

仿拟及其生成理据

刘景霞, 黄海瑛

(三峡大学 外国语学院, 湖北 宜昌 443002)

[摘要] 仿拟是一种修辞行为。仿拟中的本体和仿体之间有着语义和结构上的联系, 仿体依附本体而存在, 相似性是仿拟的基本特性。仿拟同时是一种认知活动。从仿拟的特性出发, 以概念理论为指导, 通过实例分析发现: 仿拟现象包含着概念整合的认知过程, 仿拟的生成是经过不同心理空间的跨空间映射合成新空间来完成的。

[关键词] 仿拟; 相似性; 心理空间; 概念整合

[中图分类号] H315 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-117X(2013)02-0097-04

Parody and Its Productive Motivation

LIU Jingxia, HUANG Haiying

(College of Foreign Languages, Three Gorges University, Yichang, Hubei 443002, China)

Abstract: Parody is a commonly – seen rhetorical act. In parody, the profile model is connected with the noumenon in meaning and linguistics structure, and the former depends on the latter. Similarity between the profile and the noumenon is the basic characteristic of Parody, which is also a cognitive behavior and it can be interpreted within the framework of Conceptual Blending Theory. Guided by Conceptual Blending Theory, this paper analyses the examples of parody and attempts to find out parody’s productive motivation. The paper concludes that parody is produced through the cross – space mapping of different mental spaces and composition of new spaces.

Key words: parody; similarity; mental spaces; conceptual blending

仿拟, 在英语中被称为 parody。仿拟是一种模仿现成语句格式创造临时性新语句的修辞方式。^{[1]194} 仿拟由本体和仿体组成。被仿的语句称为本体, 仿拟而成的新语句称仿体。仿拟虽是模仿现成的语句, 但往往融入新的思想, “拟” 创出新奇的语言形式, 它既能达到幽默、风趣或讽刺、诙谐的修辞效果, 又能引起人们的思考与想象, 加深对语言变意的认识与理解。仿拟不仅仅是一种语言修辞手法, 而且还是一种认知、概念、思维的表现形式。本文拟从仿拟的界定、特性、类别及其生成理据等方面, 来考察这一颇具表现力的修辞手段。

一 仿拟的界定、特性及类别

(一) 仿拟的界定

作为一种修辞格, 仿拟十分年轻。在我国, 陈望道先生于 1932 年首次提出“仿拟格”这一名称。直到 20 世纪 80 年代中期, “仿拟” 得到人们的普遍认可和重视。至此之后, 人们对仿拟的研究兴趣有增无减。目前, 国内对仿拟研究大多是从修辞、心理学、语用和认知四个方面进行的。

在众多的研究中, 我们可以看到对仿拟的不同界定。在此, 作者列出一些有代表性的定义以作

收稿日期: 2012-11-05

基金项目: 湖北省社科基金项目([2010]391)

作者简介: 刘景霞(1964-), 女, 河南南阳人, 三峡大学外国语学院教授, 硕士生导师, 主要从事语篇分析、功能语法、修辞研究; 黄海瑛(1979-), 女, 湖北宜昌人, 三峡大学外国语学院讲师, 博士, 主要从事文学语篇与修辞研究。

比较。

Cudon 认为仿拟是对作者话语、风格、态度、格调 and 思想的模仿,使之显得滑稽可笑。王希杰在《汉语修辞学》中指出,仿拟就是根据交际的需要,模仿现有的格式,临时新创的一种说法。徐国珍认为仿拟是一种“仿”某现成的语言形式“拟”出一个临时性的新“说法”的修辞格。武占坤在《常用辞格通论》中指出,仿拟格是为了实现一定的辞效,适应特定的语境,故意仿效既有的词、语、句子或作品的格调,创造偶发性的语言成分或言语作品的一种修辞方式。

上述定义说法各异,偏重不一。综合各家说法,本文认为:仿拟,就是根据语言交际需要,模仿现在的格式,如语篇结构单位词、语、段、篇;风格层面的话语腔调等,临时新创的一种说法。

(二)仿拟的特性

我们有必要了解仿拟的特性,因为这有助于我们理解仿拟的生成。

在仿拟话语的生成过程中,仿拟者最大限度地模仿本体已固化的或者既成的言语表达形式和意义,使仿拟话语和被仿拟话语在语言表达形式和意义上都表现出一定的相似性。^{[1]194}武占坤(1990)认为这种相似性表现了仿体和本体之间在语义上存在着相类、相关、相反的联系,即本体和仿体指称或表达的客观事物、现象、概念或判断之间的统一对立联系的反映。因此,本体和仿体常常粘连性地出现在同一语境中,靠彼此间相互衬托,相互对照,来显示这一言语现象的仿拟性,从而实现一定的辞效。如果本体不出现,只有仿体出现,这是一种变式。变式中的变体在听者、读者的意识中,是以潜在的形式存在的。^[2]徐国珍(1999)归纳出仿拟的三个特点,即“本体的既成性和仿体的依附性”、“本体的见习性和仿体的新异性”、“本体的丰富性和仿体的能产性”。她认为,在仿拟辞格中,本体都是固定形式、固定意义的既成的言语现象,而仿体则总是紧紧地依附在这一特定的言语之上的;本体的见习性为仿体的理解创造了一条有效地捷径,以潜在的形态引导着人们解读“新词句”的思路;本体是丰富和广泛的,而类推使仿拟有了极强的能产性。^{[3]50-51}这三个特性体现了本体和仿体之间存在着紧密的联系。徐国珍对仿拟特点的归纳,是细致、准确和全面的。

综上所述,本体和仿体的相似性是仿拟的基本特性。

(三)仿拟的分类

以郑熙寿的分类法为例,将仿拟分为仿词、仿语、仿句和仿篇。

(1)仿词

即以某词为本体进行的模仿。

①如今好哇,连耕牛也有“托牛所”,省得我们为养好耕牛而操心了。(《人们日报》,1991年7月22日)

显然,此处的“托牛所”是仿“托儿所”造出来的。

(2)仿语

即以某短语(包括习语)为本体的仿拟。

②Love at first flight. (All Nippon Airways 广告)

此广告仿拟了常用动词短语“Love at first sight”。

(3)仿句

即以某句子为本体而进行的仿拟。

③谁知除夕戏,台台皆辛苦。(《报刊文摘》,1992年10月13日)

此句是仿拟了唐代诗人李坤的名句“谁知盘中餐,粒粒皆辛苦”。

(4)仿篇

即以篇章或篇章的段落为本体的仿拟。

④Wall Street owns the country. It is no longer a government of the people, by the people and for the people, but a government of Wall Street, by Wall Street and for Wall Street. (Leo Huberman; We, the People)

此例模仿了林肯的《葛底斯堡演说词》中的一个段落结构。

从以上各例,我们可以看出,不论是处于哪一种情况,仿拟中的仿体和本体之间存在着语言结构或语义上的相似或相关。

二 概念整合理论与仿拟的生成

语言研究的重点是意义的构建过程,只有研究意义的构建过程才能真正了解语言的生成性和语言运用中的认知过程。^{[4]2}概念整合理论是一个具有普遍意义的结构模型。在隐喻、双关、幽默、仿拟等许多语言现象中都可以体现出概念整合的理念。

(一)概念整合理论简介

从20世纪80年代中期到90年代中期,美国认知语言学家 Fauconnier 及其同事们将心理空间

理论发展到了概念整合理论 (Conceptual Blending Theory)。该理论中的“概念整合”,是指心理或心智空间的整合。空间(space)是概念整合的基本理念。是指人们进行交谈和思考时为了达到局部理解与行动的目的而构建的概念集(conceptual packet),^{[5]113}如时间、信息、愿望、可能性、虚拟、位置、现实等。合二为一是人的心智概念整合的基本思维方式、基本的认知形式。形式和意义的整合、意义和意义的整合、形式和形式的整合都是在人的心智空间进行的。心智空间是已知的、想象的、记忆的,或者发话者理解的其他脚本中的关系及存在物的局部表征,心智空间中的成员(elements)表征每个语篇实体(identities),简单的框架表征存在于语篇实体之间的关系。^{[6]118-119}因此,所谓的概念整合理论,就是关于对言语交际过程中各心理空间相互映射并产生互动作用的系统性阐述,其宗旨就是试图揭示言语意义在线构建(on-line construction)背后的那座认知冰山。^{[7]6}

概念整合理论所阐释的概念整合空间是多维的,概念整合过程是有程序的。概念整合至少包含四个相互联系的心理空间:即两个属于不同认知域的输入空间(input spaces),一个能抽象概括两个输入空间内容的类属空间(generic space),以及一个包含有层创结构(emergent structure)的合成空间(blending space)。这四个心理空间通过映射链彼此连接起来(映射反映的是认知空间之间的关系),就构成了一个概念整合的网络。各空间的相似性是这个网络产生的不可缺少的条件。输入空间的对应联系由类空间映射完成,其结构被选择性地投射到合成空间。合成空间通过组合、完善和精制而不断发展成层创结构。层创结构是其他空间都不具有的结构,是概念整合的核心内容。

在 Fauconnier 的研究基础上,Brandt(2005)充实了概念整合理论。Brandt 强调从结构上对空间及空间类型的符号句型的注意,通过给予我们关注的表征或基础空间“空间构建者”而创造心智空间网络。(转引于^{[6]167}他甚至提出“符号空间”,认为意义的构建是基于语篇或基于符号反映的结果。^{[8]1589}时间、地点、状态、表征符号都可以出现在任何语义域中,所有语义域都具有可理解的途径。概念整合必须将其要分析的表达形式从全部的语境中提取并抽象出来,或者将这些表达形式创造为分析的例子,而不是试图为了解释材料的意义而去分析。^{[6]168}

概念整合并不是异想天开的空穴来风,也并不是无水之萍,话语编码、句子结构、文字符号表征或无形的文化模型都可以视为像航船的“锚”一样,它们是概念整合的有形或无形支点,对概念整合起到支持的作用。^{[6]178-179}

仿拟不同于隐喻。隐喻的本体和喻体是在意念上的相通,而仿拟的本体和仿体是在语言表征和语义上的相似,它是说写者显性语言策划的产物,即说写者创造或利用谐音或义似或形似等手段,建立起两个心理空间。重形和义的概念整合理论对仿拟的生成有着极强的解释力。

(二) 概念整合理论对仿拟生成的认知阐释

我们知道,仿拟在本质上同隐喻一样,也是依赖于源空间(source space)与目标空间(target space)这两个输入空间的跨空间映射、通过概念整合而成的在线修辞行为。下面我们通过实例对仿拟的生成做一描述。

首先,我们以例(1)中的仿拟现象为例。如前面所分析,“托牛所”是从“托儿所”创造出来的,这反映了两概念的整合过程。“托儿所”是源空间,“托牛所”是目标空间。首先在这两空间之间形成跨空间映射,然后人们抽象出两空间所共有的抽象的语义结构及其语言组织形式:a.“托牛所”是“托儿所”的同类项,属于“托×所”结构;b.托×所指“照看…场所”。两空间由相似性而连通。接着两空间的元素部分地投射到类属空间。再次,两域及类属空间的共有结构一起投射到合成空间,进行合并、完善、精制形成层创空间。在层创空间中,“托牛所”就是指照管或饲养牛的地方。根据合成空间的层创逻辑,人们可以对这一概念加以扩展,就是把具有类似语义结构的某种事物按照“托×所”的形式进行仿造。例如“多办一些‘托老所’”。(《文汇报》,1991年3月22日)

我们再来分析例(3)中的仿拟。在这一仿拟中,源空间为“谁知盘中餐,粒粒皆辛苦”,目标空间为“谁知除夕夜,台台皆辛苦”。两个空间的概念集并不是完全对应一致的,但经初步整合,会发现它们之间相对应之处,即农民在田间所流下的汗水和导演在春节晚会上所付出的劳动的对应。两空间的性质类推映射把“农民”、“田间”和“导演、演员等”、“舞台”连通起来,这样,在合成空间中,一方面是来自源空间的投射,另一方面是来自目标空间的投射,层创空间产生于这种投射。我们可以推断出:导演、演员等在春节晚会上所付出的劳动是艰

辛的。

再如,例(2)这则广告是一例别具一格的仿拟,涉及两个输入空间。源空间为“Love at first sight”,目标空间为“Love at first flight”。这两个输入空间的相似的概念之间形成映射关系。读者理解时把两个空间中的部分内容分别投射到类属空间中,整合为一个新创概念:All Nippon Airways 的服务温馨浪漫,乘坐之后定会情有独钟。

以上的分析为我们大致勾勒出仿拟的生成过程,即仿拟的生成是经过两个不同的认知域进行跨空间映射,抽象出共有的元素,如语义结构及其语言组织形式的类属空间映射,概念经整合而成为新的语言表达式、最终形成自身的层创逻辑四个阶段。

仿拟的源空间和目标空间成员间语义、特征、形态具有相似性。具体表现为目标空间的语义结构与源空间的语义相同或相似,或者两者的语言结构相同或相似。其类属空间反映两空间有着共有的语义或者语言结构,并决定跨空间映射的核心内容。相似性是由映射连通起来的。映射是仿拟表征结构由目标空间向源空间的推理过程,在这个推理过程中,有形结构与心智结构是互动的。换言之,当听读者接受到目标空间的言语信息时,必须借助语境、经验和图式,进行类推,于是搜寻到与该概念相匹配的词语原型——源空间。类推在仿拟的生成中有着十分重要的意义,它为表达人脑所感知的对象寻求到了参照的对象,或去激活人头脑中的长期记忆。有关源空间即仿拟本体的图式对理解仿拟十分重要。因为,在仿拟中,常常只出现仿体而隐去本体,这就要求说写者所仿的内容是听读者所熟悉的,否则,仿拟就失去了它的意义。

相对于 Lakoff 的两领域映射模式, Fauconnier 的四空间模式对意义的构建过程更具解释力。^[9]概念投射可以是跨四个或更多个心智空间,使概念映射、心智空间更具多样性,并相应地增加了普遍性和敏感性。当然,概念整合理论也有不尽完善之处,比如,关于类空间,一直是模糊的,似乎可有可无。类空间中的背景知识怎样参与映射,怎样参与选择来自输入空间的信息,怎样参与合成空间的理解,都未做明晰的讨论。^[9]^[12]另外,对理论的一些基本原则还未作出明晰的表述,实例分析所涉及到的原则有待进一步细化。^[10]^[34]尽管如此,它为我们理

解、解释意义的产生提供了基本框架,解决了修辞学无法说清的问题,特别是对仿拟产生过程解释得深入细致,比其他理论更具有操作性。

仿拟是仿一种既定的语言表达式而拟出新的语言表达式的修辞格,仿拟中的仿体和本体之间存在着语义上的联系或语言结构上的相似。仿拟又是一种认知活动。以相似性为基础的概念整合理论揭示仿拟的构建过程。本文通过实例分析,发现:概念整合理论强调源空间和目标空间的语义上的联系或语言结构相似以及对应元素之间的映射。类属结构反映的是两空间所共有的语义或语言结构。仿拟的生成是在源空间和目标空间的语义或语言结构相连的基础上才产生合成空间中的层创结构。因此,仿拟是一种依赖于源空间和目标空间的跨空间映射并合成新空间的语言行为。

参考文献:

- [1] 么孝颖,李 燕. 商业广告仿拟话语的认知语用分类[J]. 商业现代化, 2008(12):194.
- [2] 武占坤. 常用辞格通论[M]. 石家庄:河北教育出版社, 1990.
- [3] 徐国珍. 辞格特点·运用策略·得体性[J]. 杭州教育学院学报, 1999(5):50-51.
- [4] Fauconnier G. Mappings in Thought and Language[M]. Cambridge:CUP, 1997:2.
- [5] Fauconnier G, Turner M. Blending as Central Process of Grammar//Goldberg, A. Conceptual Structure, Discourse, and Language[M]. Stanford: Center for the Study of Language and Information, 1996:113.
- [6] 王正元. 概念整合理论及其应用研究[M]. 北京:高等教育出版社, 2009:118-119,167,168,178-179.
- [7] 王文斌. 概念合成理论研究与应用:回顾与思考[J]. 外语研究, 2004(1):6.
- [8] Brandt P. Mental Spaces and Cognitive Semantics: A Critical Comment[J]. Journal of Pragmatics 37, 2005:1589.
- [9] 刘正光. Fauconnier 的概念合成理论:阐释与质疑[J]. 外语与外语教学, 2002(10):9,12.
- [10] Gibbs Jr R W. Making Good Psychology out of Blending Theory [J]. Cognitive Linguistics 11, 2000:347.

责任编辑:李 珂