

# ĐẶC TRƯNG VĂN HÓA DÂN TỘC THỂ HIỆN QUA CÁC THÀNH NGỮ SO SÁNH NGANG BẰNG TIẾNG ANH VÀ TIẾNG VIỆT

NGUYỄN MAI HOA\*

## 1. Đặt vấn đề

Trong kho tàng ngôn ngữ của một dân tộc, thành ngữ là một yếu tố phong phú đóng vai trò quan trọng trong việc biểu đạt lời nói. Có thể xem thành ngữ là những cụm cố định, có chức năng định danh gọi tên sự vật và phản ánh khái niệm một cách gợi tả và bóng bẩy. Với những đặc điểm này, thành ngữ trở thành một đơn vị ngôn ngữ phổ biến trong đời sống hàng ngày của người dân. Bên cạnh đó, thành ngữ cũng là một đơn vị văn hóa, khi xét tới mối quan hệ mật thiết giữa ngôn ngữ và văn hóa. Lí do là vì “ngôn ngữ trực tiếp phản ánh cách tri giác và tư duy thế giới của cộng đồng dân tộc, mà văn hóa dân tộc không thể không liên quan đến cách tri giác và tư duy ấy” (Cao Xuân Hạo, 2001).

Bài viết này đề cập đến nghĩa biểu trưng của các hình tượng trong thành ngữ so sánh tiếng Việt và tiếng Anh, cũng là tìm hiểu về đặc trưng văn hóa của hai nước để giúp người học hiểu và vận dụng đúng đắn các thành ngữ này.

## 2. Vài nét về thành ngữ so sánh trong tiếng Anh và tiếng Việt

Đối tượng nghiên cứu của bài viết là nhóm các thành ngữ so sánh vì nhóm này chiếm một số lượng không nhỏ trong thành ngữ tiếng Việt và tiếng Anh. Theo nghiên cứu của tác giả Nguyễn Việt Hòa (2009), thành ngữ so sánh là một tổ hợp từ bền vững, bắt nguồn từ phép so sánh, có nghĩa biểu trưng. Thông thường có hai kiểu loại quan hệ so sánh: so sánh ngang bằng (*as cheap as dirt/rẻ như bèo*) và so sánh dị biệt/hơn kém (*better than one's word/hứa ít làm nhiều*). Tuy nhiên bài viết này chỉ đề cập tới phép so sánh ngang bằng do đây là phép so sánh phổ biến nhất trong các thành ngữ so sánh (173/253 lượt xuất hiện, theo nghiên cứu của tác giả Hoàng Tuyết Minh;2014). Trong

tiếng Việt, cấu trúc thành ngữ so sánh ngang bằng thường có dạng: "A như B" hoặc "như B". Còn trong tiếng Anh các thành ngữ so sánh có cấu trúc "as...as B", hoặc "A like B", hay "like B". Một A có thể tương đương với nhiều B (*nhANH NHƯ CẮT, NHANH NHƯ GIÓ, NHANH NHƯ SÓC*) hoặc một B có thể tương đương với nhiều A (*YẾU NHƯ SÊN, CHẬM NHƯ SÊN*). Vế B có cấu trúc không thuần nhất, phức tạp hơn vế A (*ĐỪ NHƯ CỌP, NHANH NHƯ ĂN CƯỚP, HÙNG HỤC NHƯ TRÁU HÚC MÀ*). Trong vế B người ta bắt gặp những hình ảnh biểu trưng gắn với sự vật, hiện tượng quen thuộc trong đời sống sinh hoạt hàng ngày của người dân, chứa đựng nhiều đặc trưng văn hóa dân tộc. Tương tự như vậy, có thể nhận định rằng tiếng Anh cũng ưa dùng thành ngữ nhằm cụ thể hóa tính chất, thuộc tính của đối tượng như trong tiếng Việt. Với 1A có thể có nhiều B và ngược lại. Ví dụ: *as fat/dirty as a pig, as easy as abc/falling off a log/anything/lying/winking/duck soup...* Trong bài viết này tác giả chủ yếu khai thác các thành ngữ có vế A là tính từ do đây là nhóm phổ biến trong thành ngữ so sánh ở cả tiếng Anh và tiếng Việt.

Nghiên cứu được thực hiện qua phương pháp thống kê những thành ngữ so sánh trong tiếng Việt và tiếng Anh (khoảng 200 thành ngữ); sau đó phân tích nghĩa biểu trưng của những hình ảnh sử dụng trong thành ngữ này. Bên cạnh đó, phương pháp so sánh đối chiếu cũng được sử dụng để tìm ra những nét tương đồng và khác biệt về văn hóa-xã hội ảnh hưởng đến cách sử dụng ngôn ngữ trong hai nền văn hóa. Tư liệu nghiên cứu chủ yếu được lấy trong các từ điển, từ điển thành ngữ tiếng Anh và tiếng Việt cùng một số nghiên cứu, tài liệu tham khảo trên các trang web học tiếng Anh. Một số ví dụ:

\* ThS; Đại học Ngoại ngữ, ĐHQG Hà Nội

<i>Bám như đĩa</i>	<i>Stick like a leech</i>
<i>Béo như lợn</i>	<i>As fat as a pig</i>
<i>Căng như mặt trống</i>	<i>As tight as drum</i>
<i>Câm như hến</i>	<i>As mum/dumb as an oyster</i>
<i>Chậm như rùa</i>	<i>As slow as a turtle</i>
<i>Chậm như sên</i>	<i>As slow as a nail</i>
<i>Chua như dấm</i>	<i>As sour as vinegar</i>
<i>Cứng như đá</i>	<i>As hard as rock/ stone</i>
	<i>As solid as rock</i>
	<i>As hard as steel</i>
<i>Cứng như thép</i>	<i>Like a hungry leech</i>
<i>Dai như đĩa đói</i>	<i>As fierce as a tiger</i>
<i>Dữ như cọp/hùm</i>	<i>As black as ink</i>
<i>Đen như mực</i>	<i>As black as a raven</i>
<i>Đen như quạ</i>	<i>As pretty as a picture</i>
<i>Đẹp như tranh</i>	<i>As stink as a polecat</i>
<i>Hôi như cú</i>	<i>As gruff as a bear</i>
<i>Hỗn như gấu</i>	<i>As sound as roach</i>
<i>Khỏe như trâu</i>	<i>As heavy as lead</i>
<i>Nặng như chì</i>	<i>As stupid as a bull</i>
<i>Ngu như bò</i>	<i>As swift as a lightning</i>
<i>Nhanh như chớp</i>	<i>As quick/fleet as wind</i>
<i>Nhanh như gió</i>	
v.v...	

### 3. Những đặc trưng cụ thể

Sự đa dạng và phong phú của thể giới hình ảnh biểu trưng trong thành ngữ so sánh tiếng Việt và tiếng Anh cho thấy nhiều đặc điểm về thiên nhiên, đất nước, con người của hai ngôn ngữ. Bên cạnh những thành ngữ tương đồng về ý nghĩa và hình ảnh, đa số các thành ngữ tiếng Việt và tiếng Anh có ý nghĩa tương tự nhưng được diễn đạt khác nhau ở hai ngôn ngữ, và có những thành ngữ chỉ có ở tiếng Việt mà không có ở tiếng Anh và ngược lại. Khác biệt về ngôn ngữ chính là do khác biệt về đặc điểm văn hóa và địa lí của hai dân tộc. Trong bài viết này, chúng tôi đề cập tới ba nhóm đặc trưng chính là điều kiện tự nhiên, đời sống sinh hoạt và sản xuất, và đời sống tinh thần của người dân, được thể hiện trong các thành ngữ so sánh ngang bằng.

#### 3.1. Đặc trưng về điều kiện tự nhiên

Trước hết, đặc điểm tự nhiên của hai nước để lại dấu ấn rõ ràng trong các thành ngữ so sánh ngang bằng có những từ chỉ hiện tượng tự nhiên và thực vật.

Trong thành ngữ so sánh tiếng Anh, các từ chỉ hiện tượng tự nhiên quen thuộc như sấm,

chớp, mưa, gió được sử dụng khá phổ biến như “*as quick as a flash*” (nhanh như chớp), “*as loud as a thunder*” (to như sấm), “*as swift as the wind*” (nhanh như gió). Với khu vực địa lí được bao bọc bởi khối Đại Tây Dương, nước Anh có khí hậu biển ôn hòa, nên trong các thành ngữ tiếng Anh có những đặc trưng về khí hậu ôn đới: “*as white as snow*” (trắng như tuyết), “*as cold as ice*” (lạnh như băng), “*as salt as brine*” (mặn như nước biển). Tương tự như vậy, Việt Nam nằm trong khu vực nhiệt đới gió mùa, hè nóng bức, mùa đông lạnh buốt, điều này thể hiện qua các thành ngữ: nóng như rang, nóng như thiêu như đốt, nóng như lửa. Với những ưu đãi về địa hình, khí hậu, Việt Nam có hệ thống sông ngòi dày đặc, nên hình ảnh dòng sông cũng được đưa vào các thành ngữ so sánh: *dài như sông, làm như cà cuống lội sông, đùng đùng như chĩnh trôi sông, dâng lên như nước vỡ bờ, nhạt như nước ao bèo,...*

Bên cạnh đó, đặc trưng văn hóa cũng được thể hiện qua hình ảnh các loài thực vật. Trong tiếng Anh, hình ảnh thực vật chủ yếu là các loại cây quả, hoa lá thông thường, tần số xuất hiện ít. Ví dụ: “*as fresh as a daisy*” (tươi như hoa cúc), “*as round as an apple*” (tròn trĩnh như quả táo), “*bitter as worm wood*” (đắng như rau ngải tây), “*as red as a cherry*” (đỏ như trái anh đào), “*as fair as a rose*” (xinh như hoa), “*as fresh as a rose*” (tươi như hoa). Các loài đậu cũng được dùng, biểu thị cho sự giống nhau: “*as like as two peas*”, “*like two peas in a pod*”. Các loại rau củ quả xuất hiện trong thành ngữ so sánh tiếng Anh còn có khoai tây: “*as white as a potato*” hay “*drop like a sack of potatoes*”, củ cải đường (*as red as a beet*), là những loại rau củ quả đặc trưng cho khí hậu lạnh.

Với Việt Nam, do thiên nhiên khí hậu nóng ẩm mưa nhiều nên hệ thực vật rất đa dạng phong phú, điều này được phản ánh qua các thành ngữ: *lùn như cây nấm, vàng như nghệ, dày như mo cau, như tre ám bụi,...* Ngoài ra các loại cây trồng trong vườn nhà cũng được nhắc tới, ví dụ: “*như chuối chín cây*”, “*tròn như hạt mít*”, “*lúng túng như ngậm hột thị*”,

“mắt đen như hạt nhãn”, “răng đều như hạt na”, “lòng và cũng như lòng sung”, “mặt đỏ như gấc”,... Đặc biệt với phương thức canh tác của nền nông nghiệp lúa nước ăn sâu vào lối tư duy của người Việt, do đó hình ảnh cây lúa và hạt gạo xuất hiện với tần suất khá lớn với đầy đủ đặc trưng và sắc thái: *mỏng như lá lúa, lằng nhằng như cua rom, khinh người như rom, cảm như hến, hiền như thóc, im như thóc, dở như cám hấp*,...

### 3.2. Đặc trưng về đời sống sinh hoạt và sản xuất

Một số đặc điểm trong đời sống sinh hoạt và sản xuất của con người cũng để lại dấu ấn rõ rệt trong các thành ngữ tiếng Anh và tiếng Việt. Điều này thể hiện trong các thành ngữ có chứa vật dụng hàng ngày và các thành ngữ có tên các món ăn, cũng như các thành ngữ về con vật.

Thành ngữ so sánh ngang bằng tiếng Anh sử dụng hình ảnh các vật dụng trong đời sống sinh hoạt hàng ngày phổ biến, phong phú. Trước hết có thể thấy đặc trưng cho lối sống công nghiệp hiện đại được thể hiện trong hình ảnh “khúc gỗ”, và “cái đinh”, đây là những vật dụng đại diện cho sản xuất công nghiệp. Các thành ngữ chứa các hình ảnh này như: *“like a log”* (như khúc gỗ), *“as sharp as a tack”* (sắc nhọn như đinh = nhanh trí, sáng dạ), *“as hard as nails”* (chắc như đinh),... Bên cạnh đó, hình ảnh vật dụng trong lao động, sản xuất phục vụ cho cuộc sống công nghiệp như: mũi khoan, dây cáp, cối xay, máy xay, thuyền, cũng được đưa vào thành ngữ tiếng Anh. Ví dụ: *“like gimlets”* (như những mũi khoan = nhìn như ăn sống nuốt tươi), *“like a mill-pond”* (như cái bể nước máy xay = lặng sóng), *“as hard as a nether millstone”* (cứng như thớt dưới của chiếc cối xay = trái tim sắt đá),... Ngoài ra còn có các thành ngữ tiếng Anh chứa hình ảnh vật dụng trang bị cho con người ở xứ lạnh như giày ủng, găng tay, vành mũ, ví dụ: *“as full as a boot”* (chỉ người say), *“like a glove”* (vừa in). Còn có sự xuất hiện của các vật dụng nhà bếp hay vật dụng trong gia đình hiện đại như que cời, bồ hóng, ống khói, kiềng, chổi, đồng hồ, giấy, sách. Đó là

các thành ngữ: *“as stiff as a poker”* (cứng như que cời), *“as black as soot”* (đen như bồ hóng), *“like a clock”* (chỉ sự chính xác, đều đặn), *“as white as a sheet of paper”* (trắng như tờ giấy),...

Trong khi đó, ở nhóm thành ngữ Việt, cũng đề cập đến những vật dụng hàng ngày trong đời sống nhưng là các vật dụng gắn liền với sản xuất nông nghiệp hoặc thủ công nghiệp với tính chất thô sơ và thủ công. Có thể liệt kê ra một số các thành ngữ như: *“như tầm ăn rồi”*, *“nhanh như mắc cửi”*, *“chật như nêm cối”*, *“nặng như cái cối đá”*, *“tròn như cối xay”*, *“nhăn như bị”*, *“chồng chành như nón không quai”*, *“to như cái bồ sứt cạp”*. Ngay cả các vật dụng nhà bếp được đề cập trong thành ngữ tiếng Việt cũng mang bản sắc văn hóa dân tộc: *“tròn như vại nhút”*, *“bình chân như vại”*, *“khinh khinh như hũ mắm tôm”*, *“vững như kiềng ba chân”*, *“san sát như bát úp”*, *“trơ như mặt thớt”*,...

Kế tiếp, qua các thành ngữ chứa hình ảnh con vật, có thể thấy rõ gốc gác của nền văn hóa nông nghiệp trong thành ngữ Việt Nam và văn hóa du mục của người phương Tây. Có thể nhận thấy, đặc trưng văn minh lúa nước khiến cho hình ảnh con trâu trở thành hình ảnh thân thiết gắn bó nhất với người nông dân Việt Nam, hình ảnh này xuất hiện với tần suất cao trong các thành ngữ. Rất nhiều thành ngữ so sánh có chứa hình ảnh con trâu hoặc con bò, ví dụ: *“bản như trâu đằm”*, *“béo như trâu trương”*, *“khỏe như trâu”*, *“dốt như bò”*, *“lơ ngơ như bò đội nón”*,... Trái lại, hình ảnh con trâu không hề xuất hiện trong thành ngữ tiếng Anh. Theo tác giả Nguyễn Thanh Tùng (2000), “trong khoảng 5500 thành ngữ Anh được khảo sát, từ “trâu” (buffalo) không xuất hiện lần nào”. Đây là một lí do dễ hiểu, vì con trâu chỉ là một hình ảnh quen thuộc với những quốc gia gắn bó với văn minh nông nghiệp, lúa nước, với hình ảnh “con trâu đi trước, cái cày theo sau”. Còn ở những quốc gia có nền “văn hóa gốc du mục” lâu đời như ở Anh, “văn hóa trọng động” (theo cách phân chia của tác giả Trần Ngọc Thêm; 2004), gia súc chủ yếu là những loài ăn cỏ như bò, ngựa, cừu. Có

hiều các thành ngữ với ngựa như: “eat like a horse”, “as strong as a horse”. Trong gần 200 thành ngữ được khảo sát, có 6 thành ngữ có hình ảnh con cừu, với đặc tính hiền lành, ngây thơ, ngoan ngoãn, đôi khi ngốc nghếch: “as gentle/meek as a lamb” (hiền lành như một con cừu), “as quite as a lamb” (lặng lẽ như một con cừu), “as silly as a sheep” (ngốc nghếch như một con cừu), “innocent as a lamb” (ngây thơ như cừu), “like a lamb to the slaughter” (ngoan ngoan nghe lời),...

Đặc trưng về đời sống sinh hoạt cũng thể hiện ở các thành ngữ chứa tên gọi các món ăn. Món ăn xuất hiện trong thành ngữ tiếng Anh là các món ăn nóng, phù hợp với khí hậu phương Tây giá lạnh vào mùa đông, đó là bánh nước, là súp, như trong các thành ngữ: “as easy as pie”, “as easy as duck soup”, “as thick as pea soup”, “as nice as pie”, “sell like a hot cake”. Các món ăn điển hình khác của người phương Tây là bơ và pho mát cũng được thể hiện trong các thành ngữ: “as like as chalk and cheese”, “like a knife through butter”.

Trong khi đó, món ăn xuất hiện trong các thành ngữ tiếng Việt là những món ăn quê dân dã, mang đậm bản sắc văn hóa của người dân, cùng với các loại rau củ quả miền nhiệt đới, qua đó thấy một nền văn hóa ẩm thực với những món ăn, món quà vật mang hương vị đồng quê. Nhóm này được nhắc đến rất nhiều trong thành ngữ, ví dụ: “đen như củ tam thất”, “hiền như củ khoai”, “ngọt như mía lùi”, “mềm như bún”, “rành rành như canh nấu hẹ”, “khinh như mè”, “xót như muối”, “rầu như dưa”, “nói dẻo như kẹo mạch nha”, “chán như cơm nếp nát”, “nhạt như nước ốc”, “gắt gông như mắm tôm”, “rối như canh hẹ”, “lạnh chanh như hành không muối”, “dùng dùng như bánh chưng ngày Tết”,...

### 3.3. Đặc trưng về đời sống tinh thần

Ở cả hai ngôn ngữ, thành ngữ so sánh phần nào phản ánh đời sống tinh thần của nhân dân lao động. Nền kinh tế nông nghiệp phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên, cùng với phương thức canh tác thô sơ và tư duy hướng nội là các yếu tố tạo nên đời sống tâm linh của người Việt so với người phương Tây. Việc giao lưu tiếp xúc

với các nền văn hóa trong khu vực, đặc biệt là Ấn Độ, ảnh hưởng lớn đến đời sống tinh thần của người dân Việt. Trong thành ngữ so sánh tiếng Việt, hình ảnh tôn giáo hiện lên khá rõ nét. Đặc biệt, hình ảnh Bụt hay Phật và những yếu tố liên quan đến tín ngưỡng mang đậm dấu ấn của tôn giáo phổ biến nhất ở Việt Nam, thể hiện trong các thành ngữ: “hiền như bụt”, “béo như Phật Di Lặc”, “lì dừ như ông từ vào đền”, “khu khu như ông từ giữ oản”, “văng như chùa bà Đanh”,... Bên cạnh đó, thành ngữ tiếng Việt cũng sử dụng những hình ảnh phản ánh đời sống tinh thần phong phú của người dân như: “vui như Tết”, “đông như trảy hội”, hay ghi lại các nhân vật trong các câu chuyện lịch sử, điển tích của dân tộc như: “nợ như chúa Chổm”, “lấy bầy như Cao Biền dạy non”, “chết đứng như Từ Hải”,...

Tương tự như vậy, thành ngữ tiếng Anh cũng sử dụng những hình ảnh phản ánh đời sống văn hóa tinh thần của người dân. Theo trích dẫn trong nghiên cứu của tác giả Nguyễn Việt Hòa (2009), ở Anh có đến 71,6% dân số theo đạo Thiên chúa (số liệu năm 2001) nên đạo này chiếm ưu thế ở Anh. Trong ngôn ngữ cũng xuất hiện các thành ngữ chứa các yếu tố công giáo, nhà thờ, tuy nhiên theo tác giả Hoàng Tuyết Minh (2014), số lượng thành ngữ này rất khiêm tốn (6/253 thành ngữ so sánh ngang bằng). Có thể kể tới các ví dụ như: “as poor as church mouse” (nghèo như con chuột trong nhà thờ = nghèo xơ nghèo xác), “follow sb like Saint Anthony pig” (theo ai như là con lợn của thánh Anthony = theo như cái bóng), “as dead as Julius Caesar” (chết như Julius Caesar = chết). Bên cạnh đó có những từ lấy ra từ kinh thánh như “as patient as Job” (Job là một nhân vật trong kinh thánh). Ngoài ra, tương tự như với tiếng Việt, tiếng Anh (Mỹ) cũng có hình ảnh của những nhân vật trong truyện dân gian như con thỏ trong chuyện “Alice in wonderland” trong thành ngữ “as mad as a March hare” (cuồng lên như thỏ tháng 3), hay con rối Punch kiêu ngạo và lỗ bịch trong vở rối truyền thống Punch và Judy với câu “as proud as Punch” (kiêu ngạo như Punch).

#### 4. Kết luận

Như vậy những hình ảnh biểu trưng trong thành ngữ so sánh ngang bằng cho chúng ta thấy phần nào đặc điểm về tự nhiên, đời sống sinh hoạt, sản xuất và đời sống tinh thần của người dân ở cả hai dân tộc. Kết quả nghiên cứu đã một lần nữa khẳng định mối quan hệ giữa ngôn ngữ và văn hóa nằm trong mối liên hệ giữa tự nhiên-ngôn ngữ và văn hóa: điều kiện tự nhiên quy định nền văn hóa của một dân tộc và nền văn hóa này được phản ánh trong ngôn ngữ của dân tộc đó.

Khả năng vận dụng thành thạo một ngoại ngữ không chỉ phụ thuộc vào năng lực ngôn ngữ mà còn phụ thuộc vào hiểu biết của người học về kiến thức văn hóa trong bối cảnh ngôn ngữ đó. Chính sự khác biệt về cách suy nghĩ, quan niệm giá trị, phong tục tập quán,... của từng dân tộc đã gây không ít khó khăn cho người học ngoại ngữ khi giao tiếp. Vì vậy, để sử dụng ngoại ngữ hiệu quả nhất, việc tìm hiểu những đặc trưng văn hóa dân tộc là một việc làm cần thiết và hữu ích. Qua nghiên cứu, người đọc có thể hiểu thêm về một vài đặc trưng văn hóa của hai nước Anh - Việt thông qua thành ngữ, nhằm vận dụng các thành ngữ này thuần thục hơn trong giao tiếp.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Hạnh Cần, Bích Hằng, Việt Anh (2000), *Thành ngữ tục ngữ Việt Nam*, Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội.
2. Cao Xuân Hạo (2001), *Ngôn ngữ và văn hoá*, in trong *Tiếng Việt văn Việt người Việt*, Nxb Trẻ.
3. Hoàng Phê (2006), *Từ điển tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng.
4. Jennifer Seidle (1978), *English idioms and how to use them*, Oxford University Press.
5. Hoàng Tuyết Minh (2014), *Nét văn hóa dân tộc trong thành ngữ so sánh ngang bằng tiếng Anh (đối chiếu với tiếng Việt)*. *Ngôn ngữ và đời sống*, số 9 (227).
6. Hoàng Văn Hành (2008), *Thành ngữ học tiếng Việt*, Nxb Khoa học Xã hội.
7. Martin H. Manser (1995), Châu Văn Thuận (biên dịch), *Từ điển thành ngữ Anh Việt*, Nxb Tp Hồ Chí Minh.

8. Nguyễn Lâm (2007), *Từ điển thành ngữ và tục ngữ Việt Nam*, Nxb Văn học, Hà Nội.

9. Nguyễn Mai Hoa (2014), *Dấu ấn văn hóa qua hình tượng con vật trong thành ngữ tiếng Việt và tiếng Anh*. *Ngôn ngữ và đời sống*, số 11 (229).

10. Nguyễn Như Ý (1996), *Từ điển giải thích thuật ngữ ngôn ngữ học*, Nxb Giáo dục.

11. Nguyễn Thanh Tùng (2000), *Đặc trưng ngôn ngữ - văn hóa trong nghĩa của từ chi động vật (Anh - Việt)*. *Tạp chí Khoa học ĐHSPTp.HCM*, số 23.

12. Nguyễn Việt Hòa (2009), *Tìm hiểu về so sánh trong thành ngữ so sánh tiếng Việt và tiếng Anh*. *Luận văn Thạc sĩ ngành Ngôn ngữ học*, Hà Nội.

13. Oxford Idioms dictionary for learners of English (2005), OUP.

14. Trần Ngọc Thêm (2004), *Tìm về bản sắc văn hoá Việt Nam*, Nxb TPHCM.

15. Trịnh Cẩm Lan (1995), *Nghiên cứu đặc điểm cấu trúc - ngữ nghĩa và những giá trị biểu trưng của thành ngữ tiếng Việt (trên cú liệu thành ngữ có thành tố cấu tạo là tên gọi động vật)*. *Luận văn thạc sĩ khoa học Ngữ văn*, Hà Nội.

16. Vũ Dung, Vũ Quang Hào, Vũ Thúy Anh (1995), *Từ điển thành ngữ và tục ngữ Việt Nam*, Nxb Văn hóa, Hà Nội.

17. Wiener, S. Nd, (1992), *Commonly used American idioms*, Longman.

18. Xuân Bá, Quang Minh (2008), *Thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh*, Nxb Hà Nội.

**Abstract:** Apart from being important language units which demonstrate a person's efficiency in language use, idioms also express cultural features of a country. Therefore, it is necessary for foreign language learners to acquire cultural knowledge in order to use idioms effectively. In this research, the author aims to find out some similarities and differences between Vietnamese culture and English culture revealed through idiomatic equal comparisons. About 200 idioms were collected, compared and analyzed to highlight features of each culture in terms of natural habitat, daily life and spiritual life of its people.

**Key words:** cultural features; English; equal comparisons; idioms; Vietnamese.