

# 漢語諧音詞的語意與語用功能<sup>1</sup>

蔡尙憶  
國立清華大學

## 摘要

說到中國人拜拜時常用鳳梨來祈求好運「旺來」(鳳梨之臺語發音)以及用「氣管炎」暗指「怕老婆的丈夫」(妻管嚴)等,很少人不為其詼諧的語意與巧妙的語音關係感到讚嘆。近來,這種用法極為興盛,於招牌、廣告、報章雜誌中隨處可見,例如房屋廣告所用的「葉綠璽」、手機廣告的「未來奇璽」以及海鮮店招牌上的「無璽可及」。這是漢語裡一種既風趣又獨特的用法—「諧音詞」。說獨特是因為它不僅須依附於同(近)音詞彙之上,用詞精簡,愛套用成語,還經常是結構異常並帶有特殊標記。其訊息的傳達方式更可用「語帶玄機」與「拐彎抹角」來形容。

這些特質連帶地使讀者的語意解讀過程變得既冗長又繁複。從「發現異樣」開始,讀者不但需要足夠的語言能力與背景知識作後盾,還須善用「語境」與作者的「暗示」逐步推敲才能順利完成解讀。雖然諧音用法大多採取「文字」形式進行,然在製作與解讀的過程中,作者與讀者都必須遵守「合作原則」與「會話協定」才不致有「曲高和寡」或「不為所動」的情形發生!諧音用法無疑地印證了「語用」與「語意」之間的密切依存關係!本文係從特性、製作方法與解讀過程等角度切入來探究漢語「諧音詞」的語意與語用功能。此外,對於諧音用法傾向以視覺(含文字與圖像)形式進行以及常套用成語的現象,我們也有分析。

**關鍵詞**: 諧音詞、語用與語意的互動、合作原則、會話協定、成語、語境

## 1. 前言

### 1.1 「諧音詞」的定義

---

<sup>1</sup> 本文撰寫期間承蒙清華大學曹逢甫教授耐心撥冗指正與建議,特此感謝。

袁筱青在其現代漢語諧音研究(1998:19)中提到,“諧音字是人人耳熟能詳的名詞,但學術文獻中卻鮮有對這三個字加以明確定義的…”。不但如此,我們發現連字典所下的定義也頗為分歧,包括“指詩歌中文字的讀音相近或相同”、“用拼音造成的字”、“物理學名詞,亦稱倍音…”等<sup>2</sup>。不過,對於「諧」字,則都含蓋類似「調和」和「戲言」的解釋。基於此,我們或可將「諧音詞」界定為「取代讀音相同或相近的詞彙以傳達訊息並能產生詼諧語感、言外之意或是修辭效果的文字用法」。

## 1.2 諧音用法的演化

中國人使用諧音詞已有長久的歷史。昔日常見的用法依其目的可略分為「祈福」、「忌諱」以及「幽默修辭」等種類。(常敬宇,1995:78)

祈福類的諧音包括在喜慶時所說的吉祥話,例如「歲歲(碎碎)<sup>3</sup>平安」、「呈(棗)生貴(桂)子」以及日常生活中在衣著上繪出五隻蝙蝠以取「五蝠(蝠)臨門」的諧音和在門前種上梅樹,以表「喜上眉(梅)梢」之意等作法。忌諱的諧音就像不送「傘」、「鐘」等音同分散或終了等負面意義的物品,以及將「元宵」改稱「湯圓」,以回避某些敬畏的人事物的語音等。至於幽默修辭的諧音說法就如戲稱懼內男子「氣管炎」以影射其「妻管嚴」的處境。

過去的諧音用法不但多與日常生活或是民俗節慶有關,而且使用目的也不外乎「趨吉避凶」或「祈福納財」。這在民風純樸、動盪不安的舊年代中可說極為重要,無人敢輕忽的。也因為作法含蓄且又意義深遠,不少「舊」諧音用法至今仍受到重用!

然而,隨著社會、經濟與文化的發展,「舊」諧音用法逐漸式微,繼之而起的「新」諧音用法不但偏向商業用途,成為傳媒與商家業者的最愛,其目的也以吸引注意力或促進買氣為主。由於要配合宣傳標的與新產品的推出,諧音用法也不斷地推陳出新。影響所及,新諧音詞雖然數量可觀,然因汰舊換新的速度極快,以致只有極少數的諧音用法能夠持續出現。至於「落地生

<sup>2</sup> 以上定義與解釋分別出自辭海(臺灣中華書局,1982)、辭典(文化圖書公司,1986)、學典(三民書局,2002)等辭典。

<sup>3</sup> 本文以黑斜體字表示諧音詞,並用括號呈現諧音詞所替代之原字。然在真正的諧音詞用法中被替代之原字並不出現。

根」，形成日常正式用語的並不多見！這種「曇花一現」的現象是新諧音詞有別於一般詞彙的特質之一。

### 1.3 構成要素

諧音用法是由好幾個重要成分共同組成，包括諧音詞本身、被諧音詞依附的詞彙與成語、伴隨諧音詞出現的文字與圖像、凸顯諧音詞的特殊字體、顏色或標點符號以及諧音作品出現的處所等。

首先，不論是新式或舊式的諧音用法，其中的「諧音詞」都必須「依附」在另一個同音或音近的詞彙之上才能運作。這也是諧音詞有別於一般詞彙用法的第二種特質。所謂「依附」，其實是「取代」一個與其音同或音近而形義不同的詞彙<sup>4</sup>，例如(1a)中的諧音詞「鎖」取代了同音的「所」；(1b)的「髓」取代了聲調不同的「隨」。

- (1) a. 無鎖(所)不能——音同而形義不同。  
b. 髓(隨)緣佈施——音近而形義不同。

如前所述，諧音詞的功能是多元的，包括傳達訊息，產生詼諧語感與弦外之音以及發揮修辭的效果。在訊息傳達上，諧音詞不但可傳遞其「字面意」(literal meaning)，還可利用被取代的原詞表達其他訊息。例如(2a)的諧音用法不但要以諧音詞「盜」指出該廣告產品與「防盜」有關，更要以「到此為止」這個成語暗示該產品能夠防止闖空門的事件再度發生。(2b)的「不方便」不但要表示「不(能)上廁所」的意思，更要暗示影星們因身份特殊或表演行程緊湊，不能順利如廁而感覺「不太方便」。像這樣「拐彎抹角」又「一箭雙雕」式的表意方法可說是諧音詞的第三項特點。

- (2) a. 盜(到)此為止。  
b. 影星成名真不方便。

「諧音詞」通常搭配著其他文字、圖片等一起使用。以(3)為例，除了用

<sup>4</sup> 大多數諧音詞是音同而形義都不同，但也有音、形皆同而義不同，例如(i)例中之「海」兼指「海山國中」以及表程度義之副詞「海」，二者是音、形皆同而義不同；(ii)中之「順」為某高爾夫球選手之名：

- (i) 雙箭齊發，海扁仁武。  
(ii) 兩月不見依然順手。

粗斜字體標示的諧音詞外，在其左右都還出現有其他說明文字。除此之外，(3a)所在的報導中還附有當事人「老虎伍茲」與獲勝獎杯的合照；(3b)所出現的包裝盒上還印有鑰匙的圖樣以及其用途說明；(3c)所在的廣告布旗上，則有一個台灣的圖形若隱若現地出現在「台」字下方，旁邊還印有「國片颱風攏罩全台…」等簡短文字。

- (3) a. 世界比洞賽，獎入虎口。  
b. 桂草 light 88 「鑰」你好運。  
c. 這個夏天颳“台”風。

這些伴隨諧音詞出現的文字、圖片等在諧音用法中扮演著重要的「提示」或「辨義」功能。(3a)的照片提示讀者「虎」字是指高球名將「老虎伍茲」而非一般的動物老虎，「獎」字是指「獲勝獎杯」，至於「比洞賽」則是「高爾夫球比賽」。

從(3)中各例還可以觀察到一些「不合理」的現象。(3a)的「獎入虎口」、(3b)的「鑰你好運」以及(3c)的「颳“台”風」，無論是語意內涵或是詞彙組合都與平常的習慣用法不同，甚至可說不合語法。這是諧音詞常見的另一項特點。

大部分的諧音用法都會使用不同字體、大小、顏色或是加上標點符號等方式來凸顯諧音詞的部分，例如(4)的「獎」、「帶醉」、「話」。這是諧音詞的第五項特點。這種凸顯諧音詞的作法以及前述「不合語法」的結構都有其特殊用意——吸引讀者注意並且暗示讀者：這些特別標示的詞彙其實「另有所指」。以(4)為例，(4a)的「獎不完」除了表示「獲得數不清的獎勵」外，更要暗示「產品的優點多得講不完」；(4b)的「帶醉羔羊」不僅與酒醉駕車有關，還以音諧「代罪羔羊」的方式來影射酒醉駕車事件中的受害民眾是「無辜的受害者」；(4c)的「沒話說」不只和「說話」有關，還暗指公所因欠繳電話費而無法使用「電話」設備。

- (4) a. 好處多的獎不完。  
b. “帶醉”羔羊！  
c. 繳不出二萬三，美濃公所沒話說！

諧音作品所出現的處所，包括店家招牌、海報旗幟、電視廣告甚至書籍傳單等，也都是諧音用法的一部分，同樣負有協助解讀與辨義的重要使命。(5)的諧音用法是分別出現在「小蕃薯網站」首頁以及「三陽機車」店家前的廣

告詞。前者以所出現的網站首頁暗示讀者「蕃樂叢林」是指涉「小蕃薯網站」；後者則以所在的機車店家告訴讀者「三陽迪歐」是某種「機車」廠牌。藉此讀者可以聯想「暑價」可能是指該店於「暑假期間」為該廠牌機車所提供的「促銷價格」！這種依靠外在環境來提供訊息並協助辨義的作法是諧音詞的第六種特質。

- (5) a. 藎 (歡) 樂叢林。  
b. 三陽迪歐幸福暑價 (假)。

諧音用法不僅是一種文學作品，也是人際溝通的一種方式。作者不但要讓讀者欣賞其作品之美，也同時希望讀者能接收到所要傳遞的信息。文學創作的部分並非本文重點，故在此略而不談。以下謹就其實際運作的問題深入探索，包括諧音詞的製作與解讀。

## 2. 諧音詞的製作

諧音詞看似「語音」方面的問題，其實不然。由於它集結了「借音」、「表義」和「產生幽默修辭效果」等任務於一身，因此牽涉的層面至少包含語音、語意與語用等語言部門。在製作的過程中，作者不但要找尋同音或近音的詞彙、策劃表面義和隱含義的表達、提供適當的訊息與暗示，更要將訴求的重點與讀者的能力當作各項作為的判斷準則，以使諧音用法的效果發揮到極致，並且避免「曲高和寡」或「言不及義」的結果。接下來我們將分別從語音、結構和語意的層面來探討與諧音詞製作有關的問題。

### 2.1 語音關係

漢語諧音詞本身的語音並無奇特之處，真正特別的是它必須和另一個詞彙建立「同音」或「近音」的關係始能運作。這種「語音關係」也正是作者所提供的第一類重要訊息，目的是讓讀者能借由它而循線找到被替代的詞彙並能解讀出另一層意涵來。

根據袁筱青(1998)的觀察，諧音詞與其替代之字的語音關係至少有十種，其中同音關係的有二種，為「形音皆同」和「同音異形」。近音關係的佔有八種之多，包括「因變調而感覺同音」、「聲韻相同而調異」、「主要元音相同」、「空韻」、「同為鼻音韻尾」、「主要元音相近」、「雙聲或聲母發音相似」以及

「外來語或漢語方言在語言接觸中造成的結果」等。其中「形音皆同」共 58 例，所佔比例為 8.8%；「同音異形」類的諧音數量是 373 例，佔 57.2%；其餘「近音關係」的諧音總數是 221 例，佔 33.9%的比例，如表一所示。

表一：袁文諧音詞之數量比較

種類	數量	比例	排名
形音皆同	58	8.8%	3
同音異形	373	57.2%	1
近音關係	221	33.9%	2

本文所蒐集的語料<sup>5</sup>也含蓋上述各種類。其中「形音皆同」類共 105 例，所佔比例為 19%；「同音異形」類是 315 例，佔 59%；其餘近音關係的總數是 119 例，佔 22%，如表二所示。

表二：本文諧音詞之數量比較

種類	數量	比例	排名
形音皆同	105	19%	3
同音異形	315	59%	1
近音關係	119	22%	2

比較表一和表二不難發現，袁文和本文都以「同音異形」類的諧音數量最多，所佔比例也最高；而數量最少，所佔比例最低的都是「形音皆同」類諧音。然而，在比例分配上，二文則有明顯的差異。

本文的「形音皆同」諧音佔了五分之一，但是袁文的「形音皆同」諧音卻只佔十分之一不到的比例！這項差異應和語料的來源以及蒐集的重點不同有關<sup>6</sup>。

撇開比例的差異不談，二文都以「同音異形」類諧音最多，表示這類諧音最受作者青睞。從製作的角度來看不難理解，原因是此類諧音只須符合「同

<sup>5</sup> 本文所用語料係蒐集自台灣地區發行之報章雜誌與電視媒體上之報導、廣告以及活動商家所豎立之招牌旗幟上之用語。蒐集期間係自九十年代至九十二年中。

<sup>6</sup> 本文的語料蒐集並未依據「隨機抽樣」的方式進行（林清山，1987）。故各類諧音之數量不具絕對的代表性。

音」一項要求，不像「形音皆同」類諧音要同時符合「同音」與「同形」二項規定，比較不易製作。這也說明為何「形音皆同」類的諧音會少於「同音異形」類的諧音。

若純以製作的角度來看，「近音關係」的諧音因為沒有嚴格的音、形要求，照理說數量應該最多，但實際並非如此。原因可能在於「近音關係」諧音所提供的音、形提示都不夠充分——不同形也不同音。當讀者不易借由音形的相似性聯想到被替代詞時，無疑地其解讀的困難度會增加。此時，不僅「理解」的目的可能無法達成，更別提欣賞其巧妙的創意。反之，「同音異形」類諧音雖然比「近音關係」諧音多了一項「同音」的束縛，但這項束縛反而能幫助解讀，並增加溝通的成功率。由此可見，諧音詞與被替代詞之間的音形關係必須維持在「恰當的」程度才行。

## 2.2 呈現方法

從所蒐集的語料中我們發現，諧音詞的「取材」來源不再限於本國語言或是正式用語。如(6)之例所示，被諧音詞替代的詞彙除了來自國語、台語之外還有英語和日語(6a-d)；除了「正式用語」之外，俚語(6e)、俏皮話(6f)、新生詞(6g)和縮語詞(6h)等也都浮上了檯面。(6i)更是以國語的「譯音詞」作為諧音的來源。

- |        |                                 |                        |
|--------|---------------------------------|------------------------|
| (6) a. | 掌櫃入股海，也會住套房。                    | (住套房：指股票遭套牢)           |
| b.     | 歡迎 <u>叫應</u> 進來與我們討論。           | (call in：英語，表示用電話表示意見) |
| c.     | 好禮一 <u>拖拉庫</u> 。                | (拖拉庫：日文‘卡車’之諧音)        |
| d.     | 收心有 <u>撇步</u> ，家長看過來。           | (撇步：台語‘秘訣’之諧音)         |
| e.     | 撿到 15 元要交給 <u>條子杯杯</u><br>(伯伯)。 | (條子：‘警察’之俗稱)           |
| f.     | 搜括你口袋中的 <u>coco</u> 。           | (coco：‘錢’之幽默說法)        |
| g.     | 最炫、最 <u>厂才</u> 的手錶搭配你！          | (厂才：新生俏皮話，表受歡迎)        |
| h.     | 就愛 <u>醬</u> 子吃，波卡送絕配沾醬！         | (醬：‘這樣’的縮音)            |
| i.     | 美 <u>奶汁</u> (乃滋)果汁小舖。           | (美乃滋：蛋奶糖等調製成的醬料)       |

諧音詞之呈現方式也有多元化之趨勢。從過去只用國字演變到現在連英

文字母(7a,b)、數字(7c)、數學符號(7d)和注音符號(7e)都出現了。

- (7) a. 電玩 high (駭) 客！ (high：指‘技術好’)  
b. e (一) 網打盡！ (e：electronic，‘電子’之意)  
c. 輕鬆消 8度，讓我甩掉「油」 (8度：台語‘肚子’之諧音)  
(游) 泳圈。  
d. 健康美麗，一「π」(拍) 即合！ (π：數學符號)  
e. 你 ㄌ (幾) 號生日 ㄗ (呢)？

前述例子顯示，諧音用法變得比過去活潑有朝氣，而這現象似乎又是社會高度發展之後的必然結果。換言之，社會與經濟的發展使得民眾的生活與教育水準提高，觀念與作風日漸開放，年輕族群與方言文化更受到重視。這些變化反應在語言的內容與使用習慣上，包括諧音用法的普及化、年輕化與多元化傾向。

然而，諧音用法若是過度「新潮」或「艱深」而讓讀者「不知所云」，那就適得其反，得不償失！因此，諧音作者必須要作好「自我把關」的工作。

### 2.3 套用現成語詞

諧音詞經常共同或與一般詞彙結合來形成多音節的複合詞與詞組，例如(8a-c)。然而，諧音詞更愛套用現成語詞，以「鳩佔鵲巢」的方式取代其中的同／近音詞彙。被借用的現成語詞包括成語<sup>7</sup>和慣用語<sup>8</sup>，如(8d-h)所示。

- (8) a. 譯網琴聲！ (「一往情深」)  
b. 錶 (表) 現美麗，帶來吸引力。 (「表現」，「帶來」)  
c. 愛跳舞 彳 豬小妹。 (「的」)  
d. 麥當勞 勿失良雞！ (「勿失良機」)  
e. Kiss Radio 聲得我心！ (「深得我心」)  
f. 台雞店 只賣燒酒雞，不賣半導體！ (「台積電」)

<sup>7</sup> 依劉潔修(1985:3)，「成語」是指“人們長期以來習用的，形式簡潔而意思精闢的定型的詞組或短句。”

<sup>8</sup> 依馬國凡、高歌東(1998)，「慣用語」是“一種定型的詞組，它的結構是詞組，意義卻是整體化了的，比如重複別人已經作過的事叫‘炒冷飯’……”。本文所指「慣用語」還包括一般人日常的習慣說法和稱呼，例如(8)中之「台積電」、「放肆」、「享受」。

- g. Fun 肆 的青春！ (「放肆」)  
 h. 享瘦 人生，三餐照吃免禁食！ (「享受」)

改造現成語詞的優點是可以減省自己創作的麻煩。若是借用成語還可收「言簡意賅」之效果。然而代價之一就是改造後的表面結構經常不合語法或是模稜兩可，如(9)之「銀養」、「鑰你」、「撞況」、「欣感動」。

- (9) a. 克寧銀養奶粉。 (銀養 vs. 營養)  
 b. 桂格 light 88“鑰”你好運。 (鑰你 vs. 要你)  
 c. 陳純甄首戰「撞」況不佳。 (撞況 vs. 狀況)  
 d. 天天都有欣感動。 (欣感動 vs. 新感動 vs. 心感動)

有趣的是，這種看似「負面」的結果不但不阻礙訊息的傳遞，反而還能發揮「提醒」與「產生笑果」之妙用。前者是指當讀者看到(9)中之「銀養」、「鑰你」、「撞況」、「欣感動」時，一般都會被其不合語法的現象吸引而多看二眼，此時不合語法的結構就發揮了「提醒」的作用。當讀者憑著現成的「語音關係」和「剩餘結構」，加上附帶的說明文字、圖片與自身的知識背景等而推測出「銀養」是指「銀髮族的營養」，「鑰你好運」是指「盒中之鑰匙要帶給你好運」，而「撞況」則是指「撞球比賽的狀況」時，則往往不禁為其巧思發出會心一笑！

特異的結構固然有其妙用卻也同樣有其風險。就像(9d)之「欣感動」，究竟要表示「欣葉餐廳給人新的感動」或是「欣葉餐廳讓人心生感動」，著實不易確定。又如下揭(10)是一出現在泡麵廣告中的諧音用法。當中之「light來」和「輕一下」都是非常奇特之組合。在背景訊息不甚充分的情況下讀者只能勉強推測「light來」有二種可能意思，一是表示「瘦下來」，二是音諧「來來」，用以召喚顧客。和「輕一下」搭配後，其整體意涵可能是「來享用並讓體重減輕下來」或是「瘦下來！讓體重再減輕一點！」

- (10) light來，輕一下！

改造的另一項代價就是新生的結構大多「壽命不長」。根據觀察，除下揭(11)所列的少數用法外，大多數的諧音詞都只是隨產品的推出而「曇花一現」罷了！

- (11) 出韜／好康／撇步／搶鮮

(11)中之諧音詞為何能被接受並一再使用，我們認為應與其「結構簡單正常」、「語意清晰透明」、「譬喻巧妙傳神」等因素有關。以「出齣」為例，在它出現之前，業者大多以三音節的「出專輯」來表示歌手「推出音樂專輯」之意。「出齣」之所以能獲得青睞並且後來居上地逐漸取代「出專輯」，其雙音節的動賓結構應該「功不可沒」！再者，「出齣」既可指涉「歌手推出專輯」的事件，又能點出其推出作品於音樂市場與其他歌手競爭之作爲正與「軍人於戰場上採取攻勢打擊敵人」的「出擊」作爲非常相似，顯然比「出專輯」更爲逼真、實用。

相較於(11)中之例，(9)之「銀養」、「鑰你」、「撞況」、「欣感動」，無論是結構的合法性或是語意的清晰度都明顯遜色很多，不難預測其短暫的生命力！然而，此時受重用的詞彙是否就一定能繼續生存下去，成爲正式用語，答案恐怕也是否定的。畢竟一個語詞從誕生或從個別語境中產生某種語意後是要歷經普及化與制約化等過程才能定型下來。(李櫻，2003)

## 2.4 語意型態

諧音詞具有「表義」的功能，而且主要目的也在「傳遞訊息」。然而其訊息的傳遞方式既特別又多樣。

第一類的表義方式就像(12)中的「好康」、「倒」、「卡哇伊」和「伊媚兒」。其功能顯然在使讀者利用諧音詞所乘載的「字音」聯想到原詞再進而憑藉原詞的字音得出原詞的語義。這類諧音詞擔負的只是「借音」的任務，本身並不傳遞實質意涵<sup>9</sup>，多半是業者用來取代冗長或容易失真的意譯並且兼顧溝通趣味的作法，或可稱之爲「譯音諧音詞」。

- (12) a. 好康倒相報! (好康: 台語‘好處’之意; 倒: 表‘互相’)  
b. 藤本美貴換造型卡哇伊! (卡哇伊: 日語‘可愛’之音譯)  
c. 自編自導影音伊媚兒! (伊媚兒: 代替 e-mail, 表‘電子郵件’)

第二類的諧音詞是在聯音、表義(sense)之外同時負有指涉(refer)人物、事件的任務。(13a)的「雞」不但要協助讀者聯想到同音的「機」字以表示「機會」，還要同時指涉「肯塔基速食店的雞腿堡」；(13b)的「燈」字除了使人聯

<sup>9</sup> 雖然大多數的譯音諧音詞都是用來譯音而不傳達字面語意，不過也有例外。像「麥當勞得來速」當中的「得來速」則不僅可以譯音(drive through)，還很傳神地表達「(利用購餐車道)可迅速取得食物」之意。

結到「登」字，表示「活動登場」，還要指涉「羊年元宵節的燈會活動」。

- (13) a. 白吃白喝，筵不可失。（「機不可失」）  
 b. 神采飛羊登場。

諧音用法所要傳達的訊息還包括成語和慣用語的部分。(14a)除了以「圓」字表達「錢」的意思之外，也同時要傳達「左右逢源」所含之「不虞匱乏」意思；(14b)的「在（捷）劫難逃」除了表示某建築物位於「捷運」之興建路線上，還表示其即將被拆除之命運就像人類即將面臨劫難，無法逃避。(14c)的「撐」除了指涉「撐竿跳」運動外，還要借用「稱霸」所含的「成為眾人之首」意思指出張姓選手「贏得冠軍」的事實！

- (14) a. 華信銀行貸款讓您的資金左右逢圓（源）！  
 b. 百年號誌樓，在捷（劫）難逃！  
 c. 張可欣撐（稱）霸室內賽！

值得注意的是，成語和慣用語大多已衍生出字面以外的整體意涵，而讀者所熟悉或使用的一般也只是此類意義，因此當諧音用法將其「還原」而用其組成份子之本義時卻也增添不少趣味。(15a)的「大有看頭」除要表達該特製的巨型毛筆「非常特別」之外，也要以其中的「大」字強調其「體積龐大」。「出紕漏」已經衍生出「出差錯」之慣用語意思，然而，(15b)的「出紕漏」則不僅指出整治工程出了問題，還以「漏」字表示所出的差錯正是已鋪設水泥的圳底竟然出現「漏水」的情形。

- (15) a. 天下第一筆，大有看頭！  
 b. 桃園大圳桃德段整治，出紕漏。

多義詞(polysemy)也常被拿來製造特殊效果。「準」字除了「法則」之原義外已衍生出「無誤」和「必然」等義。(16a)正是採用其衍生後的二個意義：買屋前先詢問鄰居，「必定」可瞭解房屋的「真實」狀況；(16b)是表示林姓盲生利用「點字機」答題應考，一圓升學夢。其中「點」所表示的盲人「點字」意思也是由原來「小痕跡」的意思經過語意延伸與轉類(conversion)等過程後所輾轉衍生出來的用法。

- (16) a. 屋況問鄰居準沒錯！  
 b. 盲生林育慈，雙手點出未來！

諧音用法還可用來傳達所謂的「弦外之音」。(17a)的「心事」是指「心臟疾病」，但是在此也同時暗示「心臟疾病」其實是一件「困擾人心之事」。(17b)的「搗彈」是指北韓在進行核彈發展計畫，然而它同時也暗示北韓的作為破壞國際間的和平，就像「小孩搗蛋而將周遭弄得雞犬不寧」。

- (17) a. 冠心病內外療法治心事。  
b. 北韓搗彈（蛋），美日老神在在。

諧音詞中也不乏使用譬喻的例子。「譬喻」(metaphor)是以不同範疇事物間的相似性作為基礎，將既有的具體經驗加以類推(analogy)來談論新鮮的抽象事物。(Crystal, 1992)其最大的優點是讀者能以聯想的方式幫助理解並增添溝通樂趣。

(18a)中的「迷網」是指「韓國民眾因過分投入網路活動而產生諸多社會與家庭問題」。這種「醉心於網路發展而滋生不良後果」的現象正與「迷惘」現象一樣，都是短暫處於「心中昏亂，分辨不清事實」的狀態；(18b)的「蝕日」是指「中信鯨」（棒球隊）以十比三的懸殊差距大勝「誠泰太陽隊」，就好比「日蝕」現象中，「月亮」（中信鯨隊）將「太陽」（誠泰太陽隊）的「光芒」全部「遮蔽」了。(18c)的「呷」是台語「吃」之意，但是「吃蘋果」卻是要表達「應徵蘋果日報的工作」。其原理是「吃蘋果」和「應徵工作」一樣都是「獲得某種可以使人溫飽的事物」。當讀者看到(18d)時應該不難瞭解作者的本意是要消費者去購買名為「條子杯杯」的零嘴，原因是「條子杯杯」與「警察伯伯」的俗稱同音，民眾將撿到的錢交給「警察伯伯」之「拾金不昧」行為正和消費者拿錢去購買「條子杯杯」一樣，是「因某種目的而將金錢交出給他人」的行為。

- (18) a. 寬頻理想國讓韓國人迷網（惘）！  
b. 鯨神飽滿，大口蝕日！  
c. 好膽來呷（吃）蘋果！  
d. 撿到 15 元要交給條子杯杯（伯伯）！

諧音詞中尚有一種為數不少的用法：雙關(pun)。(19a)中的「網」既指涉「網球」運動又表示「網羅」的動詞義—搜羅、囊括（二面金牌）；(19b)的「路見不平」既指「路面出現凹凸不平的狀況」又暗示文章作者因見到相關單位對於「路面不平」的問題不加聞問，因而內心感到憤怒並要「仗義執言、拔

刀相助」！

- (19) a. 網羅雙金。  
b. 路見不平。

## 2.5 諧音用法的得與失

諧音詞之所以受到歡迎並且日漸風行是因為它為人際溝通增添不少樂趣。然而，在此同時，諧音詞因須經過取代他詞、套用成語以及使用雙關或譬喻等過程，其結構與語意內涵已多半變得既深奧又複雜，不但解讀的困難度增加，訊息傳遞的成功率也降低許多。此一缺陷形成一種自然的「制衡機制」，讓諧音用法之「普及率」與「接受度」受到限制，終究只能維持為「非正規」的溝通方式。

諧音詞不僅形成過程繁複，其解讀工作也同樣複雜、繁瑣。在整個過程中，讀者不但要不斷找尋提示、琢磨圖文意義、啟動知識經驗，還要用心揣摩作者意圖才能獲得最終結論並體驗「水落石出」之喜悅與成就感。以下我們將進一步探索諧音詞的解讀過程。

## 3. 諧音詞的解讀

諧音詞既以傳送訊息為目的，其任務是否達成就看讀者是否收到作者所傳出的訊息。由於諧音詞採用諸多「迂迴」的製作與呈現手法，使得讀者的解讀工作也變得「冗長」且「瑣碎」。要走完全程，讀者必須具備足夠的耐心和毅力。除此之外，「巨細靡遺」的態度、「抽絲剝繭」的精神以及充分的語言能力與背景知識也是必備要素。更重要的是讀者要具有「好奇心」並能遵守「合作原則」與「會話協定」，才不會在開始時就因「漠視」作者所給的暗示而錯失「覺察異狀」的契機。以下謹就筆者蒐集諧音用法的經驗來建構諧音詞的解讀過程<sup>10</sup>。

### 3.1 覺察異狀

諧音詞的解讀始於「異狀的覺察」。為引起讀者注意，諧音詞的外觀上或

<sup>10</sup> 本節所討論的「諧音詞解讀過程」僅針對複雜、新造的諧音用法。已定型、為人熟知且常用的則不適用。

多或少地帶有「特殊標記」，如前例(4)所示，現重覆為(20a-c)。(詳參 1.3 節)除此之外，「陌生」的結構與「異常」的語意組合也是重要特徵，都是作者用來吸引讀者發覺異狀並進而分析探究的手段，如(20d-g)。

- (20) a. 好處多的鑿不完。  
b. “帶醉”羔羊！  
c. 繳不出二萬三，美濃公所沒話說！  
d. 我利(立) 正、你少(稍)息！（銀行業廣告）  
e. 首度在舞台上演出與疾病共處多年的「辛」(心)路歷程！  
f. 搶眼上街，誰比我型(行)！  
g. 美食ㄟㄟ(吃吃)看！

值得一提的是，諧音詞大都透過「視覺」的形式來運作！換言之，除少數耳熟能詳的諧音用法<sup>11</sup>外，絕大多數的(新)諧音詞，都是以文字、圖像等書面形式出現。此外，其所夾帶的「標記特徵」也都是採用「視覺」方式，例如顏色、符號、字形等呈現出來。就連電視廣告中的諧音用法，也必定在聲光之外輔以文字形式來呈現其最重要的諧音詞部分，如(21)。這無疑是個值得深入探究的有趣現象。

- (20) 統一鮮乳，鐵定好，鈣強壯。

### 3.2 質疑所見

當讀者發現諧音詞時，通常也會同時為其所看見的內容感到困惑：究竟「鈣強壯」這個奇怪的文字組合是有意安排的，還是印刷上的錯誤所造成？「鐵定」是常見用法但為何要特別標示「鐵」字？又為何與「鈣」同時出現並一起被標示出來？若是印刷上的錯誤，則為何看來「言之有物」且聽來有點耳熟？若是有意安排，又為何要如此「大費周章」地「故佈疑陣」？

### 3.3 相信所見

當讀者產生上述的疑問，而且經歷的次數增加後，大概就會告訴自己：

---

<sup>11</sup> 例如前述的「早生貴子」、「喜上眉梢」等都可經由口說的方式進行，而無須依賴書面文字等。

眼前這個帶有特殊標記的奇怪用法應該有其特殊用意，作者應該是要暗示什麼！

這種由質疑到相信的轉變過程其實應該歸功於人類溝通時所遵守的默契——「合作原則」與「會話要點」。Grice(1975)在其「合作原則」(Cooperative Principle)中指出，會話的參與者必須依目的或談話方向作出必要的貢獻<sup>12</sup>；其「會話要點」(maxims of conversation)更進一步詳列會話參與者所應恪遵的四個事項<sup>13</sup>：

在質(quality)的方面，參與者應該不說假話，也不談論沒有足夠證據的事件。

在量(quantity)的方面，參與者所貢獻的資訊應該符合當時所需的程度，不多也不少。

在關聯性(relation)方面，參與者應切題。

在情狀(manner)方面，參與者應表達精準、簡要、有序、不模稜兩可。

「合作原則」與「會話要點」的重要性在於它不但提醒作者在製作諧音用法時要「言之有物」，更讓讀者在面對諧音用法時能夠掃除內心的疑慮，相信作者所作一切「貢獻」必定與其目標相符，因此不僅內容是質量適中，並且是與其訴求相關、合宜的。倘有「公然違反溝通原則」(blatantly fail to observe a maxim)，也是作者有意為之，想要藉以製造特殊效果或是傳達特殊意涵(generate an implicature)(Thomas, 1995:65)。有了這樣的信念之後讀者便能放心地循著「暗示」，繼續探索並且找到作者所要傳遞的「其他意涵」。因此，當讀者看到(20d-e)的「利正」、「少息」、「辛路歷程」與(20f-g)的「誰比我型」及「矚矚看」時，雖然會意識到其與慣常說法不符以及文字與語意組合的異常，然而基於會話的原則與經驗，讀者將會理解作者這種「公然違反」的作法其實是在採用另一種暗示策略，目的是要讀者讀出字面外的其他意思。

<sup>12</sup> Cooperative Principle: Make your contribution such as is required, at the stage at which it occurs, by the accepted purpose or direction of the talk exchange in which you are engaged.

<sup>13</sup> Quantity: Make your contribution as informative as is required for the current purpose of the exchange. Do not make your contribution more informative than is required.

Quality: Do not say what you believe to be false. Do not say that for which you lack adequate evidence.

Relation: Be relevant.

Manner: Avoid obscurity of expression. Avoid ambiguity. Be brief. Be orderly.

### 3.4 找尋提示

當讀者相信所見內容是真有所指之後，就可正式著手進行「解謎」的工作了。首先，讀者必須從「當下的環境」，也就是諧音詞的內容中找尋任何可用的資源。被特殊符號標示出來的部分通常正是問題所在。其餘一同出現的說明文字與圖像則是用來提示的訊息。由於取代同／近音詞彙並且套用現成語詞，諧音詞的讀音以及「剩餘」的結構常會使讀者產生「似曾相識」以及「好像某個成語」的感覺。

以(22)為例，其中的「背」字被特殊字形標示出來，而且文字組合也不是常見的說法。然而「背」字的讀音和「受矚目」的結構令人聯想到一字之差的成語——「倍受矚目」。由此讀者不難推測：這必定是作者留下的可用線索之一，不可忽略。

(22) 背受矚目!

### 3.5 琢磨用意

藉著「剩餘」的結構以及諧音詞的讀音，作者大概就能猜出被「鳩佔鵲巢」的原成語，如(22)之「倍受矚目」。若是遇到「音形皆同」諧音，如(23)之「組頭」，則可省去「借音找字」的步驟，直接進入「琢磨用意」的階段。

(23) 國王當「組頭」，坐穩第二種子！

儘管已經找出被套用的成語，然而作者想用諧音詞指涉什麼？被諧音詞取代部分詞彙的成語又是想傳達什麼意念？是讀者接下來要處理的問題。此時與諧音詞一同出現的說明文字、圖像甚至是出現的處所等都是讀者最好的參考資訊。

(22)的「背受矚目」出現於某週刊的一篇報導中。該文章不但提到「某些仕女名媛近來愛在服飾的後背上玩花樣、吸引眾人不少眼光」，同時還在文章旁附有仕女名媛穿上華麗服飾後所拍的「背影」照片。由此讀者不難猜出，「背受矚目」是指「仕女名媛的背部吸引眾人不少眼光」。

### 3.6 啓動經驗

前例顯示，解讀諧音詞須有足夠的成語知識作後盾，尤其對於茫無頭緒

的讀者而言，成語知識宛如一道曙光，幫助他從記憶中搜尋可能的答案。除此之外，成語以外的其他語言能力，包括本國語以及外國語的知識也是讀者須要具備的。尤其是以外語、方言等作為諧音詞的來源或是表達工具時，足夠的語文能力有助於讀者尋找並判斷原詞彙的出處。

(24a)之「袋著走」表示「以紙袋盛裝食物外帶食用」，是以台語的轉類詞「袋」作為諧音詞的來源，國語並沒有類似的用法。(24b)的「摑」是譯自英語的「call」，表示「打電話」。(24c)之「A」是台語的俚語，表「佔便宜」之意，「攞」是「還、再」之意，都是譯音的諧音詞。這些諧音用法有賴讀者從諧音詞的語音聯想到原詞的語音，之後再由原詞語音得出其意義與所要指涉的事物，甚至是所要傳遞的訊息。對於不具備這些語文背景的讀者而言，想要找出原詞語音並得出真實用意應是不易作到之事。

- (24) a. 點飲料加 20 元就能將焙果袋著走。  
 b. 刊廣告請摑3628877。  
 c. 刷卡A油錢，攞出國看比賽。

足夠的語文能力與背景常識還有助於讀者欣賞諧音用法之幽默。前述(23)是報紙體育版的標題。從其報導內容讀者不難解讀出：「國王」是指涉某個籃球隊，「當紐頭」是指該球隊戰勝其他隊伍之後奪下區域冠軍；「坐穩第二種子」則指該球隊因而獲得季後賽的第二種子順位。然而作者以「當紐頭」表示「獲得區域冠軍」，不僅傳神還是一「驚人之舉」，原因是「當紐頭」含有另一項意義：「從事非法簽賭行業」。要想體會這種「驚險」的感覺，讀者必須先掌握這項背景知識！

(25)的巧妙也是緣於作者靈活運用了文字多義的特性。「四大皆空」本已變成佛門弟子用以勸戒世人「勿執著名利」的佛家用語；「黑勢力」常被用來指涉「非法組織」。在此作者將二者移作他用，分別表示「未贏得男女單雙（桌球賽）的四個獎項」和「春季陽光中使皮膚變黑的色素」。儘管語意差距甚大仍不難看出其間的語意關聯與相似之處，足見作者譬喻手法之巧妙。想要體會這二個諧音用法的意思並能欣賞其巧妙之處，讀者必須對「空」、「黑」等字之多義特性有所瞭解。

- (25) a. 莊將落馬，中華「四大皆空」。  
 b. 美麗春光，暗藏「黑勢力」。

除了語言知識之外，讀者還需要「社會經驗」來理解某些諧音用法。

在(26)當中，與諧音詞「妹」同音的詞彙至少有二十個<sup>14</sup>，遑論加入近音詞的數量。讀者要從「妹」字順利聯想到「魅」字顯然需要「社會經驗」的協助。原因是，在讀者經由語音關係和成語知識猜出「妹力四射」可能取自「魅力四射」之後，要想真正瞭解其間的關聯則須對張姓歌手的現狀有所認識——張姓歌手目前的演藝事業發展情形可用「如日中天」形容；紅透半邊天的她因散發著十足「魅力」而廣受歌迷喜愛。因此「妹力」是作者用來兼指「張惠妹」與「魅力」的視覺提示(cue)。

#### (26) 張惠妹妹(魅)力四射演唱會

舊經驗與常識也是極為重要的資源。(27a)的「葉綠素」，是國中生物課中所教的知識。若知道「葉綠素」是「植物葉片中所含的綠色色素」將有助讀者領會作者要藉「葉綠墅」以暗示該建築物具有「大樹環繞」、「綠意盎然」之住家環境。(27b)的「望春風」是首令人懷念的台灣老歌，內容描寫年輕女子暗戀某男子並期盼能有好結果。在此被用於食品禮盒廣告，顯見作者希望該產品也能創下銷售佳績，獲得好結果。對於台灣老歌毫無所知的新生代，(27b)的諧音用法恐難發揮效益！

- (27) a. 葉綠墅(素)。  
b. 新東陽墅(望)春豐(風)。

### 3.7 善用語境

在詮釋諧音用法時，讀者也不能忽略「語境」(context)的重要，包括諧音詞的前、後文(co-text)以及諧音用法出現的處所。(Brown and Yule, 1983)

諧音詞的前、後文是指與諧音詞一起出現的其他文字。由之前的討論不難看出成語的「剩餘結構」對於搜尋原詞的重要性，而同現文字更具有協助辨義的功能。至於諧音詞出現的外在處所，雖然大體上不影響諧音詞的語意詮釋，但有時也扮演重要的提示作用，例如(28)：

<sup>14</sup> 根據東方出版社的國語詞典(1994)，與「妹」同音的詞彙有「媚」、「寐」、「昧」、「昧」、「魅」、「瑁」、「沫」、「袂」、「痲」、「寐」、「媚」、「蝟」、「抹」、「眸」、「眉」、「祿」、「版」、「足妹」、「彪」、「謎」。

- (28) a. 春節送禮，好在這禮。  
b. 歡樂琴境，共度好時光。

(28a)的諧音用法是懸掛在某家便利商店門口的禮品廣告，除了諧音詞「禮」之外還涉及指示詞(deictic form)「這」。「這禮」音諧『這裏』，應該是要表達「這裏的禮品」。從「春節送禮」，讀者不難猜出「禮」字在此指涉「過節時饋贈親友的禮品」。然而對於「這裏」所代表的實際處所，則需有適當的語境才能確定。在此例中，諧音廣告所出現的地點——便利商店，正是讀者最佳的提示。

(28b)是一音樂教室的招生廣告。基於「琴」與「情」的近音關係以及對於「情境」二字用法之知識，讀者應可不費力地就猜出「琴境」是指彈奏「琴」類樂器時所營造出的快樂「情境」。然而，「琴」的種類繁多，要想確定廣告中所指涉的真正類別還是要借助諧音詞廣告的所在位置。由於該諧音用法是出現在「山葉音樂教室」門前的一則廣告用語，讀者可憑背景知識推測出，「琴」字在此是指該音樂教室所教授的西洋樂器，包括「鋼琴」、「電子琴」與「小提琴」等。

### 3.8 破解謎題、品嚐成果

當讀者逐步找出被替代的原詞，發現諧音詞的意義與指涉，並且體會被套用成語的意涵等之後，諧音詞的解讀工作可說幾近完成，剩下的就是品嚐「破解謎題」的喜悅與欣賞作者的巧思了。

雖說諧音詞的製作與解讀均有頗高的難度，但因是人人皆能自由嚐試的「平民化活動」，因此不僅品質「良莠不齊」，每個作品所提供的想像空間與解題樂趣也有高低之別。至於解讀結果的正確度和體會的深淺程度就看讀者個人的能力以及作者於製作過程中所用心思。然而，整體而言，無論是擔任諧音詞的製作或解讀，只要專心投入、細心體會大致都能感覺妙趣橫生、回味無窮。

## 4. 諧音詞的相關問題

### 4.1 諧音詞對於「視覺」的依賴

從前面的分析中我們發現，在解讀諧音詞的過程中讀者所需用到的資訊大多是透過視覺感官來獲取，例如諧音詞與其他同現圖文都是以文字或圖像

形式來展現，諧音詞大多利用顏色、字形與符號來作凸顯的標記，還有部分諧音詞必須張貼於特定處所以利聯想等。對於諧音詞的理解，似乎聽覺的重要性不如視覺大。這個有趣的現象背後隱含著二個問題：

- (29) a. 為何諧音詞需要「視覺」上的協助？  
b. 諧音詞可否透過「視覺」以外的方式進行？

文字學者符顯仁(1983:138)曾經說到，“中國文字，每個字都有它特有的音、形、義。中國文字的音、形、義變化多端，有許多音同義不同，義同音不同，又音義相同而用法不同的字。”我們認為，是中國文字所具有的這些音、形、義特性讓諧音詞獲得生存的空間，因為諧音詞正是利用二個詞彙彼此間之音、形、義的異同關係來進行替換以達輾轉表義的目的。

諧音詞與其原詞之間的音、形、義關係可分為三類：音、形、義皆不同、音同而形義不同、音形相同而義不同。(詳參 2.1 節)

對於第一類諧音詞（音形義皆不同），讀者可以從語音或字形就辨別出來。也就是經由聽覺或視覺，讀者都可覺察諧音詞與所替代原詞之間的差異，例如(30)。

- (30) a. 遠傳邀你共享 cool 夏哈樂Day(holiday)。  
b. 享受肋排，人人有斥（責）。  
c. 衣（一）踢服（糊）塗。

對於第二類諧音詞（音同而形義不同），讀者須從字形來辨識，因此就有賴視覺感官來覺察，例如(31)。

- (31) a. 渡手洗，超級牛仔盪（褲）。  
b. 跌跌（喋喋）不休的女人。  
c. 盪（台）風穩健，再奪一銅。

對於第三類諧音詞（音形皆同而義不同），因為與原詞的語音或字形都相同，故只能利用加上不同顏色、字形與符號等來作區別，換言之，此時讀者也只能藉由視覺的途徑察覺諧音詞的存在，例如(32)。

- (32) a. 娃娃「一肚子氣」多是正常現象。（一肚子氣：指‘腹脹’）  
b. 拿出對策，不能一味驚駭。（駭：指‘中國網路駭客’）

- c. 繞著地球跑，抓到‘烏’賊船。(烏：指‘烏拉圭籍漁船’)

正因為絕大多數的諧音詞都是必須藉由字形或符號來區別，因此產生諧音詞對視覺依賴較多，對聽覺依賴較少的結果。這也同時說明為何在電視廣告中出現的諧音用法必須在聲光的媒介之外另輔以文字形式來呈現諧音詞部分，以協助觀眾體察異狀！

對於第二個問題：諧音詞可否透過「視覺」以外的方式來進行？依前述的分析，答案無疑是肯定的。至少近音諧音詞部分（音形皆不同）是可以只透過聽覺就覺察出來的。另外，已經深植民心，人人都能朗朗上口的諧音詞應該也是可以聽了就懂，無須借助文字，例如(33)。

- (33) a. 好彩(菜)頭。  
 b. 年年有餘(魚)。  
 c. 步步高(糕)升。

#### 4.2 諧音詞對於成語和慣用語的衝擊

諧音詞愛依附於現有成語和慣用語之上，其結果不只是造出語意和結構均怪異的語詞，更衝擊到成語和慣用語既有的「形象」。原因在於當諧音詞依附於成語和慣用語時，其實就在「取代」或「改變」其中的部分詞彙，例如(34a-b)，有的甚至還將其分解以強調其組成分子的個別意義，例如(34c-g)。此舉無疑地打破了傳統上認為成語和慣用語已是「結構定型」且「語意凝結」的固定詞組，必須整體運用不能隨意更動的看法。

- (34) a. 玉山現金卡呼朋引辦(伴)！（辦：申辦現金卡）  
 b. 新浪潮 DISCO 廣場無毒(獨)有偶，全新出發！  
 （毒：毒品；偶：偶像）  
 c. 顏志琳婚禮，排場超大。(排：指‘排灣族’)  
 d. 威力盡失，獅難追象王。(威：獅隊投手名字)  
 e. 好禮成雙，機不可失。(機：獲得贈品除濕機之機會)  
 f. 三劍客紅不讓，10(十)分完美。(10：棒球賽得分數)  
 g. 何方下毒手，土地公被潑強酸。

成語的組成分子是否仍有其個別義存在是學者間仍在爭議的問題。(Everaert, 1995)不過，由漢語諧音詞的表現來看，倘若成語內部組成分子的個

別義已完全不存在，則讀者是如何感受到其「一語雙關」的妙趣，尤其是像(34g)中『毒』與『強酸』之間的語意關聯性將如何產生？

### 4.3 諧音詞的本質與判定原則

先前我們曾將諧音詞定義為「取代讀音相同或相近的詞彙以傳達語意…」。

然而，是否當讀音相同或相近時就可判定為諧音用法？這是語料蒐集過程中筆者經常產生的困惑，例如(35)。

- |                           |            |
|---------------------------|------------|
| (35) a. <u>友緣</u> 茶室。     | (cf. 有緣)   |
| b. 草莓、蕃茄 <u>搶鮮</u> 出冰。    | (cf. 搶先)   |
| c. 統一 <u>領鮮</u> 雞塊。       | (cf. 領先)   |
| d. 釋放 <u>無線</u> 動力。       | (cf. 無限)   |
| e. 玩弄手段，一切 <u>依髮</u> 辦理。  | (cf. 依法)   |
| f. 台商 <u>錢進</u> 大陸。       | (cf. 前進)   |
| g. <u>正港</u> 的母豬肉。        | (表示「貨真價實」) |
| h. 再「 <u>ㄍ一ㄥ</u> 」就沒你的份了。 | (表示「矜持」)   |
| i. 自然妝最 <u>速配</u> 。       | (表示「適合」)   |

(35)當中的用語，可依性質分為二類。(35a-f)的語詞與括號中的常用詞組同音，只有字形與語意上有些微差異；(35g-i)的「正港」、「ㄍ一ㄥ」和「速配」都是以發音相近的國字符號代替台語的用語。這二類諧音詞所產生的問題是：

- A. (35a-f)的語詞，無論就內部結構或是語意組合來看，他們實與其他一般正常詞組無異，若視為新造詞似乎亦無不妥。究竟諧音詞與新造詞之間的界限要如何區隔？
- B. (35g-i)的三個語詞以及其他被本文暫定為「譯音諧音詞」的類似用法，究竟與一般的中譯詞，例如(36)，有何不同，且要如何區分？

- (36) a. 雷達  
b. 馬拉松  
c. 起士

諧音詞的判定原則不僅關係語料的蒐集，更影響到分析的結果。為使研究更臻完善，實應對諧音詞的本質與判定方式更深入去探究。

## 5. 結論

本文是以「漢語諧音詞的語意與語用」作為研究的目標，其重點有四，包括諧音詞的特性、製作、解讀與其他相關問題。

在特性方面我們發現：

- I) 諧音詞可分為三類：與原詞音形皆不同、同音不同形、音形皆同。
- II) 諧音詞至少必須與另一個詞彙建立「某種相似程度」的語音關係。
- III) 諧音詞經常套用現成的慣用語和成語。
- IV) 諧音詞常搭配其他文字、圖像一起出現。
- V) 諧音詞產生的新結構經常不合語法或無從分析。
- VI) 諧音詞大多被冠上特殊符號、顏色與字形以吸引讀者注意。
- VII) 諧音詞的訊息傳遞方式不但拐彎抹角而且多樣化。除諧音詞的字面義外，被替代詞與同現文字也可傳遞訊息。
- VIII) 諧音詞常利用語境來協助讀者辨義。
- IX) 諧音詞大多應一時之需而作，故也經常是「曇花一現」。

在製作過程方面，我們發現：

- I) 作者必須遵守「合作原則」與「會話協定」，提供足夠的暗示以利讀者覺察異狀，所提供的資訊也必須切題、適量，以利讀者尋線解讀。
- II) 隨著社經發展，諧音詞的取材來源與呈現方式有活潑與多元化傾向，但若過份新潮，則可能阻礙理解，得不償失。
- III) 諧音詞套用現成語詞不僅可以精簡用詞、縮短創作過程、表達豐富語意，更可利用異常的結構暗示讀者、協助讀者聯想到被替換的詞彙，可說一舉數得。然而，作者應避免成語內容深奧難懂或結構異動過大而致語意晦塞不明、難以判讀。
- IV) 諧音詞的譬喻或雙關用法應力求簡明易懂，以免曲高和寡。

在解讀過程方面，我們發現：

- I) 諧音詞因採迂迴的呈現方式，以致解讀過程極為冗長。對於不熟悉的用法甚至需要經過「覺察異狀」等七個步驟。
- II) 讀者必須具備足夠的耐力與好奇心，並且遵守「合作原則」，相信作者所作的暗示，以免喪失覺察異狀的契機。
- III) 讀者必須具備基本的語文能力、常識與經驗才能成功破解迷題並欣賞作者的創意與諧音詞的妙用。

在諧音詞的相關問題方面，我們發現：

- I) 諧音詞對於視覺的依賴多於聽覺。這是因為諧音詞與其所替代的原詞間大多是「同音」關係，包括「同音異形」與「音形皆同」。因此，要讓讀者快速分辨並覺察諧音詞的方法就是採用不同字形與加上特殊記號等，也因而造成諧音詞對於視覺的強烈依賴。
- II) 諧音詞愛套用成語和慣用語的作法對於成語既有的定型化結構形象造成衝擊。
- III) 諧音詞與音譯詞和新造詞的性質非常相近，不易區辨。

### 參考文獻

- 王忠孝（1995），《廣告學精萃》。千華圖書出版事業有限公司。
- 沈開木（1996），《現代漢語話語語言學》。北京：商務印書館。
- 李家樹、謝耀基（1994），〈漢語的特性和運用〉。香港：香港大學出版社。
- 李櫻（2003），〈語意與語用的互動，臺灣語文研究：慶祝曹逢甫教授六十華誕專號〉。臺灣語文學會主編。
- 常敬宇（1995），《漢語辭彙與文化》。北京：北京大學出版社。
- 袁筱青（1998），〈現代漢語諧音研究——以華文廣告文案為例〉，國立台灣師範大學華語文研究所碩士論文。
- 黃自來（1989），《英漢語言學名詞彙編》。文鶴出版有限公司。
- 符淮青（1985），《現代漢語辭彙》。北京：北京大學出版社。
- 符顯仁（1983），《中國文字面面觀》。莊嚴出版社。
- 錢冠連（1997），《漢語文化語用學》。清華大學出版社。
- 潘文國、葉步青、韓洋（1993），《漢語的構詞法研究》。臺灣學生書局。
- 張靜（1994），《語言、語用、語法》。文心出版社。
- 東方出版社編輯委員會（1994），《東方國語詞典》。東方出版社。
- 劉潔修（1985），《成語》。北京：商務印書館。
- 馬國凡、高歌東（1997），《慣用語》。內蒙古人民出版社。
- Anderson, Stephen R. (1992) *A-Morphous Morphology*. Cambridge University Press.
- Beale, Walter H. (1987) *A pragmatic theory of Rhetoric*. Southern Illinois University Press.
- Brown, Gillian and George Yule.(1983) *Discourse Analysis*. Cambridge University

- Press.
- Chen, Hung-wen. (2000) *An Analysis of Homophones in Mandarin Chinese*. 《中文諧音研究分析》. Fu Jen Catholic University M. A. thesis.
- Crystal, David. (1992) *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*. Blackwell Publishers.
- Crystal, David. (1999) *The Penguin Dictionary of Language*. Penguin Books.
- Everaert, Martin, Erik-Jan van der Linden, andre Schenk, Rob Schreuder (ed.). (1995) *Idioms: Structural and Psychological Perspectives*, LEA.
- Grice, H. P. (1975) Logic and Conversation, *Syntax and Semantics 3: Speech Acts. Academic*, In Cole P, Morgan JL(ed.), 41-58. New York.
- Hofmann, Th. R. (1993) *Metaphor: Its Cognitive Force and Linguistic Structure*. The Queen's College, Oxford.
- Leckie-Tarry, Helen; edited by David Birch. (1995) *Language and Context: A functional linguistic theory of register*, Pinter.
- Levinson, Stephen C. (2000) *Pragmatics*. Cambridge University Press.
- Payne, Thomas E. (1997) *Describing Morphosyntax: A guide for field linguists*. Cambridge University Press.
- Shibatani, Masayoshi and Sandra Thompson, (ed.) (1995) *Essays in Semantics and Pragmatics*. John Benjamins Publishing Company.
- Thomas, Jenny. (1995) Meaning in Interaction. *An Introduction to Pragmatics*. Pearson Education Limited.

蔡尙憶

roro\_tw@pchome.com.tw

cynthiasteven@pchome.com.tw

## **How Does Chinese Homonym Work : The Close Interrelationship of Semantics and Pragmatics**

**Shang-yi, Tsai**  
**National Tsing Hua University**

### **Abstract**

Homonym, the lexical items that have the same form (homograph) or pronunciation (homophone) but differ in meaning, has remained a unique and popular means of communication throughout Chinese history. In the recent past, Chinese homonym has grown so prevalent that it can be seen in a great number of headlines, signboards, advertisements, etc. In this study, we find that though full of fun and humor, speakers/writers communicating with Chinese homonym are at the same time running the risk of failing to transmit the very information aimed to be received by the hearers/readers. That is because homonymic items, especially modern ones, convey meanings in somewhat *special* ways. First, they are often used to replace one or more words in existent idioms and then form *new* idioms or phrases with novel internal structure. Second, the new structure thus formed conveys multi-fold meanings, i.e. the literal meaning of the homonymic item, the meaning of the original idiom, and the speaker's communicative intention—force. As a result, not only are inexperienced readers/hearers often confused about the strange syntactic make-up at the first sight of the homonymic construction, but also have to spend more time than usual working out the true meaning or intention of the speakers/writers. Luckily, the four conversational maxims and the Cooperative Principle introduced by H. P. Grice work to help homonymic readers/hearers to believe in what they have seen/heard and to get from what is said to what is meant. What is worth noting is that homonymic items rely greatly on visual cues, such as bold-faced or italic printing, meant to attract readers' attention. Moreover, they need proper co-texts and other contextual elements to help readers/hearers reach the final goal of making the right meaning. All these

serve as the best proof of the close interrelationship between semantics and pragmatics.

**Key words:** homonym, homophone, homograph, idiom, Cooperative Principle, maxims of conversation, co-text, context, pragmatics, semantics