

中国文化下名誉概念净脏隐喻的研究

张悦 周一舟*

(重庆师范大学教育科学学院, 重庆 401331)

摘要:为验证在中国文化影响下,名誉概念与净脏概念之间是否存在隐喻联系,采用 Stroop 图-词干扰测验与 IAT 内隐联想测验进行相互验证,收集了 53 名大学生的行为数据。结果发现:(1)存在净脏概念始源域向名誉概念目标域的映射;(2)名誉概念与净脏概念之间存在以“干净-名誉”、“肮脏-非名誉”的隐喻联系。结论揭示在中国文化背景中,名誉概念存在净脏隐喻,这对理解名誉感及其对个体心理的影响具有理论价值与实践意义。

关键词:名誉;净脏隐喻;中国文化

中图分类号:B842.5

文献标识码:A

文章编号:1003-5184(2024)01-0011-07

1 引言

概念隐喻是指具体概念(始源域)与抽象概念(目标域)之间的映射,是思维与认知的无意识反映(Lakoff & Johnson, 1980)。简而言之,就是用容易理解的概念去形容、表达抽象难理解的概念,使抽象概念简单化的一种认知方法。由此可知,隐喻最开始是一种修辞手法,在语言文化中普遍存在,比如用“颠倒黑白”形容不公正,用“小肚鸡肠”来刻画人的心胸,用“光阴似箭”比喻时间的流逝。此外,概念隐喻理论还指出,隐喻存在具身性(Don, 1982; Kristian, 2011),个体的感知运动系统会与环境不断交互,建立始源域与目标域的联结,形成具有身体基础体验性的隐喻理解过程。比如隐喻能给人情绪的体感,冷暖色调会影响心情,红色与愤怒、蓝色与悲伤相互联系(Williams & Bargh, 2008);酸甜苦辣的味觉偏好也能预测人的不同个性,喜甜者温和可亲(Meier et al., 2012),喜辣者脾气火爆(Ji et al., 2013),也有喜酸者偏好“拈酸吃醋”的说法(李娅璇, 2020)。

净脏隐喻是概念隐喻的一种,指的是对某一概念的认知会引起身体洁净或肮脏的体验(李著榕, 2020)。以往研究陆续证实了道德、情绪、诚信等概念存在净脏隐喻(Zhong & Liljenquist, 2006; Ding et al., 2020; Lee & Schwarz, 2010; Cramwinckel & Dijke, 2013; Zhong et al., 2010; 丁凤琴等, 2019; 王强威, 2020)。Zhong 和 Liljenquist (2006)的词干补笔实验先唤起被试对自己先前所做的符合道德规范或

违反道德规范行为的记忆,如果是违反道德规范的记忆,那么被试所补充的单词倾向于“肥皂”、“清洗”、“沐浴”等代表洁净的词汇。他们的进一步研究发现,抄写不道德故事和回忆不道德行为都会增加被试对清洁物品的需求。Lee 和 Schwarz 让被试用手打字或口头转述的方式完成道德和不道德任务,如写电子邮件或发语音消息向他人提供正确或虚假的信息,结果发现对不道德行为的补偿会根据身体部位发生变化。Cramwinckel 等人的实验让被试将自己想象成领导,需要为做出不道德行为的下属颁发奖励,研究发现,事先触摸过肮脏物体的被试会降低道德感,给予下属更高金额的奖励。丁凤琴和王冬霞等学者通过 Stroop 图-词干扰实验发现,被试在洁净图片和语句中对积极情绪词汇的关注度更高,在肮脏图片和语句中对消极情绪词汇关注度更高,表明情绪也会受到净脏启动的影响。王强威也发现了诚信概念与净脏概念间存在相互映射的过程,说明诚信概念也存在净脏隐喻。

概念隐喻会受到特定文化背景的影响(Gibbs, 2006),日常用语中就存在着各种隐喻现象。在中国文化背景下使用语料分析法,可以发现人们对“洁净”与“肮脏”的理解,除了映射在道德品行的概念中(丁凤琴,孙逸舒,赵虎英, 2022),还普遍存在于对名誉、声誉概念的认识中。名誉,也称声誉、名声,在我国《民法典》中,名誉是指“对民事主体的品德、声望、才能、信用等的社会评价”(梁慧星, 2011)。名誉主要作为人格权中的一种权力(骆正

* 通讯作者:周一舟, E-mail: zhyzhcathy@163.com。

言,2021),受到法律保护,随着互联网的发展,网络名誉侵权事件增多,法律规制较少,证据收集难度较大(唐楨琦,2021),受害者难以维权。在日常用语中,人们常用被诽谤、诋毁等词形容名誉遭受侵犯,此外也会用被“泼脏水”、“抹黑”、“污蔑”等形象化的用语表达相同的意思。名誉受害者还会产生“跳进黄河也洗不清”的感受。这种遭受诽谤又无法有效证明自己,进而产生自身身体“肮脏”、迫切寻求“清洁”的感受,类似于麦克白效应(张蓉等,2021),似乎洗净身体,名誉上的“污渍”就会消失。中文里面还存在着许多评价名誉的词汇,如“流芳百世”、“遗臭万年”、“声名狼藉”等。综上,从此类常见语言现象中,可以推测身体的净脏体验还可以投射到名誉概念中,也就是说,人们对声誉好坏的评价可能与身体的净脏体验相关联,对洁净与肮脏概念的认知同样可能影响对名誉概念的理解。因此提出研究假设:在中国文化背景下,名誉概念存在净脏隐喻。

如今尚未有学者探究名誉概念的隐喻关系,以往对概念隐喻的验证研究,大多都只用 Stroop 经典范式来探究词汇层面的心理现实性,但很少有研究做相互印证的平行实验,此外,内隐联想测验是验证语义间是否存在隐喻关联的有效范式,因此设计两个实验来证明假设,分别是 Stroop 图-词干扰测验和 IAT 内隐联想测验。声誉的毁损对个体精神伤害很大(唐楨琦,2021),从心理学角度体现对当事人的理解和关怀尤为重要,这对完善社会舆论方面的制度和保护当事人合法权益也有一定的实践意义。

2 实验1 Stroop 图-词干扰下净脏概念始源域向名誉概念目标域的隐喻映射

2.1 实验目的与假设

选用名誉词与非名誉词作为实验材料,通过 Stroop 图-词干扰范式,验证净脏概念始源域与名誉概念目标域之间的隐喻关系。

净脏的感知觉经验会对名誉概念的加工产生影响,因此假设:隐喻一致条件下(名誉词汇出现在干净背景图片上、非名誉词汇出现在肮脏背景图片上)的判断任务反应时更短;在隐喻不一致条件下(名誉词汇出现在肮脏背景图片上、非名誉词汇出现在干净背景图片上)的判断任务反应时更长。

2.2 研究方法

2.2.1 研究设计

采用2(背景图片:干净、肮脏)×2(名誉类别

词:名誉词、非名誉词)两因素被试内设计。因变量为在干净与肮脏背景图片中,被试对目标词类别判断正确的反应时。

2.2.2 被试

选取非心理学专业的28名在校大学生,包括16名女生和12名男生,年龄在18到22岁之间($\bar{x} = 19.69, s = 1.29$)。所有被试均无阅读障碍,能按要求完成计算机按键操作,之前未参与过类似实验。

2.2.3 实验材料

从《中华成语词典》(崇文书局,2020)中选取名誉和非名誉四字成语各20个。随机选取30名不参与正式实验的在校大学生对词汇材料的含义及熟悉度进行评定。具体为对四字成语的声誉效价从“声誉非常不好”到“声誉非常好”的9点等级评分,其中1代表“声誉非常不好”,9代表“声誉非常好”。进行单样本 t 检验,选取得分显著大于5且排名最靠前的14个名誉词汇,最终名誉词汇得分 $\bar{x} = 8.28, s = 0.41, t(29) = 43.81, p < 0.001$;选取得分显著小于5且排名最靠后的14个非名誉词汇,最终非名誉词汇得分 $\bar{x} = 1.66, s = 0.28, t(29) = -66.42, p < 0.001$ 。对两种词汇的声誉效价进行配对样本 t 检验,最终 $t = 73.79, p < 0.001, Cohen's d = 13.477$,表明词汇的名誉效价显著。对四字成语的熟悉度进行9点等级评分,其中1代表“非常不熟悉”,9代表“非常熟悉”。最终名誉词汇得分 $\bar{x} = 6.92, s = 0.91$;非名誉词汇得分 $\bar{x} = 6.16, s = 0.92$ 。对两组熟悉度评分进行独立样本 t 检验, $t(29) = -1.26, p > 0.05$ 。上述数据表明两类词汇在熟悉度上没有差异,而在声誉效价上差异显著,符合实验要求。

从百度图库中选取包括街道、天空、湖泊、大海、墙面等内容的图片共46张,分为干净背景图片和肮脏背景图片,每种类型23张。随机选取33名不参与正式实验的在校大学生对图片材料的干净与肮脏程度进行9点等级评分,其中1代表“非常肮脏”,9代表“非常干净”。进行单样本 t 检验,选取得分显著大于5且排名最靠前的14张图片作为干净背景图片,最终得分 $\bar{x} = 7.78, s = 0.50, t(32) = 32.17, p < 0.001$;选取得分显著小于5且排名最靠后的14张图片作为肮脏背景图片,最终得分 $\bar{x} = 2.22, s = 0.48, t(32) = -33.40, p < 0.001$ 。上述数据表明所选背景图片材料符合实验要求。

最终确定的词汇为:

名誉词汇:名垂千古、名不虚传、流芳百世、有口皆碑、名扬四海、赫赫有名、名垂青史、闻名遐迩、德高望重、名满天下、驰名中外、流芳千古、久负盛名、万古流芳

非名誉词汇:卑鄙下流、臭名远扬、遗臭万年、臭名昭著、劣迹斑斑、劣迹昭著、臭名昭彰、身名俱裂、身败名裂、声名狼藉、沽名钓誉、臭不可闻、臭不可当、名声扫地

2.2.4 实验过程

使用 E - Prime3.0 软件编制 Stroop 图 - 词干扰范式实验程序(见图1)。

实验的步骤为:(1)被试来到实验室后,首先签署知情同意书。(2)练习阶段。指导被试将两手食指分别放在键盘的“E”键和“I”键上,要求对背景图片中央呈现的名誉词和非名誉词进行分类,若该词为褒义词(名誉词),则按“E”键,若该词为贬义词(非名誉词),则按“I”键。另一组被试的按键相反。背景图片分辨率为 1024 × 768 像素。四字词汇字体为黑色的 40 号宋体,呈现在屏幕中央 4cm × 2cm 的白色方框中。词汇在屏幕上呈现的最长时间为 3000ms,无论被试按键结果对错,都给予反馈。过时未反应,则会出现“反应超时”的提醒,之后继续呈现下一个词汇,共练习 12 个试次;(3)正式实验阶段。在每个试次中,屏幕中央首先出现 600ms 的注视点“+”,之后要求被试对屏幕中央呈现的名誉词和非名誉词进行按键分类。正式实验不再对按键结果的对错给予反馈。14 个名誉词和非名誉词按照完全随机的方式出现在干净和肮脏背景上各 2 次,正式实验共计 112 个试次。(4)实验结束后给予被试每人一份礼品。

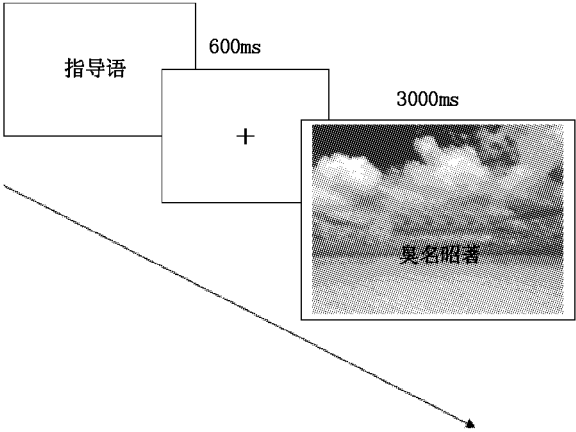


图1 Stroop图-词干扰实验流程图

2.3 实验结果

初步处理后,删除正确率低于 80% 的数据,共 2 人,最终有效被试为 26 人。用 SPSS17.0 进行数据分析,被试在干净与肮脏背景下对名誉与非名誉词汇判断的反应时的统计结果见表 1。

表1 被试在干净与肮脏背景上对名誉词和非名誉词判断的反应时(ms)

背景类型	目标词类型	
	名誉词($\bar{x} \pm s$)	非名誉词($\bar{x} \pm s$)
干净	746.18 ± 169.31	774.27 ± 140.70
肮脏	819.39 ± 168.20	745.51 ± 134.11

对反应时进行 2(背景图片:干净、肮脏) × 2(名誉类别词:名誉词、非名誉词)两因素重复测量方差分析,结果显示,词汇类型的主效应不显著, $F(1,25) = 2.768, p = 0.109, \eta_p^2 = 0.100$,表示被试对名誉词与非名誉词判断的反应时不存在显著差异;背景图片类型的主效应不显著, $F(1,25) = 1.122, p = 0.300, \eta_p^2 = 0.043$,表示被试在干净背景图片上与在肮脏背景图片上对词汇判断的反应时不存在显著差异;词汇类型与背景图片类型的交互作用显著, $F(1,25) = 13.226, p = 0.001, \eta_p^2 = 0.346$ 。

进行简单效应分析,在背景图片水平上,被试在肮脏背景图片上对非名誉词汇判断的反应时显著小于在干净背景图片上对非名誉词汇判断的反应时, $p < 0.001$;无论是在干净背景图片上还是在肮脏背景图片上,被试对名誉词汇判断的反应时都没有显著差异, $p > 0.05$ 。在词汇类型水平上,被试对肮脏背景上的名誉词汇与非名誉词汇判断的反应时并没有显著差异, $p > 0.05$;但被试对干净背景图片上名誉词汇判断的反应时要明显快于对非名誉词汇判断的反应时, $p < 0.001$ 。

2.4 讨论

实验数据表明,词汇类型和背景图片类型的交互作用显著。非名誉词汇出现在干净背景图片上(隐喻不一致)比出现在肮脏背景图片上(隐喻一致)所需要的判断时间更长,符合研究假设;而背景图片类型对名誉词汇判断的影响不明显,不符合研究假设。这与以往用 Stroop 范式研究隐喻的结果相类似,例如探究诚信概念的净脏隐喻,诚信词与非诚信词分别呈现在洁净、肮脏背景上,结果显示诚信词出现在洁净背景图片上的反应时显著低于出现在肮脏背景图片上的反应时,但对于非诚信词,两类背景图片的反应时没有显著差异。对比道德概念净脏隐喻的实验,在目标词类型水平上两个实验结果一致,

而在背景类型水平上是非道德词在洁净与肮脏背景中的反应时差别不显著。以上结果的比较,说明在认知判断过程中个体对隐喻不一致的情况产生冲突、不确定感,进而延长反应时间。例如在灰色背景下,当公平词汇以黑色呈现及不公平词汇以白色呈现时(李倩,2019),个体就会感知到冲突,进而影响对公平词汇与不公平词汇判断的正确率,结果说明公平概念具有黑白颜色的隐喻表征。因此被试对名誉词汇和非名誉词汇概念的理解受到了干净与肮脏概念知觉的影响,所以名誉概念与净脏概念之间存在自动联系,即干净概念与名誉概念、肮脏概念与非名誉概念之间存在始源域与目标域之间的隐喻关联。

3 实验2 内隐联想范式考察名誉概念与净脏概念间的隐喻联系

3.1 实验目的与假设

为与 Stroop 图-词干扰实验结果相互印证,实验2选用名誉词汇和非名誉词汇、干净词汇和肮脏词汇作为实验材料,通过内隐联想范式,以验证名誉概念与净脏概念之间的隐喻联系。

假设:在进行相容联合任务(干净词汇与名誉词汇、肮脏词汇与非名誉词汇)时,任务易化,反应时和正确率都显著短于不相容联合任务(干净词汇与非名誉词汇,肮脏词汇与名誉词汇)。

3.2 研究方法

3.2.1 研究设计

采用2(净脏概念词:干净词汇、肮脏词汇)×2(名誉类别词:名誉词汇、非名誉词汇)两因素被试内设计,因变量为被试判断的反应时和正确率。

3.2.2 被试

选取非心理学专业的25名在校大学生,包括14名女生和11名男生,年龄在18到24岁之间($\bar{x} = 20.05, s = 1.62$)。所有被试均无阅读障碍,能按要求完成计算机按键操作,之前未参与过类似实验。

3.2.3 实验材料

从《中华成语词典》(崇文书局,2020)中选取相关的干净和肮脏四字成语各20个。随机选取36名不参与正式实验的在校大学生对词汇材料的含义及熟悉度进行评定。具体为对四字成语的词性效价从非常肮脏到非常干净的9点等级评分,其中1代表“非常肮脏”,9代表“非常干净”。进行单样本t检验,选取得分显著大于5且排名最靠前的10个干净词汇,最终得分 $\bar{x} = 8.06, s = 0.42, t(35) = 43.90, p$

< 0.001 ;选取得分显著小于5且排名最靠后的10个肮脏词汇,最终得分 $\bar{x} = 1.92, s = 0.36, t(35) = -51.42, p < 0.001$ 。对四字成语的熟悉度进行9点等级评分,其中1代表“非常不熟悉”,9代表“非常熟悉”。最终干净词汇得分 $\bar{x} = 6.74, s = 0.93$;肮脏词汇得分 $\bar{x} = 6.64, s = 1.03$ 。对两组熟悉度评分进行独立样本t检验, $t(35) = -0.05, p > 0.05$,以上数据表明两类词汇在熟悉度上没有差异,而在词性效价上差异显著,符合实验要求。

名誉词汇与非名誉词汇:从实验1的词汇材料中随机抽取10个名誉词汇与非名誉词汇。

最终确定的词汇为:

干净词汇:冰清玉洁、一尘不染、一扫而空、云消雾散、一干二净、焕然一新、亮洁如新、白玉无瑕、干干净净、一清二白

肮脏词汇:乱七八糟、肮脏龌龊、藏污纳垢、乌烟瘴气、同流合污、污七八糟、污秽不堪、一片狼藉、蓬头垢面、脏乱不堪

名誉词汇:名垂千古、名不虚传、流芳百世、有口皆碑、名扬四海、名垂青史、闻名遐迩、德高望重、流芳千古、久负盛名

非名誉词汇:卑鄙下流、臭名远扬、遗臭万年、臭名昭著、劣迹斑斑、身名俱裂、身败名裂、声名狼藉、沾名钓誉、名声扫地

3.2.4 实验过程

使用E-Prime3.0软件编制IAT内隐联想范式实验程序(见图2)。屏幕中央随机呈现的目标词字体为白色的40号宋体,左右上角各有词汇类别的提示,所使用字体分别为绿色的26号宋体和白色的40号宋体。被试自行按照指导语的要求完成任务。实验开始前,会让被试识记一部分概念词(净脏概念词)和属性词(名誉类别词),以便被试对词汇分类标准有所了解。实验开始后,屏幕中央首先出现600ms的注视点“+”,然后呈现目标词汇,若目标词属于左上角的类别,则按“E”键;若目标词属于右上角的类别,则按“I”键。判断错误时会呈现“错误”的反馈,需要按正确的按键进行修正才可进行后续任务。按照内隐联想范式的要求,实验一共分为7个阶段,其中1、2、5阶段为学习任务,3、6阶段为练习任务,4、7阶段是正式实验。整个实验共180个试次。

3.3 实验结果

参考Greenwald(1998)提出的标准,对实验数

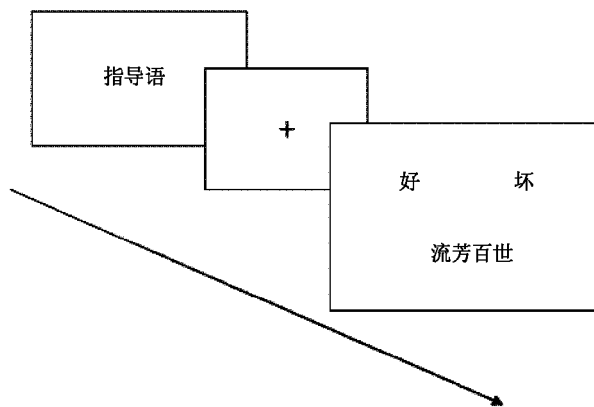


图2 内隐联想实验流程图

据的处理步骤如下：(1)删除正式实验阶段的前两个试次；(2)将短于300ms的反应时记为300ms，将长于3000ms的反应时记为3000ms，不对错误试次的反应时进行处理，也不删除任何极端被试的数据；(3)对反应时进行自然对数转换；(4)计算正式实验阶段反应时的均值；(5)计算D分数。

删除正确率低于50%的数据，共3名被试，最终有效被试为22人，用SPSS17.0对数据进行整合与处理，对数转换后进行配对样本t检验，得到的结果为（详见表2），被试在相容联合任务（干净与名誉、肮脏与非名誉）下和不相容联合任务（干净与不名誉、肮脏与名誉）下的反应时存在显著差异， $t(21) = -11.61, p < 0.001$ 。并且在正确率上也存在显著差异， $t(21) = 4.60, p < 0.001$ ，最终 $D = 1.36$ 。

表2 内隐联想测验的反应时与正确率 ($N = 22$)

任务类型	反应时(ms) ($\bar{x} \pm s$)	正确率(%) ($\bar{x} \pm s$)
相容联合任务	686.01 ± 142.46	93.05 ± 10.94
不相容联合任务	1236.23 ± 347.98	79.84 ± 13.53

3.4 讨论

实验的IAT效应显著，被试在相容联合任务（干净词汇与名誉词汇、肮脏词汇与非名誉词汇）中对词汇判断分类的反应时显著短于不相容联合任务（干净词汇与非名誉词汇、肮脏词汇与名誉词汇），实验结果符合研究假设。同时在正确率方面，虽然相容联合任务的正确率显著大于不相容联合任务的正确率，符合研究假设，但不相容联合任务的平均正确率达不到80%，因此只删除了正确率在50%以下的被试数据。除最后的阶段6和阶段7以外，其余阶段被试的正确率都在90%左右，尽管经过阶段6的练习，也未能使大部分被试的正确率达到80%，

推测原因：一方面可能由于四字词汇的分类难度较大、被试人数较少及其他环境因素的影响，另一方面可能是实验的IAT效应非常明显，在不相容任务中被试受到了严重的干扰，因此平均反应时更慢，正确率显著降低。隐喻不一致会使判断过程受到抑制，实验结果与以往用内隐联想实验探究隐喻的研究结果类似，比如酸味觉词与嫉妒词汇、苦味觉词与非嫉妒词汇（隐喻一致）和苦味觉词与嫉妒词汇、酸味觉词与非嫉妒词汇（隐喻不一致）在反应时及正确率方面都存在显著差异，就是已形成的自动化思维受到了干扰。以上结果表明在语义上存在关联后，声誉好坏的印象难以改变，所以在不相容任务中，被试无可避免地将干净和名誉、肮脏和非名誉之间联系起来，造成较高的错误率。实验结果进一步表明了名誉概念和净脏概念之间存在隐喻联系。

4 总讨论

本文以概念隐喻理论和具身认知理论为基础，以汉语中四字成语为材料，通过Stroop图-词干扰实验和IAT内隐联想测验相互验证，推出传统文化背景中，名誉概念存在净脏隐喻。

4.1 名誉概念净脏隐喻的理论解释

实验1与实验2的结果表明，名誉概念与净脏概念的对应关系是“干净-名誉”、“肮脏-非名誉”的，为何会形成这样的关系？为何净脏隐喻与其他概念之间也存在关系？Johnson的并存理论认为（崔艳辉，2015），个体的感知-运动区域无时无刻不与周围环境产生联系，因此在无法区分各种经验的智力发展早期阶段，个体能认知到成千上万的基本隐喻，始源域和目标域就像一种连接更强更精确的“突触集”，在理解隐喻时，始源域和目标域是同时被激活的，其连接程度随激活次数的增多而越发牢固，甚至是永久的连结。Grady的基本隐喻理论在此基础上进一步解释，始源域是由感觉-运动中枢承担的，因此有具体图像内容，而目标域是对感觉信息的反映和理解，因此是抽象的无图像的。Narayanan提出的隐喻神经理论则确定了基本隐喻在大脑中存在着固定的神经回路，该回路将始源域和目标域连接起来，形成路径。因此，净脏体验与抽象的名誉概念间存在对应的神经网络路径，即“干净-名誉”、“肮脏-非名誉”是隐喻一致的，而“干净-非名誉”与“肮脏-名誉”的连接很弱，所以直接依赖路径的概念之间反应速度明显更快。隐喻是积年累月建立起来的，对互相关无隐喻关系的概念来说

具有认知速度的优势,所以在实验中,被试对隐喻不一致的“干净-非名誉”、“肮脏-名誉”的反应时更慢,正确率更低。

4.2 名誉概念净脏隐喻的文化影响

现实生活中,谣言之害猛于虎。名誉概念的净脏隐喻现象,表明人们倾向认为名声很好的人自身冰清玉洁,而一旦声誉有瑕,损坏的声誉则会转变为对他人外表肮脏的认知,由此流露出厌恶、疏离。这使得名誉可以成为诽谤造谣者攻击的利器,利用名誉破坏、贬低受害者在他人眼中的形象,加重受害者的心理负担。除了法律维权的路径外,受害者可以从中华优秀传统文化思想中寻求解决之道。从内涵上讲,名誉包括外部名誉和主观名誉(张忆然,2019)。前者代表着社会评价的那一部分,后者是个体对自身人格价值的主观评价(李颖峰,2021)。儒家文化追求的是外部名誉,强调“穷则独善其身,达则兼济天下”,“修身”的目的是为了“济世”。道家与佛家文化中的“修身”则是一种自我实现性质的名誉观,顺其自然,要涵养德性而非救世助人,体现了主观名誉在思想上的至高地位(黄昱,2021)。总结中国文化中儒释道哲学思想,中国人的名誉观从儒释道三教思想最终融合的结果上表现为,外部名誉是封建礼教下融入社会生活的“必需品”,主观名誉则是其精神内核(刘晓婷,2019)。主观名誉更加重要,因而名誉受害者可以尝试将注意力从外部名誉中逐渐抽离出来,有助于从名誉受损的伤害中恢复情绪和自信。总的来说,名誉的净脏隐喻会影响到生活中、网络中发生的种种名誉侵权事件,对于诽谤造谣者,应使其认识到侵犯他人名誉带来的严重后果,提高公民的名誉权意识;对于受害者,应尽力寻求法律帮助,同时学习儒释道的名誉观,降低心理伤害。

4.3 不足与展望

首先,实验仅探究了名誉概念净脏隐喻的映射,并未区分映射的方向,未来可进一步细分隐喻投射的方向。其次,实验所使用图片材料并非以往研究评定过的标准材料,净脏图片材料未评定图片的唤醒度和熟悉度,可能在某种程度上影响实验准确性,并且成语词汇材料在跨文化性的研究上也难以推广,因此建议提升材料的标准性与适用性,也可以进行更深入的跨文化比较研究。另外,被试群体均为在校大学生,范围较窄,年龄段单一,未来可增加各项分组。

参考文献

- 崔燕辉. (2015). 隐喻与认知. 长春工业大学.
- 丁凤琴,孙逸舒,赵虎英. (2022). 道德概念净脏隐喻映射的偏向性. 心理发展与教育, (3), 315 - 322.
- 丁凤琴,王冬霞,田雪阳,孙逸舒. (2019). 环境净脏与自身净脏启动对情绪隐喻表征的影响. 第二十二届全国心理学学术会议摘要集(pp. 1083 - 1084). 宁夏大学教育学院.
- 黄昱. (2021). 浅谈苏轼散文中的儒释道三教思想. 文学教育(上), (2), 44 - 45.
- 梁慧星. (2011). 民法总论. 北京:法律出版社.
- 李倩. (2019). 公平概念的黑白隐喻表征的初步研究(硕士学位论文). 滨州医学院.
- 李娅璇. (2020). 酸味知觉对嫉妒心理的影响(硕士学位论文). 苏州大学.
- 李颖峰. (2021). 诽谤罪基本问题比较研究——以韩国毁损名誉罪为视角. 东疆学刊, 38(3), 88 - 89.
- 李著榕. (2020). 道德概念净脏隐喻的心理现实性. 心理月刊, (4), 45 - 47.
- 刘晓婷. (2019). 儒释道哲学思想之比较. 文化创新比较研究, 3(4), 33 - 34.
- 刘钊. (2016). 道德概念的净脏隐喻及其对道德判断的影响(硕士学位论文). 宁夏大学.
- 骆正言. (2021). 《民法典》名誉权条款不再保护人格尊严? ——论“名誉感”保护的意义、对象和界限. 西部法学评论, (2), 109 - 120.
- 唐楨琦. (2021). 网络名誉侵权的法律规制. 法制博览, (21), 146 - 147.
- 唐楨琦. (2021). 网络名誉侵权行为的认定及责任承担. 河北经贸大学.
- 王强威. (2020). 高一学生诚信概念的净脏隐喻表征(硕士学位论文). 福州:福建师范大学.
- 张蓉,丁凤琴,宋秀萍,王小芳. (2021). 道德概念净脏隐喻对清洁产品消费决策的影响:惩罚的净化效应. 第二十三届全国心理学学术会议摘要集(下)(pp. 458 - 459). 宁夏大学教育学院.
- 张忆然. (2019). 被害人视角下损害名誉犯罪的教义学构建——基于“被害人图像”对“公共人物”的检视. 北大法律评论, (20), 162 - 184.
- Cramwinckel, F. M., Cremer, D., & Dijke, M. H. V. (2013). Dirty hands make leaders! How the touching of dirty objects leads to higher rewards for unethical followers. *Journal of Business Ethics*.
- Ding, F., Tian, X., Wang, X., & Liu, Z. (2020). The consistency effects of the clean metaphor of moral concept and dirty metaphor of immoral concept: An event-related potentials study. *Journal of Psychophysiology*, 34(4), 214 - 223.
- Don Lee, F. N. (1982). Metaphors we live by George Lakoff and

- Mark Johnson (review). *Rocky Mountain Review of Language and Literature*, 36(1), 66 – 70.
- Gibbs Jr, R. W. (2006). Metaphor interpretation as embodied simulation. *Mind & Language*, 21(3), 434 – 458.
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), 1464.
- Ji, T., Ding, Y., Deng, H., Ma, J., & Jiang, Q. (2013). Does “spicy girl” have a peppery temper? The metaphorical link between spicy tastes and anger. *Social Behavior and Personality*, 41(8), 1379 – 1386.
- Kristian, M. M. (2011). Book review of Lawrence Shapiro’s Embodied Cognition. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 10(2), 297 – 305.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Lee, S. W., & Schwarz, N. (2010). Dirty hands and dirty mouths embodiment of the moral – purity metaphor is specific to the motor modality involved in moral transgression. *Psychological Science*, 21(10), 1423 – 1425.
- Meier, B. P., Moeller, S. K., Riemer – Peltz, M., & Robinson, M. D. (2012). Sweet taste preferences and experiences predict prosocial inferences, personalities, and behaviors. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(1), 163 – 174.
- Williams, L. E., & Bargh, J. A. (2008). Experiencing physical warmth promotes interpersonal warmth. *Science*, 322(5901), 606 – 607.
- Zhong, C. B., & Liljenquist, K. (2006). Washing away your sins: Threatened morality and physical cleansing. *Science*, 313(5), 1451 – 1452.
- Zhong, C. B., Strejcek, B., & Sivanathan, N. (2010). A clean self can render harsh moral judgment. *Journal of Experimental Social Psychology*, 46(5), 859 – 862.

The Clean and Dirty Metaphor of Reputation Concepts in Chinese Culture

Zhang Yue Zhou Yizhou

(School of Education Science, Chongqing Normal University, Chongqing 401331)

Abstract: In order to verify whether there is a metaphorical connection between the concept of reputation and the concept of cleanliness under the influence of Chinese culture, the Stroop graph word interference test and IAT implicit association test were used to verify each other and collect behavioral data from 53 college students. The results showed that: (1) There is a mapping from the origin domain of the concepts of cleanliness to the target domain of the concept of reputation; (2) There is a metaphorical connection between the concept of reputation and the concept of cleanliness with “cleanliness reputation” and “dirtiness non – reputation”. The conclusion reveals that the concept of reputation in Chinese cultural context has a clean and dirty metaphor, which has theoretical value and practical significance for understanding the sense of reputation and its impact on individual psychology.

Key words: reputation; clean and dirty metaphor; Chinese culture