

英汉经济语篇中隐喻的文化阐释

赵海艳

(上海对外贸易学院, 上海 201620)

摘要: 隐喻不仅是一种传统意义上的修辞手段, 一种重要的语言现象, 同时也作为人们了解世界, 认识新事物的一种思维方式和认知机制广泛存在于我们的思维语言中。隐喻作为一种认知方式存在着普遍性, 同时由于受不同文化模式的影响而存在着文化差异性。本文就英汉经济语篇中的认知普遍性和文化差异性进行了阐述。

关键词: 经济语篇; 文化; 概念隐喻; 普遍性; 差异性

中图分类号: D112

文献标识码: A

文章编号: 1008-7540(2009)06-0140-02

隐喻是一种重要的语言现象, 从独特的角度体现了人类的认识方式和思维方式。作为一种修辞格式, 隐喻早已被世人所熟知。20世纪八十年代, 隐喻的认知作用引起了语言学家的重视。隐喻经历了从修辞格隐喻到概念隐喻的发展。根据概念隐喻的理解, 隐喻不仅是语言现象。而且是一种思维方式, 是人们认识客观世界的工具, 是人类生存和认知的基本方式之一。概念隐喻理论起始于Lakoff & Johnson的《我们赖以生存的隐喻》一书。它提出“始源域”、“目的域”、“恒定性”和“映射”等概念。Lakoff和Johnson指出, 隐喻是人们用清楚的具体的经验构建复杂抽象概念的过程。人类在总结自己经验的同时, 往往运用熟悉的事物来描述和理解陌生的事物, 从而达到认知周围世界的目的。

隐喻作为人类理解周围世界和认知新事物的一种思维方式和认知机制, 具有一定的普遍性。世界上任何一个民族的人在认知世界的过程中都离不开隐喻思维, 都会自觉不自觉的运用隐喻思维方式。隐喻是一种认知方式, 是我们认识和理解世界必不可少的工具。但同时, 隐喻并不是独立于文化和社会之外独立存在的, 不同的民族文化背景, 不同的语言文化对隐喻目标域形成的概念有所差异。本文通过Lakoff为代表的概念隐喻的观点, 将隐喻的研究领域扩展到经济领域, 通过英汉经济语篇中英汉隐喻语用的异同来对其反应的文化异同进行阐释。

隐喻与文化

隐喻的作用在于人们用语言所感知的物质世界和精神世界, 能从原先互不相关的不同事物、概念和语言表达中发现相似点, 建立想象极其丰富的联系。(胡壮麟, 认知语言学) 隐喻是认知主体通过想象和联想发现或创造两事物之间的相似性而产生的, 而想象和联想的认知主体是具体

文化语境下的社会语言人。因此隐喻认知不可避免地打上了文化的烙印。一个社会的文化价值在很大程度上通过隐喻进行表达。隐喻主要来自于人们对客观世界的感知, 隐喻所赖以生存的始源域所存在的共性决定了不同文化中隐喻的共性。共识文化反映在语言中便形成共同文化语义, 因此隐喻映射亦存在普遍性。例如, 中西文化中都有关于对于时间价值的隐喻, 英语中有“time is money”, “time is power”, 汉语中也有“一寸光阴一寸金, 寸金难买寸光阴”来说明时间的宝贵。同时, 由于各民族特定的生存环境和特定的社会历史条件有所不同, 不同民族对人类自身及外部世界的认识或多或少存在差异, 因此其民族文化具有鲜明的民族个性, 对始源域的选择也不可避免的会有差异。甚至即使选择相同的始源域, 不同民族文化背景的人对它的认识也可能不同甚至相反。例如英汉两种文化中对于狗这种动物所蕴含的文化内涵存在着很大的差异。狗在英语中被视为可爱与忠诚的象征, 因此英语中有“top dog”(最重要的人物), “lucky dog”(幸运儿), “Love me, love my dog”(爱屋及乌)。而汉语当中, 狗则给人以可恶, 低贱, 无事生非, 仗势欺人的印象, 因此汉语中有“狗仗人势”、“狗血喷头”, “狼心狗肺”、“狗尾续貂”等成语。

隐喻在经济学领域的运用

早在18世纪, Adam Smith在其经济学著作《国家财富》(The Wealth of Nation)一书中, 就用“无形的手”(invisible hand)来比喻经济生活中支配资本分割的不可知力量, 后来又引申为经济现象背后操纵经济变化的规律。对隐喻在经济学领域的研究通过人们所熟悉的与人类生活息息相关的物质世界去理解分析抽象复杂的经济行为有助于我们正确把握复杂难懂的经济概念, 将抽象晦涩的经济概念形象化, 通俗化, 更有助于人们对复杂的经济现象的理解

作者简介: 赵海艳, (1978-)女, 河北唐山人, 上海对外贸易学院教师。研究方向: 第二语言习得理论。

和把握。英汉经济语篇中存在大量的概念隐喻, 隐喻成为人们认识经济事件的认知工具。经济语篇中的概念隐喻不仅是普遍存在的, 它也是系统的。由于隐喻与文化的相互影响, 在英汉经济语篇中的隐喻同样存在着普遍性和差异性。本文运用共时对比的方法, 从最近两年的 Charlotte Business Journal, Business Line, 经济观察网, 中国经济网等电子杂志新闻网页中收集经济语篇文本, 来揭示英汉经济语篇中隐喻的认知普遍性和文化差异性。

认知普遍性

隐喻是人类认识世界的一种重要的认知方式。人类在物质世界中拥有相似的体验和经历, 这些相似的认知体验决定了概念隐喻的相似性。例如: 英汉新闻中经常出现关于商场竞争的报道, 用人们所熟知的有形的战争来形容无形的斗争程度同样残酷的商场竞争。Phil Knight (耐克的创办者和总裁) 曾说道: 商场就是没有硝烟的战场。英语中有 price war, sales strategy, 汉语中也有相对应的价格战, 销售战略的词汇。

Coke, Pepsi suppliers join the 'cold war' (Business Line)

Panthers launch early sales campaign. (Charlotte Business Journal)

States become fuel-economy battlefield. (BNET)

今年的“五一”销售旺季尚未到来, 家电市场的价格战已经提前打响。(丹东新闻网)

借贷信誉高 华人成为意大利房产购买市场主力军 (新华网)

美国报刊诬称中国经济间谍入侵硅谷。(中国经济网)

战争不论在英语国家还是在中国都是自古有之, 上述英汉新闻报道中对于市场经济中竞争等抽象的经济行为形象化, 运用相同的战争概念作为目的域, 是始源域的语义得到充分理解。

人类有相类似的关于世界的认知, 自然界中晴雨、风霜、云雾、冰雪、雷电等各种自然现象给人类的联想有相似之处, 人们常借助于熟悉的天气现象来理解思考较为抽象的经济现象。例如:

European airlines will struggle to survive cold winter. (Arabian business)

Economy Warm Back in the Second Half of the Year, the Price of Scrap Metal Stop Falling. (Textile Index)

楼市回暖带动钢铁水泥下半年复苏。(经济观察网)

期待多云转晴 地产股投资三线索。(经济观察网)

全球奢侈品遭遇“寒冬”中国消费仍然火爆。(中国经济网)

我们的生活环境就是人类与自然的互动过程, 天气隐喻形成的基础恰好就是人类结合自身的生活经历和身体经验而铸就的新认知模式。人类对于自然界有着相同的理解和体验, 这就决定了不论是英语还是汉语, 天气隐喻都蕴含相似的意义。

文化差异性

每个民族都有自己的社会文化和语言。不同的民族文化和价值观渗透于隐喻思维过程, 这会直接影响人们选择、

转换语义的切入点。英汉民族地理位置、经济条件、思维方式等文化上的差异必然导致这种语言使用上的不同。这种文化差异在经济语篇中也有所体现。例如, 在亚洲, 特别是在中国, 龙是自然界构成成分运行规律的象征, 尤指能行云降雨的雷电, 因此龙在中国受到人们的敬仰和尊重。在经济语篇中“亚洲四小龙”用来表示韩国、新加坡、中国台湾和香港四个地区经济的迅猛发展和腾飞, 龙头企业来比喻实力强大, 能够对区域经济起到领军带头作用的企业。

上海石材业龙头企业感受“冬日暖阳”。(中国建材网)
生产业鱼龙混杂 吐鲁番葡萄酒业自毁金字招牌(中国工商时报)

广东 GDP 总量今年将超亚洲四小龙平均水平(新华网)

而“dragon”是西方文化中蕴含的意义却恰恰相反, 《圣经》中对“dragon”有多次描绘, 有其特殊明确的形态与含义: 一种无恶不作的怪兽, “是恶的象征”。在经济领域“龙”也被用来形容恶性通货膨胀等难以控制的严重的经济问题。例如: Inflation was a dragon that was eating at our innards Slaying the Inflationary Dragon”(Commanding Height)。因此亚洲四小龙在英语的翻译中不是“four dragons”, 而是被翻译成“four tigers”。

经济语篇中还存在着部分隐喻是属于某种文化所特有的, 是不同的社会在历史过程中一种文化的积淀, 这种隐喻对于不同文化背景的人们来说理解起来比较困难。例如:

半路杀出个程咬金: 奇骏能否逼宫 CR-V。(环球网)

程咬金是中国小说中的历史人物, 用以比喻突然出现了意想不到的人或事物, 使得事情进行不顺利或出差错。而这种隐喻是中国文化所特有的, 这就使得西方人士对于这种隐喻的理解产生困难。

结论

作为人类了解世界的一种思维方式和认知机制, 隐喻具有一定的普遍性; 同时隐喻作为一种语言现象, 有其自身的文化内涵。它体现了一个民族的价值观念, 思维方式等文化信息。隐喻主要来自于人们对客观世界的感知, 不同文化的人对客观世界的感知的异同就会产生隐喻的异同, 而这些异同又会反过来作用于文化。

英汉经济语篇中都存在基于各自文化特点的概念隐喻, 隐喻意识的培养有助于我们更好地理解英汉经济文本, 基于概念隐喻的教学方法的设计能更好地促进英语教学和学习。

参考文献:

- [1] Lakoff, George and Mark Johnson. *Metaphors We Live By* [M]. Chicago: Chicago UP. 1980
- [2] James McCloskey. volume 23 of *Syntax and Semantics* [M]. Academic Press. 1990
- [3] 甘智敏, 梁晓波. 英汉经济语篇中概念隐喻的对比研究[J]. 长沙大学学报, 2006. 7
- [4] 胡壮麟. 认知隐喻学[M]. 北京: 北京大学出版社, 2004.
- [5] 李明. 商务用途英语中经济类文本里的隐喻机制及功能[J]. 广东外语外贸大学学报, 2005, (2).
- [6] 王守元, 刘振前. 隐喻与文化教学[J]. 外语教学, 2003, (1).
- [7] 徐玲. 英汉经济语篇中隐喻的跨文化研究[D]. 济南, 山东科技大学, 2007.

编辑: 冯惟渠