

审美网红话语中概念隐喻的认知解析

孙乃玲 师转云

(兰州理工大学 外国语学院 甘肃 兰州 730050)

摘要:近年来,网络社交平台上出现的审美网红话语可分为动物类、形状类、动作类以及拟人类四种类型。基于Lakoff, Johnson对概念隐喻的分类,从本体性隐喻这一类别出发对审美网红话语进行了探讨与分析。结果表明,动物类和形状类审美网红话语属于实体和物质隐喻范畴,动作类审美网红话语属于容器隐喻范畴,拟人类审美网红话语具有拟人的特点,属于拟人隐喻的范畴。文章通过具体实例分析了审美网红话语中所蕴含的概念隐喻属性,为审美网红话语之所以火爆提供了一个合理的解释。

关键词: 审美网红话语; 概念隐喻; 本体性隐喻

中图分类号: H136

文献标识码: A

DOI: 10.3969/j.issn.1672-8173.2021.03.016

历史上,民谣、顺口溜等简洁明了且富含信息的语言形式作为人们表达情感的一种方式,如今在互联网这个崭新的时代,却显得过于繁杂。人们似乎更倾向于选用一些网络热词来传递情感价值和表达思想观念,比如近年来出现的关于审美的网红话语“筷子腿”“蚂蚁腰”“马甲线”等,这类审美网红话语的产生正是网民智慧与当今社会潮流共同作用的结果。为了揭示网络话语的认知属性,很多学者对其产生和流行过程中的概念隐喻机制进行了探讨^[1-3]。此外,不少学者结合概念隐喻和概念整合理论两个方面,阐释了网络流行语的意义建构与创新^[4,5]。然而,以上研究大都基于隐喻本身的特性或属性对一些网络热词进行了分析与解读,却很少以概念隐喻具体类别对某一特定话题的网络流行语进行具体探讨。本文基于Lakoff, Johnson的隐喻三分法,试图对近年来网络社交平台上出现的关于“审美”话题的网红话语进行分析与解读。

一、概念隐喻理论

Lakoff, Johnson认为“隐喻渗透于日常生活,不但在语言里,也在思维和活动中,我们借以思维和行动的普通概念系统在本质上基本上是隐喻的。”^[6]换言之,我们通过熟悉具体的概念去理解、感知抽象笼统的概念,通过始源域与目标域这两个不同的认知域间的映射来实现抽象与具体之间的通达,这两个不同

认知域间的基础就是经验。可见,一个概念隐喻要涉及四个方面,我们可称之为四个基本要素:始发域、目标域、经验基础和映射^[7]。关于概念隐喻,不同学者从不同的角度对其进行了分类^[8,9]。但目前国内的学者更倾向于Lakoff, Johnson的概念隐喻三分法,即根据始源域的不同,将概念隐喻分为方位性隐喻(orientational metaphors)、本体性隐喻(ontological metaphors)和结构性隐喻(structural metaphors)。虽然国内大多数学者均认可上述分类,但也有少数学者如徐先玉^[10]和杨秀杰^[11]认为,Lakoff, Johnson的隐喻三分法不具备统一的分类基础。尽管如此,Lakoff, Johnson对概念隐喻的分类仍然成为国内外学者隐喻研究的重要基础。

二、审美网红话语的概念隐喻解析

(一) 审美网络话语的分类

通过分析整理2018年到2020年9月以新浪微博为代表的各大网络社交平台上出现的有关审美的网红话语,根据这类话语本身的属性,将其分为以下几类:

1. 动物类

动物类审美话语将人的某些部位与动物联系起来。因为女性的某些身体部位显示的形态跟某些动物的相应部位相似,人们将其作为女性审美的一个参照点,比如“天鹅颈”“蝴蝶背”“蝴蝶骨”“蝴蝶臀”

收稿日期: 2020-10-17

基金项目: 2019年兰州理工大学高等教育研究项目(GJ2019B-30)

作者简介: 孙乃玲(1966—),女,甘肃天水人,教授,硕士生导师,研究方向:英语语言与文化;师转云(1994—),女,甘肃天水人,硕士研究生,研究方向:英语语言与文化。

“蚂蚁腰”等。

2. 形状类

形状类审美话语将日常生活中的物品作为检验女性身材标准的道具,只有达到这一标准的人才算是拥有令人羡慕的好身材。比如“A4腰”“直角肩”“一字肩”“iPhone腿”“漫画腿”“铅笔腿”“马甲线”等。

3. 动作类

“双膝过肩”“手腕过裆”“反手摸肚脐”“锁骨养金鱼”“锁骨放硬币”等网络社交平台上的审美话语是用来粗略判断女性身材比例、腰部纤细程度以及是否拥有优美锁骨的方法。女性通过做这些动作,就能检验出自己是否拥有完美的身体比例和令人羡慕的身材曲线。

4. 拟人类

拟人类审美网红话语通常运用拟人的修辞手法来表现女性某一身体部位的突出优点。这类话语往往都是褒义的,多采用“某精”的表达方式,比如“腿精”是指女性的腿又长又直又细,并且腿与身体之间的比例十分协调。

(二) 概念隐喻解析

审美网红话语基本不包含空间概念范畴,也不具备相互构建的多个概念,因此该类话语既非方位性隐喻,也非结构性隐喻。本体性隐喻(ontological metaphors)作为Lakoff,Johnson概念隐喻三大分类之一,强调我们的生活环境为我们对抽象概念的表达和理解提供了“实体”基础。我们可以通过联想,将情绪、身体状况、数量、社会地位等心理认知语义域、感知语义域或情感语义域中的抽象概念,投射于具体的物质域中并加以确切^[12]。审美网红话语“天鹅颈”“A4腰”“直角肩”等指的是大众审美这一无形的概念,而其中的“天鹅颈”“A4纸”和“直角”则将这个无形的概念具体化了,由此可见,审美网红话语属于概念隐喻中的本体性隐喻。本体性隐喻又可以细分为以下三类:实体和物质隐喻(entity and substance metaphors)、容器隐喻(container metaphors)以及拟人隐喻(personification)。

1. 实体和物质隐喻

实体和物质隐喻是指把经验视作实体或物质,通过后者来理解前者,对经验作出相应的物质性描写,如指称、量化、分类,使其带上某类物质的特征,加以引申,进行推理,分析其相应的原因等^[12]。通过分析可知,动物类和形状类审美话语属于实体和物质隐喻范畴。

(1) 天鹅颈

“天鹅颈”顾名思义就是拥有像天鹅一样修长的脖颈。从下颚至锁骨的距离为颈部长度,颈部标准长度应是自身头部长度的二分之一。此处我们通过始源域“天鹅的脖颈”来理解目标域,即女性的脖颈应达到哪种标准才能称得上是符合大众的审美。我们可以看出,“天鹅颈”是始源域的喻体特征,符合大众审美的女性的脖颈是目标域的主体,把始源域的喻体特征“天鹅颈”映射到目标域的本体“女性的颈部”,其映射过程反映出人们对天鹅脖颈和符合大众审美的女性颈部这两个不同认知范畴内的概念在结构或关系上具有的相似特征的认同,即天鹅具备纤细而修长的脖子,而女性细长的脖颈更加符合大众对于美的追求,两者都具有“细而长”的特点,从而形成了概念性的隐喻,也就是对抽象范畴“大众审美”进行了概念化的语言描述。

(2) A4腰

“A4腰”是实体和物质隐喻的另一个审美网红话语。所谓“A4腰”,是指部分女性拥有比A4纸还要细小的腰。“A4腰”代表了社交平台上大众对于女性腰部的统一审美。审美作为人类一种抽象的对外部世界的美的感知,是一个无形的概念,“A4腰”则将这个无形的概念进行了具体地量化,“A4纸”是一个有形的物质,而“A4腰”代表了人类无形的“审美”。A4纸是始源域,在这一始源域的范围中除了纸张宽度之外,还存在着黄金比例这一要素,而其目标域是较为抽象的“审美”。在人们的认知概念中一个美丽的女性至少要拥有纤细细腰以及完美的黄金身材比例,而这与A4纸这一始发域相似,因此我们可以通过这一映射的过程,通过始源域中较为具体的A4纸来认识目标域中抽象的“审美”。

总之,不论是“天鹅颈”还是“A4腰”,其意义的产生,都是一种实体和物质隐喻的现象,是隐喻映射的结果,我们通过隐喻思维利用现实生活中具体且熟悉的物质来更好地理解 and 认识其他事物。

2. 容器隐喻

容器隐喻就是将本体(地域、视野、事件、行动、活动、状态、心境等)视为一种容器,使其有边界、可量化、能进、可出^[12]。也就是说,一些抽象范畴需通过容器隐喻来构建,容器意向图示投射到不同概念上,构成容器隐喻不同目标域。动作类审美网红话语就属于容器隐喻范畴。在动作类审美网红话语中,每一个动作都代表了一种审美标准。如“反手摸肚脐”,将“审美”这一目标域看作有边界的容器,符合审美标准,即完成反手摸肚脐的动作,说明在容器里;反之则在容器外,即不符合大众审美标准。

3. 拟人隐喻

从认知的角度看,拟人也是一种隐喻,与其它隐喻一样,拟人隐喻中同样包含着隐喻性的认知和思维过程^[12]。在拟人隐喻中,客体事物的某些特征被映射到始源域人的各种属性上,如动机、特性、活动等,从而使客体人格化。“腿精”是目前网络平台上很流行的话语,用来指一个人的腿既长又直。在现实生活中,我们经常用“某精”来指一类人精通某一行为,比如爱抬杠的人称为“杠精”,老喜欢没事找事的人称为“事儿精”,喜欢黏人的人称为“磨人精”等。在“腿精”这个拟人隐喻中,始源域人的某种行为特征映射到腿这一目标域。腿作为人体身体的一部分,在拟人化之后便有了生命。通过“某精”这种只用来表示人才具有的某种行为特征来说明腿也“精通”某种行为,即腿又长又直的特点达到了一种极致,从而把腿部特征与人的行为这两个不同的概念系统联系起来,实现了对目标域的重新认知。

网络平台每年都有大量关于审美的网红话语出现,这些网红话语大都具有概念隐喻的属性且话题热度一直居高不下,这从侧面也体现了概念隐喻的普遍性。人们在思维中习惯用更直观、更具体的事物去表达那些抽象、晦涩的事物,比如审美话语中大多包含那些我们日常接触到的事物以及规约化的句式等。这些都对网络语言的产生、发展和传播打下了基础。通过研究发现,认知语言学领域的概念隐喻理论对这类网络语言具有适配力和解释力,值得更多的学者对

此做出进一步的理解和阐释。

参考文献:

- [1] 姚力之. 流行语语义变化的认知隐喻解读[J]. 湖南社会科学, 2012(6): 39-41.
- [2] 王竹喧. 概念隐喻下的网络流行语——“种草”和“拔草”[J]. 邢台学院学报, 2012(1): 151-153, 168.
- [3] 王梦. 认知社会语言学视角下网络词汇的隐喻和转喻属性研究[J]. 湖南大学学报(社会科学版), 2020(3): 147-153.
- [4] 杨雨晴, 白解红. 英源汉语网络词语的意义建构阐释[J]. 外国语文, 2014(2): 70-74.
- [5] 田薇. 概念隐喻与概念整合互补性研究——以反腐热词“打虎拍蝇”为例[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2016(4): 105-109.
- [6] Lakoff G, Johnson M. *Metaphors We Live By* [M]. Chicago: University of Chicago Press, 1980: 3.
- [7] 文旭. 语言的认知基础[M]. 北京: 科学出版社, 2014: 53.
- [8] Goatly, Andrew. *The Language of Metaphors* [M]. London: Routledge, 1997: 34.
- [9] 束定芳. 隐喻学研究[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2003: 51.
- [10] 徐先玉. 隐喻分类的思索[J]. 中国俄语教学, 2010(1): 81-85.
- [11] 杨秀杰. 隐喻及其分类新论[J]. 外语学刊, 2005(3): 41-45.
- [12] 王寅. 认知语言学[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2006: 410.

Cognitive Analysis of Conceptual Metaphor in Aesthetic Web Celebrity Discourses

Sun Nailing, Shi Zhuanyun

(Foreign Language College Lanzhou University of Technology Lanzhou 730050, China)

Abstract: In recent years, the aesthetic web celebrity discourse appeared on social networking platforms can be divided into four types: animal, shape, action and personification. Based on the classification of conceptual metaphor by Lakoff and Johnson, this paper discusses and interprets aesthetic web celebrity discourse from the perspective of ontological metaphors. The results show that the aesthetic discourse of animal and shape belongs to the category of entity and substance metaphor, the aesthetic discourse of action belongs to container metaphor, and the last one has the characteristics of personification, which belongs to the category of personified metaphor. This paper analyzes the metaphorical attributes contained in the aesthetic web celebrity discourse through concrete examples, and provides a reasonable explanation for the reason why the aesthetic web celebrity discourse is so popular.

Key words: aesthetic web celebrity discourse; conceptual metaphor; ontological metaphor

(责任编辑: 胡娟)