

NGHIÊN CỨU HIỆN TƯỢNG TRÁI NGHĨA TRONG THUẬT NGỮ KINH TẾ THƯƠNG MẠI TIẾNG ANH

NGUYỄN THỊ THÚY HẠNH¹

Abstract: Antonyms are words that have opposite meanings. Knowing how to use antonyms can expand learners' vocabulary and improve their English skills. However, exploring antonyms can be a handy and unique approach. This study is an attempt to investigate antonymy in business English terminology. With 129 pairs of English antonyms collected from business books and materials, the focus of the study is on the formation, characteristics and classification of antonyms. It is expected that the findings of the study will help learners gain useful insight into the formation, characteristics and classification of antonyms, therefore they can convey information more accurately and effectively.

Keywords: *antonym, antonymy, business English, business English vocabulary*

1. Đặt vấn đề

Nghĩa của từ, cũng như nghĩa của ngôn ngữ nói chung là một sản phẩm văn hóa tinh thần, tâm lý của con người. Nghĩa là thành tố cấu tạo ngôn ngữ, đồng thời là thành tố của văn hóa tinh thần [5]. Mỗi quan hệ trái nghĩa là hiện tượng có giá trị phổ niệm trong tổ chức từ vựng của mọi ngôn ngữ. Chính các từ và kết cấu ngữ pháp diễn đạt các nội dung trái nghĩa giúp chúng ta đa dạng hóa được cách diễn đạt, do đó tránh được sự diễn đạt trùng lặp, khiến cho diễn ngôn phong phú về kiểu loại và uyển chuyển hơn và điều này đặc biệt cần thiết với những người học và sử dụng tiếng Anh. Nhưng thực tế việc hiểu và sử dụng từ trái nghĩa trong từ vựng chuyên ngành tiếng Anh thương mại đúng chỗ và phù hợp là điều không hề đơn giản.

Hiện tượng trái nghĩa đã được quan sát, nghiên cứu dưới nhiều góc độ khác nhau từ rất sớm. Tuy nhiên, những nghiên cứu này mới chỉ được xem xét như một nội dung nằm trong một công trình nghiên cứu rộng hơn về từ vựng tiếng Việt hoặc tiếng Anh nói chung hoặc mới chỉ dừng lại ở việc đề cập một cách riêng biệt ở khía cạnh này hay kia của hiện tượng trái nghĩa tiếng Việt hoặc tiếng Anh, và do đó, cho đến nay vẫn chưa có một công trình nghiên cứu có tính chất toàn diện và chuyên sâu nào về hiện tượng trái nghĩa trong thuật ngữ kinh tế thương mại tiếng Anh. Chính vì thế, nghiên cứu này được thực hiện với mục đích phân tích làm rõ bản chất và đặc điểm của hiện tượng trái nghĩa trong thuật ngữ kinh tế thương mại tiếng Anh.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm nghĩa của từ

Cho đến nay, trong giới ngôn ngữ học ở Việt Nam và thế giới có rất nhiều quan điểm và định nghĩa khác nhau về nghĩa của từ. Chẳng hạn, định nghĩa: "nghĩa của từ là sự phản ánh hiển nhiên

¹ ThS., Trường Đại học Thương mại

của sự vật, hiện tượng hay quan hệ trong ý thức..." [1], v.v... hay: "Nghĩa, đó là quan hệ của từ với sự vật, hiện tượng mà nó biểu thị" [2]. L'Homme (2020) thì cho rằng nghĩa của từ là mối liên hệ liên tưởng giữa vỏ âm thanh và nội dung khái niệm của từ.

Lê Quang Thiêm (2015) cho rằng, nghĩa của từ, cũng như nghĩa của ngôn ngữ nói chung là một sản phẩm văn hóa tinh thần, tâm lí của con người. Nghĩa là thành tố cấu tạo ngôn ngữ, đồng thời là thành tố của văn hóa tinh thần [5, tr.27].

2.2. Khái niệm hiện tượng trái nghĩa

Thuật ngữ *từ trái nghĩa* (*antonym*) đã được Smith đề cập lần đầu tiên vào năm 1867 với tư cách là một thuật ngữ khoa học, đối lập thuật ngữ từ đồng nghĩa (*synonym*) đã có sẵn. Đã có nhiều định nghĩa về từ trái nghĩa được nêu ra. Trong đó, nổi bật là hai quan niệm về từ trái nghĩa: một loại định nghĩa nghiêng về mặt từ vựng; một loại định nghĩa nghiêng về mặt ngữ nghĩa.

Nguyễn Thiện Giáp cho rằng, từ trái nghĩa là một trong những biện pháp tổ chức từ vựng theo sự đối lập. Từ trái nghĩa là những từ khác nhau về ngữ âm, đối lập về ý nghĩa, biểu hiện các khái niệm tương phản logic, nhưng tương liên lẫn nhau [3, tr.104]. Như vậy, từ trái nghĩa bộc lộ các mặt đối lập của các khái niệm tương liên, gắn liền với một phạm vi sự vật. Ví dụ giá cả (đắt - rẻ), chiều cao (cao - thấp). Từ trái nghĩa, do đó, là "một quan hệ tĩnh tại trong hệ thống từ vựng của ngôn ngữ và được xem như là một thuộc tính cố hữu của từ, các từ có quan hệ trái nghĩa với nhau khi chúng xuất hiện trong các liên tưởng tự do, độc lập vốn được trừu xuất khỏi các ngữ cảnh sử dụng thực tại" [4, tr.21]. Nhiều học giả cho rằng trong thuật ngữ có những nguyên tắc giống nhau về sự đối đầu của khái niệm, do đó sự hình thành các cặp thuật ngữ trái nghĩa và quan hệ ngữ nghĩa giữa các cặp này giống như giữa các cặp từ thông thường trái nghĩa [16].

Theo quan điểm của L'Homme (2020), về cơ bản hiện tượng trái nghĩa liên kết hai thuật ngữ (hoặc hai từ vựng nói chung) có nhiều thành tố nghĩa chung. Tuy nhiên, các thuật ngữ chỉ được coi là trái nghĩa khi có ít nhất một thành tố có nghĩa đối lập. Hiện tượng trái nghĩa có thể xảy ra giữa các từ: ví dụ như *big – small* (*to – nhỏ*). Hiện tượng trái nghĩa còn có thể xảy ra giữa các cụm từ khi một yếu tố cấu tạo nên cụm từ là từ trái nghĩa.

Trái nghĩa là hiện tượng xuất phát từ quan hệ giữa các từ có nghĩa trái ngược nhau trong hệ thống từ vựng ngôn ngữ. Nói cách khác, trái nghĩa là đối lập hay tương phản của một cái được biểu hiện này với một cái biểu hiện kia. Khác với đồng nghĩa và đồng âm, hiện tượng trái nghĩa là một đặc trưng của các hệ thuật ngữ vì nó chứng minh mối liên hệ có tính hệ thống của các thuật ngữ trong các lĩnh vực khoa học [6], [16].

Cũng như hiện tượng đồng nghĩa, thực chất của hiện tượng trái nghĩa là so sánh các nghĩa chứ không phải các từ nói chung. Các từ có thể trái nghĩa nhau ở một hoặc một vài nghĩa nào đó chứ không nhất thiết tất cả. Chẳng hạn, từ *single* có nhiều nghĩa, nhưng chỉ trái nghĩa với *return* với nghĩa *một chiều - khứ hồi*; *single* trái nghĩa với từ *double* trong nghĩa *đơn - đôi*; hay *single* trái nghĩa với *married* trong nghĩa *độc thân và đã có gia đình*. Các cặp từ trái nghĩa trên có thể kết hợp với các danh từ để tạo nên các cụm từ trái nghĩa như: *single ticket - return ticket* (vé một chiều - vé khứ hồi); *single room - double room* (phòng đơn - phòng đôi); hay *single man - married man* (người đàn ông độc thân - người đàn ông đã có gia đình).

2.3. Phân loại trái nghĩa

Có thể chia hệ thống trái nghĩa thành nhiều loại khác nhau khi dựa trên các tiêu chí phân loại khác nhau. Theo Phạm Văn Lam [4], dựa trên tiêu chí tính ổn định trong liên hệ trái nghĩa, hệ thống từ trái nghĩa có thể có loại từ trái nghĩa từ vựng và trái nghĩa ngữ cảnh; Khi xét theo tiêu chí từ loại, từ trái nghĩa có thể chia ra trái nghĩa danh từ, trái nghĩa động từ, trái nghĩa tính từ, trái nghĩa đại từ; Nếu xét tiêu chí cấu tạo ngữ pháp của các từ đa nghĩa, từ trái nghĩa có thể được phân chia thành từ trái nghĩa đơn và từ trái nghĩa phức; Xét theo khả năng hoạt động, có thể phân loại thành từ trái nghĩa độc lập và từ trái nghĩa phụ thuộc; Nếu xét về tiêu chí đối lập về bậc chuyển nghĩa của từ trái nghĩa, có từ trái nghĩa gốc và từ trái nghĩa phái sinh; Từ trái nghĩa sẽ được chia thành từ trái nghĩa ngữ nghĩa và trái nghĩa khái niệm khi xem xét dựa theo sự đối lập giữa ngữ nghĩa và khái niệm, v.v...

Khi tiến hành phân loại các nhóm từ trái nghĩa theo tiêu chí phủ định nhau, các nhà cấu trúc luận như Lyons [12], Lehrer [11], Cruse [7], Murphy [14], Nguyễn Hòa [9] đã chia từ trái nghĩa thành bốn nhóm chính: từ trái nghĩa thang độ, từ trái nghĩa bổ sung (còn gọi là từ trái nghĩa phủ định), từ trái nghĩa quan hệ, từ trái nghĩa phương vị (còn gọi là từ trái nghĩa phương hướng). Đây là cách phân loại được nhiều người sử dụng, dựa trên cả sự trái ngược về mặt ngữ nghĩa lẫn tiêu chí phủ định nhau.

(1) *Từ trái nghĩa bổ sung (complementary antonyms)* là những từ trái nghĩa mà nếu ta phủ định từ này có nghĩa là khẳng định từ kia, và ngược lại. Ví dụ: *customer-noncustomer* (khách hàng-người chưa phải khách hàng); *entrance-exit* (gia nhập - rút lui, hoặc lối vào - lối ra), v.v...

(2) *Từ trái nghĩa thang độ (gradable antonyms)* là những từ trái nghĩa mà giữa hai đối cực ngữ nghĩa của chúng còn có các khả năng ngữ nghĩa khác. Những từ trái nghĩa kiểu này có khả năng kết hợp với những phó từ chỉ mức độ (ví dụ như *rất, hơi, cực kì...*). Ví dụ: *cheap-expensive* (rẻ-đắt); *fast-slow* (nhanh - chậm), v.v...

(3) *Từ trái nghĩa phương vị/ trái nghĩa phương hướng (reversives)* là những từ chỉ phương hướng và vị trí. Đó là các từ như *up-down* (lên-xuống, *backward-forward* (về phía trước - về phía sau), v.v...

(4) *Từ trái nghĩa quan hệ (converses/relational antonyms)* là những từ trái nghĩa mà chúng giả định sự tồn tại của nhau theo từng cặp quan hệ, chúng có thể đổi vai nghĩa cho nhau. Ví dụ: *buy-sell* (mua - bán); *sender-receiver* (người gửi - người nhận); *employer-employee* (nhà tuyển dụng - người lao động), v.v...

Hai từ có các nghĩa trái ngược nhau tạo nên một cặp từ trái nghĩa. Hai nghĩa từ tham gia một quan hệ trái nghĩa tạo nên một cặp trái nghĩa. Trong một cặp từ trái nghĩa, đơn vị từ vựng nằm ở một trong hai cực của quan hệ trái nghĩa đó được gọi là các cực trái nghĩa [4, tr.46].

Cách phân loại các nhóm từ trái nghĩa theo quan điểm của các nhà cấu trúc luận là nền tảng cơ sở để chúng tôi nhận diện và phân loại các cặp trái nghĩa trong nghiên cứu này.

2.4. Các tiêu chí xác định thuật ngữ kinh tế thương mại tiếng Anh

Chúng tôi xác định từ vựng tiếng Anh thương mại theo 3 tiêu chí sau: *tiêu chí hình thức, tiêu chí phạm vi sử dụng, tiêu chí nội dung*. Cụ thể là:

- Tiêu chí hình thức

Dựa trên quan điểm của các nhà ngôn ngữ học về từ vựng chuyên ngành, chúng tôi xác định thuật ngữ kinh tế thương mại có cấu tạo là *từ* và *cụm từ* định danh tức là cụm từ được từ vựng hóa hay còn gọi là *ngữ*, ví dụ, thuật ngữ *sell* - (bán), *buy* - (mua) có cấu tạo là *từ*. Thuật ngữ *buying behaviour* (hành vi mua sắm) có cấu tạo là cụm từ và được cấu tạo bởi các từ *buying* (mua/mua sắm) và *behaviour* (hành vi); thuật ngữ *distribution channel* (kênh phân phối) là một cụm từ và có các yếu tố cấu tạo là các từ *distribution* (phân phối) và *channel* (kênh). Thuật ngữ kinh tế thương mại không bao gồm các đơn vị dưới từ (hình vị) hoặc trên ngữ (cú, câu).

- Tiêu chí phạm vi sử dụng

Thuật ngữ kinh tế thương mại được chúng tôi khảo sát là các từ, cụm từ trong từ điển kinh tế thương mại Anh - Anh và một số nguồn ngữ liệu khác bao gồm các giáo trình, tài liệu tham khảo chuyên ngành tiếng Anh kinh tế thương mại.

- Tiêu chí nội dung

Thuật ngữ kinh tế thương mại được hiểu là các từ và cụm từ định danh biểu đạt chính xác các khái niệm, thuộc tính, đối tượng, sự vật, hiện tượng chuyên ngành thuộc các phạm trù tiêu biểu của tiếng Anh kinh tế thương mại, như kinh doanh thương mại, thư tín thương mại, mua - bán, trao đổi hàng hóa, hợp đồng, phân phối, v.v...

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Đặc điểm của các cặp trái nghĩa trong thuật ngữ kinh tế thương mại tiếng Anh

a. Về tính ổn định trong liên hệ trái nghĩa

Thuật ngữ kinh tế thương mại là những đơn vị từ vựng có nghĩa ổn định, nằm trong hệ thống thuật ngữ, nghĩa của thuật ngữ không phụ thuộc vào văn cảnh. Do đó, các thuật ngữ kinh tế thương mại trái nghĩa có mối quan hệ trái nghĩa từ vựng, thuật ngữ kinh tế thương mại không tồn tại các cặp trái nghĩa theo ngữ cảnh. Ví dụ như: *entry barrier* (hàng rào gia nhập) - *exit barrier* (hàng rào rút lui); *buyer* (người mua) - *seller* (người bán), *related diversification strategy* (chiến lược đa dạng hóa liên quan) - *unrelated diversification strategy* (chiến lược đa dạng hóa không liên quan), *forward integration* (sáp nhập tiến) - *backward integration* (sáp nhập lùi), *trade up* (nâng thương) - *trade down* (hạ thương), v.v...

b. Về sự đối lập giữa ngữ nghĩa và khái niệm

Nghiên cứu về trái nghĩa trong thuật ngữ kinh tế thương mại tiếng Anh cho thấy, các thuật ngữ thuộc các cặp trái nghĩa ngữ nghĩa. Bởi, các thuật ngữ trái nghĩa là những đơn vị từ vựng trái nghĩa mà giữa chúng có mối liên hệ trái nghĩa thường xuyên, liên tục và ổn định, có cấu trúc ngữ nghĩa đồng hình, tương đương nhau về hàm nghĩa sắc thái, hàm nghĩa ngữ pháp và hàm nghĩa biểu niệm. Quan hệ trái nghĩa giữa các thuật ngữ có thể được xác lập và xác định một cách dễ dàng

trong hệ thống thuật ngữ kinh tế thương mại tiếng Anh, mà không cần đến ngữ cảnh cụ thể, ví dụ như *customer* (khách hàng) - *noncustomer* (chưa là khách hàng), *limited liability company* (công ty trách nhiệm hữu hạn) - *unlimited liability company* (công ty trách nhiệm vô hạn), *mass market* (thị trường đại trà) - *niche market* (thị trường ngách), v.v...

c. Về tiêu chí từ loại

Kết quả khảo sát khối ngữ liệu tiếng Anh cho thấy, xét về tiêu chí từ loại, thuật ngữ kinh tế thương mại có các loại trái nghĩa như sau: Trái nghĩa danh từ như *retailer* (người bán lẻ) - *wholesaler* (người bán buôn), *pioneer* (người tiên phong) - *follower* (kẻ theo đuôi), ...; Trái nghĩa là động từ như *purchase* (mua) - *sell* (bán), *demand* (cầu) - *supply* (cung), ...; Trái nghĩa tính từ như *nonexclusive* (không độc quyền) - *exclusive* (độc quyền), *competitive* (cạnh tranh) - *uncompetitive* (không cạnh tranh), v.v...

3.2. Phương thức cấu tạo của các cặp trái nghĩa trong thuật ngữ kinh tế thương mại tiếng Anh

Nghiên cứu về phương thức cấu tạo của cặp thuật ngữ kinh tế thương mại trái nghĩa trong tiếng Anh, chúng tôi nhận thấy thuật ngữ trái nghĩa bao gồm từ trái nghĩa và cụm từ trái nghĩa.

- *Từ trái nghĩa* chủ yếu thuộc về lớp từ loại động từ và tính từ. Các thuật ngữ trái nghĩa có thể xuất hiện dưới dạng từ trái nghĩa đơn như *buy* (mua) - *sell* (bán), *demand* (cầu) - *supply* (cung), ... đây là những thuật ngữ không có quan hệ về mặt hình thái học. Kết quả khảo sát ngữ liệu cho thấy, cặp từ trái nghĩa đơn trong tiếng Anh xuất hiện khá nhiều. Các cặp từ trái nghĩa trong tiếng Anh thường có cấu tạo bằng cách thêm tiền tố như *non-*, *dis-*, *in-*, *de-*, *un-*, ... vào thân từ; hoặc cặp từ trái nghĩa có các hậu tố như *-er/-or* và *ee*, *-ing* và *-ed*; hoặc *-ed* và *-er*, ví dụ: *rival* (cạnh tranh) - *nonrival* (không cạnh tranh); *centralization* (sự tập quyền) - *decentralization* (sự phân quyền); *franchisee* (người nhận quyền) - *franchisor* (người nhượng quyền); *employee* (người lao động) - *employer* (nhà tuyển dụng), ...

- Chiếm tỉ lệ cao nhất trong số các loại cặp trái nghĩa theo phương thức cấu tạo là các cặp *cụm từ trái nghĩa*, với 116 cụm từ trái nghĩa, chiếm 89,92 % (xem Bảng 1). Cặp thuật ngữ trái nghĩa là cụm từ là những đơn vị định danh phái sinh, trong đó một thành tố cấu tạo (thường là thành tố phụ/ thành tố có vai trò đặc trưng định danh) có nghĩa đối lập nhau.

Ví dụ các cặp thuật ngữ *internal barrier*- *external barrier* (rào cản bên trong - rào cản bên ngoài); hay *internal environment* (môi trường bên trong) - *external environment* (môi trường bên ngoài) có cấu trúc đối số giống nhau. Cả hai tính từ *internal* - *external* đều biểu hiện thuộc tính của môi trường có cùng thành tố nghĩa “*environment*” hoặc “*barrier*”. Tuy nhiên, một thành tố quan trọng khiến hai cặp thuật ngữ này trở nên khác biệt và đối lập nhau, đó là *internal* (bên trong) và *external* (bên ngoài).

Các cụm từ trái nghĩa phổ biến khác trong tiếng Anh có cặp đối nghĩa chính là thành tố làm vai trò đặc trưng định danh như *push strategy* (chiến lược đẩy) - *pull strategy* (chiến lược kéo), *organic growth* (tăng trưởng tự thân) - *inorganic growth* (tăng trưởng ngoại sinh), *market leader* (người đi đầu trên thị trường) - *market follower* (kẻ theo sau trên thị trường); *tangible resource* (nguồn lực hữu hình) - *intangible resource* (nguồn lực vô hình), *controlled company* (công ty chi trực thuộc) - *controlling company* (công ty mẹ),... Một số cặp thuật ngữ trái nghĩa có cấu tạo từ những tính từ chỉ

màu sắc tương phản nhau, như *blue ocean strategy* (chiến lược đại dương xanh) - *red ocean strategy* (chiến lược đại dương đỏ), *white knight* (hiệp sĩ trắng) - *black knight* (hiệp sĩ đen), ...

Bên cạnh đó, cũng có một số cụm từ trái nghĩa trong đó, yếu tố định danh chính là những cặp từ có nghĩa đối lập nhau, như *competitive advantage* (lợi thế cạnh tranh) - *competitive disadvantage* (bất lợi cạnh tranh); *first mover advantage* (lợi thế đi đầu) - *first mover disadvantage* (bất lợi đi đầu).

Dưới đây là bảng phân loại các cặp thuật ngữ kinh tế thương mại trái nghĩa theo phương thức cấu tạo:

Bảng 1. Phân loại các cặp trái nghĩa theo phương thức cấu tạo

Loại trái nghĩa	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Từ trái nghĩa	13	10,08
Cụm từ trái nghĩa	116	89,92
Tổng	129	100

3.3. Phân loại trái nghĩa theo tiêu chí phủ định nhau

Cách phân loại trái nghĩa của các nhà cấu trúc luận như đã trình bày ở trên dựa theo cả sự trái ngược về mặt ngữ nghĩa lẫn tiêu chí phủ định nhau trong khối ngữ liệu cho kết quả, thuật ngữ kinh tế thương mại trái nghĩa trong tiếng Anh xuất hiện trong bốn nhóm chính: trái nghĩa thang độ, trái nghĩa bổ sung, trái nghĩa quan hệ, trái nghĩa phương vị như trong Bảng 2.

a. Trái nghĩa bổ sung

Trái nghĩa bổ sung là những từ trái nghĩa mà nếu ta phủ định từ này có nghĩa là khẳng định từ kia, và ngược lại. Loại trái nghĩa này được phân xuất dựa trên tiêu chí lô gích phủ định và suy ra đối xứng; các loại trái nghĩa khác không đáp ứng được tiêu chí này. Loại thuật ngữ trái nghĩa bổ sung được phát hiện phổ biến nhất trong hệ thuật ngữ kinh tế thương mại, với 65 cặp tương đương 50,39%. Các cặp trái nghĩa trong tiếng Anh thường được phân biệt bởi các tiền tố như *non-*, *dis-*, *in-*, *de-*, *un-*,...

Một số ví dụ về cặp trái nghĩa bổ sung như *customer* - *noncustomer* (khách hàng - người chưa phải khách hàng), *entrance* - *exit* (gía nhập- rút lui), *bearish market* - *bullish market* (thị trường xuống giá - thị trường tăng giá), *exclusive distribution agreement* - *non-exclusive distribution agreement* (thỏa thuận phân phối độc quyền - thỏa thuận phân phối không độc quyền), *formal contract* - *informal contract* (hợp đồng chính thức - hợp đồng phi chính thức), *perfect competition* - *imperfect competition* (cạnh tranh hoàn hảo - cạnh tranh không hoàn hảo), v.v...

b. Trái nghĩa quan hệ

Trái nghĩa quan hệ là những từ trái nghĩa mà chúng giả định sự tồn tại của nhau theo từng cặp quan hệ, chúng có thể đổi vai nghĩa cho nhau. Loại trái nghĩa này chiếm tỉ lệ khá cao, đứng thứ hai trong tổng các cặp trái nghĩa được phát hiện trong thuật ngữ kinh tế thương mại tiếng Anh, với 38 cặp, chiếm 29,46%. Các cặp trái nghĩa quan hệ trong tiếng Anh thường được phân biệt bởi các hậu tố như *-er/-or* và *ee*, *-ing* và *-ed*; hoặc *-ed* và *-er*.

Một số ví dụ về cặp trái nghĩa quan hệ nổi bật trong thuật ngữ kinh tế thương mại như *buy - sell* (mua-bán); *employer-employee* (nhà tuyển dụng - người lao động/ người được tuyển dụng), *controlled company - controlling company* (công ty kiểm soát - công ty chịu kiểm soát), *endorsed brand - endorser brand* (thương hiệu bảo chứng - thương hiệu bảo trợ), *franchisee - franchisor* (người nhận quyền - người nhượng quyền), v.v...

c. Trái nghĩa phương vị/ trái nghĩa phương hướng

Trái nghĩa phương vị/ trái nghĩa phương hướng là những từ chỉ phương hướng và vị trí. Số lượng cặp trái nghĩa chỉ phương vị không nhiều, chỉ có 17 cặp trái nghĩa phương vị, chiếm 13,18% trong khối thuật ngữ được khảo sát. Trong thuật ngữ kinh tế thương mại tiếng Anh, các cặp trái nghĩa phương vị là các đơn vị định danh với các đặc trưng định danh là những thành tố có nghĩa trái ngược nhau về phương hướng, vị trí.

Ví dụ: *backward integration - forward integration* (hội nhập về phía trước - hội nhập về phía sau), *capital inflow - capital outflow* (dòng vốn vào - dòng vốn ra), *bottom-up management - top-down management* (quản trị từ dưới lên - quản trị từ trên xuống), *trade up - trade down* (nâng thương - hạ thương), v.v...

d. Từ trái nghĩa thang độ

Từ trái nghĩa thang độ xuất hiện với tần suất thấp nhất, với chỉ 9 cặp trong hệ thuật ngữ kinh tế thương mại trong tiếng Anh. Trái nghĩa thang độ thể hiện mức độ nhiều ít, khẳng định cái này không có nghĩa là phủ định cái kia, ví dụ: *high-growth industry - low-growth industry* (ngành tăng trưởng cao - ngành tăng trưởng thấp), *fast-growing market - slow-growing market* (thị trường tăng trưởng nhanh - thị trường tăng trưởng chậm), *high-end goods - low-end goods* (hàng cấp cao - hàng rẻ tiền), *top manager - low-level manager* (quản lý cấp cao - quản lý cấp thấp), v.v...

Dưới đây là bảng phân loại các cặp thuật ngữ kinh tế thương mại trái nghĩa theo tiêu chí phủ định nhau:

Bảng 2. Phân loại các cặp thuật ngữ trái nghĩa theo tiêu chí phủ định nhau

Loại trái nghĩa	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Trái nghĩa thang độ	9	6,98
Trái nghĩa bổ sung	65	50,39
Trái nghĩa quan hệ	38	29,46
Trái nghĩa phương vị	17	13,18
Tổng	129	100

4. Kết luận

Nghiên cứu đã chỉ ra cách nhận diện và phân loại các cặp thuật ngữ kinh tế thương mại trái nghĩa trong tiếng Anh. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các cặp thuật ngữ kinh tế thương mại trái nghĩa thường được định danh thông qua sự đối lập ngữ nghĩa của các thành tố làm vai trò đặc trưng định danh. Các cặp thuật ngữ kinh tế thương mại trái nghĩa trong tiếng Anh là các cặp trái

nghĩa ngữ nghĩa, có mối quan hệ trái nghĩa từ vựng, đều đảm bảo tương quan về phạm trù từ loại, tính chất quan hệ từ pháp, và trật tự từ pháp. Trái nghĩa xuất hiện ở các cặp từ trái nghĩa và cụm từ trái nghĩa, trong đó cụm từ trái nghĩa chiếm đa số. Các cặp trái nghĩa bổ sung và trái nghĩa quan hệ là hai loại trái nghĩa bổ biến nhất trong thuật ngữ kinh tế thương mại tiếng Anh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Đỗ Hữu Châu, *Từ vựng - Ngữ nghĩa tiếng Việt*, Nxb ĐHQG Hà Nội, 1996.
2. Nguyễn Thiện Giáp (chủ biên), *Dẫn luận Ngôn ngữ học*, Nxb Giáo dục, 1998.
3. Nguyễn Thiện Giáp, *Nghĩa học Việt ngữ*, Nxb Giáo dục Việt Nam, 2014.
4. Phạm Văn Lam, *Nghiên cứu từ trái nghĩa trong tiếng Việt*, Luận án tiến sĩ Ngôn ngữ học, Trường Đại học KHXH & NV, ĐHQG Hà Nội, 2017.
5. Lê Quang Thiêm, *Sự phát triển hệ thuật ngữ tiếng Việt theo định hướng văn hóa (từ 1907-2005)*// Đề tài: *Nghiên cứu hệ thuật ngữ tiếng Việt hiện đại nhằm góp phần xây dựng nền văn hóa tri thức Việt Nam*, mã số: VII.2.9.2011.07, 2015.

Tiếng Anh

6. Albulena, Fisnike, & Pllana, S., *Observations of the antonyms of nouns and adjectives in the economic terminology in the Albanian language*, European Journal of Language and Literature, 4(3), 77–80, 2018.
7. Cruse, D. A., *Lexical semantics*, Cambridge University Press, 1986.
8. Gómez-Moreno, José & - Ruiz de Mendoza, Francisco, *Conceptual metaphors in terminology and specialised language discourse*, John Benjamins Publishing Company, 2022.
9. Nguyễn Hòa, *Understanding English semantics*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, 2004.
10. L'Homme, M.C., *Lexical semantics for terminology: An introduction*, (Terminology and Lexicography Research and Practice, 20), John Benjamins Publishing Company, 2020.
11. Lehrer, Adrienne, *Markedness and antonymy*, Linguistics (21), p.397-429, 1985.
12. Lyons, J., *Linguistic semantics: An introduction*, Cambridge University Press, 1995.
13. Mair, C., *Contrastive analysis in linguistics (Oxford Bibliographies)*, Mair 2018 submitted, Oxford University Press, 2020.
14. Murphy, M.L., *Lexical meaning*, Cambridge University Press, 2010.
15. Smith, C. J., *Synonyms and antonyms*, Creative Media Partners, LLC, 2019.
16. Titini, S., *Antonymy in the Legal terminology: Diachronic analysis*, diachronic analysis, Academic Journal of Interdisciplinary Studies, Vol. 4 No 3 S1, p. 237. MCSER Publishing, Rome-Italy, 2015.