

從心理空間理論看華語新聞標題中的 語意融合現象*

張榮興
國立中正大學

新聞標題中「雙關語」的使用往往能帶給讀者另一層言外之意的體會。本文以心理空間理論為基礎來探討華語新聞標題的語言現象，希望能深入了解其所應用的策略及背後的認知機制。研究結果顯示，一語雙關是輸入詞彙（即「替換後的字」）與心理詞彙（即「原有的字」）經過語意融合後所產生的結果，而兩個字之間必須擁有相同或近似的音、可同形或不同形，並具有對應的語意關係，如因果關係、方法和工具，事件與參與者等關係。

關鍵字：新聞標題、心理空間、語意融合、雙關語

* 感謝審查委員對本文所提出的寶貴建議，並感謝黃惠華及潘氏草莊在過程中所提供的協助。

1. 引言

隨著新聞媒體的開放和普及，報章雜誌、新聞報導、網際網路成為人們每天接收新訊息的重要管道。在這個步調快速的現代社會，為了吸引讀者的興趣，新聞媒體無不使出渾身解數在新聞標題下功夫。因此，新聞標題成了吸引讀者決定是否進一步閱讀新聞內容的重要關鍵。

新聞標題置於新聞之首，是每一則新聞的縮影與代表，以簡短扼要的語句將其內容要點表現出來（鄭貞銘 1990:286；Reah 2002:13；彭朝承 2007:2）。一個好的新聞標題不僅能吸引讀者的興趣，對該則報導也有畫龍點睛的效果，讀者透過標題，即可對該報導有初步的概念，甚至可猜到媒體作者想要傳達的言外之意。

但由於版面的限制，新聞標題仍須遵守精簡詞句與保留精髓的原則，所以需要採用一些特殊的表達方式（Conboy 2007:13）。例如在句法方面，尹世超（2001:137）指出報導性標題精簡的常用方法有六種：成分刪減法（刪掉原句的某個或某些語法成分）、句式變換法（通過改變句式，使長句變成短句）、略語簡縮法（簡縮原句詞語，用略語來代替）、同義替代法（以較簡短的同義詞語代替原句詞語）、文白替換法（用比較簡短的同義的文言詞語或格式替換原句詞語或格式）和標點使用法（使用標點符號，讓長句縮短）。在用詞方面，根據謝佳玲、李家豪（2011:97）的研究，新聞標題所使用的詞彙十分多元、偏向口語化，例如富含地方色彩的台語詞彙常被使用，而「雙關語」則是新聞標題最受關注的表達手法。

基本上，不同學者對雙關語有不同的看法，有的認為雙關語是利用「音」和「義」所構成之雙重意義的辭式（張弓 1993:163）；有的則認為借助字、詞、語句之同音或多義的條件，使一個詞語或句子同時兼有字面上和字面外的兩層意思，即雙關語（黃麗貞 2007:208）；也有人認為一語同時指涉到兩種事

物的修辭方式，包括字義的兼指，字音的諧聲，語意的暗示，都可以叫作雙關語（黃慶萱 2011:432）。綜觀上述，雙關語是一種運用同音或諧音的詞語，使讀者同時聯想到兩種意義，其中一義顯於字面上，另一義則需透過線索聯想而來。

舉例來說，例(1)和例(2)是兩個新聞標題。在例(1)中，「麻煩」的「麻」被引號標記起來，有一語雙關的語意，因此除了原本的「麻煩」的語義之外，透過報導內容的語境，我們還可以将「麻」理解成「大麻」，並進一步詮釋成「藝人們因為大麻而惹上麻煩」的因果關係概念。不同於例(1)，例(2)中的「暢意人生」被修改為「唱意人生」，「暢」和「唱」同音，因此不會影響讀者對「暢意人生」語意的理解，而將「暢」替換成「唱」，又多出一層語意，也就是「該身障歌手因為唱歌的緣故譜出她自己的暢意人生」。從這兩個例子可知，只要巧妙運用雙關語的修辭技巧，就能帶給讀者另一層言外之意的體會。

- (1) 證人緊咬又 6 藝人惹「麻」煩¹（自由時報 2007/01/02）
- (2) 身障女歌手譜出「唱」意人生（自由時報 2006/12/15）

有關新聞標題的雙關語研究，張慧美（2003:57）指出新聞標題傾向於借用耳熟能詳的熟語、人名、地名、政令、民俗節慶或時事等，來做雙關語的來源，以此吸引讀者的目光。在寫作的過程中，由於使用單音節詞會比雙音節詞容易套入這些內容，所以單音節諧音的新聞標題（如：用肥水「皂」福鄉里）的出現頻率往往高於雙音節諧音的新聞標題（如：中埔拓寬，大義路說明會「吵吵」了事）。

陳靜雯（2008:173）從語用的角度來探討雙關語。她指出新聞標題的雙關語在短短的十幾甚至幾個字中嵌入大量訊息，違反了量的原則（提供足夠量的訊息，但不要提供比需要

¹ 因新聞標題一般不使用標點符號，為了維持報紙上原本的呈現方式，本文所引用的例子也不加標點符號。

更多的訊息)。此外，雙關語故意造成雙重甚至多重語義，違反了避免歧義的原則。雙關語增加了讀者解讀上的難度，閱讀者必須經過一翻的推導過程，才能領會真正的涵義，但同時也讓標題達到精簡及驚奇的效果。

此外，張岳山（2013:451）認為新聞標題的撰寫需要遵守三個原則，一是蘊藉，有經得起讀者思考與分析的深意；二是風趣，應該是一種不傷感情的嘲諷；三是鮮活，用具體的事物去雙關較為抽象的事物。陳雅芳（2021:57）透過對真實語料的觀察，整理歸納台灣華語電視廣告雙關語的類型：語音雙關（採用華語中同音或近音的字形成的雙關）佔大多數，其次是語意雙關（由一詞多義構成的雙關），最少則為語法雙關（利用詞的兼類或是語法結構的不同所產生的雙關）。除了台灣，雙關語也出現在其他華人地區的新聞標題中，比如香港。根據 Li and Costa（2009:103），從形式上看，基本上有「同音雙關」和「諧音雙關」兩類。從功能上看，其主要是通過一些意想不到且風趣的聯想來增強信息對觀眾的影響。

新聞標題中的雙關語，無論是從語言的結構或是語意的融合的角度，都是值得深入探討的議題。本文的語料主要來自聯合報、自由時報、中國時報等媒體，大部分都是在當時閱讀報紙過程中慢慢蒐集而來的，蒐集時間主要在 2002-2008 之間。

語言的意義並非完全附著於語言的形式上，有些意義是由言談的上下文彼此間互動所建構而來的（Fauconnier 1994；張榮興、黃惠華 2005，2006）。以新聞標題中的雙關語修辭技巧為例，這些雙關語不管在形式上有無替換，其所傳達的語意並不僅僅附著於該標題的形式上，有些意義必須透過該則報導的內容，或者對該則報導的背景知識有所了解才能意會。本文以心理空間理論（Mental Spaces Theory）（Fauconnier 1994，1997；Fauconnier and Turner 2002）為基礎來探討新聞標語中的語意融合現象，並透過形、音、義三個角度切入，進一步指出其所應用的策略及背後的認知機制。

以下的內容我們將依下面的順序進行討論：第二單元將介紹心理空間理論的概念和基本結構，第三單元以心理空間理論來分析「新聞標題」中的語意融合現象及其運用的策略，第四單元為本文的結論。

2. 理論背景

隱喻一般是指用另一種事物來談論某一事物，其中包括了不同領域之間的投射現象（Lakoff and Johnson 1980），例如時間就是空間的隱喻（TIME IS SPACE）即運用較具體的空間概念來表達抽象的時間概念，如華語中的「上」星期、「下」星期、「前」天、「後」天等等。然而當一個語言形式（一個語言形式可以是一個詞、一個詞組、一個句子，也可以是一段文章）從某一個領域投射至另一個領域時，一般是較具體的領域（來源域）投射到較抽象的領域（目標域）。這個語言形式所引申出來的意義並不完全是來源域和目標域中之意義的總合，而是一種不同語意互動融合所產生出來的結果，其中包含了許多新的語意（Turner 2003）。心理空間理論可以用來解釋這些透過語意融合產生出來的新語意（Fauconnier 1994, 1997; Fauconnier and Turner 2002），因此除了能夠用來分析隱喻，也常用來分析幽默和雙關語的現象。本文先回顧隱喻與幽默的相關文獻，再說明雙關語的分析。

隱喻與幽默之間的關係早已被眾多哲學家、心理學家、語言學家等所關注和討論。亞里士多德（Aristotle）在《修辭學》（Rhetoric）探討幽默的機制，也是建立在隱喻的基礎上。他認為幽默和隱喻都具有生動和驚喜兩個要素（Attardo 1994:20-21）。Krikmann（2009:1）則表示，隱喻與幽默都體現在具有兩個意義層面的文本中。當閱讀者或聽話者第一次遇到這樣的文本時，會遇到不一致、不兼容、模稜兩可等語意矛

盾的問題。此時，他們需要從自己的語言心智和廣泛知識中找出適合的語義變化選項，讓意義變得更清晰，而想要做到這一點，必須找出兩個意義層面之間的交集，比如相似性、類比、歧義的成分、因果關係、推理鏈等。

Goatly (2012:185-187) 在以往研究的基礎上，總結出幽默和隱喻的七個共同點，包括：兩層意義、兩個相互衝突腳本、兩個腳本之間的連結、表層意義必須被保留且無效、較為難懂、陌生化 (ostranenie)，以及有可能造成誤解。此外，Müller (2015:114) 指出幽默建構在不一致的概念上，而這些概念是通過類似於隱喻類比的一些認知機制聯繫在一起的。

綜上所述，幽默文本的認知機制與隱喻的理解模式有相似之處，雙關語作為幽默最常見的形式 (Sacks 1972; Attardo 1994)，也有此特徵。

近年來，在德國以英語為第二語言的雙語使用者逐漸增加，而英語已慢慢成為通用語 (lingua franca)，即不同語言背景的人進行交際的一種共通語言。由德英雙語組成的雙關語廣泛地應用於報章、媒體、廣告等生活的各個面向。舉例(3)的新聞標題為例，雙語雙關語的特殊之處在於它是兩種語言代碼的材料經過結構融合之後得出的結果，其認知機制與隱喻和轉喻雷同 (Knopse 2015:161)。Knopse (2015) 以心理空間理論為架構，解釋德英雙語雙關語 (bilingual puns)，他認為雙語雙關語的材料或構成成分，乃通過兩種語言之間的同音異義 (homonymy) 或近音異形 (paronymy) 的關係連接起來。一個成功的解讀說明交際者已經意識到形式的巧合可能會產生雙重涵義，即一個語言成分，取自語言 A，喚起語言 B 中的同音異義或近音異形的元素。根據上下文所提供的信息，兩者以類似一致的形式 (quasi-congruent forms) 連接，誘發它們所指的相關概念，並推動從輸入空間到類屬空間，然後到融合的過程 (Knopse 2015:181)。

(3) Da ist mehr im Bush. (Knopse 2015:175)

在圖 1 中，*diamorphs* 指的是不同語言中幾乎或完全相同的元素，其中包括同音異義與近音異形的詞彙，而輸入空間 I 的 *Bush* [boʃ] 和輸入空間 II 的「*Busch* [boʃ]」正是同音異義的關係。德語 *Da ist mehr im Busch*，翻譯成英文是 *There is more to it*（背後還隱藏更多或是事情沒那麼簡單）。融合過程先將兩個輸入空間的概念壓縮起來，產生了新結構 *Da ist mehr im Bush*，翻譯成英文是 *There is hidden more in Bush*（布希總統背後還隱藏更多），並透過「組成」把輸入空間 I 和 II 中的語意成分一起投射到融合空間中。

雖然 Knopse (2015) 所研究的是雙語的雙關語，但其使用的策略跟華語雙關語相同，即原本的詞彙 A 表達 a 意思，詞彙 B 與 A 同音或近音（B 的意思是 b），將 B 融入 A 的概念，拼成 AB，而 AB 的意義是 a 和 b 融合後的結果。在此基礎上，本文將分別從形、音、義的角度切入，來分析華語新聞標題中的語意融合現象。²

² 更多有關德英雙語雙關語的討論，有興趣的讀者可參考 Stefanowitsch (2002)。

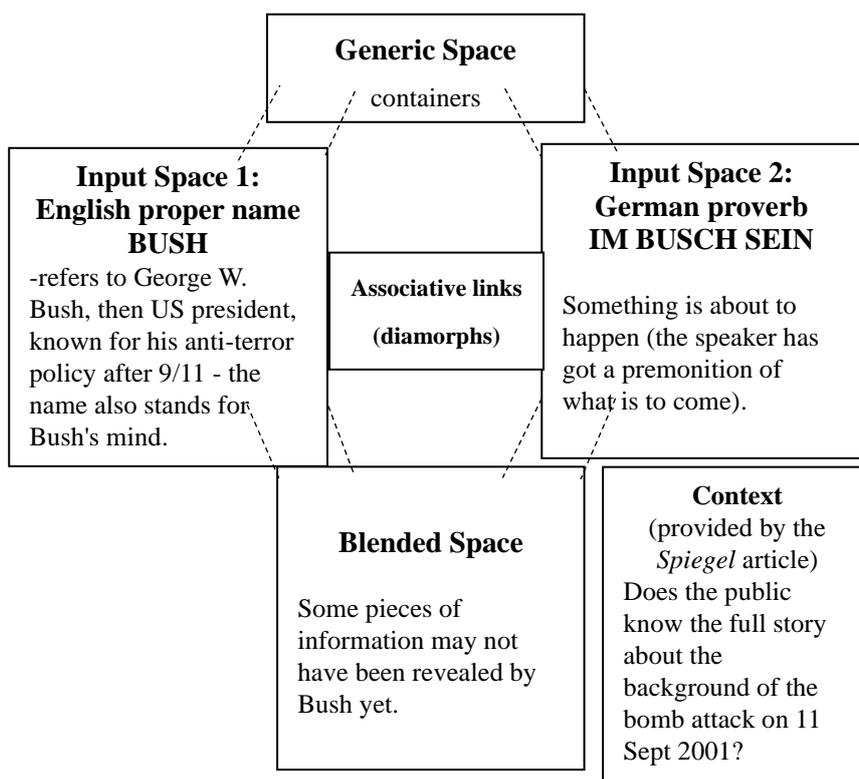


圖 1: 例(3)的語意融合示意圖 (Knopse 2015:183)

3. 新聞標題之語意分析

在本節中，我們將以心理空間理論來探討新聞標題的雙關語所運用的認知策略，並分析其語意的融合現象。

過去文獻對雙關語的分類有所不同，有的將雙關語分成「音類同」、「音、形類同」和「音、形、義類同」三類（陳

望道 1989:101)，有的分成「諧音雙關」、「語義雙關」以及「句法雙關」三類（沈謙 1991；王希杰 2005），也有的分成「諧音」與「語義」兩類（黎運漢、張維耿 1991；王勤 1995；倪台英 2004）。Delabastita（1996:128）則是將雙關語分成同音同形（homonymy）、同音異形（homophony）、同形異音（homography）、近音異形（paronymy）四類。本文主要從形、音、義三個角度來探究華語新聞標題中的雙關語，因此在分類上與陳望道（1989）及 Delabastita（1996:128）較相近。

3.1 節將從「音」的角度來探討雙關語的現象；3.2 節將從「字形」的角度進行分析；3.3 節則是討論「語意的關聯性」；3.4 節主要討論新聞標題中雙關語的修辭技巧及其所應用的認知策略。

3.1 「音」的角度

新聞標題中的雙關語通常涉及到兩個詞彙，引號中的詞彙與原本的詞彙有著相同或相近的發音。從心理空間理論的角度來看，一個心理空間融合的運作，輸入空間 I 和 II 要相互映射必須有一個先決條件：兩個空間必須具有彼此間的共同或相近的特徵（類屬空間）。換言之，新聞標題中的語意融合現象，通常會包含兩個詞彙：替換後的詞彙（輸入空間 I）以及原本的詞彙（輸入空間 II），而這兩個詞彙具有一個共同或相近的特徵（類屬空間），即共同或近似的發音。反之，如果沒有擁有相同或類似的音，心理空間融合就會無法運作，該新聞標題也會令人覺得生硬難懂，甚至無法體會其所要表達的言外之意。

一個新聞標題在替換相關的詞彙之後不但不會造成理解上的困擾，反而能引發一語雙關的現象。若從認知心理學的角度來檢視這樣的現象的話，Miller（1991:128）提出「多重詞彙」的概念，認為人有四種心理詞彙分別是：「用來聽的語音輸入

詞彙」(a phonetic input vocabulary for listening)、「用來說的語音輸出詞彙」(a phonetic output vocabulary for speaking)、「用來讀的構字規則輸入詞彙」(an orthographic input vocabulary for reading)，以及「用來寫的構字規則輸出字彙」(an orthographic output vocabulary for writing)。新聞標題的呈現及理解是透過所謂的「用來聽的語音輸入詞彙」以及「用來讀的構字規則輸入詞彙」。如同前面提到新聞標題雙關的現象必須符合同音或近似音的前提，這部份的所運用的心理詞彙就是所謂的「用來聽的語音輸入詞彙」。當我們累積了很多的閱讀經驗之後，一個詞組或句子在腦中會形成一個訊息單位來處理，而不再是一個個獨立的詞彙來處理。換言之，是將一個熟悉的詞組或句子視為一個訊息單位，而不再分析它的內在組織結構 (Miller 1991)。這種已經單一化的訊息單位其處理歷程是自動化的，且提取的過程是立即的、瞬間的。雖然在新聞標題雙關的修辭手法中會將一些字做替換，但是只要是同音或者近似音，我們仍能將其原本的語意提取出來。而關於所替換的新詞彙，其訊息的處理過程即是應用了「用來讀的構字規則輸入詞彙」的心理詞彙這部分來處理。如以下的例(4)和例(5)所示。為了便於說明雙關語的現象，本文以「輸入詞彙」來稱呼雙關語中「替換後的字」，而以「心理詞彙」來稱呼「原有的字」。

在例(4)中「醉過」的發音會提取出「用來聽的語音輸入詞彙」的心理詞彙中有相同發音的「罪過」。此外，由於原本的「罪」字被替換成「醉」，如此一來，透過視覺的訊息讀者會提取出「用來讀的構字規則輸入詞彙」關於「醉」的語意。透過兩個層面的心理詞彙的運作，讀者可將其詮釋成「因為喝醉酒而犯下如此的過錯真是罪過」。而在例(5)中，「粽要」的發音會提取出「用來聽的語音輸入詞彙」的心理詞彙中有相近發音的「重要」，因為「粽」和「重」的差異在於一個是以無捲舌的[tʂ]當聲母，另一個則是以捲舌音的[tʂʅ]當聲母，兩者發音相近，所以仍然能提取出原本熟悉的心理詞彙「重要」。此外，

所替換的字「粽」，透過視覺的訊息，會提取出「用來讀的構字規則輸入詞彙」關於「粽子」的語意。藉由兩類心理詞彙的語意融合，我們即可得知，該新聞的議題是在討論粽子衛生的重要性。新聞標題中雙關語的訊息處理方式如圖 2 所示。

- (4) 「醉」過撞死 2 女尼茫然不知 (自由時報 2007/01/27)
 (5) 衛生最「粽」要 (自由時報 2003/05/30)

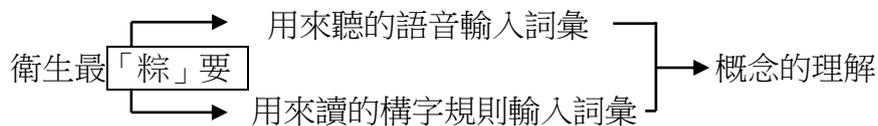


圖 2: 新聞標題中雙關語的訊息處理示意圖

根據所觀察的語料，我們依新聞標題具雙關語意的字將其音歸納出兩大類：同音和近似音，其中近似音可再進一步地區分成兩類，分別是發音相近以及跨語言的互換。

3.1.1 同音

在同音這類別中，媒體工作者可能採用同樣字形的詞彙或者是不同字形的詞彙，但都是以相同發音為前提，這樣一來可以協助原有詞彙或詞組的提取。如以下例(6)-(9)所示。在例(6)中，「毒害人民」的「毒」並沒有被替換掉，因此屬於同形又同音的字。我們仍可理解「毒害」是動詞詞組，而引號中的「毒」藉由新聞的內文得知這「毒」指的是瘦肉精所產生的毒，因此是名詞。兩者雖然詞性不同，但具有相同的發音。在例(7)中，「獨步日本」的「步」也是沒有被替換，所以也屬於同音又同形。這裡的「步」由新聞的內文得知指的是日本當紅女歌手濱崎步的舞步。例(8)中的「機師有醉」，原本的詞彙應該是「有罪」，在此將「罪」替換成「醉」，兩個字仍屬於同音字，因此

張榮興

讀者可以將其詮釋「喝醉」和「有罪」兩種語意。同樣地，在例(9)中，「音此重生」的「因」被替換成「音」。由於「因」和「音」屬於同音字，所以我們仍可提取出「因此」和「音樂」兩種語意。

- (6) 「毒」害人民衛生署農委會聯手唱雙簧（中國時報 2007/08/15）
- (7) 挑戰聽覺獨「步」日本（自由時報 2003/07/27）
- (8) 機師有「醉」華航失查（中國時報 2003/10/10）
- (9) 名師部落文章中的感人故事上課睡覺的女人「音」此重生（自由時報 2006/12/09）

3.1.2 近似音

新聞標題中的雙關技巧，同音的情形並不佔大多數，因為要找發音相同且能夠傳達出言外之意的情况有所侷限。在我們分析的語料中，利用近似音的手法相當常見。採用近似音的方式主要有兩種類別，首先是利用華語中具近似音的詞彙來做替代，再者則是跨語言的互換，如台語、英語等等。如同前面所提及的，人們對於熟悉的詞組或句子常會將其處理成一個訊息單位，且透過心理詞彙中用來聽的語音輸入詞彙來處理訊息，因此只要是音相近對於熟悉常用的詞組一樣都可以被提取出來。

3.1.2.1 發音相近

根據我們的觀察，新聞標題中的雙關現象，其應用的近似音策略精確來說大部分是屬於發音位置相近的詞彙，如以下例(10)-(14)所示。在這些例子中，例(10)和(11)是聲母不同，例(12)和(13)是韻尾的發音位置不一樣，而例(14)則是聲調上的差異。具體來說，例(10)中的「醉樓」其本字是「墜」替換成「醉」，

音從捲舌的[tʂ]變成不捲舌的[ts]，由於兩個詞彙的音相近，仍可理解出「喝醉」和「墜樓」兩個語意。例(11)中，「北京新藏城」其本字應是「長城」，在此替換成「藏」，從捲舌的[tʂʰ]變成不捲舌的[tsʰ]，所以可理解成「隱藏長城」的語意。在例(12)中，括號中的「銀」，其本字是「贏」，代表贏了。因為兩個字的音類似，本字是[jiŋ]35，替換後是[jin]35，兩者差別只在尾音的發音位置上，前者在軟顎，後者在齒齦，其他特性皆相等，所以仍可詮釋成「贏了銀牌」。例(13)中的「星書」其原有的詞組應該是「新書」，將「新」替換成「星」，尾音從不捲舌的[in]變成捲舌的[iŋ]。由於兩者是近似音，因此還是可理解出「新書」和「明星」兩個語意。而在例(14)中，原本的「有禮」替換成「油禮」。在華語中當一個詞組是兩個三聲的字在一起出現時，會有三聲變調 (tone sandhi) 的情況，也就是第一個三聲的詞會轉換成二聲。在這樣的情況下，將原本聲調是三聲的「有」替換成二聲的「油」時，對整個詞組的理解並不會影響太大，因此讀者仍可得到「有禮」和「油」兩個語意。此外，我們從語料中還發現到，新聞標題的雙關修辭技巧幾乎不用在元音上差異的字。

- (10) 風塵女「醉」樓恩客見死不救 (中國時報 2007/08/28)
- (11) 北京新「藏」城遮醜為奧運 (中國時報 2007/08/19)
- (12) 馬術美少女「銀」了 (自由時報 2006/12/13)
- (13) 田希仁出「星」書捲入八卦圈 (自由時報 2002/01/08)
- (14) 訂報「油」禮 (聯合報 1993/3/30)

3.1.2.2 跨語言的互換

在目前資訊流通的地球村的年代，新聞標題除了使用華語中同音及近似音的策略外，還有透過跨語言的互換。這些跨語言的互換包括大家所熟悉的台語以及英語，而所互換的詞彙或詞組都是較簡單且耳熟能詳的，如以下例(15)-(18)所示。例(15)

是將台語的詞彙替換成華語中具相近音的詞彙的例子。其本來的詞彙應該是台語的「介好用」，然而為了配合前文強調日本碗蓋的用處，將「介」替換成「蓋」，如此一來，可詮釋出「日本碗蓋」和「介好用」的語意。在例(16)中，本來的句子應該是台語的「有拜有保庇」，將「拜」替換成具近似音的「Buy」，來強調買保險就像拜拜一樣，有買有保佑及保障。例(17)中的「e 覽無遺」，本來的詞組是「一覽無遺」，原本的「一」是第四聲，替換成不具聲調的英文「e」。在此「e」表示電子化的時代透過網路來獲得訊息。由於兩者的發音相近，因此可以理解成「透過網路對於報案的訊息一覽無遺」。例(18)是將英語的詞彙替換成華語中具相近音的詞彙。原本英文的詞彙應該是「Let's go」，在此將「go」替換成華語中的「購」，來傳達「我們去購物」的語意。

- (15) 吃飯喝湯日本碗「蓋」好用 (自由時報 2003/07/03)
- (16) 衡量手頭預算優先規劃定期醫療險 帳戶型醫療險有「Buy」有保庇 (中國時報 2007/08/30)
- (17) 110 報案地點「e」覽無遺 (自由時報 2007/01/11)
- (18) 有本錢才能「Let's 購」(自由電子新聞網 2002/03/11)

3.1.3 小結

從音的角度來檢視新聞標題中的雙關現象，我們發現要形成一個據雙關語意的標題，必須在具同音或者近似音的前提下。具體來說，替換後的字與原有的字或者是同音，或者是華語中發音相近的字，或者是華語與其他語言中發音相似的字。從心理空間理論來看，這前提剛好符合空間融合的一個必要條件：兩個輸入空間要有共同的特徵（也就是類屬空間）。此外，我們還引用了 Miller (1991) 的四種心理詞彙的概念。具體來說，對於熟悉的詞組或句子讀者會將其處理成一個訊息單位，並透過「用來聽的語音輸入詞彙」來辨識該詞組或句子；而引

號中的字通常會透過「用來讀的構字規則輸入詞彙」來處理訊息，因而得到兩個層面的語意。

3.2 「形」的角度

本節將從「形」的角度切入來分析新聞標題中的雙關現象。在前一節中我們提到一個新聞標題的雙關現象或語意融合現象必須符合同音或者近似音的前提。而無論同音或不同音皆有可能同形或不同形。換言之，當兩個輸入空間具有類似或相同的音時，這部分屬於類屬空間的處理範圍；接下來會進入輸入空間 I（來源域）和輸入空間 II（目標域）中的語意成份相互映射的部分。我們認為輸入空間 I（來源域）是代表輸入詞彙，輸入空間 II（目標域）代表心理詞彙，當「音」的條件符合後，會進入到兩個輸入空間中的語意成份相互映射的部分，也就是由來源域的「替換後」的字和目標域的「原有」的字互相映射。

在「形」的探討角度中，我們將著重在 Miller（1991）所提的「用來讀的構字規則輸入詞彙」的心理詞彙上。由於人的大腦會隨著大腦累積的閱讀經驗而把一些熟悉常用的詞組或句子處理成一個訊息單位，因此對於新聞標題中的詞組或句子，只要讀起來音相同或相近我們皆可以理解其原本的語意，因此，「形」（所替換的字）在新聞雙關現象扮演舉足輕重的角色。這是因為該詞彙會誘發起「用來讀的構字規則輸入詞彙」的心理詞彙，讓讀者能得到除了本來詞組語意以外的另一個概念。根據我們的觀察，同音有可能會同形或不同形，以及近似音不同形，但是值得注意的是，不管同不同形，兩個字都各自具備不同的語意。以下將依同音同形、同音不同形、和近似音不同形來分別介紹。

3.2.1 同音同形

當新聞標題所運用的雙關語現象是屬於同音又同形時，此時原本的詞彙並沒有被替換成其他的詞彙，相較於替換成其他字的情況，同音同形的策略較不易詮釋所欲傳達的概念。此時新聞的內文及讀者的背景知識就扮演相當重要的角色，來協助讀者對同樣的形式的詞彙詮釋成雙關的語意，並體會該標題的言外之意，如以下例子(19)-(23)所示。例(19)中的「無法辦人」的「無法」原本指的是「沒有辦法」的語意，然而前面的句子「無罪變有罪」給與讀者一個線索表示這主題是有關法律方面的範疇。因此，讀者在詮釋「無法」除了原本的語意外，還會多了一個「無相關法律」的意思。在例(20)中，「洋酒銷售慘烈」表示洋酒的銷售不好，而引號中的「烈」字，因這主題是有關酒的範疇，所以多了一層意義，也就是「烈酒」。如此一來，該標題傳達出洋酒，特別是烈酒，銷售相當不好。例(21)中，「鼓動新生」的「鼓動」原本是動詞詞組。單憑標題就不易找出這裡所表達的第二個語意。而透過內文，被引號給標記起來的「鼓」可詮釋成「打鼓」這件事。此標題因此可以被解讀為因打鼓而鼓動抗癌小鬥士的人生。在例(22)中，「登台」原本指的是登上舞台或登上檯面的意思，然而因為前面的句子提到日本這國家，讀者在詮釋「登台」時，會因為是屬於國家的範疇而將「台」理解為「台灣」，整個標題便傳達日本的賣座電影即將來台灣登上檯面。

- (19) 無罪變有罪還是「無法」辦人 (自由時報 2007/08/15)
- (20) 洋酒銷售慘「烈」未受惠股市多頭 (自由時報 2007/08/05)
- (21) 抗癌小鬥士「鼓」動新生 (自由時報 2007/08/26)
- (22) 日本五年來最賣座電影，黃泉路趁熱登「台」 (自由時報 2003/04/04)

簡言之，在詮釋同音同形的雙關策略的現象時，範疇的概念顯得相當的重要，可以協助讀者去提取同一範疇中的相關概念或詞彙。有時範疇的線索可直接透過標題的前後文來獲得，有時則必須透過對內文的初步理解才能獲得線索。

3.2.2 同音不同形

同音但不同形的例子相較於其他類別，由於同時要替換合適且能傳達確切語意的詞彙又要兼顧必須要同音，所以例子相對較少。然而這樣的標題對讀者來講其實是較好處理的，因為相同的音可以協助讀者迅速地提取出「用來聽的語音輸入詞彙」，且替換後的詞彙會比同音同形的例子更能讓讀者清楚了解標題所欲傳達的言外之意，如以下例子(23)-(27)所示。例(23)中，「夏天囂蟑」其原本的詞彙應該是「囂張」，將原本的「張」替換成同音不同字的「蟑」，來表示夏天的蟑螂很囂張。例(24)中，「健康新煮張」其原本的詞彙應該是「主張」，在此將其替換成同音不同字的「煮」來傳達另一層的語意，強調如何煮才符合健康的新主張。在例(25)中，「罩顧全校」其原本的詞彙應該是「照顧」，「照」字在此將其替換成同音不同形的「罩」，使該句子多出一層關於口罩的語意，也就是用口罩來照顧全校。例(26)中，「舌麼情況」，原本的詞組應該是「什麼情況」，把「什」替換成同音不同形的「舌」來提供對於該主題更精確的語意，即關於舌頭的什麼情況。而例(27)中的「貂民」，其原本的詞彙是「刁民」，這裡把「刁」替換成同音不同形的「貂」來表示事件的行動者。

(23) 夏天囂「蟑」苦了氣喘兒（自由時報 2002/04/30）

(24) 健康新「煮」張（自由時報 2003/02/22）

(25) 「罩」顧全校，家長一起來（自由時報 2003/05/20）

(26) 這是「舌」麼狀況（自由時報 2002/03/26）

張榮興

(27) 偷遊客柺杖大膽「貂」民萌翻 (自由時報 2022/10/12)

3.2.3 近似音不同形

新聞標題中相當多的情況是運用了近似音不同形的策略。由於音仍然相近，所以並不會影響對於心理詞彙或詞組的訊息提取，且能透過輸入詞彙來傳達另一層語意，如以下例(28)-(32)所示。在例(28)中的「4 如破竹」原本的詞彙應該是「勢如破竹」，在此將「勢」替換近似音不同形的「4」，來表達因收視率破4成而顯得勢如破竹。例(29)中，「人生有子望」中的「子望」其原本的詞彙是「指望」，在此把「指」替換成近似音不同形的「子」，來表示人生因有孩子而有指望。例(30)中，「抓嫌患」其原本的詞彙應該是「嫌犯」，在此將「犯」替換成近似音不同形的「患」，來表達要抓拿疑似患有 SARS 的病患。例(31)是一個跨詞組的呈現方式，「腕美錶現」其原本的詞組應該是「完美表現」，透過把「完美」的「完」替換成近似音不同形的「腕」以及將「表現」的「表」替換成同音不同形的「錶」的手法，來傳達腕錶的完美表現。

(28) 「4」如破竹 (中國時報 2003/04/08)

(29) 人生有「子」望，樂當不婚媽媽 (自由時報 93/3/18)

(30) SARS 捉嫌「患」 (中國時報2003/6/10)

(31) 自由「腕」美「錶」現 (自由時報 2007/02/26)

3.2.4 小結

在同音或近似音的前提下，從「形」的角度來檢視新聞標題中雙關語的修辭技巧可歸納出三種類型，包括同音同形、同音不同形、近似音不同形。此外，我們也發現標題的前後文有時會提供線索，讓讀者知道目前議題是屬於哪個範疇，進而協助對於該詞彙相關語意的檢索及詮釋。

3.3 「義」的角度

在介紹完新聞標題「音」的條件以及「形」的現象後，本節要從「義」的角度來探討新聞標題中的雙關語現象。前面曾提及從心理空間的角度來看，輸入空間 I（來源域）中是表示「輸入詞彙」，輸入空間 II（目標域）代表「心理詞彙」。當「音」的條件符合後，會進入到兩輸入空間中的語意成份相互映射的部分，也就是由來源域的「輸入詞彙」和目標域的「心理詞彙」互相映射。而要進行這樣跨空間的映射，前提是兩個輸入空間內的語意項彼此之間也必須要有對應的重要連結關係。如此一來，映射後及融合出來的語意才有意義。最後在進行形式上壓縮（compression）的過程將兩概念壓縮成一個形式，並融合出新的語意。本節要探討的是兩個輸入空間內的語意項連結關係，及其融合出來的語意。我們從語料中歸納出三大類別的關係，分別是：因果關係、方法及工具、事件參與者，並針對每個類別進一步做探討。

3.3.1 因果關係

因果關係基本上指的是一個輸入空間表示原因，而另一個輸入空間表示結果。為了方便討論，我們將從輸入空間 I（來源域）的角度來探討，也就是針對「輸入詞彙」所呈現的概念為主。換言之，引號中的字有可能是指出該新聞事件的原因，或者呈現該新聞事件中的結果。據此，我們將分為輸入空間 I 表原因以及輸入空間 I 表結果兩種類別來做討論。

3.3.1.1 原因

當兩個輸入空間中的語意項是因果關係，且輸入空間 I 表示原因，輸入空間 II 則是表達該事件的結果。藉由這樣的表達

能讓讀者僅透過新聞標題即可獲得整個新聞事件的前因後果，即其所欲傳達的言外之意。如以下例(32)-(35)所示。在例(32)中，輸入空間 I 的「瘦」表示原因，輸入空間 II 的「受歡迎」表示結果，藉由「同音」的「類屬」，兩者得以連結，因此就融合形為「瘦」，音為[ʂou]51，意義為：「普渡中的神豬，通常是越胖越受歡迎，然而，此回非人工飼養的野豬公，反而因為較瘦而受歡迎。其原因在於野放的豬較精壯，肥肉少瘦肉多，所以在分供品時，較受民眾的喜愛。」以此可做出下圖：

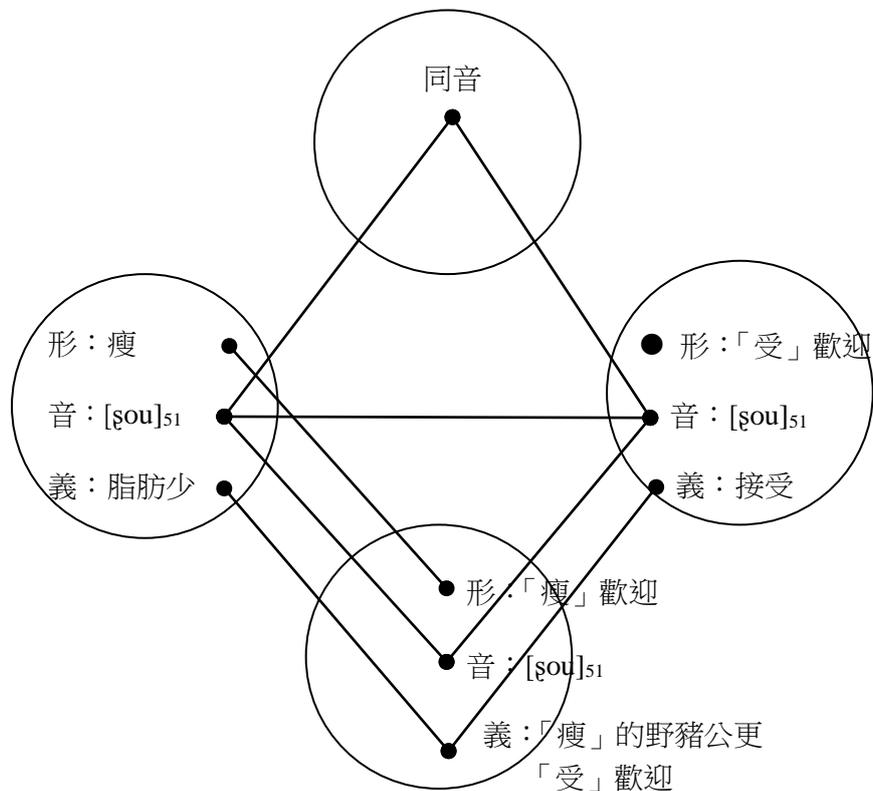


圖 3: 例(32)的語意融合示意圖

如上圖所示，輸入空間 I 的「瘦」和輸入空間 II 的「受歡迎」的「受」是屬於同音不同形的詞彙，輸入空間 I 和輸入空間 II 中的語意項的關係屬於因果關係。在融合過程中先將兩個輸入空間的概念壓縮成單一形式『「瘦」歡迎』，並透過「組成」把輸入空間 I 和 II 中的語意成分一起投射到融合空間中，得到初步的語意是豬公因為瘦而受歡迎。接著，進一步透過「完成」的運作，運用讀者的背景框架、認知、及文化模式等知識將這些語意項在融合空間形成一個擁有自身邏輯的結構系統，因而得出普渡中的神豬通常是越胖越受歡迎、且是由人工飼養的，而野放的豬通常叫精壯結實，照理來說應該在祭祀中較不受青睞，然而在此竟是越瘦越受歡迎。因此讀者可進一步融合出可能是在祭祀完後，一般民眾會分食豬肉，此時大家都偏好瘦肉，所以瘦肉較多的野豬公此時較受歡迎。

而在例(33)中，輸入空間 I 的「薪」指的是薪水，指出該事件的原因，輸入空間 II 「一身腥」表示結果，從而融合出「因薪水事宜而惹得一身腥」。在例(34)中，輸入空間 I 的「毒」表示原因，輸入空間 II 的「毒害人民」表示結果，經過融合並加入內文的訊息以及當時的時空背景，得到「因瘦肉精留下的餘毒而造成毒害人民」。在例(35)中，輸入空間 I 的「醉」表示原因，而輸入空間 II 的「墜樓」表示結果，融合出的語意是「因喝醉酒而墜樓」。

- (32) 神豬普渡野豬公「瘦」歡迎 (自由時報 2007/01/09)
- (33) 耶魯灣，惹得一身「薪」(中國時報 2003/04/06)
- (34) 「毒」害人民衛生署農委會聯手唱雙簧 (2007/08/15/中國時報) (同例(6))
- (35) 風塵女「醉」樓恩客見死不救 (中國時報 2007/08/28)

3.3.1.2 結果

在這組的語料中，兩個輸入空間的語意項的關係同樣是因果關係，然而輸入空間 I 此時表示的是該事件的結果，而輸入空間 II 有些表示原因，有些並不是，原因有時要從標題的前後文來理解，如以下例(36)-(39)所示。在例(36)中，輸入空間 I 是「乾」，表示結果；而輸入空間 II 是「乾著急」，表示原因。其語意的融合及詮釋如圖 4 所示。

在圖 4 中，輸入空間 I 的「乾」和輸入空間 II 的「乾著急」的「乾」是屬於同音同形的詞彙，輸入空間 I 和輸入空間 II 中的語意項的關係是屬於因果關係。在融合過程中先將兩個輸入空間的概念壓縮成單一形式『「乾」著急』，並透過「組成」是把輸入空間 I 和 II 中的語意成分一起投射到融合空間中，而得到初步的語意，也就是「翡翠水庫乾」和「乾著急」；然後進一步透過「完成」的運作，運用讀者的背景知識將這些語意項在融合空間形成一個擁有自身邏輯的結構系統，因此我們可以從背景及文化的認知理解水庫乾枯並不是人力所能主導，而是天候因素，且著急的也不會是水庫在著急，而是相關的單位以及關心的民眾才會著急，但又因為無能為力，所以對翡翠水庫乾枯的現象只能乾著急。

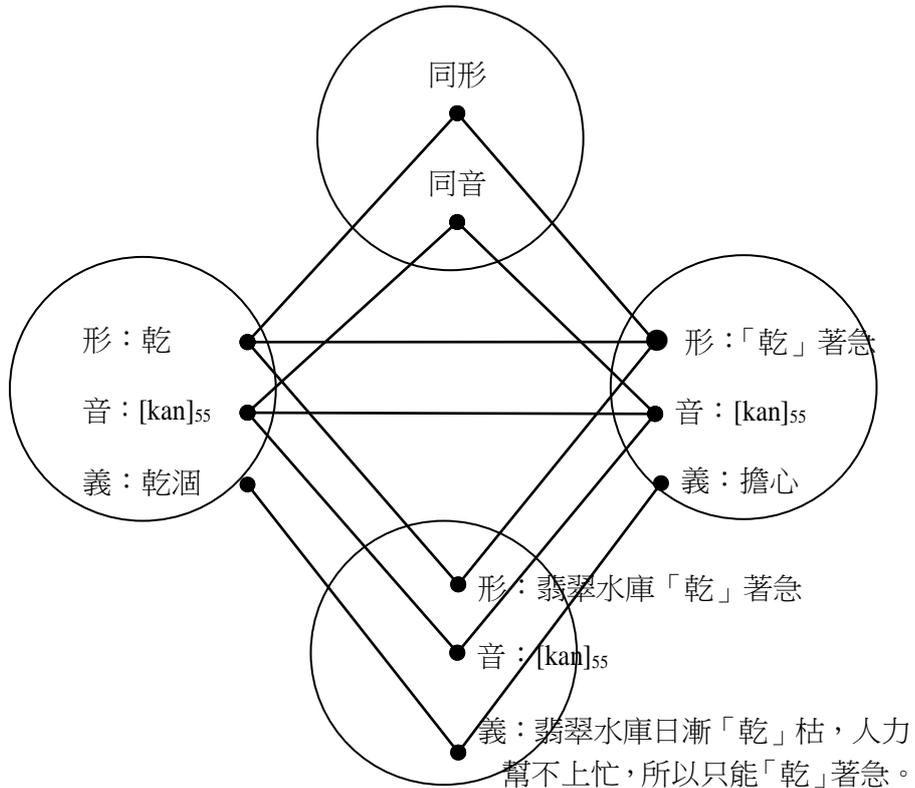


圖 4: 例(36)的語意融合示意圖

而在例(37)中，輸入空間 I 是「銀」，表示的是結果；輸入空間 II 是「贏了」，也表示結果。由於前面的句子所提到的「馬術」提供了原因（去參加馬術比賽），同時也協助讀者將「銀」在比賽的範疇中詮釋成「銀牌」，因此經過融合後我們得到「該名美少女參加馬術比賽最後贏得了銀牌」的語意。例(38)中，輸入空間 I 是「瘦」，表示的是結果；輸入空間 II 是「受訓」，表示原因；經語意融合後得到的詮釋是「女警因為受訓而瘦了」。在例(39)中，輸入空間 I 表達的是事件的結果

張榮興

「撞」，輸入空間 II 是「狀況」，而該事件的原因是由前文所給的「天雨路滑」，經過語意的融合後的得到「因天雨路滑導致撞車的狀況不斷」。

(36) 翡翠水庫「乾」著急歷來最嚴重 (自由時報 2002/03/12)

(37) 馬術美少女「銀」了 (自由時報 2006/12/13)

(38) 女警「瘦」訓年抓 25 通緝犯減 10 公斤 (自由時報 2007/01/07)

(39) F1 摩納哥站天雨路滑「撞」況不斷麥拉侖漢米爾頓奪冠 (Yahoo!奇摩新聞 2008/05/26)

3.3.2 事件參與者

在新聞標題的雙關修辭手法中，也有用來指出關於該事件的參與者。在此我們依據 Van Valin and LaPolla (1997) 所提的語意角色的概念，將論元角色分為行動者 (Actor) 和承受者 (Undergoer)。在一事件的參與者中，最像主事者的論元是行動者；而最像受事者的論元是承受者，請見以下的探討。

3.3.2.1 行動者 (Actor)

在此透過雙關語的修辭手法，在輸入空間 I 指出該事件的行動者是誰，如例(40)和(41)所示。在例(40)中，輸入空間 I 是「警」，輸入空間 II 是「緊張」的「緊」，其心理空間的融合過程如下圖。

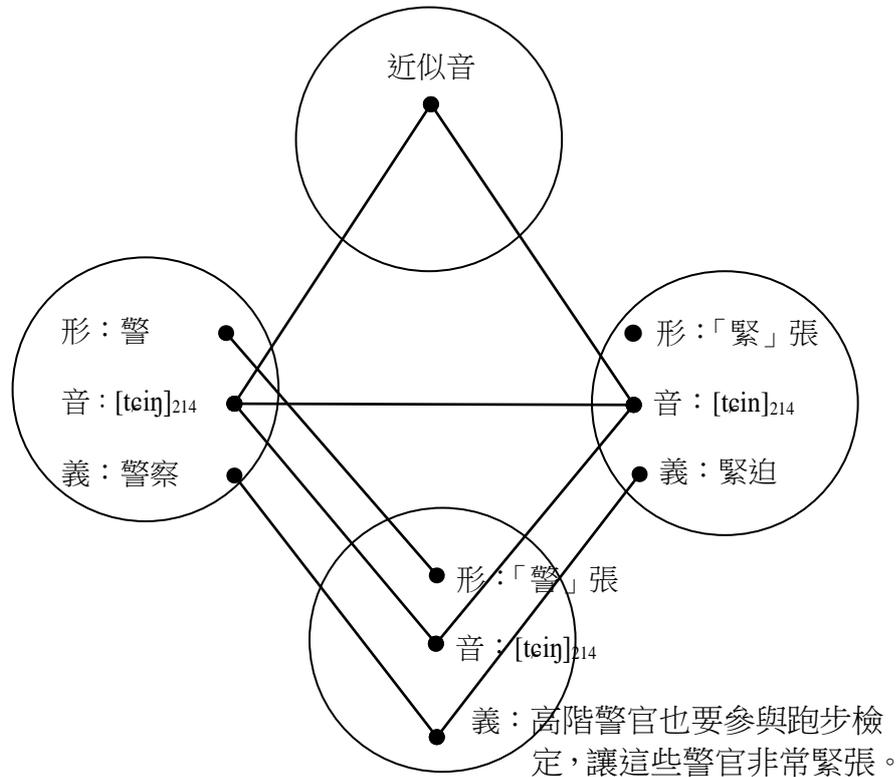


圖 5: 例(40)的語意融合示意圖

如上圖所示，輸入空間 I 是「警」，輸入空間 II 是「緊張」的「緊」，兩者是近似音不同形，且兩空間語意項的關係是行動者的關係，也就是輸入空間 I 點出該事件的行動者，輸入空間 II 修飾該行動者的感受。首先透過「組成」把輸入空間 I 和 II 中的語意成分一起投射到融合空間中，得到初步的語意「警察很緊張」。接著，進一步透過「完成」融合過程，藉由讀者的背景知識以及前後文給的線索，得出輸入空間 I 的「警」並不單單表示警察而已。具體來說，由於前面句子已經點出高階

張榮興

警官，所以緊張的人主要指的是這些高階警官，而不是所有警察。因此，經過融合後得到的語意是「高階警官也要參與跑步的檢定，讓這些高階警官非常緊張」。

在例(41)中，輸入空間 I 是「蟑螂」的「蟑」，輸入空間 II 是「囂張」的「張」。輸入空間 I 的「蟑」，表示該事件的行動者，經過語意的融合後得到「蟑螂在夏天很囂張，害慘了氣喘兒」的語意。

(40) 高階警官也要跑非常「警」張（自由時報 2002/03/15）

(41) 夏天囂「蟑」苦了氣喘兒（自由時報 2002/04/30）

（同例(23)）

3.3.2.2 承受者 (Undergoer)

在一事件的參與者中，最像受事者的論元就是承受者。事件的承受者透過雙關語的修辭手法，在輸入空間 I 給點了出來，如以下例(42)和(43)所示。例(42)中，輸入空間 I 是「虎」，輸入空間 II 是「虎視眈眈」的「虎」，其心理空間的融合過程及語意的詮釋如下圖所示。

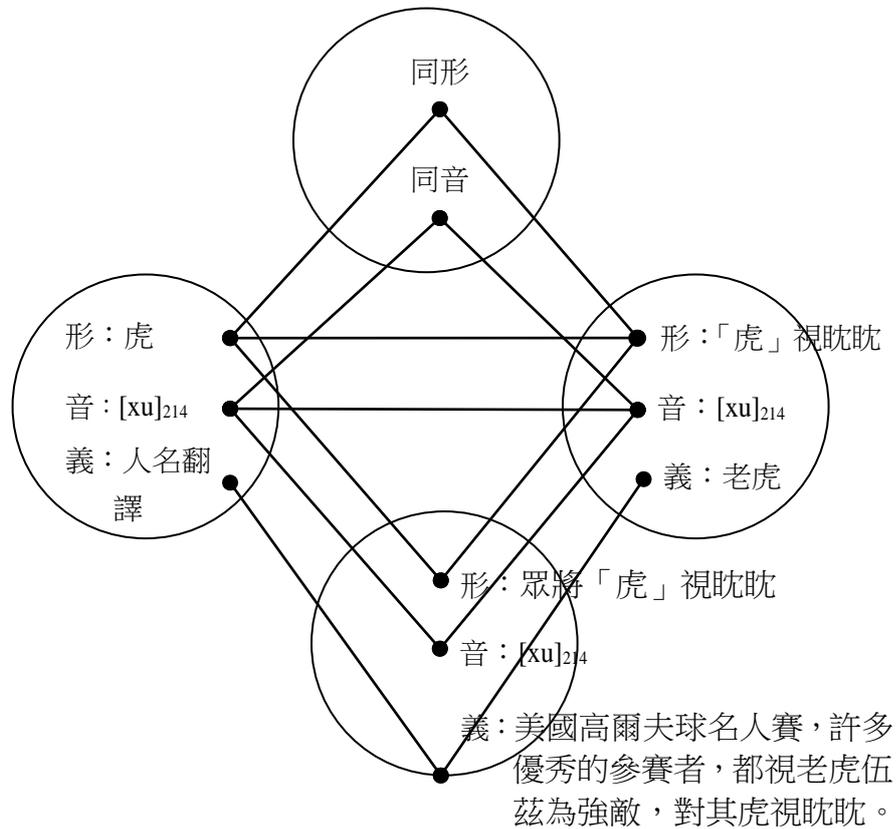


圖 6: 例(42)的語意融合示意圖

如上圖所示，輸入空間 I 是「虎」，輸入空間 II 是「虎視眈眈」的「虎」，屬於同音且同形的詞彙，兩輸入空間語意項之間的關係是承受者的關係。透過「組成」把輸入空間 I 和 II 中的語意成分一起投射到融合空間中，並進一步地透過「完成」將這些語意項另組成新結構。我們大都會習慣性地將「虎視眈眈」這成語中的「虎」詮釋成行動者，然而基於讀者對於高爾夫球比賽的認識，都了解老虎伍茲是目前高爾夫球界最優秀的

張榮興

選手，因此在詮釋「虎」視眈眈時，並不會將其詮釋為「老虎伍茲對其他選手虎視眈眈」，而是將伍茲詮釋成承受者。經語意的融合後得到「美國高爾夫球名人賽，許多優秀的參賽者，都視目前世界第一老虎伍茲為強敵，並對其虎視眈眈。」

在例(43)中，輸入空間 I 是「萱」，輸入空間 II 是「宣洩」。輸入空間 I 的「萱」因為前面句子提供的線索，我們可以理解成詹仁雄的前妻陳孝萱。經過語意的融合後得到「詹仁雄出了新書，並透過該新書將與前妻陳孝萱不愉快的婚姻經驗及往事給宣洩出來」的語意。

(42) 美國名人賽眾將「虎」視眈眈（自由時報 2002/04/11）

(43) 詹仁雄出新書「萱」洩往事（自由時報 2002/03/29）

3.3.3 方法及工具

在方法及工具的類別中，輸入空間 I 通常指出進行該事件的方法或工具，輸入空間 II 並不一定是被修飾的對象，如以下例(44)-(46)所示。例(44)中，輸入空間 I 是「蓋」，輸入空間 II 是台語的「介方便」的「介」，其語意的融合過程如下圖所示。

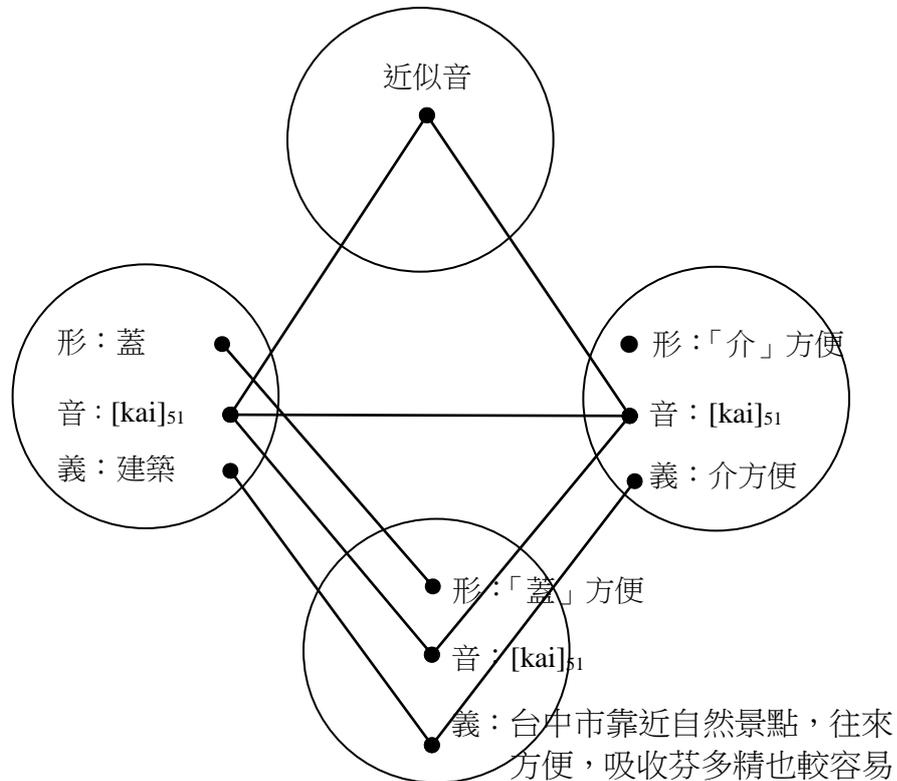


圖 7: 例(44)的語意融合示意圖

「介」的台語發音與「蓋」的中文發音近似。輸入空間 I 的「蓋」和輸入空間 II 的「介方便」的「介」是近似音不同形的詞彙，兩個輸入空間的語意項的關係屬於方法及工具的關係。在融合的過程中，透過「組成」把輸入空間 I 和 II 中的語意成分一起投射到融合空間中，得到初步的語意「在台中市吸收芬多精是較方便的」。接著，進一步透過「完成」融合過程，藉由讀者的對台灣的地理知識及對該新聞的了解，我們將其詮釋成台中市地區因為距離中部地區的各景點相當近，特別是南

投地區，因此方便假日去山裡出遊吸收芬多精。此外，台中市的房子也因往返各景點快易通和平實屋價而十分誘人。值得注意的是，我們的背景知識並不會將其語意理解為「在台中市吸收芬多精較為方便」，而是進一步透過「執行與擴展」進行詮釋。此過程表示人們根據融合結構自身的邏輯，對新結構進行獨立的認知操作。每個人對於該新聞標題會有不同的認知概念。對想自行買地蓋房子的讀者，他們對於「蓋」字就多了一層語意的體會，認為跟在台中蓋房子有關。

在例(45)中，輸入空間 I 是「睫」，輸入空間 II 是「捷徑」的「捷」。因為前文已經提到眼睛這詞彙，所以在眼睛這範疇中我們會將「睫」詮釋成眼睫毛，經過語意的融合後得到「要擁有會說話的眼睛，從眼睫毛下手才是捷徑」的意思。在例(46)中，輸入空間 I 是「畫」，輸入空間 II 是「感化」的「化」。輸入空間 I 的「畫」點出該事件使用的方法或工具，因此經過語意的融合後得到「無臂楊恩典不但用他的畫作來感化與他處境相同的病人，而且還透過他殘而不廢的精神鼓勵這些人重新站起來面對自己的人生」。

(44) 吸收芬多精中市「蓋」方便（自由時報 2003/07/27）

(45) 會說話的眼睛有「睫」徑（自由時報 2002/03/31）

(46) 無臂楊恩典感「畫」同病人（自由時報 2007/08/19）

3.4 小結

本節以心理空間理論為基礎，分別從「音」、「形」、「義」三個角度來探討新聞標題中的雙關語現象，並運用 Miller (1991) 提出的「用來聽的語音輸入詞彙」以及「用來讀的構字規則輸入詞彙」來解釋讀者對於新聞標題的訊息處理過程。

整體來說，新聞標題中的雙關語現象通常包含兩個字，分別是「輸入詞彙」與「心理詞彙」。它們要麼是同音要麼是近

似音。其滿足了心理空間理論中一個心理空間融合的運作的前提：兩個輸入空間必須具有共同或相近的特徵。在語意融合中，「輸入詞彙」是輸入空間 I，「心理詞彙」是輸入空間 II，類屬空間是二者的共同或相近的特徵，包括同音、近似音（又分成華語近似音的互換和誇語言近似音的互換）或同形（如果二字是同音同形）。

當音的條件符合後，輸入詞彙和心理詞彙互相映射。音對應到音，形對應到形（在同音同形的情況下）。接著，「壓縮」的過程將輸入詞彙的形和心理詞彙所出現的表達式壓縮成一個形式（也就是雙關語）。而「組成」的過程把兩個空間中的義一起投射到融合空間中。輸入詞彙和心理詞彙的語意彼此之間有對應的語義關係（主要包括因果關係、方法及工具、事件與參與者）。由於這些關係在生活中較為常見，讀者便能將各個信息聯繫起來並融合出新的語意。最後，透過「完成」的運作，讀者應用背景知識及文化模式等將這些語意項形成一個更完整、合乎邏輯的結構系統，進而得到更全面的解讀。

概念融合的本質是關係的融合，因為信息輸入空間與空間之間的聯通靠的是關係（王正元 2009:23）。在雙關語中，這些關係將輸入詞彙和心理詞彙聯通起來形成一個知識網絡。只有這樣融合過程才能順利進行，該新聞標題也不會令人覺得生硬難懂。

值得注意的是，除了本文已經討論的因果關係、事件參與者、方法與工具，輸入詞彙與心理詞彙之間可能還有其他類別的連結。比如以下例子中，輸入空間 I 表示的是地點。

(47) 言承旭絲毫不「澳」惱（自由時報 2002/03/28）

例(47)中，輸入空間 I 是「澳」，輸入空間 II 是「懊惱」的「懊」。在我們的認知中，「澳」可表示澳門或者澳洲，而透過新聞的內文得知這裡指的是澳洲。此時，輸入空間 I 的語

張榮興

意項是來描述該事件發生的地點，經過語意的融合後，得到「當事人並不因為在澳洲發生的事件而感到絲毫地懊惱」的語意。新聞標題中的雙關語是否還能表示其他的語意（如時間、目的、方向等）還需要更多的觀察與分析。

除了以上所分析的新聞標題例子，本文還發現了包含不同語意關係的例子，如例(48)中輸入詞彙能表示主題：

(48) 衛生最「粽」要 （自由時報 2003/05/30）（同例(5)）

例(48)的輸入空間 I 是「粽」，輸入空間 II 是「重要」的「重」，透過將「重」替換成近似音的「粽」來突顯該新聞的議題，即粽子衛生的重要性。如果把它分析成「粽子，衛生最重要」，應該視為「主題-評論」的結構。此語意的融合方式不同於其他的例子。

另外，輸入詞彙也有屬於動詞的例子，如例(49)。

(49) 北京新「藏」城遮醜為奧運 （中國時報 2007/08/19）（同例(11)）

例(49)中「新藏城」的「藏」屬於動詞，心理詞彙應是「長」。兩者發音相近，經過語意融合後可以理解成「隱藏長城」。

最後，在例(50)中的「少男殺手創商機」原本並無手機的語意，然而新聞標題將分開在語句中的「手」和「機」用引號標記起來，以呈現「手機的商機」的語意。

(50) 許慧欣少男殺「手」創商「機」 （自由時報 2003/07/05）

類似例(48)至例(50)的例子及其語意融合現象，還有待日後更多語料的蒐集和分析。另外，輸入詞彙與心理詞彙之間還存在哪些其他的語意關係，未來也值得進一步的探討。

4. 結論

隨著時代的步伐，新聞媒體已經成為當代台灣人連結與理解自己圈子外人事物的主要管道。由於同業的競爭，為了吸引讀者或觀眾的眼光，新聞報導的雙關語在目前的大眾媒體相當常見。本文以心理空間理論為基礎，結合多重詞彙的概念，從音、形、義三個角度來探究其使用的策略及認知機制，並解釋讀者為何能獲得概念和理解意義。

研究結果指出，輸入詞彙（即「替換後的字」）與心理詞彙（即「原有的字」）必須是同音或近似音、可同形或不同形，或具有對應的語意項連結關係（即因果關係、事件參與者、方法及工具）。一語雙關則是二者經過語意融合後所產生的結果。透過一語雙關的語意融合現象，我們得以更進一步了解人類處理語言的機制，並從中探索人類認知歷程之秘。

引用文獻

- 陳靜雯. 2008. 〈談台灣電視新聞標題中雙關語的會話含義華〉, 《語文教學研究》5(2):157-177。
- Chen, Jingwen. 2008. The conversational implicature of the pun in the TV news title of Taiwan. *Journal of Chinese Language Teaching* 5(2):157-177.
- 陳望道. 1989. 《修辭學發凡》。台北：文史哲。
- Chen, Wangdao. 1989. *Introduction to Rhetoric*. Taipei: The Liberal Arts Press.
- 陳雅芳. 2021. 〈台灣華語電視廣告雙關語分析及教學應用〉,《華語學刊》31:44-61。
- Chen, Yafang. 2021. Analysis and pedagogical applications of puns in Taiwanese Mandarin TV commercials. *TCSL Forum* 31:44-61.
- 黃麗貞. 2007. 《實用修辭學（增訂本）》。台北：國家出版社。
- Huang, Lizhen. 2007. *Practical Rhetoric (Revised Edition)*. Taipei: Kuo Chia Publishing.
- 黃慶萱. 2011. 《修辭學》。台北：三民書局。
- Huang, Qingxuan. 2011. *The Study of Rhetoric*. Taipei: San Min Bookstore.
- 黎運漢、張維耿. 1991. 《現代漢語修辭學》。台北：書林。
- Li, Yunhan, and Weigeng Zhang. 1991. *Modern Chinese Rhetoric*. Taipei: Bookman Bookstore.
- 倪台英. 2004. 〈從廣告用語探論二十一世紀中國修辭學發展的趨勢〉,《淡江人文社會學刊》21:1-30。
- Ni, Taiying. 2004. A study of the trend and future of the 21st century Chinese rhetoric currently used in commercial terms. *Tamkang Journal of Humanities and Social Sciences* 21:1-30.
- 彭朝承. 2007. 《新聞標題製作》。北京：中國廣播電視出版社。
- Peng, Zhaocheng. 2007. *News Headline Writing*. Beijing: China Radio and Television Publishing House.

- 沈謙. 1991. 《修辭學（上冊）》。台北：國立空中大學。
- Shen, Qian. 1991. *Rhetoric (Volume 1)*. Taipei: National Open University.
- 王勤. 1995. 《漢語修辭通論》。武漢：華中理工大學出版社。
- Wang, Qin. 1995. *A General Theory of Chinese Rhetoric*. Wuhan: Huazhong University of Science & Technology Press.
- 王希杰. 2005. 《漢語修辭學》。北京：商務印書館。
- Wang, Xijie. 2005. *Chinese Rhetoric*. Beijing: The Commercial Press.
- 王正元. 2009. 《概念整合理論及其應用研究》。北京：高等教育出版社。
- Wang, Zhengyuan. 2009. *Conceptual Blending Theory and Its Application*. Beijing: Higher Education Press.
- 謝佳玲、李家豪. 2011. 〈台灣電視新聞標題研究與教學啟示〉，《華語文教學研究》8(3):79-114。
- Xie, Jialing, and Jiahao Li. 2011. A study on Taiwanese television news headlines and their pedagogical implications. *Journal of Chinese Language Teaching* 8(3):79-114.
- 尹世超. 2001. 《標題語法》。北京：商務印書館。
- Yin, Shichao. 2001. *The Grammar of Newspaper Headlines*. Beijing: The Commercial Press.
- 張弓. 1993. 《現代漢語修辭學》。河北：河北教育。
- Zhang, Gong. 1993. *Modern Chinese Rhetoric*. Hebei: The Hebei Education Publishing House.
- 張慧美. 2003. 〈諧音之新聞標題研究〉，《玄奘人文學報》1:45-64。
- Zhang, Huimei. 2003. Analysis of homophones in news headlines. *Hsuan Chuang Humanities Journal* 1:45-64.
- 張榮興、黃惠華. 2005. 〈心理空間理論與「梁祝十八相送」之隱喻研究〉，《語言暨語言學》6(4):681-705。
- Zhang, Rongxing, and Huihua Huang. 2005. Mental Spaces Theory and metaphors in Butterfly Lovers. *Language and Linguistics* 6(4):681-705.

張榮興

- 張榮興、黃惠華. 2006. 〈從心理空間理論看「最短篇」小說中之隱喻〉,《華語文教學研究》3(1):117-133。
- Zhang, Rongxing, and Huihua Huang. 2006. Metaphors in the shortest stories within the framework of Mental Spaces Theory. *Journal of Chinese Language Teaching* 3(1):117-133.
- 張岳山. 2013.《新聞編輯實務：標題之製作與比較》。台北：文史哲。
- Zhang, Yueshan. 2013. *News Editing Practice: News Headline Writing and Comparing*. Taipei: The Liberal Arts Press.
- 鄭貞銘. 1990.《新聞採訪與編輯》。台北：三民書局。
- Zheng, Zhenming. 1990. *Principles of Gathering and Editing the News*. Taipei: San Min Bookstore.
- Attardo, Salvatore. 1994. *Linguistic Theories of Humor*. New York: Mouton de Gruyter.
- Conboy, Martin. 2007. *The Language of the News*. London: Routledge.
- Delabastita, Dirk. 1996. Introduction. In *The Translator: Studies in Intercultural Communication Special Issue: Wordplay and Translation*, ed. Dirk Delabastita, pp.127-139. New York: Routledge.
- Fauconnier, Gilles, and Mark Turner. 2002. *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. New York: Basic Books.
- Fauconnier, Gilles. 1994. *Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fauconnier, Gilles. 1997. *Mappings in Thought and Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Goatly, Andrew. 2012. *Meaning and Humour*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Knopse, Sebastian. 2015. A cognitive model for bilingual puns. In *Wordplay and Metalinguistic/Metadiscursive Reflection: Authors, Contexts, Techniques and Meta-Reflection (The*

- Dynamics of Wordplay 1*), eds. Angelika Zirker, and Esme Winter-Froemel, pp.162-193. New York: De Gruyter.
- Krikmann, Arvo. 2009. On the similarity and distinguishability of humour and figurative speech. *TRAMES* 13(1):14-40.
- Lakoff, George, and Mark Johnson. 1980. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- Li, David C. S., and Virginia Costa. 2009. Punning in Hong Kong Chinese media: Forms and functions. *Journal of Chinese Linguistics* 37(1):77-107.
- Miller, G. A. 1991. *The Science of Words*. New York: Scientific American Library.
- Müller, Ralph. 2015. A metaphorical perspective on humour. In *Cognitive Linguistics and Humor Research*, eds. Geert Brône, Kurt Feyaerts, and Tony Veale, pp.111-128. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Reah, Danuta. 2002. *The Language of Newspapers*. London: Routledge.
- Sacks, Harvey. 1972. On some puns: with some intimations. In *Sociolinguistics: Current Trends and Prospects*, ed. Roger W. Shuy, pp.135-144. Washington DC: Georgetown University Press.
- Stefanowitsch, Anatol. 2002. Nice to Meet You: Bilingual Puns and the Status of English in Germany. *Intercultural Communication Studies* 11(4):67-84.
- Turner, Mark. 2003. Literacy and cognition. In *Reading between the Lines: Perspectives on Foreign Language Literacy*, ed. Peter C. Patrikis, pp.24-39. New Haven: Yale University Press.
- Van Valin, Robert D., and Randy J. LaPolla. 1997. *Syntax: Structure, Meaning and Function*. Cambridge: Cambridge University Press.

[Received 30 October 2022; revised 29 March 2023; accepted 16 April 2023]

張榮興

張榮興
國立中正大學
語言學研究所
lngjhc@gmail.com

**THE MEANING BLENDING OF CHINESE NEWS
HEADLINES WITHIN THE FRAMEWORK OF MENTAL
SPACES THEORY**

Jung-hsing Chang
National Chung Cheng University

ABSTRACT

The use of puns in Chinese news headlines often provides implied meanings to the news readers. This paper discusses the use of puns in Chinese news headlines within the framework of Mental Spaces Theory in order to understand the strategies and cognitive mechanisms associated with them. The research results show that the implied meanings of the puns in news headlines arise from the blending of the two word forms; the relation of the two forms can be either homophonic/near-homophonic or homographic, whereas the semantic relation of the two forms can be cause and result, manner and instrument, or event and participant, etc.

Keywords: news headlines, Mental Spaces Theory, meaning blending, pun