The mapping from the source WEATHER to the target MEDIA is represented through features of weather such as weather anomalies, strong spread of high temperatures, destruction, aggressiveness of natural phenomena, disasters of natural disasters,…

Key words: conceptual metaphor; mapping; media; weather; source domain; target domain.