

THE METAPHORIAL THOUGHTS
IN THE COGNITIVE DOMAIN
OF ECONOMICS

经济认知域的隐喻思维

◎ 吴恩锋 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

THE METAPHORIAL THOUGHTS
IN THE COGNITIVE DOMAIN
OF ECONOMICS

经济认知域的隐喻思维

© 吴恩锋 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

经济认知域的隐喻思维 / 吴恩锋著. — 杭州: 浙江大学出版社, 2010. 3
ISBN 978-7-308-07113-0

I. 经… II. 吴… III. 经济学—研究 IV. F0

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 180296 号

经济认知域的隐喻思维

吴恩锋 著

责任编辑 田 华
封面设计 刘依群
出版发行 浙江大学出版社
(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)
(网址: <http://www.zjupress.com>)
排 版 杭州中大图文设计有限公司
印 刷 杭州浙大同济教育彩印有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 16
字 数 296 千
版 印 次 2010 年 3 月第 1 版 2010 年 3 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-308-07113-0
定 价 38.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88923591

目 录

1 绪 论	(1)
1.1 引 言	(2)
1.1.1 研究对象、方法和目标	(2)
1.1.2 本书的创新点	(5)
1.2 隐喻定义探讨	(8)
1.2.1 四部汉语辞典对隐喻及相关术语的定义	(8)
1.2.2 六部英语辞典对 metaphor 及 simile 的定义	(12)
1.2.3 以亚里士多德为代表的传统隐喻观	(15)
1.2.4 以 Lakoff 和 Johnson 为代表的认知隐喻观	(16)
1.3 我国隐喻研究概况	(18)
1.3.1 我国隐喻研究的热潮	(18)
1.3.2 隐喻认知观与比喻修辞观发展趋势对比	(19)
1.3.3 隐喻研究呈现出多学科、跨学科的趋势	(20)
1.4 概念隐喻理论	(22)
1.4.1 源远流长的隐喻研究	(22)
1.4.2 Lakoff 和 Johnson 的概念隐喻理论	(24)
1.4.3 概念隐喻理论的发展和应用概况	(40)
2 经济认知域的方位隐喻	(44)
2.1 经济认知域的“上/下”方位隐喻	(44)
2.1.1 “上/下”方位隐喻的词条及其词频	(46)

2.1.2	“上”方位隐喻的语义分析	(47)
2.1.3	“下”方位隐喻的语义分析	(54)
2.1.4	“上/下”方位隐喻的认知分析	(60)
2.2	经济认知域的“高/低”方位隐喻	(63)
2.2.1	“高/低”方位隐喻的词条及其词频	(64)
2.2.2	“高”方位隐喻的语义分析	(65)
2.2.3	“低”方位隐喻的语义分析	(74)
2.2.4	“高/低”方位隐喻的认知分析	(77)
2.3	本章小结	(80)
3	经济认知域的本体隐喻	(82)
3.1	经济认知域的实体与物质隐喻:以财富隐喻为例	(82)
3.1.1	“财富是金”隐喻的语义分析	(82)
3.1.2	“财富是水”隐喻的语义分析	(84)
3.1.3	财富隐喻的认知分析	(86)
3.2	经济认知域的容器隐喻:以“房屋”隐喻和“仓”隐喻为例	(88)
3.2.1	“房屋”隐喻的语义分析	(88)
3.2.2	“仓”隐喻的语义分析	(90)
3.2.3	“房屋”隐喻和“仓”隐喻的认知分析	(93)
3.3	经济认知域的人体隐喻	(94)
3.3.1	以“身”相关概念为始源域的隐喻	(95)
3.3.2	以“手”相关概念为始源域的隐喻	(97)
3.3.3	以“下肢运动”相关概念为始源域的隐喻	(104)
3.3.4	以“头”相关概念为始源域的隐喻	(107)
3.3.5	以“其他身体部位”相关概念为始源域的隐喻	(109)
3.3.6	以“生育”相关概念为始源域的隐喻	(112)
3.3.7	人体隐喻的认知分析	(114)
3.8	本章小结	(118)
4	经济认知域的结构隐喻	(120)
4.1	商场如战场:经济认知域的战战争隐喻	(120)
4.1.1	战争隐喻的词条及其词频	(121)
4.1.2	战争隐喻的语义分析	(124)
4.1.3	战争隐喻的认知分析	(143)

4.2 商场如交通:经济认知域的交通隐喻	(147)
4.2.1 交通隐喻的词条及其词频	(147)
4.2.2 交通隐喻的语义分析	(149)
4.2.3 交通隐喻的认知分析	(154)
4.3 商场如天气:经济认知域的天气隐喻	(158)
4.3.1 天气隐喻的词条及其词频	(158)
4.3.2 天气隐喻的语义分析	(159)
4.3.3 天气隐喻的认知分析	(165)
4.4 商场如剧场:经济认知域的戏曲隐喻	(168)
4.4.1 戏曲隐喻的词条及其词频	(168)
4.4.2 戏曲隐喻的语义分析	(169)
4.4.3 戏曲隐喻的认知分析	(176)
4.5 商场如赌场:经济认知域的博弈隐喻	(178)
4.5.1 博弈隐喻的词条及其词频	(178)
4.5.2 博弈隐喻的语义分析	(180)
4.5.3 博弈隐喻的认知分析	(187)
4.6 商场如酒场:经济认知域的饮食隐喻	(189)
4.6.1 饮食隐喻的词条及其词频	(190)
4.6.2 饮食隐喻的语义分析	(191)
4.6.3 饮食隐喻的认知分析	(197)
4.7 商场如考场:经济认知域的教育隐喻	(200)
4.7.1 教育隐喻的词条及其词频	(200)
4.7.2 教育隐喻的语义分析	(201)
4.7.3 教育隐喻的认知分析	(205)
4.8 商场如赛场:经济认知域的体育隐喻	(208)
4.8.1 体育隐喻的词条及其词频	(208)
4.8.2 体育隐喻的语义分析	(209)
4.8.3 体育隐喻的认知分析	(213)
4.9 商场如医院:经济认知域的医药隐喻	(216)
4.9.1 医药隐喻的词条及其词频	(216)
4.9.2 医药隐喻的语义分析	(217)
4.9.3 医药隐喻的认知分析	(223)
4.10 商场如情场:经济认知域的婚恋隐喻	(225)
4.10.1 婚恋隐喻的词条及其词频	(225)

4.10.2 婚恋隐喻的语义分析	(226)
4.10.3 婚恋隐喻的认知分析	(232)
4.11 本章小结	(234)
5 结 论	(236)
5.1 经济认知域概念隐喻的认知规律	(236)
5.1.1 经济认知域概念隐喻的具体认知规律	(236)
5.1.2 经济认知域概念隐喻的宏观认知规律	(240)
5.2 本书的不足之处及进一步研究的课题	(242)
5.2.1 本书的不足之处	(242)
5.2.2 进一步研究的课题	(243)
主要参考文献	(244)
后 记	(251)

1 绪 论

Lakoff 和 Johnson(1980)合著的《我们赖以生存的隐喻》(*Metaphors We Live By*)一书开辟了一条新的从认知角度来研究隐喻的途径,真正确立了隐喻在认知中的地位。(蓝纯 2005:111)当该书于 2003 年再版时,Lakoff 和 Johnson(2003:243)在后记中表示,这本书对于人类思维的研究所产生的贡献是他们当初写作时始料未及的。Lakoff 和 Johnson(1980:3,2003:3)在该书开篇指出:“对于大多数人来说,隐喻是诗性想象和修辞装饰的工具——是一种反常的而非普通的语言。而且,隐喻通常仅仅被视为语言特征,一种话语问题而非思维或行动问题。因此,大多数人认为他们无需隐喻也能够很正常地生活。与此相反,我们发现,隐喻在日常生活中广泛存在,不仅存在于语言之中,而且存在于思维和行动之中。我们借以思维和行动的普通概念系统从本质上是隐喻性的。”基于大量的语言事实,Lakoff 和 Johnson 提出了概念隐喻(conceptual metaphors)理论,并把概念隐喻划分为三大类型,即方位隐喻(orientational metaphors)、本体隐喻(ontological metaphors)和结构隐喻(structural metaphors)。也就是说,这三种类型的概念隐喻正是 Lakoff 和 Johnson 所谓的“我们赖以生存的隐喻”。本书以 Lakoff 和 Johnson 所提出的概念隐喻理论为研究框架,以我们自己制作的语料库为语料来源,利用精确的数据统计方法,结合传统的语言研究手段,对汉语经济认知域概念隐喻的独特认知规律进行研究和探索。

1.1 引言

本节主要介绍本书的研究对象、方法和目标,并从三个方面论述本书的创新点。

1.1.1 研究对象、方法和目标

本书的研究对象是经济认知域的概念隐喻。之所以选择经济报道,是因为改革开放 30 年来,中国的经济建设经过长足稳定的发展,取得了举世瞩目的成就。经济问题是我国 30 年来上到国家领导人下到普通民众所普遍关注的核心热点问题,而我们所选择的《21 世纪经济报道》、《中国经营报》、《经济观察报》,基本上可以代表我国经济类报纸媒体对于经济问题的主流认知观点。之所以选择概念隐喻,是因为概念隐喻是人类赖以感知、思维和行动的主要方式,是人类赖以生存的认知方式。所以,对于经济认知域概念隐喻的研究和探索可以从一定程度上揭示汉民族对于经济认知域的隐喻认知规律。

本书采用定性分析与定量分析相结合的研究方法来探索经济认知域概念隐喻的认知规律,即运用概念隐喻理论对语料库中的隐喻语料进行定性分析,运用语料库统计数据对具体隐喻概念关键词进行定量分析,通过这两者的结合来探索经济认知域概念隐喻的认知规律。更具体一点说,本书的理论框架主要来源于 Lakoff 和 Johnson(1980,2003)在《我们赖以生存的隐喻》一书中所提出的概念隐喻理论,包括方位隐喻、本体隐喻、结构隐喻这三种隐喻类型^①。我们制作的语料库由国内三大经济类报纸《21 世纪经济报道》、《中国经营报》、《经济观察报》2003 年至 2006 年四年期间的全部文章标题共 62307 条构成^②。

我们制作的语料库不仅能够为本书的研究提供真实可靠的语料支持,还能够对方位隐喻、本体隐喻、结构隐喻中所涉及的具体始源域概念(表现为关键词)进行精确的数据统计。通过对这些统计数据的观察和对比,我们能够发现以往用传统隐喻研究方法所不能发现的问题,从而揭示经济认知域概念隐喻的独特认知规律。比如,在方位隐喻中,“上/下”方位隐喻所有词条的总词频为 1607 次,在语料库中,“上”和“下”方位隐喻的出现概率为 2.5792%。从词条结构类型来看,“上”和“下”隐喻词条在数量分布上是基本对等的,但是“上”和

① 对于概念隐喻理论的详细探讨将在本章第四节进行。

② 其中《21 世纪经济报道》的标题为 28983 条;《中国经营报》的标题为 19350 条;《经济观察报》的标题为 13974 条。

“下”隐喻词条的总词频相比差别却比较大:“上”隐喻词条的总词频是 1384 次,“下”隐喻词条的总词频是 223 次。从比例上看,“上”隐喻词条的总词频占“上/下”总词频的 86.12%,而“下”隐喻词条的总词频仅占“上/下”总词频的 13.88%。相似地,“高”、“低”方位隐喻的总词频为 1136 次,在语料库中的出现概率为 1.8232%。其中,“高”方位隐喻词条共有 36 个,总词频为 905 次;“低”方位隐喻词条共有 16 个,总词频为 231 次。在“高/低”方位隐喻总词频中,“高”方位隐喻占 79.67%,而“低”方位隐喻仅占 20.33%。以上数据表明,在语料库中,“上”和“高”受关注的程度远远大于“下”和“低”受关注的程度。这从一定程度上可以表明,汉民族在对经济认知域的认知过程中,更倾向于“向上看”和“向高看”。再如,根据语料库数据统计,战争隐喻词条共有 195 个,总词频为 3066 次,在语料库中的出现概率为 4.9208%。在本书总结出的战争隐喻、交通隐喻、天气隐喻、戏曲隐喻、博弈隐喻、饮食隐喻、教育隐喻、体育隐喻、医药隐喻、婚恋隐喻等 10 个结构隐喻类型中,战争隐喻数量居第一位。这就为“商场如战场”这样的隐喻性谚语以及国内众多企业家热衷于通过学习《孙子兵法》或毛泽东军事思想来提高自己的经营管理能力等现象提供了很好的认知解释。

本书之所以采用文章标题作为语料库的语料来源,主要是出于以下三个方面的考虑:

第一,一般来说,标题是文章的题眼,是文章核心内容的凝聚和精华。从而,经济报道文章标题所反映的概念隐喻认知规律可以从相当大的程度上代表经济报道整体上所蕴涵的概念隐喻认知规律。

第二,语料库作为语言研究的辅助手段,必须具有可操作性。如果以经济报道全文作为语料来源,则语料库非常庞大,虽然可以统计出精确的词频,但是对于每个例句进行精确的人工语义和认知分析就不太可能了,进而对每个关键词的本义和隐喻义进行详细的语义和认知分析也就无从谈起。而以三大经济类报纸四年间全部文章标题共 62307 条建成的语料库,既保证了语料库的规模足够大,又使得对于每个例句和关键词的辨别和分析成为可能。

第三,文章标题的形式比较规范、整齐,内容比较严谨、集中。文章标题的长度比较均匀,大多介于 10 至 20 个汉字之间,相对于长短参差不齐的普通句子,文章标题形式上更规范、更整齐。而且,相对于文章中的普通句子,文章作者对于标题往往要更加仔细地斟酌,对于标题的表达方式所投入的认知努力往往更多,所以,相对于普通句子,文章标题内容上更严谨、更集中。

下面对三大经济类报纸作简要的介绍^①：

(一)《21 世纪经济报道》(*21st Century Business Herald*)

《21 世纪经济报道》创刊于 2001 年，面向全国发行。该报秉承新闻创造价值的理念，坚持独立、客观的报道风格，立足于国际通行的经济法则，及时有效地反映世界经济格局的变化，跟踪报道中国企业界的动态。经过不断的发展，《21 世纪经济报道》已经在众多公司高管、专业人士及政府官员中树立起了良好的口碑，成为中国商业报纸的领导者。2003 年 1 月 1 日起，《21 世纪经济报道》由每周一期改为每周两期，逢周一、周四出版。2006 年该报又实行了“一周三期”的重大策略，新闻更客观，资讯更新鲜。“中国商业报纸领导者”风范再次得到充分体现。《21 世纪经济报道》入选“2004 中国最具价值 500 品牌”，成为唯一上榜的财经类报纸。同年当选“莱卡风尚大奖”之最新锐媒体。《21 世纪经济报道》的主要栏目有：综合、政经、财经、金融、产经、IT、汽车、管理、评论研究、地产、生活、读书等。

(二)《中国经营报》(*China Business*)

《中国经营报》创刊于 1985 年，是经济类周报。该报服务于中国的商务管理阶层，为读者提供资讯支持、知识支持、智慧支持是《中国经营报》所倡导的编辑使命。《中国经营报》的读者多为商务管理人士，他们不仅拥有活跃的个人学习和消费欲望，对企业的经营和管理同时拥有建议或者决策权。因此，《中国经营报》成为众多跨国公司职员和企业经理人首选的经济类资讯获取渠道。《中国经营报》的栏目有：要闻（包括头条、要闻、天下、商界、新闻访谈、特别报道、本周视点、专题、国情）、评论（包括专栏、财经观察）、财经（包括时事、资本/投行、专题、金融、银行/保险、基金/证券、纵深）、产经（包括商业物流、IT、汽车、地产、会展、经济视点、专题、知识创新、e 街、会展行业）、商业新知（包括与老板对话、新营销、营销实战、管理案例、新管理、体育商业、500 强论剑、慢生活、商业前沿、健康、悦读、收藏、赛事、运营、奥运看台、赛场传真、奥运会客厅、奥运 08 之星、奥运伙伴故事、商业新知、市场调查）等。

(三)《经济观察报》(*The Economic Observer Newspaper*)

《经济观察报》创刊于 2001 年，是经济类周报，其特色在于充分表现新兴的、行动能力强的价值观和生活态度，即理性、建设性；有选择的信息；有独到视角的专栏；富有冲击力的图片和制作讲究的整体设计。以中国社会拥有财富、

^① 介绍内容主要参考了这三大经济类报纸的官方网站。《21 世纪经济报道》的官方网站为：<http://www.21cbh.com>；《中国经营报》的官方网站为：<http://www.cb.com.cn>；《经济观察报》的官方网站为：<http://www.eeo.com.cn>。

拥有权力、拥有思想、拥有未来的实力阶层为读者对象。《经济观察报》的栏目有:政经要闻(包括北京消息、地方新闻、港澳台、国际)、金融投资(包括股票、基金、保险、银行、期货、理财、其他、市场传闻)、公司产业(包括IT/家电、汽车、地产、医药/快速消费品、能源/化工/原材料、交通/物流、中小企业、其他)、商业评论(包括管理、营销、职场、商学院)、观察家(包括热门评论、专栏)、商务生活(包括编辑选择、生活方式、天然聊球)、品牌活动(包括最受尊敬企业、商业标杆、华商名人俱乐部、杰出营销奖、观察家年会、蓝筹地产评选、华商名人堂、品质生活、“快公司2.0”活动、品牌奥运会)等。

总之,《21世纪经济报道》、《中国经营报》和《经济观察报》在中国的经济类报纸中具有代表性,其报道内容可以代表我国经济类报纸媒体的主流观点。因此,选取这三大报纸作为语料库语料来源是可靠的和有权权威性的。

束定芳(1996,2000:10)指出,现代隐喻学应该有两个目标:一是对隐喻现象的描述;二是对这一现象的解释。充分的描述是解释的前提条件。而解释则是任何一门学科的最高目标之一。对隐喻的解释,需要从心理学、社会学、哲学、语言学和阐释学等角度进行。因此,本书的研究目标也有两个:一是对语料库中的概念隐喻现象进行描述;二是对语料库中的概念隐喻现象进行解释。我们对于概念隐喻现象的描述是基于语料库统计数据支持的量化描述。语料库数据分析显示,Lakoff和Johnson(1980,2003)所提出的概念隐喻三大类型,即方位隐喻、本体隐喻和结构隐喻,在语料库中也广泛存在。我们的研究目标首先是对语料库中的这三大类概念隐喻现象进行充分的描述。比Lakoff和Johnson(1980,2003)的概念隐喻研究更进一步的是,基于语料库的统计数据使我们的分析可以对每种隐喻类型进行精确的量化,从而使得我们对隐喻现象的描述更具客观性和精确性。在对语料库中的概念隐喻进行精确的量化描述的基础上,我们致力于解释这些现象背后的认知基础,主要是借鉴Lakoff和Johnson(1980,2003)的认知分析方法,从物理基础、生理基础、社会基础、文化基础等角度入手进行解释。

1.1.2 本书的创新点

本书的创新点主要体现在以下三个方面:

第一,本书基于语料库,以精确的统计数据来支持论点,避免了以往隐喻研究缺乏实证性的弊端。Ning Yu(1998:7)总结了Fernandez(1991),Quinn(1991),Gibbs(1996)等人对认知语言学的隐喻研究所作的批评并指出,以往认知语言学的隐喻研究因为其研究方法的弱点或局限性而受到批评,比如内省法、脱离语境,以及缺乏跨文化和跨语言的视角,等等。蓝纯(2005:128)也结合

Goatly(1997), Kyratzis(1998), Stibbe(1997)等人对认知隐喻研究的批评而指出:“不少认知隐喻研究不注重语料收集,所分析的语料通常覆盖面偏窄,甚至有不少是研究者坐在书斋里闭门造车编造出来以证明一个事先预设的理论的。这样的结果是有些研究不能为实际语料的分析提供框架和可操作的模式。Stibbe等呼吁认知语言学家应该从自然语言中尽可能选择有代表性的语料,对语料的分析也应该尽可能地在完整的语境中进行,这样才能验证认知隐喻理论的可靠性和解释力。”Cameron和Low(2001: 177-199)在他们编辑的*Researching and Applying Metaphor*(《隐喻的研究和应用》)一书中收录了Deignan的文章“Corpus-based research into metaphor”(《基于语料库的隐喻研究》),该文章论述了用语料库进行隐喻研究的优点。Deignan指出,使用传统的凭直觉、内省的方法或有限语篇分析的方法往往使得研究结果主观性太强,观点可能比较片面,而用语料库进行定量分析的方法则大大减少了研究中的主观性和片面性,增强了客观性和科学性。Sinclair(1991: 4)在其专著*Corpus, Concordance, Collocation*(《语料库、词汇索引、搭配》)中也指出,用语料库进行系统研究的方法能够得到只用直觉、内省的方法所无法得到的信息,语料库的精确量化和客观化优点是直觉、内省的方法无可比拟的。近年来,西方隐喻研究学者已经有基于语料库的隐喻研究成果问世,如Carol Marley(2007)的“假设同一:约会广告语料库中互文隐喻的工作机制”(“Assuming identities: The workings of intertextual metaphors in a corpus of dating ads”)和Alice Deignan and Liz Potter(2004)的“英语和意大利语中隐喻和转喻的语料库研究”(“A corpus study of metaphors and metonyms in English and Italian”)。有鉴于此,我们整理了国内三大经济类报纸——《21世纪经济报道》、《中国经营报》、《经济观察报》——2003年至2006年四年间的全部文章标题共62307条^①建成了一个语料库作为语料和数据来源,我们称之为“语料库”。因此,我们在本书中所涉及的每种隐喻类型以及每个隐喻词条都有精确的统计数据支持。这些统计数据使得我们对于隐喻现象的描述更精确,对于隐喻现象的阐释更透彻。

第二,本书借用西方的概念隐喻理论,基于汉语语料库进行研究,发现了传统汉语比喻修辞观视角下所无法发现的认知现象、认知规律及其认知基础。沈家煊(特约通讯员,2002)在给“首届全国认知语言学研讨会”的贺信中指出:“任何一个国外的流派介绍到中国来,都有一个如何与中国的实际相结合的问题。这种结合有两个方面,一是要跟中国语言学研究的传统和现状相结合;二是要

^① 其中《21世纪经济报道》的标题为28983条;《中国经营报》的标题为19350条;《经济观察报》的标题为13974条。

跟中国的语言材料(汉语和汉语各方言、少数民族语言)相结合。历史证明,外来的东西有了这两个结合才有肥沃的土壤,才能开花结果,不然就只能是昙花一现,不能持久的。”非常明显的一点是,Lakoff 和 Johnson 在《我们赖以生存的隐喻》一书的研究中所采用的语料都是英语语料,所以他们发现的主要是英语语言中概念隐喻的认知规律,而汉语语言中概念隐喻的认知规律很可能会有不同的表现。而我们借用 Lakoff 和 Johnson 所提出的概念隐喻理论框架结合汉语语料所作的研究正是基于沈家煊所倡导的以上两个方面的结合而进行的。本书对经济认知域概念隐喻所进行的方位隐喻、本体隐喻、结构隐喻三分法是传统的汉语比喻修辞观理论所不具备的,而认知层面的解释和分析也是用传统的汉语比喻修辞观理论所无法实现的。从 Lakoff 和 Johnson 概念隐喻理论的视角出发,结合语料库统计数据,我们发现了许多传统比喻修辞观视角下所无法发现的认知层面的问题,比如结构隐喻中的战争隐喻、交通隐喻、天气隐喻等十种隐喻类型及其认知规律、认知基础等。

第三,本书应用宏观的概念隐喻理论研究微观的概念隐喻问题,基于语料库概念隐喻研究的成果促进了 Lakoff 和 Johnson 的概念隐喻理论的具体化和深入化。《外语教学与研究》2002 年第 2 期导言指出:“‘引而申之,经由万原’,即经由隐喻而生出种种概念、语义、语法表达,是人类语言自然演进的道路,而当代的认知语言研究者则试图沿同一道路反向探索,揭示隐喻的规律和作用机制,以了解概念、语义等等如何形成、如何变迁,并最终达到‘知化穷冥’的目的。理论已经明确,方法也已引进,今后几年认知语言研究能否有实质性的进展,取决于多样、深入的个案探考。”束定芳(2000:前言 2)也指出:“中国学者对隐喻研究的真正贡献恐怕应该是通过对汉语隐喻特征的研究和考察,通过对汉语隐喻与其他语言隐喻的对比研究,为建立隐喻的一般理论提供更为有力的,甚至是独特的依据。”不难发现,Lakoff 和 Johnson 在《我们赖以生存的隐喻》一书中所提出的概念隐喻理论是基于整个英语日常语言系统的宏观框架,对于诸如经济域、政治域、医药域、战争域、爱情域等特定目标域的认知对象究竟有哪些始源域概念以及这些始源域概念的表现方式和组织方式并没有进行深入细致的探讨,尤其是没有精确量化的数据支持。本书则基于语料库统计数据,对经济认知域的方位隐喻、本体隐喻和结构隐喻进行了定性与定量分析相结合的研究,发现了语料库中概念隐喻的独特认知规律。比如,Lakoff 和 Johnson 在方位隐喻的研究中并未揭示“上”和“下”方位隐喻的数量对比,以及“上/下”方位隐喻中各种映射类型的比例关系。而我们根据语料库的统计数据发现,“上”隐喻词条的总词频占 86.12%,而“下”隐喻词条的总词频仅占 13.88%,从而用数据证明汉民族在对经济域的认知过程中,更倾向于“向上看”。并且在 10 种

方位隐喻映射类型中,“数字大或数量多是上;数字小或数量少是下”,以及“行政级别高是上;行政级别低是下”这两种映射类型占了 87.67% 的比例,是具有绝对优势的映射类型。在“高/低”方位隐喻的研究中也得出了类似的结果,从而证明“上/下”和“高/低”方位隐喻之间具有系统连贯性。再如,语料库统计数据表明,人体隐喻(属于本体隐喻类型)是汉民族实现对经济域概念进行认知的重要方式,而且以“手”相关概念和“头”相关概念为始源域的隐喻是人体隐喻中占优势的认知方式。再如,在结构隐喻的研究中,我们总结出战争隐喻、交通隐喻、天气隐喻、戏曲隐喻、博弈隐喻、饮食隐喻、教育隐喻、体育隐喻、医药隐喻、婚恋隐喻等 10 种映射类型并且根据精确的数据统计出各种类型的出现概率。这种针对某一特殊目标域所进行的趋于穷尽性的结构隐喻类型研究是 Lakoff 和 Johnson 不曾提出过更不曾量化过的。语料库统计数据表明,战争隐喻和交通隐喻是上述 10 种结构隐喻类型中最常用的两种,这可以从一个侧面解释为什么 Lakoff 和 Johnson(1980,1999,2003)在他们的研究中最常引用的两个结构隐喻是 ARGUMENT IS WAR 和 LOVE IS A JOURNEY。

总之,在本书的研究中我们把 Lakoff 和 Johnson 的概念隐喻理论应用到了汉语研究的实践,基于语料库统计数据对具体的概念隐喻类型进行了精确量化,是对 Lakoff 和 Johnson 概念隐喻理论的具体化和细节化。

1.2 隐喻定义探讨

隐喻是本书的核心术语,因此,我们首先要对隐喻术语的定义进行细致的考察。一般情况下,辞典可以作为术语定义的权威出处,主要辞典中的术语定义基本上可以代表当时代的主流学术观点。因此,我们在本节考察 20 世纪 90 年代以来出版的四部汉语辞典^①和六部英语辞典对隐喻(metaphor)及其相关术语的定义,比较它们的异同并进行评价。

1.2.1 四部汉语辞典对隐喻及相关术语的定义

本书采用《现代汉语辞典》(商务印书馆,2006 年版)、《现代汉语大词典》(汉语大词典出版社,2000 年版)、《辞海》(上海辞书出版社,1999 年版)这三部权威的通用汉语辞典和专业辞典《大辞海·语言学卷》(上海辞书出版社,2003 年版)来考察汉语辞典对隐喻的定义。分别讨论如下:

^① “词典”和“辞典”的名称是并存的,往往因出版社的不同而名称各异。本文在简称时统称为“辞典”。

(一)《现代汉语辞典》

隐喻:比喻的一种,不用“如”、“像”、“似”、“好像”等比喻词,而用“是”、“成”、“就是”、“成为”、“变为”等词,把某事物比拟成和它有相似关系的另一事物。如“少年儿童是祖国的花朵”,“荷叶成了一把把撑开的小伞”。也叫暗喻。(第1629页)

既然该辞典把隐喻定义为比喻的一种,我们就要同时考察一下该辞典对比喻的定义。

比喻:修辞方式,用某些有类似点的事物来比方想要说的某一事物,以便表达得更加生动鲜明。(第71页)

可见,在《现代汉语辞典》中,隐喻被看作是一种修辞方式,而且被看作是比喻的类型之一。从语法结构上看,隐喻的比喻词用“是”、“成”、“就是”、“成为”、“变为”等;从语义结构上看,隐喻所涉及的两种事物之间有相似关系。并且,该辞典还认为隐喻等同于暗喻,是它的另一种名称。

(二)《现代汉语大词典》

隐喻:①暗中寄寓讽喻之意。如:隐喻托讽。也指言外之意。端木蕻良《遥远的风沙》:“他怕这算账两字的隐喻,就是绑票,勒索,或结果性命。”②修辞手法比喻的一种。又称暗喻。其构成方式是本体和喻体之间不用喻词“如”、“像”之类,而是用“是”、“成为”等动词来联系,有时连动词也不用,如“花的海洋”、“落后和贫困这两座大山”。(第618页)

《现代汉语大词典》虽然把隐喻分成两类,但是第一种“暗中寄寓讽喻之意”好像与“暗喻”并没有什么本质的不同。第二种也是把隐喻作为一种修辞手法,着重从语法结构上指出了隐喻的特点,指出了“本体”、“喻体”和“喻词”这三个构成隐喻的主要成分,指出“是”、“成为”是常用的喻词。

(三)《辞海》

隐喻:比喻的一种。本体和喻体的关系,比之明喻更为紧切。明喻在形式上只是相类的关系,隐喻在形式上却是相合的关系。本体和喻体两个成分之间一般要用“是”、“也”等比喻词。如:“儿童是祖国的花朵。”本体和喻体两个成分常可构成偏正关系。如:“在四化建设的舞台上,每个人都可大显身手。”即以“舞台”喻“四化建设”。(第2039页)

《辞海》同前两部辞典一样也把隐喻视为比喻的一种,那么我们也看一下《辞海》对于比喻的定义:

比喻:亦作“譬喻”。修辞学上辞格之一。思想的对象同另外的事物有了类似点,就用另外的事物来比拟思想的对象,叫比喻。比喻的成立,实际上共有思

想的对象、另外的事物和类似点三个要素。因此形式上就有本体、喻体和比喻词三个成分。凭着这三个成分的异同和隐现,比喻可分为明喻、隐喻、借喻等。(第 97—98 页)

可见,《辞海》也是把隐喻视为一种修辞方式或辞格,并且把隐喻作为比喻的种类之一。指出隐喻构成的基础是两个事物之间存在类似点,而且指出了“本体”、“喻体”和“比喻词”这三个构成成分。从句法结构上的分析与前两部辞典略有不同,认为“是”、“也”是隐喻的常用喻词。

(四)《大辞海·语言学卷》

从某种程度上说,《大辞海·语言学卷》应该算作语言学专业辞典,在这部辞典中,隐喻被归为修辞学这一部分。(第 158 页)

该辞典对于隐喻的定义如下:

隐喻:比喻的一种。本体和喻体的关系,比之明喻更为紧切。明喻在形式上只是相类的关系,隐喻在形式上却是相合的关系。本体和喻体两个成分之间一般要用“是”、“也”等比喻词。如:“儿童是祖国的花朵。”本体和喻体两个成分常可构成偏正关系。如:“在四化建设的舞台上,每个人都可大显身手。”即以“舞台”喻“四化建设”。

该定义与《辞海》中对于隐喻的定义了无差别,这两部辞典都是由上海辞书出版社出版的,定义相同也在情理之中。问题是,这个定义虽然指出“明喻在形式上只是相类的关系,而隐喻在形式上却是相合的关系”,但是,“相类”和“相合”是两个概念非常相近的词汇,让人感觉非常模糊,该定义却没有对“相类”和“相合”作进一步的解释,不能不说是一种遗憾。

既然该辞典也把隐喻作为比喻的一种,那么我们也考察一下该辞典对于比喻的定义:

比喻:也作“譬喻”。修辞学上辞格之一。思想的对象同另外的事物有了类似点,就用另外的事物来比拟思想的对象,叫比喻。比喻的成立,实际上共有思想的对象、另外的事物和类似点三个要素。因此形式上就有本体、喻体和比喻词三个成分。凭着这三个成分的异同和隐现,比喻可分明喻、隐喻、借喻等。(第 158 页)

这里比喻的定义与《辞海》中对于比喻的定义也是完全一样的^①。此外,《大辞海·语言学卷》还把明喻、借喻、博喻、较喻等列为比喻的类型,并对这些术语下了定义。摘录如下:

^① 实际上,《辞海》和《大辞海·语言学卷》对隐喻、明喻、比喻、借喻等术语的定义主要是参考了陈望道(2001:73—81)在《修辞学发凡》中对这些术语的定义。