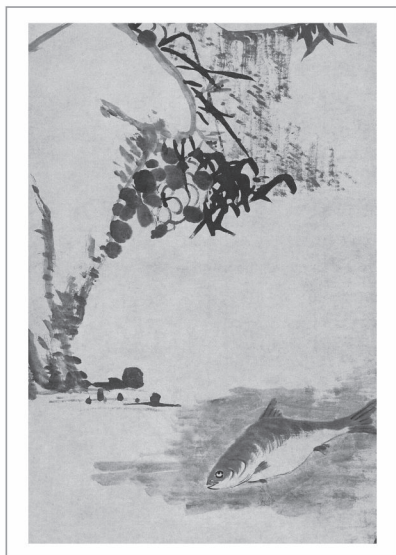


■ 2019年凯里学院线下一流课程“现代汉语”（xx202005）；2019年贵州省高等学校教学内容和课程体系改革项目“应用型高校现代汉语课程线上线下混合式教学改革研究”（2019168）课题成果

汉语实用辞格

蒋华 ● 编著



西南交通大学出版社
· 成 都 ·



这本《汉语实用辞格》教材与我教授过的“现代汉语”“言语交际艺术”“言语交际学”“语言趣味与趣味语言”“言语交际学教程”“现代汉语专题研究”等课程相关，是凯里学院2014年“现代汉语精品资源共享课课题”（课题编号：JZGX201402）研究成果，也是2019年“凯里学院线下一流课程现代汉语”（课题编号：XX202005）、2019年贵州省高等学校教学内容和课程体系改革项目“应用型高校现代汉语课程线上线下混合式教学改革研究”（课题编号：2019168）的结题成果之一。

修辞学的著作可谓汗牛充栋。最著名的当属复旦大学前校长陈望道所著的《修辞学发凡》，该书的出版标志着现代修辞学的正式建立，揭开了中国修辞学史上新的一页，该书因此被学界奉为中国现代修辞学的奠基之作。与前贤的作品相比，本书具有以下一些特点：

一是加入了作者多年的教学经验，更适合应用型本科教育的需要。经典著作有的过于深奥，所使用例句距离地方高校学生的生活现实较远，学生興味索然，难以产生共鸣；有的侧重于语音、词汇和语法，而对辞格的介绍貌似过于简略。

二是更符合地方高校学生知识结构的实际情况。以凯里学院为例，学生90%以上都来自黔东南地区，学生的接受能力、知识水平相对较弱，他们更需要一本通俗易懂的适用书。本书在编写时尽量做到清晰易懂，与当下社会生活实际相结合，与我国的传统文化相结合，遂能引发学生的兴趣。

三是本书强调学以致用。学以致用是汉语实用辞格开设的初衷，我们希望学生在学习辞格后，能用相关理论知识来解决生活中或者现实中的实际问题，从而提高学习辞格的兴趣。因此，本文将大量篇幅放在笑话、广告、小品、对联与诗歌中的辞格运用上。

另外，本书辞格的篇幅长短不一，长的多达一两万字，短的也就一两千字，为什么呢？这是由辞格的常用性决定的。辞格愈是常用，其叙述的篇幅愈长，这也符合人们运用辞格的现状。

袁晖先生曾在《现代汉语教学的阶段与层次》一文中指出，大学生的语言应用能力、分析能力和研究能力的获得，主要不是来自教材，而是来自课内和课外的有机结合。好的教材应该有意识地引导和促进这种有机结合的实现，使学生有时间和精力进行分析、比较，从而丰富、加深课内学习的知识，进而形成自己的观点^①。袁先生这段话十分精辟，故本教材力求将课内与课外相结合，引导学生用所学的辞格知识来分析社会生活语言，试图培养学生的语言分析能力与语言应用能力。

本教材断断续续地编写了五六年，每当碰到新鲜而有趣的例句时，笔者大都会

^① 袁晖. 现代汉语教学的阶段与层次[J]. 语文建设, 1991(3): 23-25.

记录下来，并且运用到本教材中。感谢先贤时哲，本书多有参考他们的论文或者论著，虽已尽可能标注出处，但也难免挂一漏万，敬请各位原谅。值得说明的是，文中对联、幽默、小品、广告语、黔东南侗歌及思考练习题中旅游景点的介绍等均来源于他人著作或者论文，非本人所创造，限于篇幅，恕不一一指明出处，诚望见谅。

本教材语言通俗易懂，力求在趣味和实用中讲解辞格方面的知识，力求让学生不仅知其然，更知其所以然。本教材适用的对象十分广泛，既适合于本科学生学习，也适用于高校教师教学。另外，中学语文教师、学生也是本书的主要适用对象。如果中学生能在本教材中有所获益，那将是笔者最为欣慰之事。

本教材虽经笔者反复斟酌，数易其稿，但由于本人学浅才疏，书中定然会存在诸多不足，诚望同道诸君批评雅正，不胜感激。



目录

第一章 修辞基本知识	001
第二章 比 喻	008
第一节 比喻概述	008
第二节 比喻形成机制	009
第三节 比喻成语	010
第四节 比喻对联	012
第五节 比喻广告语	015
第六节 比喻诗歌	019
第三章 夸 张	025
第一节 夸张概述	025
第二节 夸张笑话	027
第三节 夸张成语	029
第四节 夸张对联	031
第五节 夸张广告语	032
第六节 夸张诗歌	035
第四章 双 关	043
第一节 双关概述	043
第二节 双关对联	044
第三节 双关诗歌	048
第四节 双关广告语	050
第五节 双关笑话	052
第五章 比 拟	058
第一节 比拟概述	058
第二节 比拟寓言	059
第三节 比拟诗词	060
第四节 比拟对联	062

第六章	委婉	066
第一节	委婉概述	066
第二节	委婉诗歌	068
第三节	委婉广告语	070
第四节	委婉笑话	073
第七章	对比	081
第一节	对比概述	081
第二节	对比幽默	082
第三节	对比广告语	083
第四节	对比侗歌	087
第五节	对比诗词	093
第八章	反问	103
第一节	生活中的反问句	103
第二节	反问广告语	104
第三节	反问对联	105
第九章	设问	111
第一节	设问对联	111
第二节	设问诗词	112
第三节	设问广告语	113
第十章	反语	117
第一节	反语的常用性	117
第二节	反语的功用	119
第十一章	借代	124
第一节	借代的产生	124
第二节	借代的类型	125
第三节	借代的功用	127
第十二章	对偶	131
第一节	对偶产生的原因	131
第二节	对偶的类型	132
第三节	对偶对联趣话	134

第十三章 拈 连	138
第一节 拈连的类型	138
第二节 拈连的表达效果	139
第十四章 仿 词	141
第一节 仿词产生之因	141
第二节 仿词类型	142
第三节 仿词表达效果	144
第四节 仿词广告语	145
第十五章 反 复	150
第一节 反复形成之因	150
第二节 反复广告语	153
第十六章 层 递	158
第一节 层递存在之因	158
第二节 层递分类	160
第十七章 顶 真	163
第一节 顶真概述	163
第二节 顶真分类	164
第三节 顶真的作用	166
第四节 顶真对联	167
第十八章 引 用	171
第一节 引用存在之因	171
第二节 引用分类	172
第三节 引用广告语	174
第十九章 排 比	178
第一节 排比概述	178
第二节 排比幽默	178
第三节 排比对联	179
第四节 排比广告语	181

第二十章 回 环	186
第一节 回环存在之因	186
第二节 回环效果	188
第三节 回环广告语	189
第二十一章 衬 托	192
第一节 正 衬	192
第二节 反 衬	193
第二十二章 互 文	196
第一节 句内互文	196
第二节 句外互文	196
第二十三章 辞格的综合运用	199
第一节 辞格连用	199
第二节 辞格兼用	203
第三节 辞格套用	203
参考文献	209
后 记	220

第一章 修辞基本知识

修辞、修辞学与修辞原则等都会在本章中有所叙述。

一、修 辞

许慎《说文解字》：“修，饰也。从彡（shān），攸声。”“修”，本指“整饬物件”，后延伸为“对人的外表的妆饰”，进一步延伸为“对言辞的整饰”。“辞”本指“诉讼”，后又有“文辞、言辞（言词）”义。“修辞”一语最早见于《周易》“修辞立其诚”。修辞是修身的必要手段，修身的目的，是“齐家”“治国”与“平天下”。

现代学者关于“修辞”的定义，我们主要引述两位名家的见解。

陈望道在《修辞学发凡》中指出，修辞有狭义和广义之分：如果从狭义上来看，以为“修”当作“修饰”来解释，“辞”当作“文辞”来解释，修辞就是“修饰文辞”之义；如果从广义上来看，以为“修”当作“调整或适用”解，“辞”当作“语辞”解，“修辞”就是“调整或适用语辞”之义。^①

黄伯荣、廖序东在《现代汉语》中指出，“修辞”一词有三种不同的含义：第一，指运用语言的方法、技巧和规律；第二，指说话和写作中积极调整语言的行为，即修辞活动；第三，指以加强表达效果的方法、规律为研究对象的修辞学或修辞著作。^②

二、修辞学

修辞学的定义众多，我们主要引述两位学者的观点。

章衣萍说：“修辞学是研究文辞美化的一种艺术。”^③

胡裕树说：“修辞是为适应特定的题旨情景，运用恰当的语言手段，以追求理想的表达效果的规律。修辞学就是研究这种规律的科学。”^④

三、修辞原则

关于修辞原则，不同的学者因为视角不同，看法也不完全相同。我们主要引述两位学者的观点。

吕叔湘提出：“有一个原则贯穿于一切风格之中，……可以叫做‘适度’，……又可

① 陈望道. 修辞学发凡[M]. 上海：上海教育出版社，2001.

② 黄伯荣，廖序东. 现代汉语[M]. 北京：高等教育出版社，2017.

③ 章衣萍. 修辞学讲话[M]. 上海：上海天马书店，1934.

④ 胡裕树. 现代汉语（重订本）[M]. 上海：上海教育出版社，1997.

以叫做‘恰当’，……综合这两个方面用一个字眼来概括，就是‘自然’，就是一切都恰到好处。”^①

陈汝东指出：“话语建构……要遵守的修辞原则……包括正确、准确、适切和恰切四个方面。正确……包括三个方面：一是语音和文字正确，二是语法正确，三是语义正确。……正确不等于准确，只有表达准确，才能使话语充分地传达出说话人的意思……适切，就是话语要切合语境……适切是话语建构的第三层次，其目标是修辞效果要好。……恰切是话语建构的更高层次……旨在使话语完成交际任务的效率达到最佳程度。”^②

讨论修辞原则有多种角度，有学者曾指出，修辞原则的好坏要看它是否符合“公理法”（公理法就是从公理出发，按一定的逻辑规则，定义出其他有关的概念，推演出其他有关定理的一种演绎方法）的要求，是否经得起“奥卡姆剃刀”（奥卡姆剃刀定律，又称“奥康姆剃刀”，它是由14世纪英格兰的逻辑学家、圣方济各会修士奥卡姆的威廉提出。这个原理称为“如无必要，勿增实体”，即“简单有效原理”，也就是说，两个类似的解决方案，选择最简单的，即切勿浪费较多东西去做用较少的东西同样可以做好的事情）的检验，是否具有工具性。

修辞原则呈现多种面貌，也是由不同需要决定的，讲究“各有所宜”。

四、修辞同语音、词汇、语法的关系

语音、词汇、语法是修辞形成的材料和手段。修辞利用语音、词汇和语法三种不同的要素对语言进行综合的艺术加工。

（一）修辞同语音的关系

谐音、叠音、拟声、双声、叠韵、平仄、押韵、重音、语调、轻声、节奏和儿化韵，可增强语言的音律美^③。利用语音条件体现修辞效果的主要有双关、拈连、借代和仿拟等辞格。如：

风尘荏苒音书绝，关塞萧条行路难。（杜甫《宿府》）

诗中“荏苒”是双声，“萧条”是叠韵，双声叠韵造成音律和谐。

（二）修辞同词汇的关系

从选择、锤炼的角度研究词语的表达作用，从声音、意义、色彩等方面对词语加以调整、安排。修辞使词汇在运用中“超凡脱俗”^④。几乎所有修辞方式都同词汇有关。如：

桃花潭水深千尺，不及汪伦送我情。（李白《赠汪伦》）

① 王希杰. 汉语修辞学[M]. 北京：北京出版社，1983.

② 陈汝东. 当代汉语修辞学[M]. 北京：北京大学出版社，2004.

③ 黄伯荣，廖序东. 现代汉语[M]. 北京：高等教育出版社，2017.

④ 黄伯荣，廖序东. 现代汉语[M]. 北京：高等教育出版社，2017.

诗句中的“深”可以理解成“桃花潭水从上到下距离大”，也可以理解成“（李白与汪伦的）感情深厚”，这是语义双关。

（三）修辞同语法的关系

修辞主要研究同义句法形式以及各种不同句式综合运用的表达效果^①。如：

水生笑了一下。女人看出他笑得不像平常，“怎么了，你？”

水生小声说：“明天我就要到大部队上去了。”

女人的手指震动了一下，想是叫苇眉子划破了手。她把一个手指放在嘴里吮了一下。（孙犁《荷花淀》）

我们在《现代汉语》课程上讲授同义句法形式时曾引用过上述例句。当时就有学生问“怎么了，你？”与“你怎么了？”有什么不一样。诚然，这两者是有所区别的。“怎么了，你？”一句追问，显露了水生爱人对丈夫的极度关心、了解。如果换用“你怎么了？”，也能表达出一种关心，但是并不熟悉与了解，无法显示出他们亲密无间的夫妻关系。可见，同义句法形式“怎么了，你？”与“你怎么了？”有着不同的表达效果，这与句法形式息息相关。

五、修辞学的功用

对于修辞学的功用，学者大多认为：理论上，修辞知识能够帮助我们揭示人类的语言之谜，阐明人类的认识活动，而且具有美学价值。从实用角度来看，修辞知识可以帮助我们提高语言表达能力，即运用于说和写，也可以提高语言理解的能力，即运用于听和读。

六、语境

语境是言语活动进行的依据，也是检验修辞效果的依据。对于语境，学者们也有不同的看法，略摘几例。

陈望道先生在《修辞学发凡》中指出，普通作文书上常说的有所谓“六何”说，就是“何故”“何事”“何人”“何地”“何时”“何如”。“何故”是指写说的目的，“何事”是指写说的项，“何人”是指谁对谁说的，就是说者和读听者的关系，“何地”是指写说者当时在什么地方，“何时”是指写说的时间，“何如”是指怎样的写说^②。从修辞的角度来看，这“六何”实际上就是语境。

黄伯荣、廖序东认为，语境包括上下文语境和情景语境两大类，情景语境包括语言运用中对话语有影响的情景、情况和关系等^③。

语境有着特殊的功能，主要体现在下面几个方面。

① 黄伯荣，廖序东. 现代汉语[M]. 北京：高等教育出版社，2017.

② 陈望道. 修辞学发凡[M]. 上海：上海教育出版社，2001.

③ 黄伯荣，廖序东. 现代汉语[M]. 北京：高等教育出版社，2017.

（一）语境对语义有制约功效

如“我今天晚上补课”，这句话分别由一位教师与一位学生说出来，它表达的含义是不一样的。尽管都是同样的话语，由于教师和学生的职务身份不同而决定了同样一句话的语义有所不同。教师说这句话的意思是“我今天晚上要去给学生讲课”，而学生说这句话的意思是“我今天晚上要去听教师讲课”。

（二）消除歧义

语境能够消除话语的歧义。如“鸡不吃了”。“鸡”可作动作动词“吃”的施事，也可作动作动词“吃”的受事，配以具体语境，歧义就会消除。如果配上在生日宴会上说“鸡不吃了”这样的语境，“鸡”就是受事，是人们“吃”的对象，指“鸡肉”。如果这句话是农家人茅舍喂鸡时所说，“鸡”就是施事，表示“鸡已经吃饱了”，指鸡这种动物。



一、下面是某学者的论述，请问它是否正确？为什么？

“小荷才露尖尖角，早有蜻蜓立上头。”（杨万里《小池》）按照逻辑常理，小荷只有露出水面后，蜻蜓才能停立上头。但诗人杨万里于此却出奇地用了一个表示某种情况或行为动作在另一种情况或动作产生之前就已经存在的副词“早”，与前句中的副词“才”互相呼应，构成“超前夸张”这一辞格，从而把蜻蜓与小荷相互依偎这一自然界的迷人景象表现得活灵活现。如果后句写成“已有蜻蜓立上头”，应该说更合乎事物发展的逻辑，但这样一来，诗歌的艺术魅力就减弱了。所以说积极修辞为了达到生动形象的目的，有时常要故意违反形式逻辑的某些规律。

二、请以下列句子说明语境对句子的制约。

1. 在我的后园，可以看见墙外有两株树，一株是枣树，还有一株也是枣树。（鲁迅《秋夜》）

2. 一天是阴沉的上午，太阳还不能从云里面挣扎出来，连空气都疲乏着。耳中听到细碎的步声和咻咻的鼻息，使我睁开眼，大致一看，屋子里还是空虚；但偶然看到地面，却盘旋着一匹小小的动物，瘦弱的，半死的，满身灰土的……。我一细看，我的心就一停，接着便直跳起来。那是阿随。它回来了。（鲁迅《伤逝》）

3. 今天，这里有没有特务？你站起来！是好汉的站出来！你出来讲！凭什么杀死李先生？杀死了人，又不敢承认，还要诬蔑人，说什么“桃色事件”，说什么共产党杀共产党，无耻啊！无耻啊！这是某集团的无耻，恰是李先生的光荣！（闻一多《最后一次的讲演》）

4. 人们都拿着枫叶。……战士们背起背包，挎上了枪，走向夹道欢迎的人群。“万岁”声响起来了，火红的枫叶举起来了，孩子们奋力地撒着纸屑的花雨，欢呼着……不知道是哪个老妈妈忍不住了，捧着战士的手，第一个哭出了声，接着是姑娘们、孩子们哭出声来，然后是那些男人们无声的眼泪，低低的啜泣，这时候，战士们简直是在朝鲜人民送行的泪雨中进行。（巍巍《依依惜别的深情》）

5. 不是焦大一个人，你们就做官儿享荣华受富贵？你祖宗九死一生挣下这家业，到如今了，不报我的恩，反和我充起主子来了。不和我说别的还可，若再说别的，咱们红刀子进去白刀子出来！（曹雪芹《红楼梦》）

6. 相传，古时有位诗人写了一句“柳絮飞来片片红”，遭到了同行们的嘲笑。在同行们看来，“红”字不恰当，柳絮本是“白”的。于是他后又加了一句“夕阳方照桃花坞”，同行们却大加赞赏。

7. 操与官坐久，忽闻庄后有磨刀之声。操曰：“吕伯奢非吾至亲，此去可疑，当窃听之。”二人潜步入草堂后，但闻人语曰：“缚而杀之，何如？”操曰：“是矣！今若不先下手，必遭擒获。”遂与官拔剑直入，不问男女，皆杀之，一连杀死八口。搜至厨下，却见缚一猪欲杀。官曰：“孟德心多，误杀好人矣！”急出庄上马而行。

8. 某日，一学生对他的朋友大声喊道：“快叫医生，快叫医生！”朋友焦急地问他：“你哪儿痛？”学生激动地喊：“我从医学院毕业了。”

9. 一穷诗人和一富翁并肩而坐，富翁想侮辱诗人，便问他：“告诉我，你跟一头驴能差多少？”诗人目测了一下他俩之间的距离，答：“不远，总共只有二十五厘米！”

三、请施以具体语境，消除下列例句中的歧义。

1. 杀猪的和卖茶的打赌。杀猪的说：“用铁锤锤蛋锤不破。”卖茶的说：“锤得破！”杀猪的说：“锤不破！”卖茶的不服气，拿来一个鸡蛋，用锤子使劲打下去，鸡蛋破了。说：“这不是破了吗？”杀猪的说：“蛋是破了，可我说是锤不破啊！”说着他指指铁锤。

2. 一个人来到炸油条摊上对主人说：“呀！炸油条，一天要用多少油？”主人说：“哪有炸油条不用油的。”“真浪费，怪可惜。”“可惜，也要炸，不用油，怎能炸油条？”“我家祖宗几代都是卖油条的，从来不用油炸。”主人想得到他的秘诀，忙请他吃饭，殷勤地招待他。酒足饭饱之后，他低声地对主人说：“我家几代人卖油条，都是贩来卖的，所以不用油炸。”主人一听，傻眼了。

3. 顾客：“癣药，价钱多少？”店员：“每瓶3角！”顾客：“一滴，卖多少钱？”店员：“怎么可以买一滴？起码一瓶。”顾客：“你们广告上明明说‘一滴就灵’！”

4. 一房地产商为推销房地产，打出“买房子送家具”的广告后，某人买了一套新房，装饰一新后去领家具。“老板，我们买了你的房，来领家具了。”“先生，对不起，我们只承诺帮你把家具送回家，没说白送给您家具。”

5. 某公的儿媳要入京，正赶上某公卧病在床，某公把儿媳喊到床前说：“我年纪大了，老怕中头风，你到京城给我买一只头巾寄回。”第二天儿媳准备启程，亲戚们都来送行。某公忽然对儿媳喊道：“千万别忘了昨天咱们俩枕边的话。”亲戚们惊骇，问某公到底是怎么一回事。某公说明了情况，亲戚们大笑不止。

6. 1954年国庆前夕，某机关的游行筹备小组开会，筹备小组里的一位女同志宣布：“今年游行，女同志一律不准穿裤子！”机关人员哄堂大笑。

7. 一地方官谒见上司。上司问：“听说贵地山村有狗熊，不知都有多大？”“大的有大人那么大。”地方官自觉不妥，随即补充道：“小的有卑职那么大。”

四、下面是某位教师教学生结合语境理解词义的步骤，你认为对吗？为什么？

我们先看第一个词“司空见惯”。我们先找到这个词所在的句子读一读。你了解这句话表达的意思吗？你说。那换个什么词，这句话表达的意思不变呢？你说。对，“习以为

常”。那么我们就可以把“司空见惯”理解为“习以为常”，这种方法叫近义词替换解词法。

谁能用这种方法来解释“锲而不舍”这个词语？我们还是先读它所在的句子。然后猜一猜句子的意思和词语的意思。这个词换成什么词，这句话表达的意思不改变呢。谁来说？“坚持不懈”。

“司空见惯”“锲而不舍”这两个词我们用了近义词替换解词法。我们接着看，“人声鼎沸”这个词怎么理解？先读句子，然后猜测句子和词语的意思。你说。“人的声音就像锅里烧开水。”这是它的字面意思，但把这个词的字面意思放到句子当中表述准确吗？显然是不准确的。看来要想准确理解词语，还得结合课文来想想，这个词是形容什么的？你说。“形容声音的。”形容声音的什么特点呢。“声音大。”你来。“声音乱。”那么也就是说这个词就是来形容声音的大又乱，那么我们就可以把“人声鼎沸”这个词解释为人群发出的声音就像水在锅里沸腾了一样，形容人声嘈杂喧闹。这就是描述事物特点解词法。

我们用这样的方法来解释“烟熏火燎”这个词。还按照上面的四个步骤。“玛丽烟熏火燎。”是玛丽经过烟火的熏燎吗？其实这个词是形容什么的？“环境。”有什么样的特点？“非常的恶劣。”是啊，那我们就可以把这个句子解释为玛丽被烟火熏烤着，形容玛丽工作的环境十分恶劣。

我们再来看“积劳成疾”这个词。“疾”有“急速猛烈”“痛恨”“疾病”几种不同的含义。在“积劳成疾”中，这个“疾”是什么意思呢？你说。对，后文说住进医院，所以“疾”解释为疾病。那这个词“积劳成疾”我们结合上下文知道它是长期工作，过度劳累而生出疾病。这个词我们是抓住了“疾”这个关键字，结合上下文来知道整个词语的意思。我们就结合上下文抓关键字，来解释“饶有趣味”这个词。“饶”有丰富、宽容等意思，那么在这儿，“饶”是什么意思呢？读一读句子，来猜一猜。“饶”就是“丰富”“多”，“饶有趣味”就是“很有趣味”之意。

五、下列故事是真实的案例，请问其中发生的事实与修辞现象相关吗？为什么？

毕业36年，阿华的班级组织起了同学会。为纪念曾经一起走过的日子，大家相约做一本纪念册。班级组委会给每位同学都发了一张表，用来填写个人资料，编辑后印制成册。阿萍被委托做这件事情。不过，阿华迟迟没有提交表格，于是阿萍就代为填写，在纪念册的职务一栏里，给阿华填上了“教师”，写明了工作单位。编辑工作完成后，经班级组委会的几位同学审阅，印制了50册。不料，阿华在收到纪念册后，不仅毫无喜悦，反而十分气恼。原来，他的工作单位被阿萍写错了，他觉得阿萍是故意的。同时，他是高级教师，被阿萍写成了教师。阿华随后找阿萍沟通，后者不仅没有改正，反而把阿华踢出了群聊。沟通无果，阿华将阿萍诉至法院，要求其赔礼道歉，销毁所有纪念册，并赔偿名誉损失5000元。法院审理后认为，教师是职务，高级教师是职称，阿萍在没有收到阿华提交的材料的情况下，将其职务写成教师，并不会导致阿华名誉受损。至于单位填写错误，因为纪念册是非公开发行刊物，也在同学之间可以容忍的范围内。因此，驳回阿华全部诉讼请求。老同学之间，因为这一点小事就打起了官司，太不值当。

六、请分析以下这段文字，说明修辞的意义。

汽车夫把私带的东西安置了，入座开车。这辆车久历风尘，该庆古稀高寿，可是抗

战时期，未便退休。机器是没有脾气癖性的，而这辆车倚老卖老，修炼成桀骜不驯、怪僻难测的性格，有时标劲像大官僚，有时别扭像小女郎，汽车夫那些粗人休想驾驭了解。它开动之际，前头咳嗽，后面泄气，于是掀身一跳，跳得乘客东倒西撞，齐声叫唤，孙小姐从座位上滑下来，鸿渐碰痛了头，辛楣差一点向后跌在那女人身上。这车声威大震，一口气走了一二十里，忽然要休息了，汽车夫强它继续前进。如是者四五次，这车觉悟今天不是逍遥散步，可以随意流连，原来真得走路，前面路还走不完呢！它生气不肯走了，汽车夫只好下车，向车头疏通了好一会，在路旁拾了一团烂泥，请它享用，它喝了酒似的，欹斜摇摆地缓行着。每逢它不肯走，汽车夫就破口臭骂，此刻骂得更利害了。骂来骂去，只有一个意思：汽车夫愿意跟汽车的母亲和祖母发生肉体恋爱。骂的话虽然欠缺变化，骂的力气愈来愈足。（钱锺书《围城》）

七、请阅读下列诗句，并且回答相关问题。

我打江南走过，
那等在季节里的容颜如莲花的开落。
东风不来，三月的柳絮不飞；
你底心如小小寂寞的城，
恰若青石的街道向晚。
音不响，三月的春帷不揭，
你底心是小小的窗扉紧掩。
我达达的马蹄是美丽的错误，
我不是归人，是个过客。（郑愁予《错误》）

有人说，该诗存在明显的逻辑错误。从逻辑上来看，“美丽”与“错误”是一对语意上相互排斥、不可兼容的概念。“错误”怎么还有“美丽”可言呢？你如何看待这种说法，为什么？

八、比较下列两个标题，请说明修辞的功用。

世界围棋最强战弈罢九轮，副帅马晓春马失前蹄。
世界围棋最强战弈罢九轮，副帅马晓春输了。

第二章 比 喻

第一节 比喻概述

比喻，就是人们通常所说的“打比方”，是在描写事物或说明道理时，通过相类似的联想，用同它有相似点的其他事物或道理来打比方的一种修辞方法^①。对于比喻，人们主要从其构成成分与分类来看待。

一、比喻的构成成分

比喻的构成，一般要求是“三个成分”“两个条件”。“三个成分”即是本体、喻体和喻词：一个是所描写的对象，即被比喻的事物，叫作“本体”；一个是用来作比的事物，叫作“喻体”；另一个是联系本体和喻体的词语，叫作“喻词”。两个条件：一个是本体和喻体必须是两类本质不同的事物；另外一个本体和喻体之间必须具有某种相似之处^②。

二、比喻的分类

从本体和喻体的关系以及喻词的异同和隐现来看，比喻可以分为明喻、暗喻和借喻三大类^③。

1. 明 喻

在一个句子当中，本体和喻体同时出现，常用的喻词有“像”“好像”“如”“如同”“犹如”“仿佛”“似”“恰似”“一样”“一般”“像……一样”“如……一般”“好像……似的”等，明喻的基本格式是“甲（本体）像（似）乙（喻体）”^④。如：

希望是本无所谓有，无所谓无的。这正如地上的路，其实地上本没有路，走的人多了，也便成了路。（鲁迅《故乡》）

“希望”是本体，“地上的路”是喻体，比喻词是“正如”，相似点是“有无”。鲁迅用“路的有无”这个浅显通俗的事理，来比喻“希望的有无”这个有深刻内蕴的哲理，让人能快速明白这个意味深长的道理。

① 黄伯荣，廖序东. 现代汉语[M]. 北京：高等教育出版社，2017.

② 陈望道. 修辞学发凡[M]. 上海：上海教育出版社，2001.

③ 黄伯荣，廖序东. 现代汉语[M]. 北京：高等教育出版社，2017.

④ 黄伯荣，廖序东. 现代汉语[M]. 北京：高等教育出版社，2017.

2. 暗喻

“暗喻”，有的教材叫“隐喻”。“暗喻”就是本体和喻体都出现，常用的喻词有“是”“成”“成了”“成为”“变成”“变为”“当作”“看作”“做”等，基本格式是“甲是乙”^①。如：

我们的空军战士，永远做搏击长空的雄鹰、迎接风雨的海燕。

该例句中有两个暗喻句：其一，“空军战士”是本体，“雄鹰”是喻体，相似点是“搏击长空”，比喻词是“做”；其二，“空军战士”是本体，“海燕”是喻体，相似点是“迎接风雨”，比喻词是“做”。这两个暗喻句赞美了空军战士的英雄气概。

3. 借喻

“借喻”中，本体、喻词都不出现，直接用喻体代替本体，这种比喻的本体、喻体之间的关系十分紧密，其格式是“乙（代甲）”^②，如：

燕雀安知鸿鹄之志哉？（《史记·陈涉世家》）

此例中有两个借喻：其一，“见识短浅之人”是本体，喻词没有出现，喻体是“燕雀”，相似点是“视野窄”；其二，“志向远大之人”是本体，喻词没有出现，喻体是“鸿鹄”。此语是《史记·陈涉世家》中陈涉发出的深情感慨：平凡、普通的人哪里知道英雄人物的志向呢？

第二节 比喻形成机制

比喻的存在有其客观基础，有其心理基础，还有其思维基础。

一、比喻的心理基础——联想

比喻是人们对感知和认识过程中的联想进行描述的普遍与主要方式之一。关于这方面的知识，张少云论述得比较清楚，他认为，比喻的关键是“比”，从行为主义心理学的角度分析，比喻的心理基础就是联想。联想就是在意识中两件或者更多事物之间形成的联系；就是由于某人、某事或者某种概念引起与它相关的某些人、事或者某些概念的一种心理现象。人们在感知某一对象后，就会在我们的大脑皮层留下兴奋过的痕迹，而这些痕迹在满足一定的条件下会再次发生兴奋。特别是当某种与以前感知过的刺激物有某种联系的刺激物出现在眼前时，以前感知过的刺激物留在大脑皮层上的兴奋痕迹就会相应地兴奋起来，会帮助我们认识当前的刺激物^③。

具体的事物或者情景最容易产生联想，因为它们的形象较具体。比如人们看到苍松翠柏挺立在风雪严寒中，就会联想到那些在社会生活中不屈服于邪恶势力的英雄人物，

① 黄伯荣，廖序东. 现代汉语[M]. 北京：高等教育出版社，2017.

② 黄伯荣，廖序东. 现代汉语[M]. 北京：高等教育出版社，2017.

③ 张少云. 比喻的心理基础[J]. 平顶山师专学报，2000（3）：24-26.

继而会联想到英雄人物与苍松翠柏之间的相似之处，于是人们就用松柏来表现英雄人物的性格^①。

二、比喻的思维方式——直观性、整体性

比喻的产生源自人们“观物取象”的认知方式以及“类万物状”的思维方式。观物取象是人类早期认知事物的主要方式，事物的相似不仅仅只停留在事物声、形、色、味等诸多表征中，而且存在于早期先民混沌的思想里。事物之间，万物相类。人们可以从一个事物的事理推导到另一个事物的事理，可以在事物之间互相感知和暗示的关系中体会这种相似的关系^②。

在历史的发展中，中华民族形成了辩证的、发展的、直观综合的模糊化思维模式，这种思维模式充分表现了中华民族古代思维的活性、弹性。这种直观综合的模糊化思维方式在社会生活现实中的表现就是人们凭着直观去感知外在事物的表象，通过直觉综合地感知客观世界。这样导致人们在言语交际中习惯于运用类比思维方法，产生相似联想，而这恰恰是产生比喻的客观基础^③。

比喻应用于成语、广告、对联、诗歌中，可以使成语、广告、对联、诗歌的语言表达形象生动，富于艺术的魅力。

第三节 比喻成语

比喻赋予成语以艺术的效果，使成语精辟凝练、形象生动；比喻成语也以其简练性、生动性取悦于人。我们可以从喻词的有无、本体的有无、所表达的情感色彩三个方面来看待比喻成语。

一、从喻词的项数来看比喻成语

有的比喻成语有两个喻词，如“如胶似漆”“如狼似虎”“如饥似渴”“如花似玉”“如龙似虎”“如鱼似水”“如花似锦”“如火如荼”“如痴如醉”“若即若离”。在比喻成语中，两个喻词可以相同，如“如火如荼”“如痴如醉”中的喻词“如”；两个喻词也可以不一样，如“如狼似虎”“如饥似渴”“如花似玉”“如龙似虎”中的喻词“如”和“似”。

在比喻成语中，有的比喻只有一个喻词，如“易如反掌”“亲如兄弟”“轻如鸿毛”“浩如烟海”“安如泰山”“坚如磐石”等，它们的喻词都是“如”。在比喻成语中，比喻词可以居于句首，如“若无其事”中的“若”；也可以是成语的第二个字，如“亲如兄弟”中的“如”。

① 张少云. 比喻的心理基础[J]. 平顶山师专学报, 2000(3): 24-26.

② 加晓昕. 论比喻的起源和结构[J]. 金田, 2013(8): 299.

③ 田荔枝. 汉语比喻与传统思维方式[J]. 山东大学学报, 1994(4): 24-28.

有的比喻成语没有比喻词，即比喻词为零项的，如“空中楼阁”“一丘之貉”“九牛一毛”“雨后春笋”“瓮中之鳖”“害群之马”等。

二、从有无本体来看比喻成语

有的比喻成语中有本体出现。如“恩重如山”的本体是“恩”，“挥汗如雨”的本体是“挥汗”，“暴跳如雷”中的本体是“暴跳”，“宾至如归”的本体是“宾至”，“对答如流”中的本体是“对答”，“心急如焚”中的本体是“心急”，“心乱如麻”中的本体是“心乱”，“胆小如鼠”中的本体是“胆小”，“峰峦如聚”中的本体是“峰峦”，“波涛如怒”中的本体是“波涛”，“守口如瓶”中的本体是“守口”，“水平如镜”中的本体是“水”。

有的比喻成语中没有本体出现。如“稳如泰山”“坚如磐石”，孙孟明指出，这种格式是“本体+比喻词（第二位）+喻体”，本体“稳”“坚”是抽象事物^①。我们认为，“稳如泰山”“坚如磐石”中的本体不是“稳”“坚”，“稳”“坚”是相似点。请看下列例句：

① 为什么 2019 年姚迪在中国女排地位稳如泰山？

② 我们不惹事，但也决不怕事，中国各族人民维护国家统一、民族团结的意志坚如磐石，实现中华民族伟大复兴的步伐不可阻挡。

③ 外围市场剧烈震荡，A 股能否坚如磐石？

例①中，本体是“2019 年姚迪在中国女排地位”，比喻词是“如”，喻体是“泰山”，相似点是“稳”。例②中，本体是“中国各族人民维护国家统一、民族团结的意志”，比喻词是“如”，喻体是“磐石”，相似点是“坚”。例③中，本体是“A 股”，比喻词是“如”，喻体是“磐石”，相似点是“坚”。

三、从喻体来看比喻成语的构成

1. 从语言单位看比喻成语的构成

在比喻成语中，喻体可以是词。喻体中的词可以是名词，如“光阴似箭”中的“箭”是名词，“如胶似漆”中的“漆”是名词，“挥金如土”中的“土”是名词，“胆小如鼠”中的“鼠”是名词，“稳如泰山”中的“泰山”是名词；喻体也可以是动词，如“如饥似渴”中的“渴”是动词。

在比喻成语中，喻体也可以是短语。其中，喻体既可以是主谓短语，如“如雷贯耳”中的“雷贯耳”是主谓短语，“如梦初醒”中的“梦初醒”是主谓短语，“如牛负重”中的“牛负重”是主谓短语，“如日方升”中的“日方升”是主谓短语，“如鱼得水”中的“鱼得水”是主谓短语，“心如刀割”中的“刀割”是主谓短语；喻体也可以是动宾短语，如“如临大敌”中的“临大敌”是动宾短语，“势如破竹”中的“破竹”是动宾短语；喻体还可以是偏正短语，如“坚如磐石”中的“磐石”是偏正短语，“杏如黄鹤”中的“黄鹤”是偏正短语，“味如鸡肋”中的“鸡肋”是偏正短语。

^① 孙孟明. 带有比喻词的成语及其组合形式[J]. 当代修辞学, 1994(4): 35-36.

2. 从喻体位置看比喻成语的构成

比喻成语中，有的喻体在前，本体在后。如在“金玉良缘”中，“金玉”是喻体，而“良缘”是本体；在“锦绣河山”中，“锦绣”是喻体，而“河山”是本体。

比喻成语中，有的喻体在后，本体在前。如在“江山如画”中，“画”是喻体，而“江山”是本体；在“繁花似锦”中，“锦”是喻体，而“繁花”是本体。

成语通过一定的形象来进行比喻，从而使得成语生气勃勃、形象鲜明。比喻成语因其表意上的丰富性和表达上的形象性，广受人们的喜爱。

第四节 比喻对联

比喻对联可谓中国传统文化宝库中的一颗璀璨明珠。不同的比喻对联，其功能不一样。有的比喻对联能表达见解和看法，有的比喻对联暗含哲理，有的比喻对联具有嘲讽的功能，还有的比喻对联具有描绘场景的功能。本节主要参考了李玉方《浅说比喻在传统对联中的运用》^①、韩崇文《不常见的比喻对联》^②、朱英贵《对联中的比喻与比拟》^③等。本节主要从功能来看待比喻对联。

一、嘲讽功能

比喻对联具有嘲讽的功能。且看如下例句：

解缙自幼聪明好学，7岁就能诗善文，且生性刚直。告老还乡的李尚书不信解缙有此高才，他宴请几个权臣显贵作诗，派人叫解缙前来应对，想有意当众奚落他一番。中间的对联过程很是精彩，解缙不负才情都能一一应对，让尚书和其他权贵很是窝囊。临到末了，作为收尾对联，解缙举杯祝酒说：“难得今日群才雅集，我愿题赠一联助兴。”尚书听罢，忙叫人拿来文房四宝。解缙挥毫舞墨，然后掷笔大笑而去。众人走过来一看此联为“墙上芦苇，头重脚轻根底浅；山间竹笋，嘴尖皮厚腹中空”，都瞠目结舌，半天说不出话来。

“墙上芦苇，头重脚轻根底浅；山间竹笋，嘴尖皮厚腹中空”是一副对仗工整、形象鲜明的比喻对联，本体是那些没有真才实学又夸夸其谈的浅薄之人，喻体是“（头重脚轻根底浅之）墙上芦苇”“（嘴尖皮厚腹中空之）山间竹笋”。该对联以物喻尚书和其他权贵，借物寓讽，贴切又生动。

又如：

《笑林广记》中有这样一个小故事：有一个贪官，新春佳节在衙门贴出一对联，自我标榜清廉，联曰“爱民若子；执法如山”。百姓见了非常气愤，一人将此联续为“爱民若子，金子银子皆吾子也；执法如山，钱山靠山其如山乎？”

① 李玉方. 浅说比喻在传统对联中的运用[J]. 语文知识, 2002(4): 42-43.

② 韩崇文. 不常见的比喻对联[J]. 对联, 2017(10): 111-112.

③ 朱英贵. 对联中的比喻与比拟[J]. 晚霞, 2019(1): 50-51.

“爱民若子”是一个明喻句，“民”是本体，喻词是“若”，“子”是喻体，相似点是“爱”，该比喻写出了县官认为自己十分爱百姓、爱人民。“执法如山”同样是一个明喻句，“执法”是本体，“如”是喻词，“山”是喻体，相似点是“公正”，该比喻形容县官执行法令像大山一样不可动摇，形容执法严厉。县官贴出此联是为了标榜自己清廉，说明自己铁面无私^①。

“爱民若子，金子银子皆吾子也；执法如山，钱山靠山其如山乎？”也是比喻句，“爱民若子”前文已有分析，“金子银子皆吾子也”中的“金子银子”是本体，“吾子”是喻体，喻词没有出现。上联表明，该县官爱的子民是金子银子，不是百姓。下联中，“执法如山”前文已有分析，“钱山靠山其如山乎”中的“钱山靠山”是本体，而“山”是喻体。下联表明县官执法的准绳是钱和权，而非法律。该对联讽刺了该县官的贪婪与虚伪^②。

二、描绘场景

比喻对联具有描绘场景的功能。如：

清朝有个宰相张英，平时喜欢对联，很有一些文才。有一次，他到民间微服私访，碰上那里的农民用稻草捆秧，一位农民要张英对对子，其上联是“稻草捆秧父抱子”。张英在田头想了好久也没有对出下联，回家后他和夫人谈起此事，自己觉得很不好意思。他的话正好被一个侍女听见了，侍女笑了笑。张英问她笑什么，她笑道：“这有什么难对的，下联就是‘竹篮装笋母怀儿’。”张英听后连连点头称赞。

上联“稻草捆秧父抱子”中，“稻草捆秧”是本体，“父抱子”是喻体，上联描绘的是眼前的实景实情，生动而又传神。下联“竹篮装笋母怀儿”中，“竹篮装笋”是本体，“母怀儿”是喻体，下联描绘的是现实中的实景，十分形象^③。下联对得工整巧妙，与上联意境相通相合，堪称绝对。

又如：

清末广州滑稽大师何淡如与友人游珠江，友人即景出上联：珠海船如梭，横织波中锦绣。何淡如对下联：羊城塔似笔，倒写天上文章。

该对联中的上下联均采用了比喻的修辞手法，生动而又形象。上联“珠海船如梭，横织波中锦绣”中，“船”是本体，“如”是比喻词，“梭”是喻体，相似点是动作。下联“羊城塔似笔，倒写天上文章”中，“塔”是本体，“似”是比喻词，“笔”是喻体，相似点是形状。该对联巧妙运用比喻或动态或静态地描绘珠江的现实景物，如诗如画，极为生动^④。

三、表明胸襟

比喻对联能表明一个人的胸襟、格局。如：

① 李玉方. 浅说比喻在传统对联中的运用[J]. 语文知识, 2002(4): 42-43.

② 韩崇文. 不常见的比喻对联[J]. 对联, 2017(10): 111-112.

③ 韩崇文. 不常见的比喻对联[J]. 对联, 2017(10): 111-112.

④ 韩崇文. 不常见的比喻对联[J]. 对联, 2017(10): 111-112.

林则徐任两广总督，查禁鸦片时期，曾在自己的府衙写了一副对联：“海纳百川，有容乃大；壁立千仞，无欲则刚。”

上联“海纳百川，有容乃大”是借喻，本体是林则徐，喻体是“（纳百川之）海”，意在告诫自己，要广泛听取各种不同意见，才能把事情办好，立于不败之地。下联“壁立千仞，无欲则刚”是借喻，本体是林则徐，喻体是“（立千仞之）壁”，意在砥砺自己，当官必须坚决杜绝私欲，才能像大山那样刚正不阿，挺立世间。林则徐“海纳百川”的胸怀和“壁立千仞”的刚直精神在这副形象生动、寓意深刻的比喻对联中体现得淋漓尽致^①。

四、暗含哲理

有的比喻对联暗含哲理。如：

郑板桥题书斋联：“删繁就简三秋树，领异标新二月花。”

上联是暗喻，“删繁就简”是本体，而“三秋树”是喻体，“删繁就简”指去掉一些繁杂的文辞，使文章简明精练，“三秋树”就是深秋的树，没有细枝密叶，瘦劲秀挺。上联主张以最简练的笔墨表现最丰富的内容，以少胜多。下联也是暗喻，“领异标新”是本体，“二月花”是喻体，“领导标新”意谓与众不同，富有新意，而“二月花”是指早春盛开的花，一花引来百花开，独领风骚。下联主张“自出手眼，自树脊骨”，创造与众不同的新风格^②。

又如：

心似平原驰马，易纵难收；学如逆水行舟，不进则退。（《增广贤文》）

在上联中，“心”是本体，“似”是比喻词，“平原驰马”是喻体，相似点是“易纵难收”。上联表明，心就像是马在平原上跑，如果你不懂得收放自如，马就会很快跑得没影儿。在下联中，“学”是本体，“如”是比喻词，“逆水行舟”是喻体，“不进则退”是相似点。下联表明，学习如同船在水中逆行，如果你不往前走的话就会顺着水往后退。此联以“逆水行舟”“平原走马”两个具体行为来分别比喻“学”和“心”这两样抽象的事物，使得外在的学习和内心的自控由抽象变为具体，以提醒人们注意学习，注意自律^③。

又如：

旧日蒙馆对联：教小子如养芝兰，此日栽培须务本；愿先生毋弃樗栎，他年长大尽成材。

上联中，“教小子”是本体，“如”是比喻词，“养芝兰”是喻体，上联是说蒙馆先生教学童要如栽培芝兰香草，从头开始，应以关怀、爱护为本。下联中，“樗栎”（即臭椿和麻栎）比喻顽劣的厌学者、无用之材，意即希望先生因材施教，悉心培育，以期学生日后皆成材。该对联强调因材施教，见解深刻。

① 李玉方. 浅说比喻在传统对联中的运用[J]. 语文知识, 2002(4): 42-43.

② 朱英贵. 对联中的比喻与比拟[J]. 晚霞, 2019(1): 50-51.

③ 朱英贵. 对联中的比喻与比拟[J]. 晚霞, 2019(1): 50-51.

五、表明看法

有的比喻对联能表达自己的见解和看法。如：

清代诗人张尔荃撰写了一副纪念明朝大忠臣史可法的对联：数点梅花亡国泪，二分明月故臣心。

在上联中，“数点梅花”是本体，“亡国泪”是喻体，表明残落的梅花瓣就像亡国者流下的血泪。在下联中，“二分明月”是本体，“故臣心”是喻体，表明明朝老臣的心也如同残月一样残缺。该比喻对联盛赞明末清初率领孤军坚守扬州的史可法^①。

又如：

《清朝野史大观》中有一段关于纪晓岚的记载，云：纪文达公自言，自四岁至老，未尝一日离笔砚。乾隆壬子三月，俱在直庐，戏谓友人云：“昔陶靖节自作挽歌，余亦自题一联，云：‘浮沉宦海如鸥鸟，生死书丛似蠹鱼。’百年之后，诸公书以见挽，足矣。”刘文清公墉笑曰：“上联殊不类公，若以挽陆耳山，乃确当耳。”

上联中，“浮沉宦海”是本体，“如”是比喻词，“鸥鸟”是喻体。上联说尽为官感慨，描绘了仕途之艰辛。下联中，“生死书丛”是本体，“似”是比喻词，“蠹鱼”是喻体。下联表面自贬、自嘲，实则自诩、自得，勾画出旧知识分子对书的热爱。该比喻对联表达出纪晓岚对官场的厌倦，也让人对纪晓岚从政之坎坷起伏、治学之严谨刻苦有所了解^②。

第五节 比喻广告语

刘勰《文心雕龙·比兴》中指出：“诗人比兴，触物圆览。物虽胡越，合则肝胆。”这句中的“比”即是比喻。在广告语中，比喻修辞常常用来说明商品的功能、特性等，可以使消费者更容易理解广告所要表达的含义，往往能取得事半功倍的效果。

一、广告语中使用比喻的原因

1. 增加熟悉度

心理学告诉我们，以主体来说，外界刺激的熟悉性、新奇性和重要性影响着注意的选择和集中。比喻广告语用人们熟悉的事物打比方，以此减小产品与受众之间的陌生度，让受众更易于理解并乐于接受被宣传的产品^③。

2. 实现情感认同

比喻能使广告语更生动、形象。把商品比作某种事物，通过激发受众积极的情感体

① 朱英贵. 对联中的比喻与比拟[J]. 晚霞, 2019(1): 50-51.

② 韩崇文. 不常见的比喻对联[J]. 对联, 2017(10): 111-112.

③ 王詠, 管益杰. 现代广告心理学[M]. 北京: 首都经济贸易大学出版社, 2005.

验，适当消除人们对广告的逆反心理，使受众在潜移默化中受到广告的影响。比喻是丰富内涵和优美语句的结合，在广告语言的感染力和受众富有情趣的审美过程中通过修辞的情感输出和接受者的情感认同，调动人们的感情，让受众借助联想和想象，从而实现情感认同^①。

二、广告语有无喻词

如果从有无喻词来看，比喻广告语可以分为有喻词的广告语和没有喻词的广告语两大类。

（一）有喻词的广告语

1. 明喻词

明喻广告语就是用明喻比喻词（这类比喻词主要有“像”“如”“若”“好像”“仿佛”“犹如”“好比”等）把两种拥有一致特征的不同事物联系起来以宣传商品或者某种思想的语言。

（1）“像”类词

① 像母亲的手一样柔软的儿童鞋。（小王子牌儿童鞋广告语）

② 让您的神经，像树一样强壮。（七叶神安片广告语）

③ State Farm 像一个好邻居一样。（State Farm 保险公司广告语）

例①中，本体是“小王子牌儿童鞋”，喻体是“母亲的手”，喻词是“像……一样”。广告人将儿童鞋比作母亲的手，表现了该儿童鞋的柔软，更通过母亲的手来突显出该儿童鞋的温暖和该品牌鞋子对孩子的关爱，从而使购买者实现情感认同，在选购的时候购买该产品^②。例②中，本体是“您的神经”，喻体是“树”，喻词是“像……一样”。该比喻广告语意在表明该安神片独到的功效。例③中，本体是“State Farm 保险公司”，喻体是“一个好邻居”，喻词是“像……一样”。该比喻广告语意在表明 State Farm 保险公司不是亲人，却胜似亲人。

又如：

④ 欲望就像气球，极度膨胀结局只有一个——自我毁灭。（反腐倡廉公益广告语）

⑤ 美加净护手霜，像妈妈的手，温柔依旧。（美加净护手霜广告语）

⑥ 温暖像阳光，轻柔如浮云。（联合床上用品广告语）

例④中，本体是“欲望”，喻体是“气球”，喻词是“像”。该比喻广告语把抽象的心理欲望形象比喻为人人可视并且熟悉的气球，暗示欲望的极度膨胀与气球的膨胀的结局都会导致自毁灭亡。该比喻广告语告诫一些领导干部要克制欲望，否则会自取灭亡^③。例⑤中，本体是“美加净护手霜”，喻体是“妈妈的手”，喻词是“像”。该广告语把大家较

① 王詠，管益杰. 现代广告心理学[M]. 北京：首都经济贸易大学出版社，2005.

② 吴为善. 广告语言[M]. 上海：上海教育出版社，2007.

③ 王林林. 广告语言中的比喻表达[D]. 郑州：河南科技大学，2011.

陌生的美加净护手霜比喻成妈妈的手，熟悉、温暖而可感，具有较强烈的亲和力^①。例⑥中有两个比喻句：其一是“温暖像阳光”，在该比喻句中，本体是该床上用品，喻体是“阳光”，喻词是“像”；其二是“轻柔如浮云”，在该比喻句中，本体是该床上用品，喻体是“浮云”，喻词是“像”。该广告语突显出该床上用品的温暖与柔软。

(2) “如”类词

① 你犹如躺在洁白的云朵里。(荷兰弗朗杰鸭绒被广告语)

② 有如第二层皮肤，蓝哥牌伸缩牛仔裤，收放自如，贴身舒适。(蓝哥牌牛仔裤广告语)

③ 宛如春之玫瑰，使您笑口留芳。犹如醇酒一般，令您唇齿留香。(蓝天高级爽口口服液广告语)

例①是省略句，整句应该是“荷兰弗朗杰鸭绒被让你犹如躺在洁白的云朵里”，省略了本体“荷兰弗朗杰鸭绒被”，喻体是“洁白的云朵”，喻词是“犹如”。该比喻句将荷兰弗朗杰鸭绒被比作洁白的云朵，暗示该产品如云朵一样干净、柔软、轻盈、舒适而温暖^②。例②也是省略句，整句当为“蓝哥牌伸缩牛仔裤有如第二层皮肤，收放自如，贴身舒适”。本体是“蓝哥牌伸缩牛仔裤”，喻体是“(人的)第二层皮肤”。该广告语将蓝哥牌伸缩牛仔裤比作人的第二层皮肤，表明该牛仔裤收放自如，贴身舒适。例③也是省略句，整句当是“蓝天高级爽口口服液宛如春之玫瑰，使您笑口留芳。蓝天高级爽口口服液犹如醇酒一般，令您唇齿留香”。该句有两个比喻句。一为“蓝天高级爽口口服液宛如春之玫瑰，使您笑口留芳”，一为“蓝天高级爽口口服液犹如醇酒一般，令您唇齿留香”。前一比喻句中，本体为“蓝天高级爽口口服液”，比喻词为“宛如”，喻体是“春之玫瑰”，该比喻句将蓝天高级爽口口服液比作春天的玫瑰，能让人感到开心，口有余香。后一比喻句中，本体为“蓝天高级爽口口服液”，比喻词为“犹如……一般”，喻体为“醇酒”，该比喻句将蓝天高级爽口口服液比作醇酒，使人唇齿留有余香，意犹未尽。

(3) “仿佛”类词

仿佛滴滴小雨渗透心田。(清开灵口服液广告语)

例句是省略句，省略了本体“清开灵口服液”，喻体是“滴滴小雨”，喻词是“仿佛”。该广告语意在表明该口服液清凉畅快，可以抚慰人们的心灵。

2. 暗喻词

暗喻广告语是用暗喻比喻词(“为”“是”“变成”等)把两种拥有一致特征的不同事物联系起来以宣传商品或者某种思想的语言^③。

① 我们就是人类的翅膀。(东方航空公司广告语)

② 间间都是黄金铺，铺铺都是摇钱树。(某商铺正式发售前广告语)

③ 一本厚重的书是海，翻开湛蓝的封面，便能品读到悠远的历史及沧桑。

(永州诚信书店广告语)

例①中，本体是“我们”，喻体是“人类的翅膀”，喻词是“是”。该广告语把航空公

① 曹志耘. 广告语言艺术[M]. 长沙: 湖南师范大学出版社, 1992.

② 曹志耘. 广告语言艺术[M]. 长沙: 湖南师范大学出版社, 1992.

③ 曹志耘. 广告语言艺术[M]. 长沙: 湖南师范大学出版社, 1992.