

走進顯喻的創造世界：顯喻在創造思考活動中的運用

高振耀

國立台南大學特殊教育學系

摘 要

本文旨在探討顯喻 (similes) 的內涵以及其在創造思考活動中的運用。文中首先探討顯喻的基本結構與特質，再來分析顯喻與隱喻之間的相同與相異處以加深對顯喻的理解。之後，說明顯喻比隱喻較適合用在創造力活動的理由，並呈現顯喻、隱喻和創造力相關的實證研究。在最後，本文提出了顯喻在創造力教育上的意涵以及應用，並呈現大學生在實際活動中的豐富創作以供讀者參考。

關鍵詞：顯喻、隱喻、比喻詞性、創造力、流暢性、獨創性

壹、前言

在修辭學中，顯喻 (similes) 是一種常見的譬喻方法，譬喻即是我們一般所說的「比喻」或「打比方」(蔡宗陽，2001)。顯喻 (又稱為明喻或直喻) 用來清楚明確地比較兩個事物，在這兩個事物中較為熟悉或具體的稱為「喻依」，或稱為「基底 (base)」；相反地，較不熟悉或抽象的稱為「喻體」或稱為「標的 (target)」(高振耀，2014)。在中文的顯喻表達中，可以經常看見「像」、「似」、「猶」、「如」、「好比」、「宛若」、「彷彿」等字詞作為直接對應喻體與喻依的橋樑，而在英文中，常使用 like 與 as 等介係詞作為喻體與喻依的連結。在此列舉一個顯喻的例子「小華就像蜜蜂一樣 (整天不停地忙碌)」，「小華」是喻體，「蜜蜂」是喻依，而「像」是喻詞，擔任了對應「小華」與「蜜蜂」的角色。

貳、中國文學與西方認知心理學中的譬喻

《詩·大序》提到《詩經》的六義乃包括「風、雅、頌、賦、比、興」，其中「風、雅、頌」指詩歌的三種性質或體裁，而「賦、比、興」為基本的表現手法(蔡宗陽，2001)。「賦」指鋪陳，亦即直接將事物做進一步的敘述；「比」指比喻；「興」指象徵。從以上的敘述，可以清楚看出譬喻(或顯喻)和六義中的「比」息息相關，密不可分。《禮記·學記》提到「不學博依，不能安詩」，其中的「博依」乃指廣博的比喻，由於詩歌經常需要運用比喻來表情達意，比喻便成為寫詩必備的技能，若不擅於比喻，便無法掌握詩裡微妙的意涵(沈謙，2002)。詩被認為是人類語言最高的創作藝術，比喻的技巧是其關鍵之一，巧妙的比喻如同神來的一筆，它讓深奧的內涵淺顯起來，讓渾沌的道理清晰起來，讓原本乏味的

事物生動起來(沈謙，2014)。除此之外，我們會很自然地利用較為熟悉或具體的事物去了解較不熟悉或抽象的事物，也就是藉由喻依去了解喻體的某種特性，因此推論往往先從喻依中獲得再拿來對喻體進行解釋或闡明，簡言之，即是喻依傳遞推論到喻體 (Gentner & Smith, 2012, 2013)。其實中國古代文獻，像是《墨子·小取》提到「辟(即是譬)也者，舉也(即是他)物而以明之也。」《荀子》亦提到「譬稱以明知。」到近代所謂的「借彼喻此」也指利用具體描述抽象，利用易懂的事物去說明難知的事物(沈謙，2002)。是以，可以看出中國文學與西方認知心理學在此有相似的看法。

參、顯喻的特質

顯喻所比較的兩個事物通常是被認為無法比較的 (incomparable)，比較的過程會呈現兩者的相同之處，也就是代表兩個事物的概念彼此間有所重疊 (Israel, Harding, & Tobin, 2004)。從上面的敘述，我們也可以知道顯喻不僅呈現兩個事物的共同點，也強調它們之間的不同(因為它們通常被認為是無法比較的)，如上例「小華就像蜜蜂」的顯喻，強調「小華」當然不是昆蟲「蜜蜂」，「小華」與「蜜蜂」之間的重疊點在於「勤勞」這個特質 (Gordon, 1961)。因此，顯喻要能夠成立需要兩個條件，其一是喻體與喻依之間至少要有一點非常相似，再來，喻體與喻依兩者在本質上必須非常不同(復文編輯部，1989)。然而，我們往往僅注意到第一點而忽略第二點，殊不知缺少第二點，顯喻亦無法成立，例如「左手就像右手一樣有五根手指」，「橘子和柳丁一樣含有豐富的維他命 C」，雖然都有呈現兩個事物的相同處，但是它們卻不是修辭學中的顯喻。

一、顯喻中的評估過程

除了對應的之外，顯喻中還有選擇與評估的過程，也就是創作之初我們要先選擇喻體中所要描述的特質，以上例來說，作者所要描述的特質是「勤勞」；再來，作者需要在長期記憶中所儲存的人、事、物裡面搜索具備這個特質的例子（Silvia & Beaty, 2012），決定何者是「勤勞」這個特質的最佳代表（exemplars）或完美典型（paragons），而在此例中所選擇的最佳代表是「蜜蜂」。當然在決策中需要評估，而評估需要標準，像是正確性：符合事實的正確性（factual accuracy）、適切性：能夠融入當時的對話的情境以及目的性：能夠傳達出說話者的意圖（Gentner & Smith, 2012, 2013）。有關顯喻的評估過程在底下的部分會有更詳細的敘明。

二、顯喻的普及性與靈活性

在顯喻中，時常藉由鮮活的意象來對形貌或聲音進行描述，例如夜空閃爍的星星就好像睡不著的精靈頑皮地眨著眼睛，曹植的《洛神賦》中巧妙的使用「皎若太陽升朝霞」、「灼若芙蕖出淥波」等語句來描繪美貌，而在劉鶚的《老殘遊記》中活靈活現地把王小玉說書敘寫成「忽然拔了一個尖兒，像一線鋼絲拋入空際」、「恍如由傲來峰西面攀登泰山的景象」以及「如一條飛蛇在黃山三十六峰半中腰裡盤旋穿插」等（復文編輯部，1989）。除了形貌與聲音，顯喻也時常用來描述日常生活中的各種情緒經驗，例如急得像熱鍋上的螞蟻，快樂的像雲雀在草地上跳躍。整體來說，顯喻可以很容易地適應任何語言水平和任何類型的情境，即使是普通百姓，也可以輕而易舉地產出自己的創意顯喻來傳達自己的心情與想法（Veale, 2012）。

三、顯喻與反語的結合

如同前述，我們在選擇喻依時往往是選擇具備某個特質的最佳代表，像是「她的嘴

好甜，甜的像蜜糖一樣」，毫無疑問，「蜜糖」是「甜」這個特質的最佳代表；但是，顯喻有時會跟反語（irony）來結合而選擇了某個特質的最差或最不適合的代表，作為譏諷或調侃之用，例如「她的嘴好甜，甜的像檸檬一樣」，無疑地，「檸檬」是「甜」這個特質的最差代表，如此的文字操弄也是一種語文創造力（linguistic creativity）的表現，增添了使用文字的趣味性（Israel, Harding, & Tobin, 2004）。

肆、顯喻和隱喻之間共同性與差異性

在修辭學的譬喻中，顯喻（A 好像是 B；A is like B）和隱喻（A 是 B；A is B）是兩種主要的類別，它們之間的區分是一個長久以來受到注意的議題。然而，用來說明此區分的理論基礎長久以來卻是薄弱的，有學者像是柏拉圖（Plato）甚至認為顯喻就是隱喻，兩者之間幾乎沒有差別。也有學者視顯喻與隱喻之間的差異為表淺的或是可以忽略不計的，而認為它們的區別僅被視為語法形式的問題，或更確切地說是句子結構的問題。中文裡面，顯喻的喻詞為「好像」，或是「似」、「猶」、「如」、「宛若」等；而隱喻的喻詞為「是」。在英文裡面，顯喻有介係詞 like；而隱喻沒有。西方學術裡還有一種看法提出了顯喻只是把隱喻所暗示的事物明確地表達出來，所以顯喻僅是更為清楚明確的隱喻；而隱喻省略了介係詞，所以隱喻僅是簡略的明喻形式（Israel, Harding, & Tobin, 2004）。然而，隨著心理語言學（psycholinguistics）和認知科學（cognitive sciences）的興起，人們發現顯喻和隱喻不僅是語法形式或句子結構的問題，而且在認知上也具有重要意義（Bowdle & Gentner, 2005；Gentner & Bowdle, 2008；Zharikov & Gentner, 2002）。分析顯喻和隱喻

之間共同性與差異性將有助於我們更加了解顯喻的內涵，以致於讓我們更能夠掌握顯喻在創造力教育上的應用。

一、顯喻與隱喻的共同性

顯喻和隱喻之間的主要共同性是它們的目的，兩者都旨在揭示兩個領域間的相似之處。另一個共同點是它們都能化繁為簡，也就是它們提供了一種簡潔生動的方式來表達一些語言文字的繁瑣內容（Ortony, 1975；Tendahl & Gibbs, 2008）。還有一個共同點為執行的功能，兩者都根據一個領域（喻依）加深了對另一個領域（喻體）的理解，也因為要執行此功能，顯喻和隱喻都是具有方向性（directionality），雖然在文章稍後的地方會提到隱喻的方向性比顯喻強（Kao, 2016）。從認知科學的角度來看，顯喻和隱喻本質上都是類比（analogy），因為它們都涉及跨域映射（cross-domain mapping）的機制（Bowdle & Gentner, 2005；Gentner, 2010；Lakoff, 1992；Lakoff & Johnson, 2003；Wolff & Gentner, 2011）。根據 Gentner 和 Bowdle（2008）的研究，透過類比理論可以適切地解釋顯喻和隱喻的運思過程。是以，它們兩者都可以被視為類比的子類型，也因此它們兩者被歸納為具有比喻詞性的類比（figurative analogies）。另外，顯喻和隱喻都涉及在兩個領域之間建立對齊和對應關係，這意味著這些領域以某種方式混合或組合（Kao, 2014）。因此，顯喻和隱喻也可以看作是一種概念結合（conceptual combination）的產物。

二、顯喻與隱喻的差異性

如同前述，在中文裡，顯喻的喻詞往往為兩個字（「好像」、「彷彿」、「宛如」等）或兩個字以上（「就好像」、「正如同」等），而隱喻的喻詞往往為一個字「是」；在英文中，顯喻和隱喻之間的一個明顯區別是後者沒有介係詞，因此隱喻的表達形式表面看起來更為

簡約。除了此表面上句型結構的差異，以下臚列數個主要的差異。

（一）從表達明確性的觀點進行區分

如前面有提到，相對於隱喻，顯喻以更明確的方式呈現標的之特質。在標的和基底之間的比較，顯喻形式提供了清楚的語言提示，但隱喻結構卻沒有（Holyoak & Stamenkovic, 2018）。正如 Veale（2012, p.77）生動描述的那樣，「雖然隱喻是偽裝的大師，但從根本上來說，顯喻卻不適合從事任何形式的秘密工作（While metaphors are masters of disguise, similes are fundamentally unsuited to undercover work of any kind.）」總而言之，明確性（explicitness）是這兩種比喻之間的主要區別。此外，也有學者指出隱喻除了較為隱晦，其所表達的內涵比顯喻所表達的內涵更為強烈而且深遠（Zharikov & Gentner, 2002）

（二）從關係優先假說的觀點進行區分

根據關係優先假說（the Relational Precedence Hypothesis）（Aisenman, 1999），顯喻和隱喻之間的差異可能來自於語言所要表達的類型，尤其是屬性（attribute）與關係（relation）兩種類型。一般而言，屬性是指外型特徵，而關係是指執行的功能或所表現的行為，像是某事物能做什麼？起什麼作用？跟其他事物間如何互動？（Israel, Harding, & Tobin, 2004）。舉例來說，有一段屬性語境（an attributional context）將網路詐騙描述為某個國家可怕的弊害，此段落較容易導致顯喻的詮釋（亦即，網路詐騙就像一種疾病。）；相對地，如果一段關係語境（a relational context）描述網路詐騙在某個國家中迅速擴增，此段落便更容易導致隱喻的詮釋（即網路詐騙是一種疾病）。屬性的描述傾向於以顯喻的形式來表達，而關係的描述則傾向於以隱喻的形式來表達（Zharikov &

Gentner, 2002)。換句話說，人們傾向於透過隱喻來強調標的與基底之間的共同的關係，而透過顯喻來強調其共有的屬性（Wolff & Gentner, 2011）。

在此要特別提醒，根據上面的內容，顯喻比隱喻清楚明確，而且顯喻傾向表達屬性，隱喻傾向表達關係，這些只是相互比較之下的通則，並非絕對的劃分。我們當然可以用隱喻形式來明確描述外表屬性，像是「那位男士是一隻胖熊」或「小明是一隻瘦皮猴」；相反地，我們也可以用顯喻形式來表達較抽象深層的關係，像是「我們之間的合作就好像後座的乘客不停地指揮前座的司機如何開車」，「當前事情的進展就好像即將要把車子開進去沙地」，李煜的《清平樂》中深刻的描述「離恨恰如春草，更行更遠還生」，《莊子·山木》亦提出人際關係的箴言「君子之交淡若水，小人之交甘若醴」。此也說明了顯喻除了古文中所說的「比類（比喻具體的形貌）」之外，亦可用來「比義（比喻抽象的事理）」（沈謙，2002）。

（三）從譬喻結構的對齊方式進行區分

從認知科學的角度其實顯喻和隱喻的結構對齊方式是有所不同的。顯喻形式傾向於引起直接的比較，它使標的和基底的字面意義進行水平對齊。這種水平對齊方式是在抽象程度相似的概念之間建立而成的。相反地，隱喻則容易於引起歸類（categorization），其中標的被視為基底所衍生的抽象類別之成員。如果把上述的例子改變成隱喻「小華是蜜蜂」，那麼基底「蜜蜂」便會連結到「勤勞的群體」這個抽象類別，而「小華」是此「勤勞的群體」中之一份子。歸類過程使標的之字面意義和抽象類別進行垂直對齊，這種垂直對齊方式是在不同抽象程度的概念之間建立而成的（Gentner & Bowdle, 2008）。也正因為在隱喻中標的是基底所衍生的抽象類別之

成員，標的與基底兩者之間的關係在隱喻比在顯喻中要來的緊密，也因此隱喻所呈現的意思比顯喻有時更為強烈深刻（沈謙，2014），同時，隱喻的方向性（directionality）較顯喻來的高（Kao, 2016）。我們由此也可以得知，為了要了解隱喻，讀者必須先找到基底的深層涵義（或抽象類別）而非文字的表面意義，然後再將此深層涵義對應到標的。顯喻傾向引起比較的過程；而隱喻容易引起歸類的過程，也因此有中文文獻提出顯喻是相類的關係而隱喻是相合的關係（復文編輯部，1989），此現象體現了語法的一致性原則（the grammatical concordance principle）（Gentner & Bowdle, 2008），說明了語言的形式能夠決定語言的功能（Gentner & Bowdle, 2001）。

由結構對齊方式的差異可以再延伸探討「舊有基底（conventional base）」與「新生基底（novel base）」的議題。新生基底往往僅有文字表面意義，但是舊有基底除了有文字表面意義，還有深層涵義，也就是上面所述跟文字表面意義所連結的抽象類別。根據Gentner 與 Bowdle（2001），人們在使用譬喻修辭法時，如果句子中含有所謂的「舊有基底」，則傾向以隱喻表達；而如果含有所謂的「新生基底」，則傾向以顯喻表達。一個基底的深層涵義主要是基底多次和各種不同之標的進行對應而產生出來。此為一個漸進的過程中，屬於基底的一些特質或關係結構就逐次地被抽離出來，形成可分離的抽象概念（detachable concepts），然後轉移到未來的類似情況中。在某些情況下，這個基模逐漸變成基底的另一個意思（Gentner & Wolff, 1997；Gentner & Bowdle, 2008；Gentner & Maravilla, 2018）。例如，「十字路口」這一個語詞常在不同情境中被用來比喻做重要決定的時刻，因此「十字路口」逐漸具備「需要做重要決定的時刻」之額外意義。因此，舊有基底都是多義

的 (polysemous)；而新生基底因為還沒有經歷過這個重複對應比較的過程，所以往往不是多義的。

(四) 顯喻能以新生或舊有基底表達而隱喻僅能以舊有基底表達

雖然如前述舊有基底傾向以隱喻表達而新生基底傾向以顯喻表達，但是舊有基底也可以透過顯喻來表達，這是因為舊有基底畢竟也有文字表面意義（除了深層涵義或抽象類別之外），可以拿來與標的作對應。而新生基底卻只能用在顯喻句型中，這是因為新生基底還沒有發展出抽象的深層涵義來讓隱喻使用。此推論在 Bowdle 與 Gentner (2005) 的實證研究中獲得支持，他們發現當給研究參與者具有舊有基底的比喻題目時，研究參與者在使用隱喻或顯喻的傾向上並沒有顯著差別；然而，給研究參與者具有新生基底的比喻題目時，研究參與者卻顯著地偏好使用顯喻。換個角度來看，不論是舊有基底或是新生基底都能夠以顯喻表達，因為此兩種基底都有文字表面意義。然而隱喻僅能透過舊有基底來表達，這是因為舊有基底才有額外的抽象涵義去對應標的，而新生基底卻沒有。這也說明了幾乎所有的隱喻句型可以自然地轉變成顯喻句型（雖然內涵可能不再同樣地強烈與深遠），只要將句中的「是」替換成「就像」，例如：「博物館是金礦」可轉變成「博物館就像金礦」，「人生是一齣戲劇」可轉變成「人生就像一齣戲劇」，因為「金礦」與「戲劇」皆為舊有基底以及多義字詞；但是，如果將「金礦」換成「銻礦」或其他稀有金屬，情況便可能有所改變，因為它們是新生基底以及單義字詞，所以只能用在顯喻句型中，例如：「博物館就好像銻礦」。如果勉強將此句轉變為隱喻形式就會讓讀者感到不自然，例如：「博物館是銻礦」，這是因為「銻礦」此新生基底還沒有像「金礦」一般具備另

外的深層涵義或抽象類別，所以讀者找不到基底的深層涵義對應到標的 (Gentner & Bowdle, 2001)。因此，這樣的陳述可能會導致讀者進入不正確的理解路徑，亦即是嘗試搜索不存在的抽象類別，這需要花費更多的精力和時間重新解釋這些陳述 (Bowdle & Gentner, 2005; Gentner & Bowdle, 2008; Wolff & Gentner, 2011; Zharikov & Gentner, 2002)。這些例子說明了雖所有的隱喻句子可以轉變成顯喻句子，但並非所有的顯喻句子可以轉變成隱喻句子。

(五) 從神經科學的觀點進行區分

隨著認知心理學與神經科學 (neuroscience) 的合流，有越來越多研究對於類比的認知過程之神經生理基礎進行探究，例如 Shibata 等人 (2012) 進行了 fMRI 研究，結果發現顯喻在內側額葉區域 (the medial frontal region) 導致了更高水平的激活，此處與推理過程相關聯，但是隱喻在右側前額葉區域 (the right-sided prefrontal region) 引起了更多激活，此處與象徵性語言的理解有關。

伍、比喻詞性、意外性和創造力

顯喻和隱喻在某些方面與字面的比較 (literal comparison；例如虎就像獅一樣) 和字面的歸類 (literal categorization；例如蟋蟀是昆蟲) 有所不同。它們具有比喻詞性 (figurativity)，而此比喻詞性主要來自標的與基底間出奇不意的連接。換句話說，被這兩種比喻用來對應標的之基底需要某種程度的意外成分 (unexpectedness)。無獨有偶地，Gerrig 和 Gibbs (1988) 使用了無法預測性 (unpredictedness) 來描述創造性語言 (creative language)，而他們所謂的創造性語言是指其組成語詞的意思無法直接用來預測此語言要表達什麼。不論意外或無法預測性，

都是源自於作者比較了的兩個本質上迥異的事物，如同上述這兩個事物通常被認為是無法比較的。當然，陳舊的顯喻或隱喻形式是例外，例如她的臉頰像蘋果一樣紅和婚姻是愛情的墳墓。Veale (2012) 曾經指出，網絡的資料庫可能包含總共超過 12,000 個慣用的英文顯喻和隱喻。但是，為了發揮創造力，我們最好不要使用隨處可見或過度使用的顯喻或隱喻。如上述，顯喻和隱喻可用於描述事物之間的相似性，而這些相似性被認為是不尋常的 (Israel, Harding, & Tobin, 2004)，由這兩個概念間的遙遠或隱含關係所導致的意外性，使得顯喻和隱喻可以表達創造力。

陸、譬喻、認知能力和創造力

產生富有創造力的譬喻與在擴散思考活動中產生富有創造力的點子一樣都需要一些共同的認知能力，例如流體智力 (Gf) 和廣泛的檢索能力 (Gr) (Silvia & Beaty, 2012)。要形成富有創造力的譬喻首先需要選擇標的中一個 (或多個) 屬性，例如某人的勤勞、頑固、天真，某事物的奇特的形狀或顏色等，然後在其長期記憶中搜索擁有該屬性的可能基底，根據某些標準 (例如事實正確性或一般相關性) 決定基底後，並將該屬性提升成為一個較大的抽象概念 (Gentner & Smith, 2012, 2013; Glucksberg & Haught, 2006)。在此過程中，創造者需要排除多種類型的訊息，例如與所選擇屬性無關但充斥在標的之其他屬性，例如在選擇小華「勤勞」的特質之後，小華其他的特質 (如友善) 就必須排除，還有其他陳腐或不適當的基底也必須排除。搜索知識和管理干擾來源都與流體智力相關 (Silvia & Beaty, 2012)。此外，在長期記憶中尋找和特定標的相關之基底又與具有廣泛檢索能力相關 (Beaty & Silvia, 2013; Silvia, Beaty, & Nusbaum, 2013)，根據 Carroll (1993) 的三

階層智力理論 (three-stratum theory of intelligence)，創造力或原創性 (英文簡稱 FO) 為第一層因素 (最底層因素)，被歸入第二層因素 Gr 底下。從上面的敘述，我們可以推知譬喻和創造思考在認知方面有很大的重疊，因此，顯喻和隱喻可以被視為我們日常生活中創造力的最佳範例 (Carter, 2004; Skalicky & Crossley, 2018)。它們生動地描述了各種形貌、聲音、情感經驗、人世間的哲理等，帶來了真實而饒有趣味的創作產品 (Beaty & Silvia, 2013)。Silvia 與 Beaty (2012) 甚至認為比喻為培養創造思考提供了肥沃的園地。確實地，許多涉及顯喻或新穎隱喻的活動已被用於教學和研究中 (Kao, 2016; Beaty & Silvia, 2013)，因此，我們應善加利用比喻技法，將它們納入教學活動中，以發揮學生的創造潛力。

柒、為何顯喻較隱喻適合運用在創造教學活動中？

經由上述，我們可以得知舊有基底與新生基底都能夠放在顯喻句子中，但是僅有舊有基底能夠放在隱喻句子中，因此顯喻句型提供了較多的使用自由。由於顯喻基本上提供了更廣泛的用途，當作家試圖表達標的和基底之間不尋常或奇特的關係時，通常更傾向於借重顯喻而不是隱喻 (Gentner & Bowdle, 2008; Zharikov & Gentner, 2002)；而沈謙 (2014) 更提及在古典詩文之中，隱喻雖然經常可見，但卻不像顯喻那麼普遍。而就創造力活動而言，本來就應該盡量給予參與者更多自由發揮的機會；因此，顯喻句型較適合用在創造力測驗或活動之中，例如以下第一個完成空格的句型就比第二個完成空格的句型較為適合：

1. 幸福就好像 _____，因為 _____。
2. 幸福是 _____，因為 _____。

再來是牽涉到這兩者本質上的問題，顯喻相較下有較高的明確性（explicitness），整體來說較有利於創造力教育和評量；雖然隱喻在文學作品中較為隱晦與深遠（Zharikov & Gentner, 2002），而這些性質也很可能與創造力的展現有關，但是，一般教師所提供創造力活動或測驗，畢竟沒有辦法像文豪的詩歌或小說具有豐富或細微的語文線索或情境，因此不易讓隱喻得以發揮；而在評量方面，明確性較高的回應無疑地會讓該試題較容易且客觀的評定。

除此之外，隱喻相較之下不利於做為創造思考活動的另一個原因是其句型與普通的語文歸類（literal categorization）相同，像是「玫瑰是花朵」或「楊柳是一種樹木」。所以當出題者希望答題者能夠創造出有趣的隱喻而給予完成空格的句型題目：憤怒是_____。有些答題者可能就直接寫下

害羞 圍牆

_____ 就好像 _____ 因為 _____。
_____ 是 _____ 因為 _____。

參與者需要從顯喻與隱喻句型中選擇一個來作答，並把詞組按照自己喜歡的方式填入句中的前兩個空格，事實上這兩個空格分別代表標的與基底。如果參與者將抽象字詞放在標的，具體字詞放在基底的位置，那麼所產出的比喻句型是典型的（typical）；相反地，假使參與者將具體字詞放在標的，抽象

像是「憤怒是一種情緒」的一般性歸類語句，而不是具有創意的隱喻答案，像是「憤怒是一頭被蒙住眼睛的怪獸」。

捌、顯喻、隱喻和創造力相關的實證研究

在 Kao（2021）的研究中，徵召 112 位大學生（平均年齡為 20.54 歲；標準差為 2.17 歲）作為研究參與者。研究工具為紙筆測驗，共有 20 題，每一題會先呈現一個詞組，每一詞組包含一個抽象語詞（an abstract word）以及一個具體語詞（a concrete word），以控制好每一詞組的文字屬性（verbal property）。此外，在這二十題中，會有 10 個詞組含有舊有基底，10 個含有新生基底。在詞組底下會有兩個未完成的句子，一個句子以顯喻的形式出現，而另一個以隱喻的形式出現，範例如下所示：

字詞放在基底的為位置，那麼所產出的比喻句型是所謂的非典型的（atypical），研究參與者有 20 分鐘去完成這些題目；並且在試題說明時，參與者被鼓勵去產出新奇有趣的回應（Beaty & Silvia, 2013；Niu & Liu, 2009；Silvia & Beaty, 2012）。值得一提的是，此活動運用了三種隨機的安排（Kirk, 2013），第一種是 20

道題目的隨機安排，第二種是詞組中抽象字詞與具體字詞左右位置的隨機安排，第三種是顯喻與隱喻句型上下位置的隨機安排。

評分向度有流暢性(fluency)以及獨創性(originality)兩大方面，流暢性的評分方式為計算有效回應的總數；而獨創性乃依據標的與基底之間共同性是否為不尋常，其評分方式為先評每個回應的新穎程度，以六個層級評分：0分為空白或無效答案，1分為新穎程度遠低於平均，2分為新穎程度低於平均，3分為新穎程度一般，4分為新穎程度高於平均，5分為新穎程度遠高於平均，然後再加總平均，此平均方法來計算獨創性，可以避免所謂的流暢性汙染(fluency contamination or confound)之創造力評量問題(Kao, 2019; Reiter-Palmon & Forthmann, 2019; Silvia et al., 2008)。

研究結果發現，當提供參與者含有舊有基底的詞組時，顯喻與隱喻在流暢性與獨創性兩方面的得分都沒有顯著的差別。然而，當提供參與者含有新生基底的詞組時，顯喻在流暢性與獨創性兩方面的得分都比隱喻顯著地高。此結果再度支持了人們傾向透過顯喻去實驗或戲弄標的與基底之間的新關係(Gentner & Bowdle, 2008; Zharikov & Gentner, 2002)，也說明了顯喻在一般大眾的「新嘗試」過程中佔有優勢。

玖、學生創作實例

另外，筆者曾經在特殊教育學系大學部的創造力教育課堂中，給36位學生每人30道半開放式的顯喻句型（例如：奢侈就好像_____因為_____）。學生有15分鐘去回應每一題，空格沒有標準答案，學生被鼓勵盡量提供新奇有趣的答案(Beaty & Silvia, 2013; Niu & Liu, 2009; Silvia & Beaty, 2012)。在這個活動中，重點放在答

案的品質，亦即是所謂的獨創性。而獨創性乃依據標的與基底間距離遙遠的程度，能在距離越遙遠的標的與基底間找到它們的共同點，獨創性則越高。獨創性的評分方式以六個層級評分：0分為空白或無效答案，1分為新穎程度遠低於平均，2分為新穎程度低於平均，3分為新穎程度一般，4分為新穎程度高於平均，5分為新穎程度遠高於平均。底下為得分為4分以上的學生的作品，供讀者參考。

1. 謊言就好像鏟子因為一口一口挖掉信任。
2. 政治就好像噪音因為無所不在而且令人難以忍受。
3. 奢侈就好像糖精因為濃膩且令人有罪惡感。
4. 勇敢就好像不倒翁因為跌倒了能立刻再站起來。
5. 戀愛就好像硬幣因為一個拍不響，兩個才有聲。
6. 信任就好像瓷器因為打破了就難還原。
7. 信任就好像鈔票因為花得快，賺得難。
8. 慾望就好像茶杯因為超過了杯口就什麼都得不到。
9. 脾氣就好像輪胎因為越磨越平。
10. 畢業就好像車站因為有人會走，但也會有新的人來。
11. 自私就好像倉庫因為許多東西都堆藏在裡面。
12. 同情就好像河水因為太過氾濫反而招來禍端。
13. 幸福就好像手中的沙因為一握緊反而失去更多。
14. 關心就好像肥料因為過多就會造成反效果。
15. 努力就好像磚頭因為一個一個堆疊成美麗的高樓。

拾、結論

譬喻不只是修辭技巧，其實它呈現了人類思考和學習中的類比過程(Gentner, 2010)，並幫助我們了解創造思考的機制(高振耀，2014)。然而，中國古文中提醒我們，要好好地利用譬喻，但也要謹慎使用譬喻，墨子就曾提到用狗豬(豨)的打鬥來比喻武士之間的爭鬥是非常不適切的(蔡宗陽，2001；沈謙，2002)。西方學術文獻也指出，類比是學習上強而有力的工具，對學習有巨大的影響，所以我們需要小心地取材進行類比，以免紕繆的類比可能造成推理的誤導以及不正確知識的傳達(Gentner & Smith, 2013；Kao, 2016)。

藉由適切設計，顯喻具有相當大的潛力來做為創造力活動的材料。尤其是在顯喻創作的教學活動中，鼓勵學生盡量嘗試在表面上距離越遙遠的事物之間找到共同性(高振耀，2012，2014)，此能幫助學生獲得頗佳的成果，這是因為比較的概念相距越遙遠，往往會讓比喻越具有新意(Israel, Harding, & Tobin, 2004)，根據Mednick(1962, p. 222)的連結理論(associative theory)，「任何能夠使彼此相距遙遠的想法連結起來的能力或趨勢將有助於創造性解決方案的產生(any ability or tendency which serves to bring otherwise mutually remote ideas into contiguity will facilitate a creative solution)」。本文深入探討顯喻的內涵與應用，彰顯其在創造力活動的價值，希望其能被更廣泛的運用以提升學生的創造力(高振耀，2012，2014)。

參考文獻

- 沈謙(2014)。修辭學。台北：五南。
- 沈謙(2002)。修辭方法析論。台北：文史哲。
- 高振耀(2012)。解開創造力的奧秘：創造力的四個P。特教論壇，12，1-12。
- 高振耀(2014)。從類比的觀點探討創造思考過程。特教論壇，16，80-90。
- 復文編輯部(1989)。修辭學。高雄：復文。
- 蔡宗陽(2001)。修辭方法探微。台北：文史哲。
- Aisenman, R. A. (1999). Structure-mapping and the simile-metaphor preference. *Metaphor and Symbol, 14*, 45-51.
- Beaty, R. F., & Silvia, P. J. (2013). Metaphorically speaking: Cognitive abilities and the production of figurative language. *Memory and cognition, 41*, 255-267.
- Bowdle, B. F., & Gentner, D. (1997). Informativity and asymmetry in comparison. *Cognitive Psychology, 34*(3), 244-286.
- Bowdle, B. F., & Gentner, D. (2005). The career of metaphor. *Psychological Review, 112*(1), 193-216.
- Carroll, J. B. (1993). *Human cognitive abilities: A survey of factor-analytical studies*. New York: Cambridge University Press.
- Carter, R. (2004). *Language and creativity: The art of common talk*. Routledge.
- Gentner, D. (2010). Bootstrapping the minds: Analogical processes and symbol systems. *Cognitive Sciences, 34*, 752-775.
- Gentner, D., & Bowdle, B. F. (2001). Convention, form, and figurative processing. *Metaphor and Symbol, 16*, 223-

- 247.
- Gentner, D., & Bowdle, B. F. (2008). Metaphor as structure-mapping. In V. S. Gibbs (Ed.), *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought* (pp. 109-128). Cambridge University Press.
- Gentner, D., & Maravilla, F. (2018). Analogical reasoning. L. J. Ball & V. A. Thompson (eds.), *International Handbook of Thinking & Reasoning* (pp. 186-203). New York, NY: Psychology Press.
- Gentner, D., & Smith, L. (2012). Analogical reasoning. In V. S. Ramachandran (Ed.), *Encyclopedia of human behavior* (2nd ed.; pp. 130-136). Oxford, UK: Elsevier.
- Gentner, D., & Smith, L. (2013). Analogical learning and reasoning. In D. Reisberg (Ed.), *The Oxford handbook of Cognitive Psychology* (pp. 668-681). Oxford University Press.
- Gentner, D. & Wolff, P. (1997). Alignment in the processing of metaphor. *Journal of Memory and Language*, 37, 331-355.
- Gerrig, R. J., & Gibbs, R. W. (1988). Beyond the lexicon: Creativity in language production. *Metaphor and Symbol*, 3(3), 1-19.
- Glucksberg, S., & Haught, C. (2006). On the relation between metaphor and simile: When comparison fails. *Mind & Language*, 21(3), 360-378.
- Gordon, W. J. (1961). *Synectics*. New York: Harper & Row.
- Holyoak, K. J., & Stamenkovic, D. (2018). Metaphor comprehension: A critical review of theories. *Psychological Bulletin*, 144(6), 641-671.
- Israel, M., Harding, J. R., & Tobin, V. (2004). On simile. In M. Achard & S. Kemmer (eds.), *Language, culture, and mind* (pp. 123-135). CSLI Publications.
- Kao, C. (2014). Exploring the relationships between analogical, analytical, and creative Thinking. *Thinking Skills and Creativity*, 13, 80-88.
- Kao, C. (2016). The effects of stimulus words' positions and properties on response words and creativity performance in the tasks of analogical sentence completion. *Learning and Individual Differences*, 50, 114-121.
- Kao, C. (2019). How combining opposite, near-opposite, and irrelevant concepts influence creativity performance. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 13(1), 24-35.
- Kao, C. (2021). Similes, metaphors, and creativity. *Educational Psychology: An International Journal of Experimental Educational Psychology*, 41, DOI: 10.1080/01443410.2021.1929850.
- Kirk, R. E. (2013). *Experimental design: Procedures for the behavioral sciences* (4th ed.). Sage.
- Lakoff, G. (1992). The contemporary theory of metaphor. In A. Ortony (Ed.), *Metaphor and thought* (pp. 1-51; 2nd ed.). Cambridge University Press.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2003). *Metaphors we live by* (2nd ed.). University of Chicago Press.
- Mednick, S. A. (1962). The associative basis of the creative process. *Psychological Review*, 69, 220-232.
- Niu, W., & Liu, D. (2009). Enhancing creativity: A comparison between effects of an

- indicative instruction “to be creative” and a more elaborate heuristic instruction on Chinese student creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 3, 93-98.
- Ortony, A. (1975). Why metaphors are necessary and not just nice. *Educational Theory*, 25, 45-53.
- Reiter-Palmon, R., Forthmann, B., & Barbot, B. (2019). Scoring divergent thinking tests: A review and systematic framework. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 13(2), 144-152.
- Shibata M., Toyomura, A., Hiroki Motoyama, H., Itoh, H., Kawabata, Y., & Abe, J. (2012). Does simile comprehension differ from metaphor comprehension? A functional MRI study. *Brain & Language*, 121, 254–260.
- Silvia, P. J., & Beaty, R. E. (2012). Making creative metaphors: The importance of fluid intelligence for creative thought. *Intelligence*, 40(4), 343–351.
- Silvia, P. J., Beaty, R. E., & Nusbaum, E. C. (2013). Verbal fluency and creativity: General and specific contribution of broad retrieval ability (Gr) factors to divergent thinking. *Intelligence*, 41, 328-340.
- Silvia, P. J., Winterstein, B. P., Willse, J. T., Barona, C. M., Cram, J. T., Hess, K. I., Martines, J. L., & Richard, C. A. (2008). Assessing creativity with divergent thinking tasks: Exploring the reliability and validity of new subjective scoring methods. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2, 68-85.
- Skalicky, S., & Crossley, S. A. (2018). Linguistic features of sarcasm and metaphor production quality. *Proceedings of the Workshop on Figurative Language Processing*, 7–16.
- Tendahl, M., & Gibbs, R. W. (2008). Complementary perspectives on metaphor: Cognitive linguistics and relevancy. *Journal of Pragmatics*, 40, 1823-1864.
- Veale, T. (2012). *Exploding the creativity myth: The computational foundations of linguistic creativity*. Bloomsbury.
- Ward, T. B. (2007). Creative cognition as a window on creativity. *Methods*, 42, 28-37.
- Wolff, P., & Gentner, D. (2011). Structure-mapping in metaphor comprehension. *Cognitive Science*, 35, 1456-1488.
- Zharikov, S., & Gentner, D. (2002). Why do metaphors seem deeper than similes? In W. D. Gray & C. D. Schunn (Eds.), *Proceedings of the Twenty-Fourth Annual Conference of the Cognitive Science Society* (pp. 976-981). George Mason University.

Walking into the Creative World of Similes: The Application of Similes in Creative Thinking Activities

Chen-Yao Kao

Department of Special Education, National University of Tainan

Abstract

The purpose of this article was to explore the essence of similes and their applications in creative thinking activities. In the first, the structure and characteristics of similes are addressed. Then, similarities and differences between similes and metaphors are analyzed to deepen the understanding of similes. Then, the reasons that similes are comparatively suitable for creative thinking activities are discussed and the important findings of an empirical study concerning similes, metaphor and creativity are presented. Similes' educational implications were also provided. The authentic products of college students were shown for reference near the end of this article.

Keywords: similes, metaphors, figurativity, creativity, fluency, originality