ẨN DỤ THỊ GIÁC TRONG NGHỆ THUẬT NHIẾP ẢNH

ĐỒNG VĂN HIẾU*

Tóm tắt: *Trong nghệ thuật nhiếp ảnh, ẩn dụ thị giác giữ vai trò quan trọng trong việc chuyển hóa những thông tin trực quan thành sự biểu đạt các ý niệm nghệ thuật ở tầng nghĩa sâu hơn. Bài viết tập trung làm rõ bản chất, các hình thức biểu đạt và cơ chế nhận thức, giải mã ẩn dụ thị giác trong nhiếp ảnh, sử dụng cơ sở tiếp cận liên ngành, nghiên cứu vận dụng các lý thuyết gồm: Ẩn dụ khái niệm của George Lakoff và Mark Johnson, Hòa trộn khái niệm của Gilles Fauconnier và Mark Turner, Ký hiệu học thị giác của Roland Barthes, và khung phân loại cấu trúc của Charles Forceville để phân tích cơ chế hình thành và diễn giải ẩn dụ trong nhiếp ảnh. Đồng thời, thông qua nghiên cứu trường hợp đối với các tác phẩm tiêu biểu, bài viết chỉ ra hiệu quả của việc sử dụng ẩn dụ thị giác cũng như sự phân hóa rõ rệt về cách thức vận dụng ẩn dụ giữa các thể loại nhiếp ảnh.*

Từ khoá: ẩn dụ thị giác, ẩn dụ nhiếp ảnh, ngôn ngữ nhiếp ảnh.

Abstract: *In the art of photography, visual metaphor plays a pivotal role in transforming purely visual information into the expression of artistic concepts at deeper levels of meaning. This article examines the nature, modes of representation, and cognitive mechanisms underlying the construction and interpretation of visual metaphors in photography, adopting an interdisciplinary approach, the study draws upon Conceptual Metaphor Theory developed by George Lakoff and Mark Johnson, Conceptual Blending Theory proposed by Gilles Fauconnier and Mark Turner, Roland Barthes' theory of visual semiotics, and Charles Forceville's framework for the structural classification of visual metaphors to analyze the processes through which visual metaphors are constructed and interpreted in photographic works. Furthermore, through case studies of representative photographs, the article demonstrates the effectiveness of visual metaphor as an artistic expressive device and reveals significant differences in the ways visual metaphors are employed across photographic genres.*

Keywords: visual metaphor, photographic metaphor, photographic language

Mở đầu

Nhiếp ảnh là loại hình nghệ thuật thị giác ra đời trên nền tảng khoa học và công nghệ, với đặc trưng nổi bật là khả năng ghi nhận hiện thực một cách trực tiếp, tạo nên giá trị tư liệu được xem như thuộc tính bản thể của ngôn ngữ nhiếp ảnh. Tuy nhiên, tác phẩm nhiếp ảnh không chỉ dừng lại ở chức năng phản ánh hiện thực mà còn có khả năng kiến tạo ý nghĩa thông qua việc tổ chức các yếu tố tạo hình, biểu tượng văn hóa và những mối quan hệ thị giác giàu tính gợi mở. Nhờ đó, hình ảnh nhiếp ảnh có thể vượt lên tầng thông tin trực quan để biểu đạt các ý niệm nghệ thuật, tư tưởng và cảm xúc ở tầng nghĩa biểu trưng.

Ẩn dụ thị giác là một trong những phương thức quan trọng tạo nên khả năng biểu đạt đó. Thông qua việc thiết lập các mối quan hệ tương đồng giữa hình ảnh trực quan và những khái niệm trừu tượng, ẩn dụ thị giác giúp mở rộng biên độ diễn giải của tác phẩm, đồng thời tạo điều kiện để người xem chủ động tham gia vào quá trình kiến tạo ý nghĩa. Vì vậy, nghiên cứu ẩn dụ thị giác không chỉ góp phần làm sáng tỏ cơ chế sáng tạo của nghệ sĩ mà còn giúp lý giải quá trình tiếp nhận và giải mã hình ảnh của công chúng.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu về ẩn dụ thị giác trong nghệ thuật nhiếp ảnh vẫn còn khá khiêm tốn. Phần lớn các bài viết lý luận và phê bình mới dừng ở việc cảm thụ tác phẩm hoặc phân tích nội dung biểu hiện, trong khi cơ chế hình thành và giải mã ý nghĩa của ẩn dụ thị giác chưa được khảo sát một cách hệ thống trên cơ sở các lý thuyết hiện đại về ngôn ngữ học tri nhận, ký hiệu học, và nhận thức thị giác. Khoảng trống này đặt ra yêu cầu xây dựng một khung phân tích có khả năng lý giải mối quan hệ giữa hình ảnh, tư duy, và bối cảnh văn hóa trong quá trình tiếp nhận nhiếp ảnh. Xuất phát từ thực tiễn đó, bài viết tập trung trả lời các câu hỏi nghiên cứu sau: Ẩn dụ thị giác trong nhiếp ảnh được hình thành như thế nào? Quá trình tiếp nhận và giải mã một bức ảnh có sử dụng ẩn dụ diễn ra theo cơ chế nào? Những yếu tố văn hóa tác động ra sao đến việc kiến tạo ý nghĩa của hình ảnh? Trên cơ sở kết hợp lý thuyết Ẩn dụ ý niệm, Thuyết Hòa trộn khái niệm, và Ký hiệu học thị giác, bài viết xây dựng khung phân tích nhằm lý giải cơ chế biểu đạt của ẩn dụ thị giác trong nhiếp ảnh, đồng thời khảo sát một số tác phẩm tiêu biểu để minh chứng cho khả năng vận dụng của khung lý thuyết này trong nghiên cứu và thực tiễn sáng tạo.

Ẩn dụ thị giác trong nhiếp ảnh

Trong cuốn *Mỹ học*, Hegel cho rằng "ẩn dụ là một hình thức so sánh được hình thành trên cơ sở sự tương đồng giữa các hiện tượng của hiện thực"(1). Kế thừa quan điểm này, George Lakoff và Mark Johnson phát triển Lý thuyết Ẩn dụ ý niệm (*Conceptual Metaphor Theory*), xem ẩn dụ là quá trình ánh xạ từ *miền nguồn* (*Source Domain*) sang *miền đích* (*Target Domain*). Miền nguồn là những hình ảnh hoặc kinh nghiệm cụ thể, còn miền đích là những khái niệm trừu tượng được nhận thức thông qua sự tương đồng giữa hai miền.

Trong nhiếp ảnh, cơ chế ánh xạ này được thực hiện bằng ngôn ngữ thị giác. Các yếu tố như đối tượng, bố cục, ánh sáng, màu sắc hay biểu tượng văn hóa không chỉ phản ánh hiện thực mà còn gợi mở những ý nghĩa vượt lên tầng thông tin trực quan. Vì vậy, ẩn dụ thị giác có thể được hiểu là phương thức sử dụng hình ảnh để biểu đạt một ý niệm khác trên cơ sở quan hệ tương đồng về hình thức, đặc điểm hoặc ý nghĩa. Susan Sontag cho rằng: *"Nhiếp ảnh không đơn thuần là tái sinh cái có thực, mà còn tái chế nó... Dưới dạng hình tượng nhiếp ảnh, mọi sự vật đều có thể được gán những ý nghĩa mới"*(2). Quan điểm này khẳng định bản chất của nhiếp ảnh không chỉ nằm ở khả năng ghi chép hiện thực mà còn ở năng lực kiến tạo ý nghĩa thông qua hình ảnh.

Từ góc độ ký hiệu học, Roland Barthes chỉ ra rằng hình ảnh nhiếp ảnh luôn vận động từ tầng biểu thị sang tầng biểu trưng. Người xem trước hết tiếp nhận những thông tin trực quan, sau đó dựa trên tri thức, kinh nghiệm và bối cảnh văn hóa để giải mã những tầng nghĩa sâu hơn của tác phẩm. Bởi vậy, một bức ảnh không chỉ truyền đạt điều được nhìn thấy mà còn gợi mở những điều vượt ra ngoài khuôn hình.

Tuy nhiên, đối với những tác phẩm có cấu trúc biểu đạt phức hợp, mô hình ánh xạ giữa miền nguồn và miền đích chưa đủ để lý giải toàn bộ quá trình hình thành ý nghĩa. Thuyết Hòa trộn khái niệm (*Conceptual Blending Theory*) của Gilles Fauconnier và Mark Turner

(1). Hegel, G. W. F. (1999), tr. 633
(2). Sontag (1977), tr. 228

cho rằng ý nghĩa được tạo ra thông qua sự tương tác giữa hình ảnh trực quan, tri thức nền và kinh nghiệm văn hóa của người tiếp nhận. Vận dụng lý thuyết này vào nhiếp ảnh cho thấy quá trình giải mã ẩn dụ thị giác không chỉ dựa vào bản thân hình ảnh mà còn được hình thành từ sự hòa trộn giữa các không gian nhận thức, qua đó tạo nên những ý nghĩa mới vượt lên thông tin trực tiếp của bức ảnh.

Như vậy, việc kết hợp Lý thuyết Ẩn dụ ý niệm, Thuyết Hòa trộn khái niệm, và Ký hiệu học thị giác tạo nên một khung phân tích tương đối hoàn chỉnh để nghiên cứu ẩn dụ thị giác trong nhiếp ảnh. Khung lý thuyết này không chỉ lý giải cơ chế kiến tạo ý nghĩa của tác phẩm mà còn làm rõ vai trò của người xem trong quá trình tiếp nhận và giải mã hình ảnh.

Sự tiếp nhận ẩn dụ thị giác trong văn hóa Việt Nam

George Lakoff và Mark Johnson cho rằng ẩn dụ không chỉ là hiện tượng của ngôn ngữ mà còn là cơ chế của tư duy và nhận thức[3]. Quan điểm này đặc biệt phù hợp khi nghiên cứu sự tiếp nhận nhiếp ảnh trong bối cảnh văn hóa Việt Nam, nơi tư duy biểu tượng đã trở thành một đặc điểm nổi bật trong đời sống văn hóa.

Trong văn học dân gian Việt Nam, nhiều hình ảnh quen thuộc như *thân cò*, *tấm lụa đào*, *hạt mưa sa*, *trầu – cau* hay *thuyền – bến* không còn mang ý nghĩa miêu tả đơn thuần mà đã trở thành những biểu tượng văn hóa, được cộng đồng sử dụng để diễn đạt thân phận, tình yêu, sự hy sinh, và những giá trị nhân văn. Hệ thống biểu tượng này tạo nên nền tảng tri thức giúp người xem liên hệ từ hình ảnh trực quan đến những tầng nghĩa biểu trưng khi tiếp nhận tác phẩm nhiếp ảnh.

Dưới góc nhìn của thuyết Hòa trộn khái niệm, quá trình giải mã ẩn dụ thị giác được hình thành từ sự kết hợp giữa thông tin thị giác và tri thức văn hóa của người xem. Chẳng hạn, khi quan sát một bức ảnh người phụ nữ lao động một mình với tấm áo đẫm mồ hôi, người xem trước hết tiếp nhận những thông tin trực quan về sự nhọc nhằn của nhân vật. Đồng thời, ký ức văn hóa về hình tượng *thân cò* trong ca dao được kích hoạt, tạo nên sự tương đồng về những phẩm chất như tần tảo, hy sinh, gánh vác. Từ sự hòa trộn giữa hình ảnh, kinh nghiệm sống và ký ức văn hóa, người phụ nữ trong bức ảnh không còn được nhìn nhận như một cá nhân cụ thể mà trở thành biểu tượng của người phụ nữ Việt Nam. Ví dụ này cho thấy ý nghĩa của ẩn dụ thị giác không chỉ được quyết định bởi cấu trúc hình ảnh mà còn chịu ảnh hưởng của môi trường văn hóa tiếp nhận. Vì vậy, cùng một tác phẩm có thể tạo ra những cách diễn giải khác nhau ở các cộng đồng văn hóa khác nhau. Đối với nhiếp ảnh Việt Nam, việc khai thác các biểu tượng quen thuộc của văn hóa dân tộc không chỉ làm giàu khả năng biểu đạt của hình ảnh mà còn góp phần tạo nên sự đồng cảm giữa tác phẩm và công chúng.

Như vậy, quá trình giải mã ẩn dụ thị giác trong nhiếp ảnh là kết quả của sự tương tác giữa cấu trúc thị giác, tri thức nền và kinh nghiệm văn hóa của người tiếp nhận. Đây cũng là cơ sở để vận dụng khung lý thuyết đã trình bày vào việc phân tích các hình thức ẩn dụ thị giác trong nhiếp ảnh.

Một số hình thức ẩn dụ thị giác được sử dụng trong nhiếp ảnh

Sáng tạo nghệ thuật luôn có nhiều cách biểu đạt, vì vậy các hình thức ẩn dụ trong nhiếp ảnh cũng rất đa dạng. Dựa trên cách phân loại của Charles Forceville và đặc điểm ngôn ngữ của nhiếp ảnh, có thể nhận diện bốn hình thức tiêu biểu gồm: *ẩn dụ so sánh* (*Pictorial Simile*)*; ẩn dụ ngữ cảnh* (*Contextual Metaphor*)*; ẩn dụ lai* (*Hybrid Metaphor*)*; ẩn dụ thay thế* (*Replacement Metaphor*).

(3). Lakoff, G. & Johnson, M. (2022), tr. 23

Trong đó, ảnh báo chí, ảnh tư liệu và ảnh đời thường thường sử dụng ẩn dụ so sánh và ẩn dụ ngữ cảnh nhằm bảo đảm tính chân thực của hình ảnh nhưng vẫn mở rộng khả năng biểu đạt. Ngược lại, ảnh ý niệm, ảnh quảng cáo và ảnh truyền thông thường sử dụng ẩn dụ lai và ẩn dụ thay thế để tạo nên những hình ảnh mới giàu sức gợi và có khả năng truyền tải thông điệp mạnh mẽ.

Ẩn dụ so sánh

Ẩn dụ so sánh được hình thành khi hai đối tượng cùng xuất hiện trong một khuôn hình và giữa chúng tồn tại những thuộc tính tương đồng, từ đó tạo nên sự liên tưởng ở người xem.

Tác phẩm *Cảnh giác* (1970) của Mai Nam là một ví dụ tiêu biểu. Ở tiền cảnh, hai con gà mái cùng đàn con đang kiếm ăn; một con ngoảnh đầu quan sát xung quanh, con còn lại vẫn bình thản mổ thức ăn. Ở hậu cảnh, hai người lính trong tư thế trực chiến đối lập với hai người lính đang đọc báo. Sự song hành giữa hai lớp hình ảnh tạo nên mối quan hệ tương đồng về trạng thái cảnh giác.



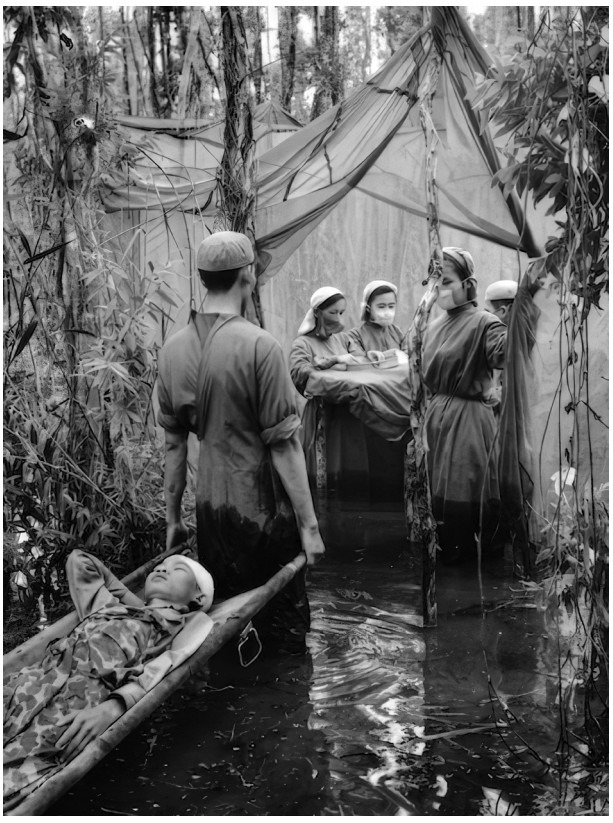
Tác phẩm *Cảnh giác* của Mai Nam

Từ sự tương đồng đó, người xem liên tưởng bản năng bảo vệ đàn con của gà mẹ với tinh thần sẵn sàng chiến đấu của người lính. Bức ảnh vì thế vượt lên giá trị ghi chép hiện thực để biểu đạt tinh thần cảnh giác cách mạng, ý thức bảo vệ cuộc sống hòa bình và khát vọng giữ gìn độc lập dân tộc. Hiệu quả của ẩn dụ không được tạo ra bằng sự dàn dựng mà xuất phát từ chính mối quan hệ giữa các yếu tố hiện thực trong cùng một khuôn hình.

Ẩn dụ ngữ cảnh

Ẩn dụ ngữ cảnh được hình thành khi một đối tượng xuất hiện trong một không gian hoặc hoàn cảnh khác với môi trường tồn tại thông thường của nó. Chính sự thay đổi ngữ cảnh tạo nên khoảng cách nhận thức, thúc đẩy người xem tìm kiếm tầng nghĩa biểu trưng của hình ảnh.

Tác phẩm *Trạm quân y thời chiến* (1970) của Võ An Khánh là một ví dụ cho hình thức ẩn dụ này. Bức ảnh ghi lại cảnh lực lượng quân y chuẩn bị tiến hành một ca phẫu thuật giữa rừng ngập mặn U Minh. Về mặt trực quan, các hoạt động y tế vốn gắn với bệnh viện lại diễn ra trong điều kiện chiến trường đầy gian khổ. Sự đối lập giữa chức năng của hoạt động y tế và không gian thực hiện đã tạo nên ẩn dụ ngữ cảnh. Bức ảnh không chỉ phản ánh hiện thực chiến tranh



Tác phẩm *Trạm quân y thời chiến* của Võ An Khánh

mà còn biểu đạt sức chịu đựng, khả năng thích ứng và ý chí bảo vệ sự sống của quân và dân Việt Nam trong hoàn cảnh khắc nghiệt. Chính tính chân thực của nhiếp ảnh đã làm cho hình ảnh vượt khỏi giá trị tư liệu để trở thành một biểu tượng giàu sức gợi về cuộc kháng chiến.

Ẩn dụ lai

Ẩn dụ lai là hình thức kết hợp hai đối tượng vốn thuộc những lĩnh vực khác nhau để tạo thành một hình ảnh mới mang ý nghĩa biểu trưng. Khác với ẩn dụ so sánh hay ẩn dụ ngữ cảnh, ở đây hai đối tượng không còn tồn tại độc lập mà hòa nhập thành một chỉnh thể thị giác, buộc người xem phải nhận diện đồng thời cả hai lớp hình ảnh để giải mã thông điệp. Trong nhiếp ảnh ý niệm và ảnh truyền thông, ẩn dụ lai được sử dụng khá phổ biến nhằm tăng sức hấp dẫn thị giác và khả năng truyền tải thông điệp. Việc kết hợp các yếu tố hiện thực thành một hình ảnh phi hiện thực không làm giảm tính biểu đạt của nhiếp ảnh mà ngược lại mở rộng khả năng liên tưởng và tạo nên nhiều tầng ý nghĩa.



Tác phẩm truyền thông của WWF-India

Một ví dụ tiêu biểu là bộ ảnh truyền thông của Quỹ Quốc tế Bảo vệ Thiên nhiên tại Ấn Độ (WWF-India) về bảo vệ động vật hoang dã và môi trường. Trong một tác phẩm của chiến dịch này, chai nhựa dùng một lần được tạo hình như một chiếc đồng hồ cát. Đây là sự kết hợp giữa hai đối tượng hoàn toàn khác nhau: chai nhựa – biểu tượng của rác thải hiện đại, và đồng hồ cát – biểu tượng của thời gian.

Ở tầng biểu thị, người xem nhận biết ngay hình ảnh một chai nhựa mang cấu trúc của đồng hồ cát. Tuy nhiên, khi hai hình ảnh được hòa trộn thành một chỉnh thể, ý nghĩa của tác phẩm không còn dừng ở hình thức thị giác. Chiếc đồng hồ cát gợi sự trôi đi của thời gian, trong khi chai nhựa nhắc đến vấn đề ô nhiễm môi trường. Sự kết hợp này tạo nên một ẩn dụ về tính cấp bách của cuộc khủng hoảng rác thải nhựa. Thông điệp mà tác phẩm hướng tới là thời gian dành cho việc bảo vệ môi trường đang dần cạn kiệt và con người cần hành động trước khi quá muộn.

Nhờ phương thức hòa trộn hai hình ảnh quen thuộc thành một cấu trúc mới, tác phẩm không chỉ gây ấn tượng mạnh về thị giác mà còn giúp người xem nhanh chóng tiếp cận thông điệp truyền thông.

Ẩn dụ thay thế

Ẩn dụ thay thế được hình thành khi một đối tượng vốn được kỳ vọng xuất hiện trong hình ảnh lại được thay bằng một đối tượng khác. Chính sự thay thế này tạo nên khoảng trống nhận thức, kích thích người xem tìm kiếm mối liên hệ giữa hình ảnh trực quan và ý nghĩa biểu trưng.

Trong tác phẩm của WWF-India, khi hình ảnh chai nhựa được tạo hình như một chiếc đồng hồ cát, phần vật chất bên trong đồng hồ không phải là cát mà là hình ảnh của một con voi. Đây là chi tiết tạo nên cơ chế của ẩn dụ thay thế.

Ở tầng biểu thị, con voi bị giam trong không gian chật hẹp của chiếc đồng hồ cát; phần đầu

ở phía trên, thân mình ở phía dưới, chiếc cổ bị ép tại vị trí thắt của đồng hồ, tạo cảm giác ngột ngạt và bất lực. Hình ảnh này hoàn toàn phi hiện thực nhưng lại tạo ra hiệu quả thị giác rất mạnh.

Ở tầng biểu trưng, con voi đại diện cho các loài động vật hoang dã đang chịu tác động từ ô nhiễm môi trường do con người gây ra. Việc thay thế cát bằng hình ảnh con voi biến chiếc đồng hồ cát thành biểu tượng của thời gian sống còn đối với thiên nhiên. Người xem nhận thức rằng nếu tình trạng ô nhiễm nhựa tiếp tục kéo dài, ngay cả những loài động vật to lớn và khỏe mạnh nhất cũng không thể tồn tại.

Trong tác phẩm này, ẩn dụ lai và ẩn dụ thay thế không tồn tại tách biệt mà hỗ trợ lẫn nhau. Ẩn dụ lai tạo nên cấu trúc thị giác mới, còn ẩn dụ thay thế làm nổi bật nội dung biểu đạt. Sự kết hợp giữa hai hình thức ẩn dụ giúp tác phẩm vừa thu hút sự chú ý, vừa truyền tải thông điệp bảo vệ môi trường một cách cô đọng, trực quan và giàu sức thuyết phục.

Kết luận

Ẩn dụ thị giác là phương thức quan trọng mở rộng khả năng biểu đạt của ngôn ngữ nhiếp ảnh, giúp tác phẩm vượt khỏi chức năng phản ánh hiện thực để chuyển tải những ý niệm nghệ thuật và giá trị tư tưởng ở tầng nghĩa biểu trưng. Thông qua việc kết hợp Lý thuyết Ẩn dụ ý niệm, Thuyết Hòa trộn khái niệm, và Ký hiệu học thị giác, bài viết đã xây dựng một khung phân tích nhằm lý giải cơ chế hình thành và giải mã ẩn dụ thị giác trong nhiếp ảnh.

Việc dùng các tác phẩm của Mai Nam, Võ An Khánh và chiến dịch truyền thông của WWF-India để làm ví dụ trong bài viết cho thấy mỗi hình thức ẩn dụ thị giác đều có cơ chế kiến tạo ý nghĩa riêng, nhưng đều hướng tới mục tiêu mở rộng khả năng diễn đạt của hình ảnh và thúc đẩy sự tham gia chủ động của người xem trong quá trình tiếp nhận tác phẩm. Hiệu quả của ẩn dụ không chỉ phụ thuộc vào cấu trúc thị giác mà còn chịu tác động của tri thức nền, kinh nghiệm và bối cảnh văn hóa của người tiếp nhận.

Đóng góp của nghiên cứu không nằm ở việc bổ sung một cách phân loại mới về ẩn dụ thị giác, mà ở việc vận dụng tổng hợp ba hướng tiếp cận lý thuyết để xây dựng một khung phân tích phù hợp với nghiên cứu nhiếp ảnh, đồng thời kiểm chứng khung lý thuyết này thông qua các tác phẩm thuộc nhiều thể loại khác nhau. Kết quả nghiên cứu góp phần bổ sung cơ sở lý luận cho nghiên cứu nhiếp ảnh ở Việt Nam, đồng thời có thể được tham khảo trong hoạt động sáng tác, phê bình và giảng dạy nhiếp ảnh, đặc biệt đối với việc nghiên cứu cơ chế kiến tạo và tiếp nhận ý nghĩa của hình ảnh.

** Ths., Giảng viên khoa Nhiếp ảnh, Trường Đại học Sân khấu-Điện ảnh Hà Nội*

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Barthes, R. (1964). *Rhétorique de l'image*. Communications
2. Fauconnier, G., & Turner, M. (2002). *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. Basic Books.
3. Forceville, C. (1996). *Pictorial Metaphor in Advertising*. Routledge.
4. Hegel, G. W. F. (1999). *Mỹ học* (Tập 1), Phan Ngọc dịch. NXB Văn Học.
5. Lakoff, G. & Johnson, M. (2022), *Chúng ta sống bằng ẩn dụ* (Tạ Thành Tấn dịch), NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

6. Nguyễn Quân. (2020). *Nhìn - Thấy - Yêu - Hiểu*. NXB Thế Giới.
7. Sontag, S. (1977). *Bàn về nhiếp ảnh* (Trịnh Lữ dịch). NXB Thế Giới.

Ngày nhận được bài: 23/6/2026; Ngày nhận xét phản biện 25/7/2026;
Ngày quyết định đăng: 5/8/2026; Ngày đăng: 25/9/2026