

ÂN DỤ Ý NIỆM VỀ TIỀN TRONG THÀNH NGỮ, TỤC NGỮ TIẾNG ANH

NGUYỄN THÙY LINH*

Abstract: The paper studies the concept of MONEY in English idioms and proverbs from the angle of cognitive linguistics by summarizing theories and arguments on conceptual metaphor, collecting, investigating and analyzing data, putting them in categories of structural metaphors and ontological metaphors. Structural metaphors are further divided into sub-categories: MONEY as the source domain and MONEY as the target domain. Based on these analyses, the paper suggests generalizations on the features of the English language and culture which are reflected in the use of money-related metaphors in idioms and proverbs.

Keywords: *Metaphor, MONEY concept, idioms, proverbs*

1. Đặt vấn đề

Mặc dù không còn là lĩnh vực mới của ngôn ngữ học hiện đại, song trong mấy chục năm phát triển, ngôn ngữ học tri nhận (cognitive linguistics) chưa bao giờ giảm sức hút. Cho tới nay, ngôn ngữ học vẫn đang nhận được rất nhiều sự quan tâm của các nhà ngôn ngữ học trên thế giới. Theo quan điểm của ngôn ngữ tri nhận, ngôn ngữ là cửa sổ để đi vào thế giới tinh thần, trí tuệ của con người, là phương tiện để khám phá những bí mật của quá trình tư duy.

Một trong những tâm điểm nghiên cứu của ngôn ngữ học tri nhận là ẩn dụ. Ẩn dụ có mặt ở khắp nơi trong cuộc sống con người, từ những hoạt động thường ngày, lời ăn tiếng nói, lời khen tiếng chê cho tới những diễn ngôn mang tính quy phạm cao như chính trị, kinh tế hay tôn giáo. Ẩn dụ đã đồng hành cùng xã hội loài người từ rất lâu và theo các nhà nghiên cứu ngôn ngữ học tri nhận, chúng ta đôi khi không ý thức được mình đang sử dụng ẩn dụ.

Cùng với sự ra đời và phát triển của nền kinh tế, ý niệm “tiền”, hay “tiền bạc” đã hình thành và ăn sâu bén rễ trong đời sống con người ở khắp nơi trên thế giới, dù là người Việt hay người nói tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Trung... Ý niệm “tiền” đóng một vai trò quan trọng không chỉ trong các hoạt động kinh tế, thương mại mà cả trong các hoạt động thường ngày của cuộc sống. Nếu như trong tiếng Việt, những lối nói ví von như *mặt lạnh như tiền* hay thậm xưng như *có tiền mua tiên cũng được* được sử dụng trong giao tiếp hàng ngày hết sức quen thuộc thì trong tiếng Anh cũng có không ít thành ngữ, tục ngữ chứa đựng ý niệm tiền với những cách thức sử dụng hết sức thú vị, phản ánh một phần cách thức tư duy ngôn ngữ và thế giới quan của người nói tiếng Anh bản ngữ.

Từ những lí do trên, chúng tôi đã lựa chọn tìm hiểu ẩn dụ về TIỀN trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh cho bài viết của mình.

2. Cơ sở lí luận

2.1. Khái quát về ý niệm

Theo quan điểm của ngôn ngữ học tri nhận, ý nghĩa của ngôn ngữ không giới hạn trong nội bộ hệ thống ngôn ngữ mà bắt nguồn sâu xa từ kinh nghiệm được hình thành trong quá trình con người tương tác với thế giới và từ tri thức và niềm tin. Sự hình thành các ý niệm có quan hệ chặt chẽ với kinh nghiệm và chiến lược tri nhận của con người. Cấu trúc của ý niệm bao gồm hạt nhân là khái niệm và các khía cạnh về văn hóa - xã hội xung quanh khái niệm đó [2, tr.259].

Trong khi ngôn ngữ học truyền thống coi ý nghĩa là đối tượng nghiên cứu quan trọng nhất thì ngôn ngữ học tri nhận lại xác định đối tượng nghiên cứu quan trọng là ý niệm (concept).

* ThS, Trường Đại học Thương mại

Trong ngôn ngữ học truyền thống, khái niệm là thuật ngữ được vay mượn từ logic học và được sử dụng khi nói đến (1) chức năng thể hiện tư duy của con người và (2) nghĩa biểu niệm của từ. Nói ngắn gọn thì khái niệm thường được hiểu là hình thức phản ánh ở dạng khái quát nhất những sự vật hiện tượng [6, tr.64].

Mặc dù trong tiếng Việt cũng có thuật ngữ “khái niệm” song nó không lột tả được hết tinh thần tri nhận của “concept”, do đó nghiên cứu về ngôn ngữ học thường dùng thuật ngữ “ý niệm”. Không chỉ trong nghiên cứu mà trong cuộc sống đời thường nhiều người cũng chú ý tới sự khác biệt giữa hai thuật ngữ này, do đó một số người sử dụng từ mượn “concept” khi muốn thể hiện cái họ nói đến không chỉ là “khái niệm”. Chẳng hạn, khi chụp một bộ ảnh người chụp có thể hỏi: *Hôm nay chụp ảnh theo concept “hoàng gia” hay concept “mùa xuân”?* Cái mà người nói muốn nhắc tới không phải một hoàng gia cụ thể nào, do đó thực chất người nói đã động chạm tới ý niệm “hoàng gia” và cái họ đang nghĩ tới không phải khái niệm hoàng gia mà ý niệm HOÀNG GIA.

Như vậy, ý niệm không chỉ mang đặc trưng miêu tả mà còn có cả đặc trưng tình cảm - ý chí và hình ảnh. Nó là kết quả của sự tác động qua lại của một loạt những nhân tố như truyền thống dân tộc, sáng tác dân gian, tôn giáo, hệ tư tưởng, kinh nghiệm sống, hình tượng nghệ thuật, cảm xúc và hệ thống giá trị. Ý niệm tạo ra một lớp văn hoá trung gian giữa con người và thế giới, được cấu thành từ tri thức tín ngưỡng, nghệ thuật, đạo lí, luật pháp, phong tục tập quán và một số thói quen mà con người tiếp thu được với tư cách là thành viên của xã hội. Tóm lại, ý niệm chứa đựng ba thành tố: thành tố khái niệm, thành tố cảm xúc - hình tượng và thành tố văn hoá.

2.2. Nghiên cứu về thành ngữ, tục ngữ

Đối với thành ngữ tiếng Anh, phần lớn các nhà ngôn ngữ học định nghĩa thành ngữ là biểu thức ngôn ngữ cố định và không thể được hiểu theo nghĩa đen, hay nói cách khác nghĩa của thành ngữ không phải là phép cộng đơn thuần nghĩa của các bộ phận cấu tạo nên thành ngữ đó (Jackson, Baker, Fernando, Jackson và Amvela, Grant và Bauer, Gramley và Patzold,...). Trên bình diện ngữ nghĩa, đặc điểm nổi bật nhất của thành ngữ là sự đồng nhất đa hợp có chứa các từ riêng nghĩa. Nhiều học giả phân loại thành ngữ tiếng Anh thành hai loại gồm thành ngữ theo nghĩa nguyên văn (nghĩa đen) và thành ngữ không theo nghĩa nguyên văn. Các tác giả lấy ví dụ thành ngữ *to kick the bucket* để phân biệt giữa hai loại này. Giải thích theo nghĩa đen của các thành tố thì thành ngữ này có nghĩa là “đá cái xô”, trong khi nghĩa ẩn dụ của thành ngữ là “chết” [4, tr.14].

Các nhà nghiên cứu nước ngoài có cái nhìn về thành ngữ khác so với các nhà nghiên cứu Việt Nam. Trong khi các nghiên cứu ở Việt Nam về biến thể thành ngữ bao gồm nhiều loại biến thể, từ từ vựng, cấu trúc trật tự từ cho đến ngữ âm thì biến thể thành ngữ trong tiếng Anh lại chủ yếu được công nhận về mặt ngữ pháp, cụ thể là dạng thức của động từ tham gia vào thành ngữ. Ngoài ra, thành ngữ là những cụm đặc ngữ, tức là các thành tố tạo nên thành ngữ bị giới hạn về mức độ thay đổi, tuy nhiên chúng không phải những nguyên tử phi cấu trúc bất di bất dịch. Cấu trúc của thành ngữ bao gồm mối quan hệ giữa cú pháp của cụm thành ngữ và nghĩa đen của nó.

Xét từ bình diện cú pháp, có nhiều tiêu chuẩn cú pháp khác nhau giúp nhận diện các đặc trưng của thành ngữ. Theo đó, thành ngữ tiếng Anh có thể phân loại theo từ loại, chẳng hạn một thành ngữ có thể đóng vai trò là cụm danh từ (ví dụ *bread and butter*/ thu nhập), cụm tính từ (ví dụ *up and running*/ công việc) đã đi vào nề nếp) hoặc thành ngữ là cụm động từ (ví dụ *pay peanuts*/ đem lại đồng lương bèo bọt).

2.3. Nghiên cứu ẩn dụ ý niệm về tiền

Trên thế giới đã có một số nghiên cứu về ẩn dụ ý niệm về TIỀN. Phần lớn các nghiên cứu sử dụng khung lí thuyết về ẩn dụ ý niệm của Lakoff và Johnson do Kövecses phát triển, trong đó nhiều

nguyên cứu áp dụng phương pháp do nhóm Pragglejazz đề xuất (Quy trình nhận diện ẩn dụ - MIP) [12], [15], [16].

Bài viết “Ý niệm hoá tiền trong phản tục ngữ tiếng Nga” của tác giả Polina Oleneva [15] tìm hiểu ẩn dụ LỰC (FORCE) liên quan đến ý niệm TIỀN và một số ẩn dụ ý niệm khác thuộc lĩnh vực tài chính. Sử dụng phương pháp phân tích và so sánh đối chiếu ngữ liệu, tác giả xác định được các miền nguồn *con người, sức mạnh, vật thể, đồ ăn, ...* trong các ẩn dụ *tiền là người có quyền lực, tiền là chất lỏng, tiền là nguồn hạnh phúc, ...* trong đó tiền là miền đích của ánh xạ. Với tiền là miền nguồn, nghiên cứu xác định các miền đích *thời gian, hành vi, rủi ro, cuộc sống, các mối quan hệ, ...*. Tác giả cũng đã nghiên cứu ẩn dụ ý niệm về “tiền” trong phản tục ngữ tiếng Nga và tục ngữ tiếng Anh. Trong các ẩn dụ được thảo luận, “tiền” được sử dụng làm miền nguồn, ánh xạ tới các miền đích *lực, con người, vật thể, động vật và thực vật*. Khi so sánh, tác giả phát hiện ra rằng trong tiếng Anh và tiếng Nga, các khái niệm liên quan đến “tiền” có thể là miền đích hoặc miền nguồn, song tiếng Anh thường sử dụng “tiền” làm miền nguồn trong khi tiếng Nga lại có tần suất “tiền” làm miền đích cao hơn. Bài viết cũng đã minh họa thành công quy trình ánh xạ theo từng bước với các ví dụ cụ thể từ các phản tục ngữ tiếng Nga và tục ngữ tiếng Anh.

Bài viết “Ẩn dụ tiền và công việc trên tạp chí kinh doanh” do nhóm tác giả Iulia Mihaela Roșca và Grigore - Dan Iordăchescu [12] cũng đi sâu tìm hiểu các ẩn dụ liên quan tới ý niệm TIỀN và công việc thông qua khối ngữ liệu tự xây dựng. Các tác giả sử dụng nhiều phương pháp khảo sát khác nhau, từ công cụ hỗ trợ là các phần mềm đối chiếu tự động cho tới khảo sát thủ công và các bộ từ điển.

Ngoài hướng đối chiếu ngôn ngữ, cũng có nhiều nghiên cứu tập trung vào ẩn dụ ý niệm về TIỀN trong một ngôn ngữ cụ thể. Trong bài viết “Ẩn dụ hoá ý niệm tiền trong bức tranh ngôn ngữ và ý niệm tiếng Anh”, tác giả Isahakyan Ts. Heghine nghiên cứu, khảo sát các thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh và phát hiện ra những tổng thể kinh nghiệm (gestalt) đằng sau ý niệm tiền như động vật, sức mạnh, thực vật, sông, suối, sản phẩm, vật thể, ... Nhiều thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh liên quan đến tiền có chứa phép nhân hoá cho phép hình thành ẩn dụ ý niệm. Do đó nghiên cứu lí giải ẩn dụ ý niệm *Tiền là sinh vật* bằng phép nhân hóa [11].

Ở Việt Nam, nghiên cứu về ẩn dụ ý niệm về TIỀN dừng lại ở nghiên cứu về ẩn dụ ý niệm VÀNG nhìn từ góc độ miền nguồn của Đặng Thị Hảo Tâm [5]. Nhà nghiên cứu đã phân xuất cấu trúc ý niệm VÀNG theo các nét nghĩa khác nhau và nhóm các từ biểu thị *vàng* theo phạm vi sử dụng, từ đó đi sâu phân tích cấu trúc nghĩa của trường từ vựng vàng. Từ miền nguồn VÀNG, tác giả phát hiện các ánh xạ tới miền đích khác nhau như con người, thời gian, ... thuộc các ẩn dụ CÁI QUÝ GIÁ LÀ VÀNG và THỦ PHẠM KÍCH THÍCH DỤC VỌNG LÀ VÀNG. Thông qua khảo sát ngữ liệu minh họa cho các ánh xạ từ miền nguồn VÀNG tới các miền đích trên, tác giả nhận định phương diện quan trọng, nổi bật nhất của vàng được người Việt tri nhận là sự quý hiếm.

Nhìn chung, ẩn dụ ý niệm về TIỀN đã được nghiên cứu trong một số ngữ liệu liên quan tới lĩnh vực tài chính - kinh doanh. Điểm mạnh trong các nghiên cứu về ẩn dụ ý niệm về TIỀN là chỉ ra được tổng thể kinh nghiệm đằng sau các ẩn dụ vốn rất quan trọng trong lí giải cơ chế của ẩn dụ, song những nghiên cứu về ẩn dụ ý niệm về TIỀN trong thành ngữ, tục ngữ chưa nhiều và chưa tìm hiểu các phương diện ánh xạ được kích hoạt trong các ẩn dụ. Đó là khoảng trống nghiên cứu mà bài viết này cố gắng lấp đầy.

2.4. Những khái niệm cơ bản

2.4.1. Ý niệm

Langacker cho rằng ngữ nghĩa học là sự ý niệm hoá. Ý niệm được hiểu là kết quả của quá trình tri nhận, tạo ra các biểu hiện tinh thần. Nói cách khác, ý niệm là bức tranh tổng thể về thế giới được

phản ánh trong tâm lí con người. Trần Văn Cơ [1] tổng kết về ý niệm như sau: Ý niệm chứa đựng ba thành tố bao gồm thành tố khái niệm, thành tố cảm xúc - hình tượng và thành tố văn hoá. Theo Lakoff, khi một khái niệm được sử dụng theo cách khác đi thì hệ thống ý niệm cũng biến đổi. Lý Toàn Thắng cụ thể hoá rằng các đơn vị ngôn ngữ như từ, ngữ hay kết cấu đều biểu đạt ý niệm và những ý niệm này tương ứng với các nghĩa của những đơn vị ngôn ngữ đó.

2.4.2. Miền nguồn và miền đích

Cặp khái niệm miền nguồn - miền đích song hành với nhau trong mọi phân tích về ẩn dụ, được sử dụng trong lí thuyết về ẩn dụ ý niệm song vẫn chưa có một tuyên bố chính thức nào được đưa ra để định nghĩa thế nào là miền nguồn và miền đích trong ẩn dụ tri nhận. Trong *Từ điển tiếng Việt* (Hoàng Phê chủ biên) định nghĩa “miền” là “khu vực đất đai rộng lớn đồng nhất về cảnh quan địa lí hoặc thuộc về một phương hướng nhất định” [3, tr.646]. Trong ngôn ngữ học tri nhận, “miền” được hiểu một phần dựa trên nét nghĩa của khái niệm “miền” trong từ điển như là một vùng (ý niệm) rộng lớn, chứa đựng những thứ có sự đồng nhất về một hướng (trải nghiệm, văn hóa) nhất định. Miền trong ẩn dụ tri nhận bao gồm miền nguồn và miền đích. Lakoff và Johnson (1980) định nghĩa “Ẩn dụ ý niệm là sự ý niệm hóa một miền tinh thần qua một miền tinh thần khác, gọi là sự ánh xạ (mapping) có hệ thống từ một miền này sang một miền khác nhằm tạo nên một mô hình tri nhận giúp lĩnh hội miền đích một cách hiệu quả hơn” [9]. Ẩn dụ ý niệm được hình thành dựa trên kinh nghiệm của con người đối với thế giới, trong đó một miền (thường là miền cụ thể) được dùng để hiểu một miền khác (thường là miền trừu tượng hơn); miền thứ nhất được gọi là miền nguồn (source domain), miền sau gọi là miền đích (target domain).

Miền nguồn là tập hợp các thực thể ngôn từ, thuộc tính, các quá trình và quan hệ, được liên kết bằng ngữ nghĩa và được lưu trữ cùng nhau trong tâm trí. Miền nguồn trong ẩn dụ ý niệm có xu hướng cụ thể, có thể cảm nhận được bằng các giác quan, hoặc là những ý niệm quen thuộc, dễ hiểu, do đó miền nguồn được sử dụng để tri nhận miền đích thường trừu tượng hơn.

Miền đích, trong ẩn dụ ý niệm, là cái trừu tượng hơn và cần được hiểu thông qua cấu trúc của miền nguồn. Miền đích bao gồm các thực thể, thuộc tính, quá trình mà cấu trúc của chúng được phản ánh qua cấu trúc miền nguồn, và do đó có thể được hiểu thông qua cấu trúc miền nguồn.

2.4.3. Sơ đồ ánh xạ

Sơ đồ ánh xạ là cây cầu nối giữa miền nguồn và miền đích, nó phản ánh cơ chế tri nhận miền nguồn - miền đích, cho ta thấy quá trình tri nhận miền đích thông qua miền nguồn diễn ra như thế nào. Theo Trần Văn Cơ, quan hệ giữa miền nguồn và miền đích là quan hệ ánh xạ, trong đó nội dung của ý niệm tại miền đích được ánh xạ từ ý niệm tại miền nguồn [1].

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp miêu tả

Từ những nguồn ngữ liệu đã thu thập, chúng tôi tiến hành phân tích miêu tả các loại ẩn dụ trong thành ngữ, tục ngữ có yếu tố tiền trong tiếng Anh dưới góc độ ngôn ngữ học tri nhận.

3.2. Phương pháp phân tích ý niệm

Phân tích các biểu thức ngôn ngữ trong các thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có yếu tố tiền/ tiền bạc gắn với ngữ cảnh cụ thể, xác định cấu trúc ý niệm; xác định miền đích, miền nguồn, hệ thống ánh xạ; ẩn dụ ý niệm làm cơ sở tìm hiểu các đặc trưng tư duy và hoạt động tâm trí của con người.

3.3. Quy trình thực hiện

Nghiên cứu sử dụng ngữ liệu là 103 thành ngữ, tục ngữ bằng tiếng Anh được thu thập từ các từ điển Oxford và Cambridge và các nguồn mở trực tuyến. Quá trình khảo sát, phân tích dữ liệu được

chia làm hai giai đoạn. Trong giai đoạn thứ nhất, chúng tôi tiến hành nhận diện các ẩn dụ được sử dụng trong các thành ngữ, tục ngữ thuộc ngữ liệu nghiên cứu, dựa trên cơ sở lí luận về ẩn dụ đã được trình bày, sau đó chia thành các loại: ẩn dụ cấu trúc, ẩn dụ bản thể và ẩn dụ định hướng. Các ẩn dụ cấu trúc lại được chia nhỏ hơn thành ẩn dụ có TIỀN là miền nguồn và ẩn dụ có TIỀN là miền đích. Trong giai đoạn thứ hai, chúng tôi tiến hành phân tích các ẩn dụ tìm được trong mỗi tiểu loại nhằm xác định các đặc trưng ngôn ngữ, tâm lí và tìm hiểu các nền tảng văn hóa, xã hội và lịch sử để lí giải cho các đặc trưng này.

4. Kết quả nghiên cứu

Quá trình khảo sát, phân tích đã đưa đến một nhận định chung rằng ẩn dụ trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh khá đa dạng về thể loại mặc dù tần suất xuất hiện ở các thể loại có thể không tương đồng nhau. Kết quả cụ thể được trình bày như dưới đây.

4.1. Ẩn dụ cấu trúc trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh chứa yếu tố TIỀN

Ẩn dụ cấu trúc cho phép người nói hiểu miền đích dưới dạng cấu trúc của miền nguồn. Cách hiểu này dựa trên một bộ những tương ứng ý niệm giữa các thành tố của hai miền. Như vậy, nói đến ẩn dụ cấu trúc là nói đến sự tương ứng cấu trúc của miền nguồn và miền đích. Đối với các thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh chứa yếu tố TIỀN, chúng tôi khảo sát ý niệm TIỀN tại cả miền nguồn và miền đích.

Qua quá trình phân tích các thành ngữ, tục ngữ thuộc khối ngữ liệu nghiên cứu, chúng tôi xác định được 3 ẩn dụ cấu trúc dựa trên miền nguồn TIỀN với các miền đích SỰ QUÝ GIÁ, QUYỀN LỰC và LƯỢNG. Các miền đích này là những khái niệm tuy quen thuộc song trừu tượng, khó hình dung. Việc sử dụng miền nguồn thân quen TIỀN để tri nhận những miền đích trừu tượng giúp cho người tiếp nhận dễ dàng hình dung, tưởng tượng ý nghĩa đằng sau các thành ngữ, tục ngữ này.

Trước hết, theo quan sát của chúng tôi, khác với thành ngữ tiếng Việt thường chỉ sử dụng *tiền*, *đồng tiền* hoặc *đồng* một cách chung chung, các thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh lại sử dụng nhiều đơn vị tiền cụ thể (*penny, dollar, nickel, buck, dime,...*). Ngoài ra, các chất liệu quý như *vàng, bạc,...* cũng được sử dụng khi nói đến TIỀN. Cách sử dụng phong phú này cho thấy sự thành thạo, rõ ràng trong ý niệm TIỀN và tư duy kinh tế của người Anh.

Các ẩn dụ cấu trúc được xác định với miền nguồn TIỀN gồm có SỰ QUÝ GIÁ LÀ TIỀN, QUYỀN LỰC LÀ TIỀN và LƯỢNG ÍT LÀ ĐỒNG TIỀN CÓ GIÁ TRỊ NHỎ, LƯỢNG NHIỀU LÀ ĐỒNG TIỀN CÓ GIÁ TRỊ LỚN. Phân tích và thống kê ngữ liệu nghiên cứu cho thấy ẩn dụ cấu trúc tương đối phổ biến trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có chứa yếu tố tiền. Trong tổng số 103 thành ngữ, tục ngữ được khảo sát có 77 thành ngữ, tục ngữ chứa ẩn dụ cấu trúc với miền nguồn TIỀN, trong đó ẩn dụ SỰ QUÝ GIÁ LÀ TIỀN có tần suất xuất hiện lớn nhất (21/77), sau đó là QUYỀN LỰC LÀ TIỀN có tần suất đứng thứ ba với tỉ lệ 9/77 thành ngữ, tục ngữ, trong khi đó LƯỢNG NHIỀU LÀ ĐỒNG TIỀN CÓ GIÁ TRỊ LỚN có tỉ lệ xuất hiện thấp nhất (8/77).

Có thể thấy rằng sự tương đồng giữa TIỀN và QUYỀN LỰC trong việc tác động tới các đối tượng khác nhau là tương đối rõ ràng. Kinh nghiệm tiếp xúc của con người với quyền lực cho thấy có tiền là có quyền lực, ngược lại, không có tiền thường sẽ đi kèm với việc không có quyền lực hoặc ít quyền lực. Ẩn dụ QUYỀN LỰC LÀ TIỀN được tìm thấy trong các thành ngữ sau: *money talks; money makes the mare go; money makes the pot boil; never marry for money, but marry where money is; money is power, and almighty dollar*. Tiền có thể lên tiếng, có tiếng nói, do đó có tiền là có quyền lực (*money talks/ money talks, bullshit walks*). Tiền có thể làm cho mọi thứ hoạt động, thậm chí là bắt con lừa chạy (*money makes the mare go*), làm cho nồi nước phải sôi (*money makes the pot boil*). Thậm chí có thành ngữ còn khuyên không nên cưới vì tiền, nhưng phải cưới người có tiền (*never marry for money, but marry where money is*), bởi vì không nợ nần thì cũng không phải

chịu nguy hiểm (*Out of debt, out of danger*). Như vậy, tiền có một quyền lực ngầm thúc đẩy làm cho một việc diễn ra hoặc không diễn ra. Thành ngữ *almighty dollar* thì coi đồng tiền là quan trọng nhất, “đồng tiền vạn năng”. Thành ngữ *He that cannot pay, let him pray* còn nhấn mạnh rằng ai không có tiền thì chỉ có thể cầu nguyện, ý muốn nói không có tiền thì chẳng thể làm gì được. Diễn tả ý tương tự, thành ngữ *A moneyless man goes fast through the market* nói rằng người không có tiền thì phải đi nhanh qua chợ, bởi vì không có tiền thì cũng chẳng dám mua gì. Rõ ràng, mối quan hệ liên tưởng trong ánh xạ ẩn dụ phản ánh kinh nghiệm và thế giới quan của con người. Từ điển tiếng Việt định nghĩa “tiền” là “Vật đúc bằng kim loại hay in bằng giấy do ngân hàng phát hành, dùng làm đơn vị tiền tệ” [3, tr.999]. Cách định nghĩa này chưa giúp chúng ta làm rõ khía cạnh được kích hoạt trong ánh xạ ẩn dụ. Trong kinh tế học, tiền được hiểu là vật trung gian trong trao đổi và có chức năng lưu trữ giá trị, có thể dùng để mua hàng hóa trong tương lai. Do tiền mang giá trị và được sử dụng để trao đổi, dần dần nó có thể tác động tới các mối quan hệ và được con người sử dụng để đạt được những kết quả mong muốn. Nét nghĩa này của ý niệm TIỀN đã được kích hoạt để ánh xạ lên miền đích QUYỀN LỰC giúp chúng ta hiểu rằng quyền lực có giá trị tác động, giúp người có quyền thực hiện những việc họ muốn và đạt được những kết quả mong muốn. Có tiền là có quyền lực và càng nhiều tiền thì càng quyền lực.

Giữa TIỀN và SỰ QUÝ GIÁ cũng có không ít điểm tương đồng. Con người nâng niu, giữ gìn, cất giấu tiền, giống như vật mà người ta quý trọng. Tiền và sự quý giá đều không tự nhiên mà có và không có được dễ dàng. Sự so sánh ngầm giữa tiền và sự quý giá được thể hiện trong các thành ngữ: *bet your bottom dollar; money doesn't grow on trees; where there's muck there's money/where there's muck there's brass; dime on the dollar; put in your two cents; dollar for dollar; dollars for doughnuts; get a run for your money; get your money's worth; sweat for your bread; bang for your buck*. Khi người ta còn đồng tiền cuối cùng thì đồng tiền đó trở nên vô cùng quý giá (*bet your bottom dollar, put in your two cents*). Hơn thế nữa, tiền không mọc trên cây (*money doesn't grow on trees*), nó là thứ quý giá chứ không phải muốn là có thể đưa tay ra hái được. Để thấy được mối liên hệ giữa tiền và sự quý giá, có thành ngữ còn khẳng định tiền còn là một con chim, hễ ai không chú ý nó sẽ bay mất (*Money is a bird with wings: it can fly away if you are not careful.*). Thành ngữ *where there's muck there's money* còn đem tiền ra đối lập với hình ảnh tương phản “sinh lầy” (*muck*) để làm nổi bật sự quý giá của đồng tiền. Thành ngữ *dime on the dollar* có hai đơn vị tiền: *dime* và *dollar*. Trong khi *dime* đại diện cho đồng tiền ít giá trị thì *dollar* lại đại diện cho đồng tiền có giá trị lớn. Câu thành ngữ muốn ám chỉ rằng cái thứ mà ai đó có được rất nhỏ so với cái giá trị lớn mà họ đáng lẽ có thể nhận được. Một người cảm thấy cái gì đó giống như một triệu đô là khi họ cảm thấy kinh ngạc về thứ đó (*Feel like a million dollars*), hình ảnh “một triệu đô la” là hình ảnh ẩn dụ cho một sự quý giá đến mức đáng ngạc nhiên. Nếu có vật gì quá đắt, nó “tốn một cái chân và một cái tay”, tức là những thứ vô cùng quý giá đối với con người (*cost an arm and a leg*). Trong khi đó, thành ngữ *money has no smell* (tiền không có mùi) muốn nói rằng không có tiền xấu hay tốt, bản thân đồng tiền là quý giá. Ấn ý tiền đại diện cho giá trị cũng được tìm thấy trong thành ngữ *put your money where your mouth is*, khuyên chúng ta nói gì cũng phải có hành động phù hợp để chứng minh chứ không chỉ nói suông. Khi ai đó vì chậm trễ hay thiếu nỗ lực mà để tuột mất một cơ hội (sự quý giá), họ bày tỏ sự tiếc nuối bằng thành ngữ *A day late and a dollar short*. Thành ngữ *As sound as a dollar* lại nhấn mạnh tiền là thứ quý giá, đáng tin cậy, đến nỗi cái gì mà chắc chắn, đảm bảo thì nó cũng “chắc chắn như một tờ đô la”. Cũng do chức năng lưu trữ giá trị và việc sử dụng trong tương lai của tiền nên tiền phải được cất giữ, bảo quản cẩn thận. Người ta có thể làm việc để có tiền, xin được tiền,... và cũng có thể đánh mất tiền. Nét nghĩa này của tiền được ánh xạ sang miền đích SỰ QUÝ GIÁ. Có thể có được hoặc đánh mất sự quý giá. Cơ chế ánh xạ đã làm rõ ý niệm SỰ QUÝ GIÁ thông qua việc hiểu ý niệm TIỀN.

Cách sử dụng ẩn dụ LƯỢNG LÀ TIỀN là ẩn dụ thú vị nhất trong miền nguồn TIỀN. Để đo đếm lượng người ta sử dụng các loại đơn vị khác nhau gồm có đơn vị đo độ dài, đơn vị thể tích, đơn vị thời gian, v.v. Lượng có thể ít hoặc nhiều. Tiền cũng có các loại đơn vị tiền. Trong một số thành ngữ, tục ngữ, các loại đồng tiền (đơn vị tiền) có giá trị nhỏ (*penny, dime*) biểu thị lượng nhỏ (ít) trong khi những loại đồng tiền có giá trị lớn (*dollar, buck, pound*) biểu thị lượng nhiều (lớn), ví dụ như trong những thành ngữ sau: *better a steady dime than a rare dollar* (đồng xu mà có được đều đặn thì tốt hơn đồng đô la hiếm khi có được - nghĩa đen); *look after the pennies and the pounds will look after themselves* (hãy chăm sóc đồng xu rồi đồng bảng sẽ tự chăm sóc chính chúng - nghĩa đen); *penny wise, pound foolish* (khôn đồng xu, dại đồng bảng - nghĩa đen); *in for a penny, in for a pound* (vào một đồng xu, vào một đồng bảng - nghĩa đen); *dime on the dollar* (đồng đăm trên đồng đô la - nghĩa đen). Theo quan sát của chúng tôi, ẩn dụ này chủ yếu xuất hiện trong các thành ngữ có cấu trúc 2 vế đối xứng. Thà rằng được ít mà chắc chắn có còn hơn được nhiều nhưng khả năng có là thấp (*better a steady dime than a rare dollar*) là một ví dụ điển hình cho ẩn dụ này. Thành ngữ *look after the pennies and the pounds will look after themselves* khuyên mọi người tiết kiệm những lượng nhỏ nhỏ thì cuối cùng sẽ có được một lượng lớn, tương tự như câu tích *tiêu thành đại* trong ngôn ngữ của chúng ta vậy. Ngược lại, khi người ta chỉ tiêu cho một cái gì mà không tính toán hoặc quá mê say sẽ dẫn tới tình trạng ban đầu chỉ phải bỏ ra vài xu (lượng ít) rồi dần dần sẽ bỏ ra một khoản tiền lớn (lượng nhiều) như trong thành ngữ *in for a penny, in for a pound* hay *nickel and dime* cũng có ý nghĩa tương tự. Theo nghĩa đen, người ta không thể “khôn đồng xu, dại đồng bảng” (*penny wise, pound foolish*), mà thành ngữ ở đây sử dụng hình ảnh đồng xu ý muốn nói một lượng nhỏ tí ti, còn hình ảnh đồng pao (đồng bảng) đại diện cho một lượng lớn, ý chê cười ai đó chỉ chăm chăm sợ mất một lượng nhỏ mà không lo giữ lượng lớn hơn nhiều. Chỉ có một trường hợp mà ẩn dụ LƯỢNG LÀ TIỀN không nằm trong thành ngữ so sánh đối xứng, đó là thành ngữ *don't have two nickels/pennies to rub together* (không có đến hai đồng xu để mà chà vào nhau), ý nói không có đến cả một lượng tiền nhỏ.

Khi TIỀN đóng vai trò là miền đích, nó xuất hiện trong 20 thành ngữ, tục ngữ; được biểu đạt qua những miền nguồn khác nhau gồm ĐỒ DÙNG và CUỘC SỐNG; và có thể xác định các ẩn dụ tương ứng: TIỀN LÀ ĐỒ DÙNG THIẾT YẾU và CÁCH SỬ DỤNG TIỀN LÀ CÁCH SỐNG.

- Ẩn dụ TIỀN LÀ ĐỒ DÙNG THIẾT YẾU xuất hiện trong 11/20 thành ngữ, tục ngữ như: *Money, like manure, does no good till it is spread* (Tiền cũng như phân bón, không có ích gì cho đến khi nó được rải ra - nghĩa đen); *breadwinner* (người giành được bánh mì - nghĩa đen); *chicken feed* (thức ăn cho gà - nghĩa đen); *fork some money out* (chĩa tiền ra - nghĩa đen); *bleed cash* (chảy máu tiền - nghĩa đen); *pots of money* (nồi tiền - nghĩa đen). Những thứ cần thiết cho cuộc sống con người được tìm thấy vô cùng phong phú trong các thành ngữ, tục ngữ này, bao gồm phân bón, bánh mì, thức ăn động vật, cái đĩa, máu,... Tuy bề ngoài có vẻ bình thường song con người hầu như không thể tồn tại nếu thiếu những thứ cần thiết này. Nét nghĩa này của đồ dùng cần thiết được ánh xạ sang miền đích TIỀN, cho thấy rằng tiền cũng là một thứ có thể giúp con người thỏa mãn các nhu cầu cơ bản, tối quan trọng.

- Ẩn dụ CÁCH SỬ DỤNG TIỀN LÀ CÁCH SỐNG xuất hiện trong 9/20 thành ngữ, tục ngữ: Cách con người làm việc, sinh hoạt, sử dụng các đồ dùng của mình... đã được kích hoạt sang miền đích TIỀN để phản ánh cách sử dụng tiền. Khi người ta tiết kiệm tiền, người ta phải *tighten your belt* (*tighten your belt*) và khi có ít tiền để tiêu thì đồng tiền cầm chưa nóng tay đã chạy thẳng vào miệng (*live from hand to mouth*). Một thành ngữ nữa có chứa ẩn dụ này là *Stretch your arm no further than your sleeve will reach*. Khi chúng ta vươn tay ra thì ống tay áo của chúng ta cũng sẽ vươn ra và dễ bị hụt hơn so với cánh tay. Vì vậy, nếu ta không muốn cánh tay của mình bị hở ra thì không nên vươn quá xa, vượt ra ngoài tầm của chiếc tay áo. Chiếu vào ẩn dụ CÁCH SỬ DỤNG TIỀN LÀ CÁCH SỐNG, ta có thể hiểu ý ở đây muốn khuyên chúng ta không nên tiêu quá số tiền

mà ta có hoặc kiếm được, tương tự như câu thành ngữ *bóc ngắn cắn dài* trong tiếng Việt. Khi ai đó “làm rơi một mớ/bó” (*drop a bundle*) thực chất là họ làm mất nhiều tiền, còn ai “đắp lông vào cho cái tổ của mình” (*feather one's nest*) là khi họ tích góp tiền cho bản thân. Tương tự, ai “đổ mồ hôi vì cái bánh mì” (*sweat for your bread*) tức là họ làm việc vất vả để kiếm tiền. Những nhà đầu tư luôn thuộc nằm lòng bài học cơ bản: không đầu tư toàn bộ tiền của mình vào một thứ, bài học này được thể hiện bằng một hình ảnh ẩn dụ vô cùng sinh động, gắn gũi trong câu thành ngữ *don't put all your eggs in one basket*. Nghĩa đen của câu thành ngữ này là “không bỏ tất cả trứng vào chung một giỏ”, bởi vì nếu chẳng may giỏ bị đổ hoặc bị rơi thì tất cả trứng sẽ bị vỡ, cũng giống như rủi ro mất toàn bộ tiền nếu ta đầu tư hết vào một thứ. Có lẽ ví dụ thú vị nhất của loại ẩn dụ này là thành ngữ *open up one's wallet*. Hình ảnh mở chiếc ví giúp ta dễ dàng hiểu được ẩn ý đằng sau là “tiêu tiền hoặc cho tiền một cách hào phóng”. Ngược lại, người ta “chia mũ khắp nơi” (*pass the hat around*) ám chỉ hành động đi xin xỏ tiền.

4.2. Ẩn dụ bản thể trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh chứa yếu tố TIỀN

Trong hệ thống ẩn dụ ý niệm, ẩn dụ bản thể không hoàn toàn độc lập, Kövecses cho rằng ẩn dụ bản thể không có miền nguồn rõ ràng, chức năng của nó là cung cấp trạng thái bản thể cho các phạm trù chung của những ý niệm đích trừu tượng [13]. Như vậy, có thể hiểu ẩn dụ bản thể là nền tảng để xây dựng các ẩn dụ cấu trúc. Do vậy, một số ẩn dụ bản thể có thể trùng lặp với các ẩn dụ cấu trúc. Hơn thế nữa, phần lớn ẩn dụ bản thể được xây dựng bằng cách nhân hoá đối tượng. Cũng như nhiều khái niệm trừu tượng chỉ vật chất khác, tiền chỉ là một khái niệm quy ước của con người. Người ta có thể cầm nắm, đếm hay trao đổi vật đại diện cho tiền chứ không thể chạm vào tiền. Trong nhiều thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh, tiền trở thành một vật, thậm chí là một người, mang những đặc điểm của con người và các vật khác nhau. Nó có thể được rải ra (*Money, like manure, does no good till it is spread*), có màu sắc (*See the colour of (someone's) money*). Thậm chí tiền có thể “điên” (*mad money*), thực chất là tiền ăn chơi tiêu khiển vô ích, tiền mềm (*Soft money*) ý nói tiền dễ kiếm, tiền nặng (*heavy money* - nhiều tiền). Khi người ta ném tiền vào đâu đó (*Throw money at; throw money around; throw good money after bad*) hoặc đổ tiền xuống cống (*Pour money down the drain*), người ta tiêu tiền mà không suy nghĩ cẩn thận. Thành ngữ *A fool and his money are soon parted* (một thằng ngốc và tiền của mình sẽ sớm chia lìa) coi tiền như một con người, một người đồng hành, trong khi trong thành ngữ *Money is a good servant, but a bad master* tiền vừa là ông chủ (master), vừa là người hầu (servant). Ngày nay, chúng ta không lạ gì với các khái niệm “rửa tiền” (*money laundering*) hay “tiền đẻ ra tiền” (*Money begets money*), song thật kì lạ là tiền còn có thể đốt cháy một lỗ trong túi của ai đó (*money burns a hole in your pocket; money to burn; put a dent in your wallet* - ý nói tiêu tiền quá nhanh, quá nhiều) hay tiền có thể ngủ (*cheese and money should always sleep together one night*), thổi tiền (*blow your money* - tiêu quá nhiều tiền). Ngoài ra, tiền lãi nọ mọc lên mà không cần mưa (*interest on debts grows without rains*) là hình ảnh nhân hoá tiền rất thú vị và sống động. Hình ảnh “tiền lãi” mọc lên kết hợp với cách sử dụng từ “mưa” khiến ta liên tưởng tới hình ảnh những cây nấm mọc tua tủa sau mưa, biến khái niệm trừu tượng “tiền lãi nọ” thành một thực thể rõ ràng, có hình ảnh, màu sắc, có sự sống và phát triển. Thành ngữ *made of money* có nghĩa đen là “làm bằng tiền”. Ẩn sau lớp nghĩa này là ý nghĩa thực của nó là “rất giàu”. Ở đây khái niệm “tiền” đã biến thành một chất liệu hay nguyên liệu hiển hiện rõ ràng, vật chất. Tiền hay của cải thậm chí còn có thể uống như nước trong thành ngữ *Money is like sea water/wealth is like sea water. The more you drink, the thirstier you become*. Thành ngữ *Look after the pennies and the pounds will look after themselves* khuyên mọi người “chăm sóc các đồng xu nhỏ” còn các đồng bảng có thể “tự chăm sóc chính mình”.

4.3. Ẩn dụ định hướng trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh chứa yếu tố TIỀN

Cũng như với các lĩnh vực khác, trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có yếu tố TIỀN không có nhiều ẩn dụ định hướng. Phần lớn ẩn dụ định hướng mà nghiên cứu tìm được minh họa cho những ẩn dụ định hướng kinh điển như tốt là hướng lên, xấu là hướng xuống, v.v. Cụ thể, nghiên cứu phát hiện trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có những ẩn dụ định hướng sau: CÓ TIỀN LÀ HƯỚNG VÀO, MẤT TIỀN LÀ HƯỚNG RA (*bring money in, fork money out, cash in on,...*); CÓ LỢI LÀ HƯỚNG LÊN, BẤT LỢI LÀ HƯỚNG XUỐNG (*trade down, clean up, snap up,...*), TRẢ NHIỀU LÀ HƯỚNG LÊN, TRẢ ÍT LÀ HƯỚNG XUỐNG (*pay over the odds, pay down debts*). Những ẩn dụ này đều cho thấy cách tư duy của người nói tiếng Anh chịu tác động của trải nghiệm vật lý như thế nào.

5. Kết luận

Phải thừa nhận rằng khi nói tới tiền, con người nói chung đặc biệt là con người thuộc xã hội tư bản như các nước Anh Mỹ có nhiều cách nhìn, nhiều quan điểm khác nhau, thậm chí có lúc trái ngược, mâu thuẫn nhau. Tiền có lúc là trung gian mang lại những giá trị tốt đẹp, làm cho cuộc sống thuận lợi hơn, là công cụ để con người thực hiện những mục tiêu mình mong muốn, đạt được những thành quả mơ ước. Song cũng chính tiền lại làm sâu sắc thêm phân biệt xã hội, tạo ra những hệ lụy tiêu cực. Qua quá trình khảo sát các thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có chứa ý niệm TIỀN, chúng tôi đã xác định một số đặc điểm văn hóa ngôn ngữ Anh phản ánh qua ẩn dụ ý niệm về TIỀN trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh như sau:

Thứ nhất, ẩn dụ được sử dụng tương đối phổ biến trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh ở nhiều mức độ. Một số thành ngữ, tục ngữ chỉ chứa một loại ẩn dụ trong khi có một số thành ngữ, tục ngữ chứa tới 2 thậm chí 3 loại ẩn dụ. Với một nền văn hóa lâu đời như nước Anh, điều này là dễ hiểu. Hơn nữa, ý nghĩa ẩn dụ không nằm trong bản thân một từ mà được biểu hiện và cắt nghĩa qua cả thành ngữ, đặc biệt là những thành ngữ, tục ngữ mà giới từ là một trong những thành tố chính quyết định ý nghĩa của thành ngữ, tục ngữ. Đây là một đặc trưng của tiếng Anh mà hầu như không xuất hiện trong một số ngôn ngữ, điển hình như tiếng Việt. Đồng thời, việc ẩn dụ ý niệm về TIỀN được sử dụng nhiều trong thành ngữ, tục ngữ cũng phần nào phản ánh đặc trưng “lịch sự lạnh” của nền văn hóa Anh.

Thứ hai, các loại ẩn dụ với miền nguồn và miền đích TIỀN đều gắn với giá trị và chức năng của tiền trong trao đổi, lưu trữ giá trị và mục đích sử dụng cụ thể của tiền (để trang trải cuộc sống, nuôi sống con người, đầu tư làm ăn v.v.), do đó nhiều thành ngữ, tục ngữ chứa các loại ẩn dụ này nói về giá trị, quyền lực thông qua những hình ảnh hết sức bình dị, quen thuộc. Điều này góp phần chứng minh ẩn dụ không phải là phạm trù của riêng ngôn ngữ mà nó là phạm trù tư duy, phản ánh cách sống, cách suy nghĩ và thế giới quan của người nói tiếng Anh nói riêng và con người nói chung. Nói cách khác, ẩn dụ vừa là cách con người hiểu thế giới bên ngoài, vừa là cách để truyền đạt thế giới bên trong của mình ra ngoài, vừa là cách học hỏi và đúc rút kinh nghiệm từ cuộc sống thực tế lại vừa là cách để truyền đạt lại những kinh nghiệm đó cho thế hệ sau.

Thứ ba, trong hệ thống ẩn dụ ý niệm về TIỀN trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh, ẩn dụ miền nguồn TIỀN chiếm tỉ lệ lớn hơn vượt trội so với miền đích TIỀN. Điều này thể hiện đặc điểm văn hóa của người Anh là sử dụng các khái niệm liên quan đến tiền để đưa ra những bài học, triết lý cuộc sống và bàn về những vấn đề khác nhiều hơn là sử dụng các hình ảnh trong các lĩnh vực khác để nói về tiền. Có thể thấy rằng đối với cộng đồng người Anh, tiền là một ý niệm thân quen, dễ hiểu, dễ liên tưởng. Nó không còn là một khái niệm trừu tượng mà có màu sắc, hình ảnh, cảm giác, v.v.

Đặc biệt, việc ý niệm TIỀN xuất hiện ở cả miền nguồn lẫn miền đích thể hiện tính đa trị của ý niệm TIỀN. Có những khi sự chi phối của đồng tiền làm thay đổi cả vận mệnh, suy nghĩ của con người, thậm chí có thể tạo nên những giá trị khác biệt. Vì thế, tiền từ chỗ chỉ là miền nguồn như là một vật rất cụ thể, hữu hình để tri nhận những miền đích trừu tượng hơn, thì tiền đã trở thành miền đích để con người dùng những hiểu biết khác của mình để lí giải sự hiện diện của tiền trong cuộc sống của con người. Đó là lí do khiến bài viết này cần thiết đặt ra 2 nội dung nghiên cứu: đồng tiền nhìn từ miền nguồn và tiền nhìn từ miền đích. Mặt khác, từ ngữ liệu khảo sát, chúng tôi nhận thấy: tiền nhìn từ 2 miền nguồn và đích được thể hiện một cách rất rõ ràng. Đó là những lí do khiến bài viết đặt ra nhiệm vụ nghiên cứu như đã nói ở trên.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt:

1. Trần Văn Cơ, *Ngôn ngữ học tri nhận (ghi chép và suy nghĩ)*, NXB KHXH, 2007.
2. Trần Văn Cơ, *Ngôn ngữ học tri nhận từ điển (Tuồng giải và đối chiếu)*, NXB Phương Đông, 2011.
3. Hoàng Phê, *Từ điển Tiếng Việt*, Viện Ngôn ngữ học, NXB Đà Nẵng, Trung tâm từ điển học, 2003.
4. Trần Thế Phi, *Ấn dụ ý niệm cảm xúc trong thành ngữ tiếng Việt (so sánh với thành ngữ tiếng Anh)*, Luận án Tiến sĩ Ngữ Văn, Trường ĐH KHXH&NV TP. Hồ Chí Minh.
5. Đặng Thị Hào Tâm, *Ấn dụ ý niệm vàng trong tiếng Việt nhìn từ góc độ miền nguồn*, Tạp chí Ngôn ngữ, Số 12, 2012.
6. Lý Toàn Thắng, *Thử nhìn lại một số vấn đề cốt yếu của ngôn ngữ học tri nhận*, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Khoa học XH&NV, số 24, 178-185, 2008.
7. Ngô Minh Thủy, *Một số vấn đề về nghiên cứu thành ngữ từ góc độ của ngôn ngữ học xã hội*, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Ngoại ngữ, Số 4, 2004.

Tiếng Anh

8. Đặng Nguyên Giang, *Idioms in English and Vietnamese*, VNU Press, Hanoi, 2018.
9. G. Lakoff & M. Johnson, *Conceptual Metaphor in Everyday Language*, The Journal of Philosophy, Vol.77, Issue 8, 453-486, 1980.
10. G. Lakoff & M. Johnson, *Metaphor We Live By*, The University of Chicago Press, London, 2003.
11. Isahakyan Ts. Heghine, *Metaphorization of the concept "money" in English linguistic and conceptual pictures*, *Novateur Publications*, Vo. 7, Issue 12, Dec. -2021
12. I. M. Roșca và G.-D. Iordăchescu, *Job and Money Metaphors in Business Journalese*, JoLIE, 2017
13. Kovecses, Z, *Metaphor: A Practical Introduction 2nd*, Oxford University Press. 2010.
14. Kovecses, Z, *The Metaphor - Metonymy Relationship: Correlation Metaphors Are Based on Metonymy*, Routledge, London. 2013.
15. P. Oleneva, *Cognitive Perspective of English Money Proverbs*, Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. 882-891, 2024.
16. T. Popescu, *Metaphorical Conceptualisations of Money in English and Romanian Business Press*, JoLIE, 2017.

Websites:

17. <https://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/319547-An-du-ma-hai-ra-tien>
18. <https://ngnnghc.wordpress.com/tag/binh-di%E1%BB%87n-ng%E1%BB%AF-nghia/>
19. <https://www.researchgate.net/publication/259133677> Descriptive and Theoretical Aspects of English Idioms A Monograph
20. <https://www.opploans.com/oppu/financial-literacy/money-idioms/>
21. <https://www.idioms.online/35-money-idioms-english-idioms-about-money-and-finances/#money-idiom-9>
22. <https://www.phrases.org.uk/meanings/money-and-wealth-phrases.html>