

英汉语夸张辞格的语用研究

王春霓

(深圳大学外国语学院, 广东深圳 518060)

摘要: 夸张是英汉语中非常常见的一种修辞手法。说写者通过对所描绘事物进行刻意的夸大其辞, 以达到抒发自己强烈感情, 增强语言表现力和感染力的目的。尽管“言过其实”, 但是夸张手法的运用并不影响交谈双方的交流。本文通过对夸张修辞的语用分析, 试图从语用方面解释其功能。

关键词: 夸张; 合作原则; 语用功能

1. 概念及分类

1.1 概念

夸张是一种故意言过其实, 夸大或缩小事物形象或某种性质、程度, 以突出事物的某种特征, 抒发作者某种强烈情感的修辞格式, 在人们作文或说话中经常被运用。这一修辞格在英语中被称为 hyperbole, 也叫做 overstatement。Hyperbole 一词源于希腊语的 huperbole。《牛津高阶英汉双解词典》对它的解释是: “exaggerated statement that is made for special effect and is not meant to be taken literally.” (用于达到某种特殊效果的夸大陈述, 且不能按照字面意义解释。)

《现代汉语词典》(第五版)对夸张的定义为: 一种修辞方式, 指为了启发听者或读者的想象力和加强所说的话的力量, 用夸大的词句来形容事物。

例(1) It seemed millions of ages since I saw you the last time. (Hyperbole)

例(2) 桃花潭水深千尺, 不及汪伦送我情。 (Hyperbole)

例(3) It took a few dollars to build this indoor swimming pool. (Hyperbole)

以上三例都采用了夸张的修辞手法: 例(1)中的 millions of ages 显然是夸大其辞了, 两次见面的间隔怎么可能是几百万年呢? 例(2)中的“潭水深千尺”, 只是一个泛泛的概念, 此潭具体有多深, 读者不得而知, 诗人用一个模糊的“千尺”, 不仅把潭的深度体现的得体, 而且还增加了意境美。例(3)中的 a few dollars 也属于夸张, 再小的一个 swimming pool, 也不可能用几美元就可以建造得出来。作者使用夸张, 将一大笔花销轻而易举地就带过, 令人无不惊叹说话人的阔绰。与前面两例稍有不同的是, 本例的夸张属于从大往小的缩小夸张, 前面两例均为扩大夸张。

1.2 分类

汉语修辞学著作对夸张的分类基本是统一的。陈望道在其堪称为我国现代修辞学的奠基石和里程碑的著作《修辞学发凡》中将夸张分成两类: 普通夸张和超前夸张。夸张可用于描写, 可以使形象生动、感人; 用于说理, 能够化抽象为具体, 变深奥为浅显; 用于抒情, 能将情、景、物、“我”融为一体, 收到良好的语言表达效果。

前面三例均为扩大夸张和缩小夸张, 而超前夸张是指把事实上后起的现象说成是在先呈的现象之前出现或同先呈的现象同时并现的一类夸张(陈望道, 2001: 129)。根据这一定义, 只要故意将后发出的行为或动作说成是与在实际上先发出的行为或动作的同时或先于它们发出的语言现象便是超前夸张。如: 例(4)

【作者简介】王春霓(1981-), 女, 深圳大学外国语学院硕士研究生; 研究方向: 跨文化交际。

县长接到通报，立刻驱车前往灾区。车还没停稳，他便加入了抗洪的群众队伍。例（5）农民们都说：看见这样鲜绿的苗，就嗅出白面包的香味儿了。例（6）吃过了茶，摆两张桌子杯箸，……随即每桌摆上八九个碗，……叫一声：“请！”一齐举箸，却如风卷残云一般，早去了一半。例句中，通过对两个动作之间时间间隔的大大缩短，或通过把一个后来发生的动作故意说成是先发生的，渲染合情合理，突出了人物的本质特征。这种手法不仅深刻地表达了作者对他们的感情态度，而且容易引起读者的共鸣。

超前夸张在汉语里的运用实例比比皆是，在英语当中，其实也不乏实例。如：

例（7）Before I could finish my words, the tailor had measured me and was giving orders to his apprentice. 我还没把话说完，裁缝店老板就量完了我的身材，并在吩咐学徒了。（“老板”巴结“我”的心态得到了渲染。）

例（8）Hardly had I arrived when we had to leave. 我刚到达我们就又要离开。（“我”到达与“我们”的离开几乎是同一时间，将时间的紧迫渲染得非常生动）

2. 夸张与合作原则

美国语言学家格赖斯（H. P. Grice）于1967年在哈佛大学的讲座中提出了“合作原则”（Cooperative Principle）。他认为，人们的言语交际总是相互合作的，谈话双方都怀着一个共同的愿望：双方话语都能相互理解、共同配合。因此，他们都遵守着某些合作的原则，以求实现这个愿望。格赖斯提出的“合作原则”及其四个会话次则中，日常说话中经常违反的是质这个次则：

质的次则（Quality Maxim）：努力使你说的话是真实的。（a）不要说自知是虚假的话；（b）不要说缺乏足够证据的话。

例（9）The Keebler Elves have baked up the lightest, crispiest snacks ever to be called crackers. These extra thin bit-size crackers are rippled with zesty seasonings and crunch just like your favorite chips, but they're baked, not fried. They're the perfect snack for munching by the handful.

—（*Munch'ems*）

以上是一则美国薄脆饼干的包装盒说明，其中一再使用形容词最高级结构和 *extra thin*, *the perfect* 等表示极端含义的词语，极尽夸张之能事，顾客见了就想买盒尝尝。

再如：例（10）Those three works (Dombay and Son) conveyed the one idea of Mr. Dombay's life. The earth was made for Dombay and Son to trade in and the sun and moon were made to give them light. Rivers and seas were formed to float their ships; rainbows gave them promise of fair weather; winds blew for or against their enterprises; stars and planets circled in their orbits to preserve inviolate a system of which they were the centre.

—（Charles Dickens, *Dombay and Son*）

狄更斯以辛辣的讽刺手法，描写了董贝先生沾沾自喜的信念：地球专门制造出来，是为董贝父子公司在上面进行贸易活动的；太阳与月亮的存在，是为了给公司的商业活动起照明作用的。董贝先生的企业，在他自己的眼里是全世界的中心。作者借助“言过其实”的修辞手法，夸张变形，塑了资产阶级傲慢态度的化身——董贝先生的形象。

例（11）以前他是队长，忙得也在情理，虽说是个顶细的芝麻官，却不能和那些端着铁饭碗得官儿比……

——（流水：《麻绳曲》）

本例把一个人的官职比做芝麻，是极言此人的官小。在中国，形容一个人的官职小，常用“芝麻官”，如“县令”是“七品芝麻官”。

显然，上述例（9）、（10）、（11）句使用夸张语违反了上述的质的次则（Quality Maxim）：说话者不要说自己认为是不真实的话，也不要说自己认为缺乏足够证据的话。但是，为什么如此言过的语言能够在语

言交际中存在，并且能够为人们所接受？众所周知，语言的交际离不开对语境的依赖。夸张辞格在违反会话合作原则的情况下，交际双方之所以还能将交际进行下去，是基于交际双方共有的生活常识、语言知识和认知能力，听者能够利用语境和自己所掌握的知识，从说话者的话语字面意义中去推断出说话者的“会话含义”，而说话者在使用夸张辞格时对听者所具备的各种知识和对语言的认知能力也有客观的认识，知道自己话语中的隐含意义能够被听者揣摩并推断出来。

3. 夸张的语用功能

从语用的角度来审视夸张这样一种颇具特色的修辞方法，能使我们更好地理解夸张所表达的真正含义。按照 Grice 等人的会话原则，夸张是说话人有意违反会话的质量准则所产生的结果。夸张把话说得比真实情况过头，甚至到了按常规思维觉得不可思议的程度。

3.1 认知功能

夸张在很大程度上涉及到人的感情世界。而人的感情是最具有扩张性和起伏性的，或如火山迸发，或如大海掀涛，非淋漓尽致而不能尽兴达意。所以夸张便自然“应情而生”。而且一旦采用夸张则非“极言”不能达意，也只有极言才能传达出说话者的感情，并用这样充沛的感情去感染受话者，完成语言的感染功能。无论是在英语中还是在汉语中，夸张都是这样通过发挥作为艺术中介的语言的感染力和表现力来达到认知功能。如：

例 (12) Hamlet: I loved Ophelia; forty thousand brothers could not, with all their quantity of love, make up my sum. (Shakespeare, *Hamlet*, VII)

这是哈姆雷特在与奥菲莉亚的哥哥争吵时的一段话，例 (12) 中哈姆雷特使用“四万哥哥的爱集合起来也抵不上我的爱”这句话，表达上言过其实，但他深爱奥菲莉亚是事实。在哈姆雷特看来，他非用极言不能达意，也只有极言才能传达出他对奥菲莉亚的炽热之爱，只有极言才足以回击对他的指责。

例 (13) 山！

快马加鞭未下鞍。
惊回首，
离天三尺三。

(毛泽东：《十六字令》)

例 (13) 中夸张的使用出乎读者的意料，惟妙惟肖地描写出山的险峻，从而有助表达这样的涵义：红军长征的胜利是很不容易的。

3.2 交际功能

夸张表面上是不真实的，是言过其实的，似乎违反了 Grice 提出的会话合作原则中的质量准则，即需求说话人不要说自己认为是不真实的话，不要说自己缺乏足够证据的话。事实上，夸张的概念就说明了夸张是在事实的真实性基础上夸大，所以在本质上并不违背质量准则。如：例 (14)

A: Can we walk there?

B: My left leg weighs three tons.

A: All right, let's take a taxi.

例句中 B 说“腿有千斤重”显然夸张，但他腿沉重得走不动路是事实，是真实的，A 也透过夸张“不真实”的表面正确理解了 B 的“真实”的含义，使会话顺利进行。

“王婆卖瓜，自卖自夸”是商业的职业特征。商人在广告中“自卖自夸”，是“天经地义”的。在广告语中，恰当地运用夸张可以给人某种鼓动力和感染力，达到推销产品的交际目的，如：例 (15)

A million and one uses.

—Fix-All Liquid Cement Co.
(Urland & Robbins : 31)

此广告的产品是“万能牌”(Fix-All)水泥胶,当然要突出宣传其“万能”的用处。但无论如何,“一百万零一种用途”是个夸大了的数字。广告故意把数字搞得很精确,是以幽默的方式淡化虚夸的感觉。

例(16)平时注入一滴水,难时拥有太平洋。

(公司广告)

本例通过宣传费用最小化、收益最大化,来吸引消费者。

3.3 审美功能

运用夸张手段可以充分地表现说写者对所表达的人或事物的感情态度,或褒或贬、或肯定或否定,从而使听读者产生强烈的共鸣。夸张的作用,重在主观情意的畅发,不在客观事实的记录。情感不仅是审美意象生成、发展的内在驱动力,而且决定着审美意象的性质、特征和功能。夸张要求说写者充分展开想象的翅膀,从而更形象、更生动地表现事物的本质特征。在十九世纪英国著名诗人丁尼生(Tennyson)的“The Eagle”(《鹰》)的小诗中:“He clasps the crag with crooked hands, Close to the sun in lonely lands...”(它独立在太阳边)就是采用夸张的手法,我们都知道,地球距太阳九千多万英里,而鹰独立在太阳边,真有欲与天公试比高之势。

4. 结束语

夸张辞格是英汉语中常用的一种修辞格,它是作者凭借丰富的想象,在客观现实的基础上,故意夸大或缩小事物形象或表达对象的某种性质、程度,用以强调突出事物的某种特征,抒发作者强烈的情感,增强语言的感染力和表现力的修辞方式。

通过对夸张的语用分析,我们可以看出,夸张的使用实际上反映了两种语言的使用者在文化各因素的制约下所表现出的不同的语用倾向。语言使用者对语言使用做出灵活的选择,目的是满足各种交际需求,而这一语言选择顺应性过程又受到文化因素的影响。因此,在对辞格的语用分析中,必须充分重视文化要素的作用。

参考文献:

- Peccei, Jean Stilwell. 2000. *Pragmatics*. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press.
Verschueren, Jef. 2000. *Understanding pragmatics*. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press.
陈望道. 修辞学发凡(新4版)[M]. 上海:上海教育出版社,2001.
丁往道. 英语写作手册(修订本)[M]. 北京:外语教学与研究出版社,2001.
顾正阳. 古诗词曲英译理论探索[M]. 上海:上海交通大学出版社,2004.
何兆熊. 语用学概论[M]. 上海:上海外语教学出版社,1997.
胡文仲. 英美文化辞典[M]. 北京:外语教学与研究出版社,1995.
胡壮麟. 语言学教程(修订版)[M]. 北京:北京大学出版社,2001.
霍恩比著. 牛津高阶英汉双解词典(第四版)[Z]. 李北达,译. 北京:商务印书馆,1997.
靳涵身. 诗型广告翻译研究[M]. 成都:四川大学出版社,2004.
李国南. 辞格与词汇[M]. 上海:上海外语教育出版社,2001.
刘焕辉. 修辞学纲要[M]. 南昌:百花洲文艺出版社,1997.
刘蓉. 英语夸张辞格的心理机制及其审美功能[J]. 青海师范大学学报,2006.
穆诗雄. 跨文化传播——中国古典诗歌英译论[M]. 合肥:中国科学技术大学出版社,2004.
文旭. 浅论英汉数词的模糊性[J]. 外语学刊,1994(4).
张保亚. 论英语的超前夸张[J]. 贵州民族学院学报,2002(6).
中国社会科学院语言研究所词典编辑室编. 现代汉语词典(第五版)[Z]. 北京:商务印书馆,2005.

Pragmatic study of English and Chinese hyperbole

WANG Chun-ni

Abstracts: Hyperbole is a very common rhetorical device which is widely used both in English and Chinese. In order to express his/her strong feelings and also to make his/her language more powerful, the writer/speaker exaggerates things on purpose. Yet in spite of the over-truth expression, employment of hyperbole does not affect the conversation flow between parties. Through an analysis of hyperbole from the perspective of pragmatics, this article tries to explain the pragmatic functions of hyperbole.

Key words: hyperbole; cooperative principle; pragmatic function

(Edited by Michael, Doris and Jessica)