

# 体认视角下公益广告的多模态转喻分析

## ——以反家庭语言暴力公益广告《嘘》为例

张悦 李瑛

西华大学外国语学院

**【摘要】**近年来,公益广告多以动作、图像、声音、文字等多种模态呈现其广告价值。本文基于体认语言学理论,从多模态转喻角度分析反家庭语言暴力公益广告《嘘》的四种转喻:具体指代抽象”“容器指代内容”“结果指代过程”和“部分指代整体”等,旨在警示家长切莫因不经意间的指责形成语言暴力,从而给孩子留下终生的心理伤痕,影响孩子身心健康发展。

**【关键词】**公益广告《嘘》;多模态转喻;体认语言学

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6288.2020.02.919

### 引言:

随着近年来认知科学和认知语言学的兴盛,转喻研究得到了前所未有的重视,人们逐渐认识到转喻和隐喻一样,是人们日常思维的一种方式。Lakoff & Johnson (1980)<sup>[1]</sup>认为转喻概念是我们日常思维、行为和说话方式的一部分。Taylor & John (1989)<sup>[4]</sup>认为,转喻可能比隐喻更为基本,即转喻是隐喻映射的基础,是一种比隐喻更为基本的意义扩展方式。王寅(2014)<sup>[7]</sup>提出体认语言学,认为人们与世界相连必须通过人们的经验加工才能形成语言,其核心原则归纳为“现实—认知—语言”,语言表达因人而异,因地制宜,揭示了思想和语言的相关性。基于前人观点,公益广告常从转喻的思维模式从图像、声音、文字、动作等多个模态相互作用来传达其价值观和思想,建立了事件与观众之间更深的联系。因此,在传达广告的思想时,必须结合人们日常生活中的经验和认知,以多模态的转喻给观众多方位感受,遵循体认的核心原则“现实—认知—多模态”。目前,从多模态转喻角度研究公益广告的主要有赵秀凤(2010)<sup>[10]</sup>、张辉(2011)<sup>[8]</sup>、钟书能(2014)<sup>[11]</sup>等,他们主要研究其多模态语篇的动态认知机制和过程。鉴于此,本文以一部反家庭暴力电视公益广告《嘘》为例,基于体认语言学,结合现实经验和加工分析四种转喻是如何以多种模态相互作用形成的,为解读同类广告提供一些思路。

### 一、理论基础

#### (一) 转喻

转喻是一种概念现象,作为一种思维和认知方式,建立在人们生活的体验和感知上,是同一认知域的映射,即利用一个事物的名称去指代相关的另一个事物的名词<sup>[10]</sup>。根据Panther和Radden(1999:21)<sup>[3]</sup>对转喻的定义,“转喻是一个认知过程,它运演于同一个理想的认知模式中,用一个概念实体或喻体,去帮助理解另一个概念实体或目标体的心理过程”。Lakoff(1987:68)<sup>[2]</sup>将这种有组织的概念结构知识域称为理想化认知模型(Idealized Cognitive Model, ICM)。他为转喻的认知本质提供了证据,提出一个范畴可以通过其内部的凸显成员来理解产生原型效应。学者们通常把转喻分类为“结果指代过程”“部分代整体”“容器代内容”和“具体代抽象”等。“结果指代过程”,是以事件发生之后紧接着发生的情景(结果)指代事件发生过程;“部分代整体”,指的是用部分特征或构件来指代一个整体;“容器代内容”,指的是用“容器”来指代“容器里的东西”;“具体代抽象”,指的是用“具

体”的事物指代“抽象特征。”

#### (二) 多模态转喻

多模态转喻,是利用两种或两种以上的模态的转喻。处于同一或相近概念域中的事物在心理上具有相似性,以不同模态呈现的源域能够较容易地实现对目标域概念的邻近映射。广告中的多模态转喻,不局限于文字模态,也会以其他感官通道形成的模态予以体现,常以视觉、听觉或语言模态等来共同实现转喻建构。

### 二、体认视角下公益广告《嘘》的多模态转喻分析

公益广告与商业性广告不同,它不以营利为目的,而是以普通人的视角来观察社会,取材于普通人的生活,倡导正确的人生观、价值观,给人以正能量和慰藉,引人反思。近年来家庭暴力引起广泛关注,越来越多的公益广告以此为主题呼吁人们维护权利共同反家庭暴力,不容忍家庭暴力行为,将施暴者曝光于阳光之下并绳之以法,构建文明和谐的家庭环境。本文以一则反家庭暴力公益广告——《嘘》为例,运用多模态转喻来反映父母平时对小男孩的暴力过程,以听觉模态、视觉模态和文字模态来建构;刻画了一个孩子在里遭受父母的语言暴力的故事,旨在呼吁父母要尊重关心孩子的身心健康,而不是一味地命令和控制孩子、侵犯孩子的隐私。

#### (一) 具体指代抽象

“具体指代抽象”指用具体、可见的事物指代抽象、看不见的事物。画面一,小男孩的腹部、颈部、胸部等全是红肿的伤疤,触目惊心。由于在广告中没有行为暴力,因此,男孩身上的伤痕不是肉体的伤痕,而是心里的伤痕。由于心里的伤痕是抽象的,无法让观众看见、体验,作者便采用具体的、肉体上伤痕来指代内心、看不见的伤痕;通过视觉模态(小男孩赤裸的上半身布满了血淋淋的伤疤)和听觉模态(凝重黯然的音乐)的共同作用建构了“身体的伤疤指代心理的伤疤”转喻概念,用“身体的伤疤”来喻指“心理的伤疤”,体现父母对小男孩的责骂和控制给小男孩造成了严重的心理创伤,令小男孩的内心伤痕累累。该表现手法是基于人们的身体体验和认知加工来实现,如果没有对肉体伤害大小的体验就体验不到内心伤害的大小,因此用肉体的严重伤害来喻说心里的严重伤害。

#### (二) 容器指代内容

“容器代内容”,指的是用“容器”来指代“容器里的东西”。画面二,小男孩推开门,发现母亲正坐在他的书桌前翻看他的日记本,此时,母亲说:“看什么看!你的日记里有

什么秘密吗？就算有，我不能看吗？”。在这里呈现了“日记本指代隐私”转喻概念，该概念是通过视觉模态（母亲偷翻小男孩的日记本）和听觉语言模态（“看什么看！你的日记里有什么秘密吗？就算有，我不能看吗？”）的映射来实现的。由于日记本里写满了关于小男孩内心感受的文字，这属于小男孩的隐私，母亲偷看日记本侵犯小男孩的隐私，从小男孩的物理空间闯入了心理空间，也是对小男孩的不尊重。当母亲被小男孩发现后，不仅没有感到愧疚，而是以欺压和强势的语气温问他。这种视觉和听觉语言模态之间的转喻映射是基于人们现实体验和认知加工的，日记本是一个人表达内心真实感受的载体，是不愿公开的心理活动，如果日记本被他人翻看，那么就等于入侵了心理空间，给人不安全和被冒犯之意；表现了母亲在行为和言语上对小男孩的控制和压迫，对孩子不经意间就实施了言语暴力和行为暴力，不尊重孩子的个人成长空间，还理所当然地侵犯小男孩的个人隐私。

### （三）结果指代过程

“结果指代过程”指的是用事件的结果指代事件的过程。画面三，桌上是小男孩考试后的试卷，每页试卷上画着一个大叉，得分为27分，右上角写着“怎么在学？！”的评语。镜头上显示出父亲对小男孩大声责骂的语言：“一天天的不知道好好学习，就知道玩。成绩这么差，将来肯定没什么出息”。广告中并没有出现父亲揉皱试卷的愤怒过程，而是直接呈现了揉皱试卷的结果，这个结果形成“折皱的试卷指代父亲揉皱试卷的过程”转喻概念，即通过视觉模态（“揉皱的试卷”）和听觉语言模态（“一天天的不知道好好学习，就知道玩。成绩这么差，将来肯定没什么出息”）相互映射形成的。根据人们日常生活经验，可以想象父亲在看到小男孩考试的成绩后恼羞成怒，大声指责，把那些试卷用力地揉皱丢在地上的过程，这不仅是语言暴力，也是行为暴力。两种模态的相互映射将父亲对儿子的语言暴力和行为暴力叠加在一起，使小男孩倍受打击的心情更加凸显，心里伤痕累累，难以愈合。

### （四）部分指代整体

“部分指代整体”指的是用部分特征或构件来指代一个整体。画面四，视频开头是几句纷杂吵闹的斥责声（“你怎么不往好的学”“自己孩子都不知道心疼自己，活着有什么意思啊”）和文字（“你怎么这么笨（YOU ARE SO STUPID）”“你看看人家（YOU ARE WORSE THAN OTHERS）”“真丢人（SHAME ON YOU）”“废物（YOU ARE GARBAGE）”“你怎么不去死（GO AWAY AND DIE）”“嘘”）。事实上，这些责骂小男孩的语言仅仅呈现的是一部分，并非全部，即“用父母的部分斥责语言指代父母长期的语言暴力”转喻概念，该转喻概念通过视觉模态（黑色背景）和语言模态相互映射，喻说小男孩长期遭受家庭语言暴力的过程。“嘘”是一个动词，在《现代汉语词典》（2012）<sup>[6]</sup>中有“制止、驱逐等”之意，根据人们日常生活体验可知，“嘘”声通常是想制止对方正在进行的谈话，是听话人不愿再继续听到说话人的说辞，当“嘘”这个字没有说出口，而是以无声的文字来表达出来，体现了小男孩想说但无法说出的话，也是面对父母在家里无意之间的批评形成的语言暴力，作者想让父母停止对孩子无尽的批评，别让不经意的语言破坏了孩子和谐友爱的成长环境。

此外，转喻概念“一个家庭指代无数个家庭”，通过视觉模态（黑色滤镜、一对父母和一个孩子、试卷、遥控器、日记本等）、听觉模态（低沉凝重的音乐、父母的斥责等）和语言模态（白色字样、字幕、试卷评语等）三者映射整个社会中存在许多充满语言暴力的家庭，警示人们关注孩子在家庭的健康成长环境。结合人们现实体验和认知加工，一对父母和一个孩子是最简单的社会家庭结构，而社会是由无数个这样结构的家庭组成，一个家庭是一个社会中同类家庭群体的小小缩影，作者选取一个家庭里产生的语言暴力来指代社会中无数个家庭产生的语言暴力，生动地反映了当今社会儿童成长的亚健康环境。

### 结语：

公益广告近年来在国内逐渐受到关注，多用声音、图像、文字等来呈现。本文主要以体认视角探讨“具体指代抽象”“容器指代内容”“结果指代过程”和“部分指代整体”等多种多模态转喻，即通过对语言模态、视觉模态和听觉模态相互映射的分析，呈现视频中父母对小男孩的不尊重和语言、行为的暴力，深入地探究了从多模态转喻角度来理解该广告传达的反家庭暴力主旨，警示父母必须重视对孩子的家庭教育，避免无意间带来的语言暴力给孩子留下深刻的心理伤痕，从而不利于社会稳定、和谐发展。

### 参考文献：

- [1] Lakoff, G. & M. Johnson. *Metaphor We Live By* [M]. Chicago: The University of Chicago Press, 1980: 3-14.
- [2] Lakoff George. *Women Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind* [M]. Chicago: The University of Chicago Press, 1987: 68.
- [3] Panther, K. & Radden, G. *Metonymy in Language and Thought* [C]. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1999: 21.
- [4] Taylor, John. *Linguistic Categorization: Prototype in Linguistic Theory* [M]. Oxford: Clarendon Press, 1989.
- [5] 李瑛, 王莲, 田召见. 认知语言学理论与应用 [M]. 中国经济出版社, 2019. 5: 8-43.
- [6] 《现代汉语词典（第6版）》 [M]. 北京: 商务印书馆, 2012.
- [7] 王寅. 后现代哲学视野下的体认语言学 [J]. 外国语文, 2014, 30(06): 61-67.
- [8] 张辉, 展伟伟. 广告语篇中多模态转喻与隐喻的动态构建 [J]. 外语研究, 2011(1): 16-23.
- [9] 赵秀凤, 冯德正. 多模态隐转喻对中国形象的建构: 以《经济学人》涉华政治漫画语篇为例 [J]. 西安外国语大学学报, 2017(2): 31-36.
- [10] 赵秀凤, 苏会艳. 多模态隐喻性语篇意义的认知构建——多模态转喻和隐喻互动下的整合 [J]. 北京科技大学学报 (社会科学版), 2010, 26(04): 18-24+30.
- [11] 钟书能, 李丹婷. 网络视频广告多模态隐喻与转喻的认知构建 [J]. 山东外语教学, 2014, (4): 35-39.