



Bài báo nghiên cứu

ẨN DỤ Ý NIỆM “CON NGƯỜI LÀ TRANG PHỤC” TRONG CA DAO, THÀNH NGỮ VÀ TỤC NGỮ TIẾNG VIỆT

Nguyễn Đình Việt

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG TP HCM, Việt Nam

Tác giả liên hệ: Nguyễn Đình Việt – Email: viet.guitarlead@gmail.com

Ngày nhận bài: 06-4-2020; ngày nhận bài sửa: 20-5-2020; ngày duyệt đăng: 22-7-2020

TÓM TẮT

Dựa trên việc vận dụng lí thuyết về ẩn dụ ý niệm của Ngôn ngữ học tri nhận trong sự nhấn mạnh đến vai trò của lí thuyết nghiệm thân (nghiệm thân tự nhiên và nghiệm thân xã hội), bài viết xem “trang phục” là miền nguồn ánh xạ tới miền đích “con người” để xác lập cấu trúc ẩn dụ ý niệm bậc trên CON NGƯỜI LÀ TRANG PHỤC trong ca dao, thành ngữ và tục ngữ tiếng Việt; từ đó mô tả và phân tích các ẩn dụ cấu trúc bậc dưới, như: con người/bộ phận của con người là “trang phục”, địa vị của con người là “trang phục”, hoàn cảnh của con người là “trang phục”, tình cảm của con người là “trang phục” để cho thấy một phần độc đáo trong ngôn ngữ, tư duy và văn hóa Việt.

Từ khóa: ẩn dụ ý niệm; trang phục; miền đích; miền nguồn

1. Đặt vấn đề

Trang phục là một phần thiết yếu của cuộc sống, là một trong ba nhu cầu cơ bản ăn – ở – mặc của con người. Mỗi quốc gia, dân tộc trên thế giới đều có những bộ *trang phục* khác nhau thể hiện văn hóa, phong tục tập quán, quan niệm thẩm mỹ... của mình, chẳng hạn: Nhật Bản có Kimono; Hàn Quốc với Hanbok; Trung Quốc có Sườn xám (dành riêng cho nữ giới); Việt Nam với Áo dài (dành riêng cho nữ giới)... Thậm chí, *trang phục* còn đặc trưng cho giới tính (ví dụ: váy chỉ dành riêng cho nữ giới, ngoại trừ đàn ông ở Scotland), lứa tuổi (ví dụ: áo dài mừng thọ của người Việt chỉ mặc cho người từ 60 tuổi trở lên trong lễ mừng thọ của họ), nghề nghiệp (ví dụ: áo Blouse chuyên dành cho đội ngũ y tá, y sĩ, bác sĩ), địa vị xã hội (ví dụ: thời phong kiến thì Vua mặc hoàng bào hay long bào; dân thường có thể đóng khố, áo cánh ngắn tứ thân, quần lá tọa... với đàn ông và áo cánh ngắn, váy đụp, áo dài tứ thân... với đàn bà, phụ nữ)... Qua tìm hiểu *trang phục*, chúng ta có thể thấy được một phần đặc trưng văn hóa, tư duy của một tộc người hoặc một nhóm người cụ thể.

Cite this article as: Nguyen Dinh Viet (2020). Conceptual metaphors “HUMAN BEINGS ARE COSTUMES” in Vietnamese folk songs, idioms, and proverbs. *Ho Chi Minh City University of Education Journal of Science*, 17(7), 1215-1224.

Với người Việt, mặc *trang phục* như thế nào cũng là một vấn đề quan trọng luôn luôn được chú ý, bởi người Việt cũng thường quan niệm *Y phục xứng kì đức; Áo rách vẫn giữ lấy trang; Tốt danh hơn lành áo; Com ba bát, áo ba manh, đôi chằng xanh, rét chằng chét; Áo rách vẫn giữ lấy lễ...*; hay thậm chí là kinh nghiệm về cách ứng xử *Đi với bụi mặc áo cà sa, đi với ma mặc áo giấy; Áo năng may năng mới, người năng tới năng thường; Trăm năm ai chớ bỏ ai – Chỉ thêu nên gấm, sắt mài nên kim...*

Trong phạm vi tìm hiểu của chúng tôi, đã có rất nhiều bài viết nghiên cứu, tìm hiểu về *trang phục* hoặc một bộ phận *trang phục* của người Việt dưới các góc nhìn khác nhau như văn hóa, văn học, thời trang, kinh doanh... nhưng chưa có bài viết nào tập trung tìm hiểu *trang phục* dưới góc nhìn của ngôn ngữ học tri nhận. Chính vì vậy, ở bài viết này, chúng tôi sẽ vận dụng lí thuyết về ẩn dụ ý niệm của ngôn ngữ học tri nhận để đi sâu khám phá ẩn dụ ý niệm CON NGƯỜI LÀ TRANG PHỤC trong ca dao, thành ngữ và tục ngữ tiếng Việt.

2. Miền ý niệm “*trang phục*”

2.1. *Quan niệm về “trang phục”*

Chúng tôi xem *trang phục* (áo, quần, mũ, nón...) là một nhóm vật dụng cơ bản, thiết yếu của cuộc sống con người, chẳng hạn: *đồ dùng nhà bếp* (nồi, niêu, xoong, chảo, dao, thớt...), *đồ dùng ăn uống* (chén, bát, đũa, thìa...) hay như nhiều *vật dụng sinh hoạt* quen thuộc khác là *bàn, ghế, chăn, chiếu, kim, chỉ...* Trần Ngọc Thêm (2011) khi nghiên cứu về *trang phục* cũng đã khẳng định: “Quan trọng đối với con người, sau ăn là mặc. Nó giúp cho con người ứng phó được cái nóng, rét, mưa, gió.”, và “Mỗi dân tộc có cách ăn mặc và trang sức riêng, vì vậy, cái mặc trở thành biểu tượng của văn hóa dân tộc.” (Tran, 2011, p.200). Vũ Ngọc Khánh (2018) cũng nhấn mạnh thêm rằng: “Rất ít những đồ dùng trong sinh hoạt của con người mà gắn bó tha thiết và dồi dào tình nghĩa như tấm khăn, chiếc áo Việt Nam. Bản chất của ứng xử văn hóa trong *trang phục* Việt Nam là cái tình, cái nghĩa.” (Vu, 2018, p.19).

Theo *Từ điển tiếng Việt* (Hoang, 2016), *Trang phục* là “Quần áo dùng riêng cho một ngành, một nghề nào đó. *Trang phục của ngành y tế. Sửa lại trang phục. Trang phục đồng bộ*”, và *Quần áo* là “Đồ mặc, như quần, áo (nói khái quát). *Quần áo may sẵn*”.

Từ những cơ sở trên, chúng tôi cụ thể hóa quan niệm về *trang phục*, đó là những “đồ dùng thường ngày” để phục vụ cho nhu cầu mặc, làm đẹp của con người như *áo, quần, giày, dép, khăn, khố...* và quan tâm cả những chất liệu tạo nên *trang phục* như *gấm, lụa, vải, vóc*.

Trải qua hàng nghìn năm phát triển, *trang phục* của người Việt vô cùng phong phú, đa dạng với những kiểu loại, màu sắc, cách phối hợp... khác nhau, tạo nên một bản sắc riêng trong văn hóa dân tộc, để lại nhiều dấu ấn trong văn học, âm nhạc, hội họa... Tuy nhiên, trong phạm vi của bài viết này, chúng tôi chỉ quan tâm đến các *trang phục* và các chất liệu

làm nên *trang phục* của người Việt được nhắc đến trong ca dao, thành ngữ và tục ngữ tiếng Việt. Từ khối ngữ liệu khảo sát, chúng tôi sẽ vận dụng lí thuyết ẩn dụ ý niệm để tiến hành phân tích, mô tả, đồng thời chỉ ra những điểm độc trong tư duy, ngôn ngữ, văn hóa Việt.

2.2. Hệ thống ý niệm “*trang phục*”

Qua khảo sát, đối chiếu trên các cuốn từ điển: *Từ điển thành ngữ, tục ngữ Việt Nam trong hành chức* (Do, 2015), *Thành ngữ tiếng Việt* (Nguyen, & Luong, 1993), *Tục ngữ, ca dao, dân ca Việt Nam* (Vu, 2004), *Từ điển giải thích thành ngữ tiếng Việt* (Nguyen, 1995), chúng tôi đã thống kê được 14 sản phẩm *trang phục* xuất hiện 315 lần và 5 loại chất liệu tạo ra *trang phục* xuất hiện 33 lần, trong tổng số 214 câu ca dao, thành ngữ và tục ngữ có chứa những từ ngữ chỉ sản phẩm và chất liệu *trang phục* này, thể hiện rõ trong hai bảng thống kê dưới đây (xem Bảng 1 và Bảng 2):

Bảng 1. Thống kê sản phẩm *trang phục*

STT	Sản phẩm	Tần số xuất hiện	Tỉ lệ %
1	Áo	163	51,75%
2	Dép	1	0,32%
3	Đai	3	0,95%
4	Giày	2	0,63%
5	Guốc	1	0,32%
6	Hài	3	0,95%
7	Hán	3	0,95%
8	Khăn	25	7,94%
9	Khố	2	0,63%
10	Mũ	9	2,86%
11	Nón	32	10,16%
12	Quần	28	8,89%
13	Váy (từ cỏ: xống)	13	4,13%
14	Yếm	30	9,52%
Tổng		315	100%

Sáu *trang phục* có tần số xuất hiện nhiều nhất lần lượt là: Áo 163 lần, chiếm 51,75%; và sau đó là nón với 32 lần xuất hiện, chiếm 10,16%; yếm 30 lần xuất hiện chiếm 9,52%; quần với 28 lần xuất hiện, chiếm 8,89%; khăn với 25 lần xuất hiện, chiếm 7,94%; váy xuất hiện 13 lần, chiếm 4,13% trong miền sản phẩm *trang phục*. Trong đó áo và quần chiếm 60,73% là hoàn toàn phù hợp với thói quen mặc hàng ngày của con người nói chung cũng như với người Việt nói riêng. Đây là những *trang phục* cơ bản, thiết yếu nhất mà con người luôn cần sử dụng và thường nghĩ đến khi nói về *trang phục*. Những sản phẩm *trang phục*

này đã trở nên thân quen và đi vào lời ăn tiếng nói hàng ngày của người Việt như: **Áo rách quần manh**; *Chồng ta áo rách ta thương – Chồng người áo gấm xông hương mặc người*; *Cơm ba bát, áo ba manh, đôi chăng xanh, rét chăng chết*; *Người thì mớ bầy mớ ba, người thì áo rách như là áo toi*; *Quần dài thì ăn mắm thối – Quần đến đầu gối thì ăn mắm thơm...*

Bảng 2. Thống kê chất liệu trang phục

STT	Chất liệu	Tần số xuất hiện	Tỉ lệ %
1	Gấm	5	15,15%
2	Lụa	14	42,42%
3	The	5	15,15%
4	Vải	8	24,24%
5	Vóc	1	3,03%
Tổng		33	100%

Ngoài số lượng từ vựng liên quan đến sản phẩm *trang phục*, các biểu thức ca dao, thành ngữ và tục ngữ tiếng Việt còn chứa đựng những yếu tố miêu tả chất liệu tạo nên *trang phục* khá đa dạng với nhiều loại như: *gấm, lụa, the, vải, vóc*. Chẳng hạn: *Chồng ta áo rách ta thương - Chồng người áo gấm xông hương mặc người*; *Áo gấm đi đêm*; *Áo gấm về làng*; *Lòng gấm, miệng vóc*; *Thân em như tấm lụa đào – Phát phơ giữa chợ biết vào tay ai*; *Lụa quán cột cầu trông lâu cũng đẹp*; *Nhời nói quan tiền tấm lụa*; *Có đèn thì lại phụ trắng – Có the quên lụa, có vàng quên thau*; *Người đẹp vì lụa, lúa tốt vì phân*; *Dài lưng tốn vải, ăn no lại nằm...* Trong đó, *gấm* và *lụa* là những chất liệu đẹp, quý, sang trọng có giá trị cao, vậy nên người Việt thường có những câu như: *Lòng gấm, miệng vóc*; *Áo gấm về làng*; *Lụa quán cột cầu trông lâu cũng đẹp*; *Nhời nói quan tiền tấm lụa*; *Trăm năm ai chớ bỏ ai – Chỉ thêu nên gấm, sắt mài nên kim...* để biểu hiện cho những nét đẹp về ngoại hình bên ngoài lẫn phẩm chất bên trong, cái đẹp đáng trân trọng ở lời nói và hành động...

Vận dụng những tổng kết của Trịnh Sâm (2019) lí thuyết nghiệm thân của Ngôn ngữ học tri nhận, chúng tôi nhấn mạnh thêm rằng: *Trang phục* của người Việt mang tính nghiệm thân rõ nét, dễ thấy nhất là nghiệm thân tự nhiên và nghiệm thân xã hội. Điều này có thể minh họa bằng nhiều ví dụ như: *váy* – “Đồ mặc PHÍA DƯỚI tiêu biểu và ổn định hơn cả của phụ nữ qua các thời đại là *cái váy*”, “Là thứ đồ mặc phía dưới đặc thù của phương Nam nóng bức, chiếc váy khác hẳn với chiếc quần có nguồn gốc từ Trung Á (Chesnov, 1976) là nơi có khí hậu giá lạnh và công việc chủ yếu là chăn nuôi, cưỡi ngựa.” (Tran, p.203); *yếm* – “Đồ mặc PHÍA TRÊN của phụ nữ ổn định nhất qua các thời đại là *cái yếm*. Yếm là đồ mặc đặc thù của người Việt, thường do phụ nữ tự cắt-may-nhuộm lấy” và “Để ứng phó với khí hậu nóng bức, phụ nữ khi làm lụng, nhất là trong bóng râm, dù là vào thời Hùng Vương hay là đầu thế kỉ XX, vẫn thường mặc váy-yếm với hai tay và lưng để trần.” (Tran, p.205); Những chất liệu tạo nên trang phục như *gấm, lụa, the, vải, vóc* phần lớn được tạo ra từ tơ tằm,

một số khác là từ tơ chuối, tơ đay, gai, sợi bông... đều có nguồn gốc từ thực vật, sản phẩm của nghề trồng trọt. Chúng có đặc tính chung là mỏng, nhẹ, thoáng mát... phù hợp với điều kiện khí hậu nóng, ẩm ở phương Nam (Trong khi đó, ở phương Bắc có khí hậu lạnh, khô, *trang phục* lại chuộng da và lông thú, là sản phẩm của nghề chăn nuôi, săn bắn). Như vậy, chỉ qua hai sản phẩm trang phục là *váy*, *yếm* và chất liệu tạo nên *trang phục* là *gấm*, *lụa*, *the*, *vải*, *vóc* đã cho thấy sự tương tác - ứng phó với chính môi trường tự nhiên khí hậu nóng bức và sự tương tác với môi trường xã hội – canh tác nông nghiệp cấy lúa trồng dâu của người Việt (chưa kể đến các quan niệm xã hội về *trang phục* như *Quen sợ dạ, lạ sợ áo*; *Người đẹp vì lụa, lúa tốt vì phân*; *Cơm là gạo, áo là tiền*; *Tốt danh hơn lành áo*...)

Tất cả 14 *trang phục* và 5 chất liệu làm nên *trang phục* đã thông kê ở trên đều trở thành các ý niệm thuộc miền *trang phục*, tồn tại sâu đậm bên trong tâm trí của người Việt và thể hiện rõ qua 214 biểu thức ngôn ngữ mang tính ẩn dụ sẽ được chúng tôi tiếp tục mô tả và phân tích dưới sự soi rọi của lí thuyết ẩn dụ ý niệm.

3. Phân tích ẩn dụ ý niệm: CON NGƯỜI LÀ TRANG PHỤC

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 lại xác định ẩn dụ là công cụ của tư duy, “ẩn dụ thâm nhập khắp trong cuộc sống hàng 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” (Lakoff, & Johnson, 1980, p.4).

Ẩn dụ ý niệm được hiểu là sự ý niệm hóa một miền tinh thần qua một miền tinh thần khác, gọi là sự ánh xạ có hệ thống từ một miền nguồn sang một miền đích nhằm tạo nên một mô hình tri nhận (mô hình ẩn dụ) giúp lĩnh hội miền đích cụ thể, hiệu quả hơn. Với tư cách là một công cụ tri nhận, ẩn dụ được tạo ra một cách vô thức trong giao tiếp, tư duy. Miền nguồn thường cụ thể, hữu hình, mang tính vật chất, với nhiều trải nghiệm sẽ ánh xạ đến miền đích thường khái quát, trừu tượng, mang tính phi vật chất, với ít trải nghiệm.

Trịnh Sâm (2013) cũng nhấn mạnh “thông qua những trải nghiệm có tính tương tác, con người thường dùng những hiểu biết, những kinh nghiệm từ môi trường xung quanh, thông qua miền ý niệm này để hiểu miền ý niệm khác”. Miền ý niệm *trang phục* với những ý niệm quen thuộc, gần gũi như *áo*, *quần*, *giày*, *dép*, *mũ*, *nón*, *khăn*... có đặc điểm là trực quan, sinh động, dễ nắm bắt về *kiểu dáng*, *màu sắc*, *chất liệu*... Chính vì vậy, nó xuất hiện với tư cách miền nguồn để ánh xạ tới miền đích *con người* và tạo ra cấu trúc ẩn dụ CON NGƯỜI LÀ TRANG PHỤC. Sự ánh xạ này liên quan chặt chẽ đến các kinh nghiệm hàng ngày. Chúng tôi cũng nhấn mạnh thêm “những tương ứng trong kinh nghiệm” là những tương ứng trong nhận thức của con người, là sản phẩm của kinh nghiệm, tri thức, văn hóa chứ không phải bất kì sự tương ứng nào trong hiện thực khách quan. Dễ thấy, người Việt sẽ có những sản phẩm *trang phục* đặc trưng hoặc sẽ có những quan niệm khác nhau về *trang phục*. Các thuộc tính nổi trội

của miền nguồn *trang phục* như đặc điểm, kiểu loại, màu sắc, chất liệu... sẽ được huy động một cách tối đa để phóng chiếu tới miền đích *con người*, có thể minh họa khái quát bằng Lược đồ sau đây:

Lược đồ. *Ánh xạ từ miền nguồn “trang phục” đến miền đích “con người”*

Miền nguồn “trang phục”	Ánh xạ	Miền đích “con người”
Trang phục	→	Con người
Đặc điểm	→	Ngoại hình
Kiểu loại	→	Bộ phận cơ thể
Màu sắc	→	Hoạt động
Chất liệu	→	Tình cảm
Quan hệ, chức năng	→	Hoàn cảnh / địa vị

Trang phục không chỉ mang dấu ấn cá nhân mà còn mang dấu ấn dân tộc rõ nét. Đối với người Việt, những *áo, quần, mũ, nón, khăn, khố...* được làm từ các chất liệu đặc trưng như *gấm, lụa, vải, vóc...* đã đi sâu vào tâm thức một cách rất tự nhiên, biểu hiện qua rất nhiều biểu thức ẩn dụ và hình thành nên hệ thống ẩn dụ ý niệm với ẩn dụ bậc trên CON NGƯỜI LÀ TRANG PHỤC, cùng với đó là các ẩn dụ bậc dưới như: *Con người/bộ phận của con người là “trang phục”; Địa vị của con người là “trang phục”; Hoàn cảnh của con người là “trang phục”; Tình cảm của con người là “trang phục”...*

3.1. Con người/ bộ phận của con người là “trang phục”

Ấn tượng về hình thức luôn là cái đầu tiên xuất hiện khi tri giác về bất cứ đối tượng nào trong thực tại. Các loại *trang phục* với những *kiểu dáng, màu sắc, chất liệu...* sẽ dễ dàng được cảm nhận, nắm bắt bằng hầu hết giác quan, mà trước nhất là thị giác. Từ đó, một số thuộc tính sẽ được lựa chọn (với tư cách là công cụ để nhận hiểu, liên tưởng) và ánh xạ đến *con người* (có thể là hình ảnh về con người nói chung hoặc các bộ phận của con người). Đây là cơ sở để hình thành nên ẩn dụ *Ngoại hình của con người là “trang phục”*, như: *Thân em như tấm lụa đào – Phát phơ giữa chợ biết vào tay ai; Chồng ta áo rách ta thương – Chồng người áo gấm xông hương mặc người; Râu quai nón; Cao mũ dài áo; Khố rách áo ôm; Quần chùng, áo dài; Xanh áo, đỏ mũ; Áo bào gập ngày hội; Áo gấm đi đêm; Áo gấm về làng; Có đèn thì lại phụ trắng – Có the quên lụa, có vàng quên thau; Thân em như cái nón cời – Như cái áo rách và thời chưa may; Thân em như chiếc nón cời – Bung vành đứt đoác, chịu đời nắng mưa...* Cấu trúc ẩn dụ này cũng tương đồng với nhiều cấu trúc ẩn dụ quen thuộc như CÔNG CỤ/ PHƯƠNG TIỆN LÀ CON NGƯỜI; GIÁ TRỊ CỦA CÔNG CỤ/ PHƯƠNG TIỆN LÀ GIÁ TRỊ CỦA CHỦ SỞ HỮU; VẬT THỂ LÀ CON NGƯỜI... Trong phạm vi của cấu trúc ẩn dụ này, thì *tấm lụa đào, the, lụa, áo gấm, áo bào...* đều chỉ con

người nói chung, ngoài ra, những hình ảnh này còn ẩn dụ cho hoàn cảnh, địa vị, phẩm chất... của con người, tuy nhiên, vấn đề này sẽ được chúng tôi tiếp tục phân tích sâu hơn trong những câu trúc ẩn dụ tiếp theo.

3.2. Địa vị của con người là “trang phục”

Dưới nhiều góc nhìn khác nhau, *trang phục* đều thể hiện những giá trị nhất định, cả vật chất lẫn tinh thần. Ví như, với tính chất thực dụng, *trang phục* là một sản phẩm hoặc là một vật dụng cơ bản của con người; dưới góc độ thẩm mỹ, *trang phục* có thể xem là một tác phẩm sáng tạo nghệ thuật của con người với những kiểu dáng, hoa văn, đường nét... khác nhau; dưới góc độ chức năng trong sử dụng, *trang phục* thể hiện sự phân hóa trong sinh hoạt, lao động, chiến đấu, hội hè...; dưới góc nhìn xã hội, *trang phục* là một thước đo đánh giá địa vị của con người. Những người có địa vị cao trong xã hội là vua quan với những áo quần sang trọng, màu sắc, chất liệu tốt và nhiều phụ kiện: *Xanh áo, đỏ mũ; Cao mũ dài áo; Mũ áo cân đai; Mũ dài đai rộng; Mũ cánh chuồn; Rạng vẻ cân đai; Áo gấm về làng...* còn những người có địa vị thấp kém, hay những người dân nghèo thì là những *Khố rách áo ôm; Quần manh, áo vải; Áo rách quần manh; Người thì mớ bầy mớ ba – Người thì áo rách như là áo toi...* Những biểu thức ẩn dụ vừa nêu đã minh họa đầy đủ cho ẩn dụ *Địa vị của con người là “trang phục”* trong quan niệm của người Việt.

3.3. Hoàn cảnh của con người là “trang phục”

Từ những ẩn dụ quen thuộc như GIÁ TRỊ CỦA CÔNG CỤ/ PHƯƠNG TIỆN LÀ GIÁ TRỊ CỦA CHỦ SỞ HỮU; GIÁ TRỊ CỦA VẬT DỤNG LÀ GIÁ TRỊ CỦA CON NGƯỜI, đến lượt mình, *trang phục* cũng thể hiện những giá trị khác nhau của cuộc sống, biểu hiện qua từng hoàn cảnh cụ thể. Đây là cơ sở để hình thành nên ẩn dụ *Hoàn cảnh của con người là “trang phục”*. Lẽ thường trong xã hội thì những người có địa vị cao, giàu sang phú quý sẽ có điều kiện để mua sắm những vật dụng đắt tiền, giá trị, luôn được trau chuốt cẩn thận. Đó là những áo gấm, áo bào, mớ bầy mớ ba, quần là áo lượt... thể hiện trong các biểu thức *Áo gấm đi đêm; Áo gấm về làng; Áo bào gập ngày hội; Người thì mớ bầy mớ ba – Người thì áo rách như là áo toi; Quần là áo lượt; Chồng ta áo rách ta thương – Chồng người áo gấm xông hương mặc người...* với một cuộc sống sung sướng, đủ đầy nên lúc nào cũng *Ra hán vào hài; Quần chùng, áo dài; Quần là áo lượt; Áo ấm cơm no; Áo đơn lòng áo kép...* Ngược lại, những người có hoàn cảnh nghèo khổ, khó khăn, luôn sống trong sự thiếu thốn, cực nhọc với áo rách, áo toi, khố rách, áo vá... xuất hiện nhiều trong lời ăn tiếng nói của người dân như *Khố rách áo ôm; Áo rách quần manh; Chồng ta áo rách ta thương – Chồng người áo gấm xông hương mặc người; Người thì mớ bầy mớ ba – Người thì áo rách như là áo toi; Nghèo thì áo rách phải mang – Nước sông gạo chợ, thiếp chàng nuôi nhau; Quần manh, áo vải...* Tuy nghèo khổ nhưng những người dân luôn tự dặn mình phải giữ gìn đạo đức, nhân phẩm nên *Áo rách vẫn giữ lấy trang; Tốt danh hơn lành áo; Áo rách khéo vá hơn lành vụng may; Áo rách phải giữ lấy lễ.* Thậm chí, *trang phục* còn thể hiện hoàn cảnh thiếu

thôn, éo le về mặt tinh thần như *Nón không quai, thuyền không bến; Áo anh sứt chỉ đường tà – Vợ anh chưa có mẹ già chưa khâu; Tròng trành như nón không quai – Như thuyền không lái như ai không chèo...*

3.4. *Tình cảm của con người là “trang phục”*

Tình cảm, cảm xúc thuộc yếu tố tinh thần thường trừu tượng, khó nắm bắt, nhận diện rõ ràng. Chính vì vậy, nó thường có xu hướng mượn các tính chất vật thể của sự vật, hiện tượng như hình ảnh, màu sắc, chất liệu để cụ thể hóa, giúp cho việc nắm bắt được dễ dàng hơn. *Trang phục* với tính chất vật thể của mình cũng dễ dàng được huy động để khám phá tình cảm, cảm xúc của con người. *Tấm khăn, cái áo* trở thành vật biểu thị tình cảm yêu thương, gắn bó, đồng cam cộng khổ giữa người với người *Phải duyên phải lúa cùng nhau – Dầu mà áo vải, cơm rau cũng về; Thương em thuở áo mới may – Bây giờ áo đã thay tay và quàng; Tô lụa gấm nhiều không màng – Thương cô áo chẹt vá quàng nửa vai... Trang phục* còn thể hiện lòng biết ơn, sự yêu thương, chăm sóc của con người dành cho nhau: *Nàng Bân may áo cho chồng; Nhường cơm nhường áo; Ngày nào em bé cón con - Bây giờ em đã lớn khôn thế này – Cơm cha, áo mẹ, công thầy – Nghĩ sao cho bỏ những ngày ước ao; Cơm nặng, áo dày; Miếng cơm, tấm áo; Nâng khăn, sửa túi...*

Ngoài 4 ẩn dụ ý niệm tiêu biểu về *trang phục* đã mô tả và phân tích ở trên, chúng tôi còn nhận thấy rằng người Việt cũng thường sử dụng những hoạt động, đặc tính riêng của *trang phục* để liên tưởng đến những hoạt động, thuộc tính riêng của con người như **Hoạt động của con người là hoạt động của “trang phục”**: *Cởi áo cho người xem lưng; Vén tay áo sờ, đốt nhà táng giấy; Bóc áo tháo cà; Nhời nói quan tiền tấm lụa; Đi guốc trong bụng... Phẩm chất của con người là chất liệu/ bộ phận của “trang phục”: *Lụa quán cột cầu trông lâu cũng đẹp; Áo rách vẫn giữ lấy tròng; Thân em như tấm lụa đào – Phát phơ giữa chợ biết vào tay ai; Thân em như tấm lụa đào – Dám đâu xé lẻ vương nào cho ai...**

Như đã đề cập ở trên, *Mặc* là một trong ba nhu cầu cơ bản của đời sống vật chất (ăn, ở, mặc), xuất phát từ chính cơ sở môi trường tự nhiên, điều kiện thời tiết nóng, ẩm, mưa nhiều. Điều kiện khí hậu địa lí này góp phần tạo nên quan điểm riêng của người Việt trong cách ăn mặc mà theo Trần Ngọc Thêm thì đó chính là cách con người “ứng phó” được với cái nóng, rét, mưa, gió. Bên cạnh việc ứng phó với môi trường tự nhiên, *trang phục* còn có nhiều ý nghĩa xã hội khác: Mặc để làm đẹp, trang điểm nên *Người đẹp vì lụa, lúa tốt vì phân; Chân tốt về hài, tai tốt về hoa...* Sự quan tâm của người Việt đối với *trang phục* đã thể hiện rõ nét trong nhiều quan niệm sống: *Y phục xứng kì đức; Ăn lấy chắc, mặc lấy bền; Cơm là gạo, áo là tiền; Được bụng no, còn lo ấm cất...* *Trang phục* trở thành một trong những tiêu chí quan trọng để đánh giá con người trên nhiều khía cạnh như *phẩm chất, địa vị, hoàn cảnh, nhân cách...* thông qua những biểu hiện trực quan của nó. Rõ ràng, kinh nghiệm văn hóa của người Việt đã được thể hiện rất tinh tế qua các ẩn dụ ý niệm về *trang phục*.

4. Kết luận

Hệ thống ẩn dụ ý niệm CON NGƯỜI LÀ TRANG PHỤC như đã trình bày góp phần minh họa thêm cho lí thuyết về ẩn dụ ý niệm của ngôn ngữ học tri nhận; từ cấu trúc ẩn dụ ý niệm bậc trên CON NGƯỜI LÀ TRANG PHỤC, bài viết đã xác lập, mô tả và phân tích các cấu trúc ẩn dụ ý niệm bậc dưới như: *Con người/Bộ phận của con người là “trang phục”, Địa vị của con người là “trang phục”, Hoàn cảnh của con người là “trang phục”, Tình cảm của con người là “trang phục”*. Việc mô tả và phân tích ẩn dụ CON NGƯỜI LÀ TRANG PHỤC trong ca dao, thành ngữ và tục ngữ tiếng Việt đã cho thấy miền ý niệm “trang phục” thực sự tồn tại sâu đậm trong tư duy, tâm thức của người Việt; nghiên cứu ngôn ngữ, văn hóa và tư duy dưới góc nhìn của ngôn ngữ học tri nhận là hướng đi đầy triển vọng và đem lại nhiều kết quả thú vị, độc đáo.

❖ **Tuyên bố về quyền lợi:** Tác giả xác nhận hoàn toàn không có xung đột về quyền lợi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Do, T. K. L. (2015). *Tu dien thanh ngu, tục ngu Viet Nam trong hanh chuc [Vietnamese idioms and proverbs dictionary in use]*. Hanoi: Social Sciences Publishing House.
- Vu, N. K. (2018). *Vietnam customs full editorial*. Hanoi: Ethnic Culture Publishing House.
- Hoang, P. (2016). *Tu dien tieng Viet [Vietnamese Dictionary]*. Hanoi: Hong Duc Publishing House.
- Lakoff, J., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we Live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Nguyen, L., & Luong, V. D. (1993). *Thanh ngu tieng Viet [Idioms in Vietnamese]*. Hanoi: Social Sciences Publishing House.
- Nguyen, N. Y. (1995). *Tu dien giai thich thanh ngu tieng Viet [Dictionary of Vietnamese idioms]*. Hanoi: Education Publishing House.
- Tran, N. T. (2009). *Co so van hoa Viet Nam [Vietnamese cultural establishment]*. Hanoi: Education Publishing House.
- Trinh, S. (2013). Mien y niem song nuoc trong tri nhan cua nguoi Nam Bo [Domain concept of water river in the perception of the Southern people]. *Ho Chi Minh University of Education Journal of science*, 46(5), 5-12.
- Trinh, S. (2019). Embodiment of theory body theory from Vietnamese reality. *Language magazine*, 356(1), 24-38.
- Vu, N. P. (2004). *Tuc ngu, ca dao, dan ca Viet Nam [Proverbs, folk songs, folk Vietnam]*. Hanoi: Literature Publishing House.

**CONCEPTUAL METAPHORS “HUMAN BEINGS ARE COSTUMES”
IN VIETNAMESE FOLK SONGS, IDIOMS, AND PROVERBS**

Nguyen Dinh Viet

University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University Ho Chi Minh City, Vietnam

Corresponding author: Nguyen Dinh Viet – Email: viet.guitarlead@gmail.com

Received: April 06, 2020; Revised: May 20, 2020; Accepted: July 22, 2020

ABSTRACT

Based on the application of the theory of conceptual metaphor of cognitive linguistics in emphasizing the role of the embodiment theory (natural embodiment and social embodiment), the article considers “costumes” to be the source domain maps to the “human” target domain to establish the conceptual metaphorical structure on the HUMAN BEINGS ARE COSTUMES in Vietnamese folk songs, idioms, and proverbs. From there, the paper describes and analyzes subordinate structural metaphors such as: Human/Parts of Humans are “costumes”, Human positions are “costumes”, Human circumstances are “costumes”, Human Emotions are “costumes”, shows a unique part of the Vietnamese language, thinking, and culture.

Keywords: conceptual metaphor; costumes; source domain; target domain