

中美脱口秀中的隐喻幽默对比研究

周雨涵

曲阜师范大学翻译学院, 山东 日照

收稿日期: 2024年4月15日; 录用日期: 2024年6月12日; 发布日期: 2024年6月27日

摘要

脱口秀艺术源于生活, 内容丰富, 其语言贴近于人们的日常用语, 隐喻也成为脱口秀节目触发幽默的一种常用方式, 而对此方向的中西对比研究较少。本文通过收集中国脱口秀节目《脱口秀大会》和美国脱口秀节目《吉米今夜秀》两个节目的语料, 以语言学作为理论依据, 从相似性和偷换概念两个方面来探讨两者隐喻触发机制的共性; 从使用隐喻触发幽默的策略这一方面探讨两者的差异性, 并得出, 英汉两种语言创造隐喻幽默的手段具有相似性, 但由于社会观念和文化习俗的不同使得触发策略有所差异。本文旨在通过比较隐喻触发的异同来更好地理解两种语言的幽默。

关键词

隐喻幽默, 脱口秀, 中美差异, 文化价值观

A Comparative Study of Metaphorical Humor in Chinese and American Talk Shows

Yuhan Zhou

School of Translation Studies, Qufu Normal University, Rizhao Shandong

Received: Apr. 15th, 2024; accepted: Jun. 12th, 2024; published: Jun. 27th, 2024

Abstract

The art of talk show originates from life and its language is derived from everyday speech. Metaphor has become a common way for talk shows to trigger humor; however, there are few studies that compare China and the West. Using linguistics as the theoretical basis, this paper will analyze the commonness and differences of metaphorical humor between China and America based on the

corpus collected from ROCK & ROAST and The Tonight Show Starring Jimmy Fallon. This paper discusses the commonality of metaphorical trigger mechanisms from two aspects: similarity and change of concept; The differences are discussed from the perspective of using metaphor to trigger humor. Finally, it can conclude that the methods of creating metaphorical humor in English and Chinese are similar, while, the different social concepts and cultural customs make the triggering strategies different. This paper aims to better understand humor in the two languages by comparing the similarities and differences of metaphorical triggers.

Keywords

Metaphorical Humor, Talk-Show, Differences between China and America, Cultural Values

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着脱口秀文化逐渐大众化，脱口秀节目也渐渐走入人们的生活，产生的影响也随之变大，人们可以轻松地脱口秀节目中了解到国家的政治、经济和社会思潮。我国脱口秀节目起步较晚，从最初的《东方夜谈》到《鲁豫有约》，再到如今如火如荼的《奇葩说》和《脱口秀大会》，中国的脱口秀节目才真正地走进了大众的生活。而早在 20 世纪的美国，各种各样的脱口秀节目就已经占到了电视节目总量的 40% [1]。脱口秀节目之所以能够博得大众的喜欢，并引起强烈的共鸣，其中大部分的原因是脱口秀源于生活，内容丰富，话题年轻新锐，语言幽默犀利。目前，从单一的语言出发探讨脱口秀语言的研究居多，而将汉英两种语言对比的研究较少。本篇文章就旨在研究在中美脱口秀中由隐喻触发的幽默对比分析。

隐喻不仅仅是一种单纯的修辞格，更是一种人们不可或缺的认知工具，是人类思维的重要方式，直接参与人类的认知过程。亚里士多德早在《修辞学》一书中提到风趣的诗人和悲情的诗人在诗歌创作时会使用一些荒谬可笑的隐喻，这些隐喻能使人感到愉悦。而隐喻的主要语义特征是其具有幽默潜质的重要因素，其中矛盾性、创造性和模糊性为最具影响力的三个因素[2]，也是人们日常生活中最容易接触到的。脱口秀中的隐喻更接近日常生活中的隐喻，简洁有力，往往伴随着情感和态度的表达[3]，蕴含着超出字面意思的思维方式[4]。而不同的社会观念和文化习俗使得幽默的产生和表达方式有所不同。

为能够更加透彻地欣赏两种语言幽默表达的魅力，从而达到语言学习的效果，本篇文章选取了中美两国两个脱口秀节目各十期作为此次研究的对象，从隐喻的角度对中美脱口秀进行不同文化背景下的比较分析和研究。

2. 共性：脱口秀中的隐喻机制

中国脱口秀节目——《脱口秀大会》。该节目经过五季以来的调整与改进已形成完整的体系，来自各行各业的脱口秀演员根据对生活的观察和感悟，从不同的视角切入，通过喜剧的创作传递幽默的魅力，并获得了大众的叫好。美国脱口秀节目——《吉米今夜秀》(又叫《艾伦秀》)。该节目是美国 NBC 电台于 1954 年创办的一台晚间谈话类和综艺类节目，现已成为美国家喻户晓的强档节目。本文在两个节目中各收集由隐喻触发的幽默语句共 86 条，并对收集的语料进行对比分析。

2.1. 相似性

束定芳指出，隐喻有两个类别，一是以源域与目标域之间原有的相似性为隐喻基础，叫作“similarity-based metaphor”；二是以施喻者新发现的或刻意想象出来的相似性为基础，叫作“similarity-based metaphor” [5]。通过对语料的归类和分析，《脱口秀大会》和《吉米今夜秀》中常用的隐喻机制之一是相似性。一类是借用语音上的相似性构建隐喻关系，即我们通常说的谐音梗；另一类是借用语用意义上的相似性构建隐喻关系。

2.1.1. 语音的相似性

一种常见的隐喻方式是通过语音的相似性或相同性建立的隐喻关系，这种关系是指不同含义的词语之间有着相同的发音方式，这些相同的发音方式成为构建隐喻关系的基础，进而将两个意义上本没有任何关联的词语联系在一起[6]。利用发音的相似性构建的这种隐喻通常没有逻辑可言，会给人一种无厘头的感觉，但前后的意思照应后便能让人理解隐喻的使用目的，给人一种恍然大悟的感受。例如：

(1) 我感觉我这一季走到头了，因为他们老说我稿子不行，说我没有攻击性，我也不知道怎么才能具有攻击性，你说我有啥公鸡(攻击)性啊，我在台上打鸣吗？(李雪琴，《脱口秀大会 3》)

在语料(1)中，脱口秀演员李雪琴提到自己的稿子没有攻击性这一问题。前两个“攻击”意指李雪琴的脱口秀没有有意挑衅、针对或侵犯某个人或某件事情，她的演讲总是不露锋芒。对于别人提出的自身问题，李雪琴巧妙的化解方法是将“公鸡性”与同音的“攻击性”进行替换，从而构建出一种新的隐喻关系，并通过“台上打鸣”来化解这个问题。“打鸣”一词能够激发观众日常认知中的“公鸡”形象，这时，观众就会意识到此“攻击”非彼“攻击”，而是与之同音异形的“公鸡”，并体会到语音上的相似性。这两个意义上并无关联的名词，通过语音的相似性构建起了隐喻关系。

(2) Ellen: It's windy today.

Isn't it?

So did you see the color of the wind?

I see it! It's blue!

(Laughter) (《吉米今夜秀》第九季)

在语料(2)中，主持人艾伦在与观众互动时提到了风的颜色。在我们的日常认知中，风是一种看不见摸不着的自然现象，我们可以感知风，却看不到风。在这里艾伦抛出一个匪夷所思的问题，并给出了人们难以根据常理想象到的答案。蓝色“blue”与风吹“blow”这个动词的过去式“blew”是相同的发音，将“blue”替换“blew”，从而构建出一种新的隐喻关系，并回答了上述问题。这种通过语音相似性建立的隐喻关系能够给观众带来一种新的认知体验。

2.1.2. 语意的相似性

最常见的隐喻方式就是根据相同或相似的语用意义来构建的隐喻关系。通常是用我们已有的认知经验来解释或描述抽象的事物，从而形成新的认知经验。比如：拟人、联想、比喻，通过建立两者之间共通之处构建隐喻关系，进而将两个意义上本没有任何关联的词语联系在一起。这种隐喻方式就需要观众有足够丰富的生活经验与认知，通过打开脑洞来体会这种隐喻关系。例如：

(3) 就这孩子他是永远不知道累的，他永远不会感觉到疲惫。有时候我看着菠萝(小侄子)我就琢磨，我说咱们国家还研究什么新能源，这不就是永动机吗？永远那么亢奋，说大爷我要像哈利波特一样骑着扫帚自由自在飞，我说你大爷宁可出去清理垃圾堆，你们有没有感觉就像咱们这种打工的，但凡有着 6 岁孩子的心态和体能，就能称霸所

有职场。(童漠男,《脱口秀大会5》)

在语料(3)中,脱口秀演员童漠男在讲到带小侄子去环球影城主题公园游玩时,将小侄子与新能源、永动机建立了隐喻关系,听起来荒谬至极。新能源是新技术研发的新的能源形式与小孩是新的生命的开始具有相似性;永动机能够持续不断地做功与小孩永远不知道累和疲惫具有相似性,从而为建立隐喻关系打下基础。用“新能源”和“永动机”来隐喻“6岁小孩”不符合常规,但是通过童漠男的进一步阐释,我们会发现在这里隐喻的使用有极高的贴合性,同时带给观众意外的感受。

(4) Ellen: How many of you are on Twitter?

(The majority of the audience says yes.)

Ellen: A report just came out and said that half the people on Twitter have never sent out a Twit. Who has never sent out a Twit?

(Some people say yes.)

Ellen: That's about half. That they were actually right. So people sign up for and don't use it. It's the gym membership on the Internet.

(Laughter) (《吉米今夜秀》第九季)

在语料(4)中,艾伦与观众互动谈到关于推特发表的一篇报道,现场调查后得出与报道一样的结果——有一半的人注册了推特账号但从未发表过任何东西。于是艾伦用“网上健身会员”来形容这一批人。人们办健身房的会员卡这种行为与注册推特账号这种行为具有相似性,办了健身卡却不从不去健身的行为与注册了推特账号却从不发表言论的行为具有相似性,因此两者建立了隐喻关系。而推特又是网络上的一个平台,所以注册推特账号就像是在网上办理健身房的会员卡一样。

2.2. 偷换概念

通过对语料的归类和分析,两个脱口秀节目中常用的隐喻机制还有偷换概念。所谓偷换概念就是指用一个概念去替换另一个概念,从而发生逻辑的改变。可以是把任意一个概念的内涵或外延改变成另外一个概念;也可以是利用多义词能够表达不同概念的特点,将不同的概念混淆[7]。这种隐喻的构建会给人一种耐人寻味的感受。例如:

(5) 回想年轻的时候,那时候真是意气风发,就找大公司面试。面试官坐在一块就聊,说,我普林斯顿大学的,你呢?我说,我山东科技大学的。他说,没听说过。我说,没事,我也没听说过普林斯顿大学,你这在国外算几本啊?他说,我们学校是美国常青藤。我说,我们学校还中国爬山虎呢。(孟川,《脱口秀大会5》)

在语料(5)中,脱口秀演员孟川讲到在找工作面试时遇到学历攀比,为化解尴尬,孟川巧妙地将“美国常青藤大学”这个概念偷换成绿色植物“美国的常青藤”,并抛出“中国的爬山虎”,以中国爬山虎对标美国常青藤,以混淆概念。爬山虎与常青藤都是攀援能力比较强的植物,两者之间有着极其相似的样子,同时爬山虎为中国土生土长的绿色植物,一定程度上可以代表中国,从而把学校换成了植物,构建出一种新的隐喻关系,使观众眼前一亮。

(6) Ellen: The weather is crazy here in L.A. It's hot, and it chilly, and it's hot. Mother nature's menopause is going on.

(Laughter) (《吉米今夜秀》第九季)

在语料(6)中,在与观众谈论洛杉矶的天气时,艾伦说:“洛杉矶的天气很古怪,一会热,一会冷,一会又热,”之后将话题转移,说到:“这是大自然母亲的更年期来了吧。”女性的更年期与生理有关,

在这个时期，女性容易情绪不稳定，具有不可预测性。其将“大自然”的形象替换为“母亲”的形象；将“天气不定的冷热变化”特征替换为与具有相似特征的“女性更年期情绪不稳定”，因此两者建立了隐喻关系，这种隐喻关系构建的也比较大胆。

3. 差异性：脱口秀中隐喻触发幽默的策略

通过语料数据分析，两个脱口秀节目虽然在言语使用过程中隐喻的构建机制有很大程度上的相似性，但两者使用隐喻触发幽默的策略有所不同。本次研究重在从自我贬低、自我欣赏、贬低他人和赞赏他人这四个角度切入分析隐喻的使用策略[8]。

根据表 1 数据可以看出，在《脱口秀大会》这个节目中，脱口秀演员通常是通过隐喻进行自我贬低或赞赏他人从而触发幽默，引起观众的大笑，而自我欣赏和贬低他人的目的较少。根据表 2 数据可以看出，在《吉米今夜秀》这个节目中恰恰相反，主持人或是被采访者通常是通过隐喻进行自我欣赏或贬低他人从而触发幽默，引起观众大笑，而自我贬低和赞赏他人相对较少。

Table 1. Strategies for metaphor-triggering humor in ROCK & ROAST

表 1. 《脱口秀大会》中隐喻触发幽默的策略

	自我贬低	自我欣赏	贬低他人	赞赏他人	其他	总数
《脱口秀大会》语料	14	7	4	9	9	43
比例	33%	16%	9%	21%	21%	100%

Table 2. Strategies for metaphor-triggering humor in The Tonight Show Starring Jimmy Fallon

表 2. 《吉米今夜秀》中隐喻触发幽默的策略

	自我贬低	自我欣赏	贬低他人	赞赏他人	其他	总数
《吉米今夜秀》语料	4	12	9	8	10	43
比例	9%	28%	21%	19%	23%	100%

4. 从隐喻使用策略看中西文化价值观差异

人类认知思维的共性铸就了汉英隐喻中相似的构建机制，而中西各自的文化特点又影响了隐喻使用策略的差异性。《脱口秀大会》和《吉米今夜秀》两个节目中使用隐喻来触发幽默的差异性归根结底是因为中美两国文化价值观上的差异[9]。

中国是一个权利距离较大的国家，更加重视权威、地位、资历和年龄。因此，人们在日常生活的交流和表达中，更加倾向于使用正式、间接的方式，从而达到避免矛盾冲突、与人和谐相处的目的。其次，中国文化的主体是集体主义，强调社会和群体对个人的约束，重视群体的作用，正如一句俗语“大家好，才是真的好。”所以在中国的脱口秀节目中，脱口秀演员更倾向以“自我贬低”和“赞赏他人”为目的使用隐喻触发幽默。而中国经历了几千年的封建专制主义，人们的思想或多或少的都受到了一定的限制和约束，顾虑太多，在交际过程中，中国人更加希望能够展现完美的自己，所以自嘲就没有那么手到擒来了。中国人的幽默更加倾向于以一种直观的方式呈现出来，使人一目了然或一听就懂。

而美国是一个权利距离相对较低的国家，权威、地位、资历和年龄也就没有那么重要。美国文化的主体是个人主义或人文主义，以个人为中心，突出个人、追求个人利益[10]。美国人更加提倡冒险和自立，他们在人际交往中更倾向于公开表达自己内心的情感。因此在美国的脱口秀节目中，人们就更倾向于以“自我欣赏”和“贬低他人”为目的使用隐喻触发幽默。以美国为代表的西方文化中的幽默大多都充满

了智慧，含蓄并且有思想，懂得自嘲。因为西方的幽默更加追求凝练化和哲理化，所以理解幽默需要理解曲言、反复推敲，有更大的回味空间。

5. 总结

总体而言，以《脱口秀大会》和《吉米今夜秀》为研究对象的脱口秀节目中，在使用隐喻机制中存在一定的共性，在隐喻使用触发幽默的目的上存在一定的差异，这种差异与中西方人们日常对话交流中的差异高度贴切。而究其引起差异的根本所在是中西方文化价值观的不同。人类的发展是螺旋上升的，在全球化速度加快的进程中，我们应当尊重差异，理解差异，各美其美，美人之美，美美与共，天下大同。

参考文献

- [1] 刘志婷. 中美脱口秀：线上节目比较研究[J]. 上海广播电视研究, 2022(4): 45-51.
- [2] 叶忠星, 查琳. 为什么有些隐喻很幽默?——幽默隐喻之原因探析[J]. 湖州师范学院学报, 2017, 39(11): 74-81.
- [3] 胡曙中. 现代英语修辞学[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2004: 330-331.
- [4] 刘振前, 史煜. 日常英语中隐喻的普遍性及其与认知的关系[J]. 外语教学, 2002, 23(1): 3-8.
- [5] 束定芳. 隐喻学研究[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2000: 15.
- [6] 胡瑰玮. 认知模型理论下的脱口秀言语研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 四川师范大学, 2022.
- [7] 莫川川. 隐喻机制影响下的网络用语日常化研究[J]. 外语与翻译, 2017, 24(2): 52-55.
- [8] 陈焕红. 中美脱口秀节目言语幽默的语用策略对比研究[J]. 海外英语, 2010(4): 181-183.
- [9] 韩占东, 詹欢. 从文化差异看中西方隐喻内涵的不同[J]. 学园, 2013(14): 79.
- [10] Kövecses, Z. (2010) Metaphor and Culture. *Acta Universitatis Sapientiae*, 2, 197-220.