

認知ドメインと比喩的認識に関する考察

A Study of the Cognitive Domain vis-à-vis Types of Figurative Recognitions

田 中 敦
TANAKA Atsushi

Abstract

R. Barthes pointed out the “anchorage” function of a linguistic sign to restrict a meaning of a visual image. From cognitive linguistic viewpoint, this function can be applied to the “reference point construction”. This paper analyses the cognitive processes of construing visual images of advertisements vis-à-vis types of figurative recognitions of the target. At first, this paper introduces the “frozen expression” and analyses its figurative meanings through the type of the cognitive theories. Later, the theories will be applied to the conceptualization of a visual image and the “anchorage” function will be classified as a domain setting.

Keywords : 比喩的認識、認知ドメイン、参照点構造、投錨、凝結表現

0. はじめに

認知言語学においては、意味とは認知主体による概念化であるとされる。この立場に依れば、同一知覚内容であっても、概念化領域に応じて意味は変動し得ることとなる。

本稿では、多義的な映像表現を一定の意味に解釈するうえで言語が果たす「投錨」機能に関して、参照点構造を介した認知プロセスにおけるドメイン設定と見なし、その認知手続きを分析する。なお、その前提として、当該表現の構成要素から直接的に導くことのできない慣用的な意味を有する「凝結表現」を分析対象に導入し、その慣用的意味の成立を支える比喩的認識に基づいて認知原理を分析し、一定の類型化を行うことを試みる。

本稿の構成としては、まず、概念化としての意味に注目し、参照点構造によるドメイン設定を認知プロセスの面から考察する。続いて、凝結表現の慣用的意味を実現する比喩的認識を認知原理の面から類型化することを試みたうえ、事例研究として、実際の広告を題材に、映像を解釈する際の比喩的認識とドメイン設定の関係性を具体的に考察する。

これらを通じ、対象の多義性を限定するうえで言語が果たす機能に関し、参照点構造によるドメイン設定という認知プロセスから明らかにしたうえで、ドメイン設定を比喩的認識の観点から類型化し、一定の定式化を図ることを本稿の目的とする。

1. 意味とドメイン

映像は記号の「意味作用」によって任意の解釈を受信者に許容するものであり、その意味は本来多義的である。しかし、媒体によっては映像の多義性は必ずしも自由な解釈を許容するものではない。たとえば本稿が考察の対象とする商業広告においては、解釈の不確定性は致命的な要因となり得るもので、消費者たる受信者に特定のメッセージを伝達するうえでは、映像の解釈は常に一定である必要がある。このため、広告における映像の意味を限定する手法として、言語記号の付加という手法が採られ得る。言語記号が付加されることにより、広告の映像の多義性は限定され、受信者の解釈は一定の方向に誘導され、広告が持つ特定のメッセージの伝達に資することとなる。

本節では、ロラン・バルトが指摘した映像に対する言語の「投錨」機能を、概念化領域の設定という観点から再考し、後半の分析の前提を定めることとする。

1.1 言語の投錨機能

バルト（1984）は、映像の多義性を限定する言語の働きについて以下のとおり指摘する。

- (1) テキストは読み手を映像の所記群の中に導き、いくつかの所記を避けさせ、他の所記を受け入れさせる。しばしば巧妙な運転指令を通じて、あらかじめ選ばれた意味の方へと無線誘導する。(バルト1984：33)

多義的な映像の解釈が受信者の個人的領域に傾くのを防ぎ、送信者が企図した一定の意味を解釈させるうえで、映像に付された言語が果たす役割をバルトは「投錨」機能と称する。バルトは商業広告を例にとり、広告に付されたキャプションによって、映像の多様な共示の意味の可能性が一定の方向に誘導され、消費者を不快にさせる意味を遠ざけ、広告の商品に価値を与える解釈につながることを指摘している。

バルトの分析は、映像という多義的な記号と、言語という一義的な記号の相互作用に関して、現象の本質を捉えたものであると言える。しかし、バルトは言語が映像に「投錨」する具体的な方法を論じていないため、いかなるプロセスを経て言語が映像の多義性を限定するかについては詳らかにされない。分析は、バルトという個人が特定の広告に対して行った「職人芸」の域に留まるものとも見られてしまう。

そこで田中（2012b）では、この「投錨」機能を動的な認知プロセスとして定式化することを目的に、Langacker（1987, 2000）が提唱する「参照点構造（reference point construction）」を適用して広告における映像の多義性の限定をパターン別に分析し、うち広告のキャプションが参照点として機能する場合には、参照点の支配圏が意味の結束性を生じさせることにより、映像の多義性が限定されることを指摘した。しかし、意味の結束性を創出する原理については考察が不十分な面もあったため、本稿では認知言語学における意味の捉え方を参照しつつ、参照点構造がもたらす意味の限定について、より詳細に規定する。

1.2 ドメイン設定と意味の限定

認知言語学における意味とは、認知主体が対象をどのように概念化するかによって規定される。対象の概念化は、特定の意味領域において為されるものであり、本稿ではLangacker（1987）に即して、この概念化の領域を「ドメイン（domain）」と称する。

対象の概念化に際しては、同一の知覚入力信号であってもドメインが異なることによって、認知内容は異なったものとなる。たとえば一例として、「魚類の再生産システム」というドメインにおいてはroe（魚の卵）と概念化される対象が、「食用加工」のドメインではcaviar（キャビア）として概念化される例を、Langackerは挙げている。

概念化に際して用いられるドメインは一義的に決定されるものではない。対象の背景に潜在的に存在するドメインのネットワークから、認知主体がコンテキスト等を踏まえて任意に選択することにより、当該ドメインに即した概念化が為され、認知内容が決定される。つまり意味の限定とは、認知言語学の観点からすれば、対象を認知し概念化する特定のドメインを設定することである。この原理を踏まえて参照点構造を捉えるならば、それは、対象の概念化に際して特定のドメインを設定する機能であると認めることができる。

Langackerが挙げる参照点構造は、図1の構造によって説明される。

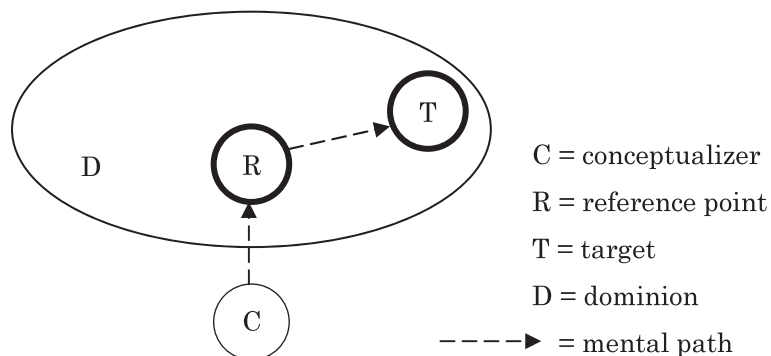


図1. Langacker（2000: 174）より

認知主体 (Conceptualizer = C) が認知対象である目標点 (Target = T) を認知する際には、CからTへと直接的にアクセスする認知プロセス以外に、目標点と隣接・有縁関係にある参照点 (Reference Point = R) を心的に経由し、 $C \rightarrow R \rightarrow T$ へと至る認知プロセスが取られる場合がある。このとき認知主体は、参照点の支配圏 (Dominion = D) において目標点の概念化を行うというのが参照点構造の原理である。

参照点構造は人間にとって基盤的な認知能力であるとされ、多様な言語現象への反映が報告されているところであるが、ここでは特に、参照点が一定の支配圏を定め、その中で目標点の概念化が行われることに注目する。このとき参照点の支配圏は、目標点を概念化するドメインに他ならない。つまり、参照点を通じて目標点を認知する $C \rightarrow R \rightarrow T$ という認知プロセスにおいては、目標点の概念化は、参照点によって設定される特定のドメインの中で為されることになるのである。

この認知プロセスは、バルトが指摘した「投錨」機能に適用することができる。多義的な目標点としての広告の映像に対し、キャプションの言語情報を参照点としてアクセスする認知プロセスを経ることにより、言語情報が映像を認知する特定のドメインを設定し、映像の認知は一定のものに限定される。田中 (2012b) が動的な認知プロセスとして捉え直した「投錨」機能とは、参照点を経て目標点を認知することによって、概念化が行われる特定のドメインを設定する原理であると換言することが可能であり、このように定式化することによって、映像の多義性を限定する言語の機能を、ドメイン設定による意味の結束性の創出と定義することができる。

残る課題は、参照点として機能する言語情報が、その支配圏としていかなるドメインを設定し得るかを分析することである。当然ながら、ドメインの設定は一律の過程で為されるものではない。そこで、ドメイン設定に関して多角的観点から分析するため、次節では言語表現が内包する比喩的認識という観点に注目し、その類型に応じた考察を行う。

2. 比喩と認識

前節で見たとおり、意味とは対象の概念化である。同一の知覚内容であっても、概念化が為されるドメインが異なることによって認知内容も変動し得る。このドメイン設定の問題は、以下で見るとおり、人間の比喩的認識能力とも大きく関わる問題である。

本稿では、この比喩的認識を色濃く反映した言語表現として、慣用語や諺など、一定の固着した形式によって全体としての慣用的な意味を表す表現を取り上げ、その意味を支える比喩的認識について考察する。

テイラー・瀬戸 (2008) が指摘するように、広義の慣用語に関する問題は、言語学の領域では長く周辺的な問題とされ、体系的な研究対象とされてこなかった。しかし、人間

の一般的な認知能力に基づいて言語能力を分析する認知言語学の発展に伴い、慣用表現が内包する比喩的認識の問題は、中心的な研究課題の位置を占めるようになった。

そこで本節では認知言語学の知見を導入し、慣用表現の意味の構造を比喩の三類型に即して捉えたうえ、そのドメイン構造に関して考察し、認識論的観点から見た比喩の類型ごとに、慣用表現が内包する認知構造を定式化することを試みる。

2.1 凝結表現と比喩的認識

特定の固着した形式によって慣用的な意味を表す言語表現の特性を記述するうえで、Gross (1996) は「凝結 (figement)」という概念を導入する。Grossが挙げる凝結表現の特性は、形式面では「多語彙による形式的固着性」、意味面では「構成要素の総和からは直接導かれない全体としての意味の存在」と換言することができる。

形式面の特性に注目した場合、複数の自律的語彙要素から成り、統語変形や要素の範列的交替を許容しない一定の固着した形式を有する言語表現として、たとえば日本語では、慣用句、諺、故事成語、定型句、常套句、コロケーション、特有語法、などを挙げることができる。これらはいずれも、複数の語彙要素から構成され、全体として固着した一定の形式を有するという点で、段階的に凝結の特性を有するものと認められる。

しかし、意味面に注目した場合、各々の表現において状況は大きく異なる。

たとえば、一般に慣用句が持つ慣用的な意味は、構成要素の総和からは直接的に導くことができず、表現全体を単独の単位として意味を習得していない者にとっては、その意味は理解されない。たとえば「道草を食う」によって「目的外のことに時間を費やす」ことを表す場合、あるいは「手を貸す」で「助力」を表す場合など、その慣用的な意味は、程度差はあるものの、いずれも構成要素の字義どおりの意味からは隔たりがある。

一方、諺では、一見するとその意味は、構成要素から字義どおりに導かれるものであるかのようにも感じられる。たとえば「火のないところに煙は立たない」という諺の意味は、構成要素から字義どおりに理解することも可能である。ただし、この諺が用いられる状況が必ずしも現実の火と煙に関して言及するものではないことに鑑みれば、その意味は脱コンテキスト化したスキーマ的なものと捉えた方が適切である。

このように、等しく形式的凝結性を有する表現においても、意味面の特性は一律のものではなく、異なる観点で捉える必要が認められるが、その際、表現全体としての慣用的な意味を考察する際には、比喩的認識を考慮する必要がある。

たとえば「道草を食う」は、字義どおりの意味によって、それとは異なる概念を見立てた比喩であるし、「手を貸す」は、手という部位で身体全体を言い換えた比喩である。さらに、「火のないところに煙は立たない」という諺は、「原因がなければ結果も生じない」という疑似論理構造的なスキーマを具体例によって表した比喩である。

このように、構成要素の字義どおりの意味とは異なる全体としての意味という、Grossが定義する凝結の意味面の特性は、まさに比喩的認識によって支えられるものと考えることができ、また、この比喩的認識は一律のものではない。そこで続いては、比喩的認識を類型化したうえで、その類型ごとに認知原理を分析することを試みる。

2.2 比喩的認識の三角形

比喩の種類によって人間の認識活動を考察する際、ヤーコブソン（1973）以来伝統的に、類似性による隠喩（メタファー）と、隣接性による換喩（メトニミー）の二極性による立場が取られることが多い。この立場では、隠喩と換喩の機能は、言語の選択軸と結合軸に対応するものであり、基盤的な言語能力であると捉えられる。

これに対して、認識論的観点からレトリックを分析する瀬戸（1995）、野内（2000, 2002）は、提喩（シネクドキ）を加えた三極性によって認識活動を捉えるが、その際、比喩の三極性は図2の構造によって示される。

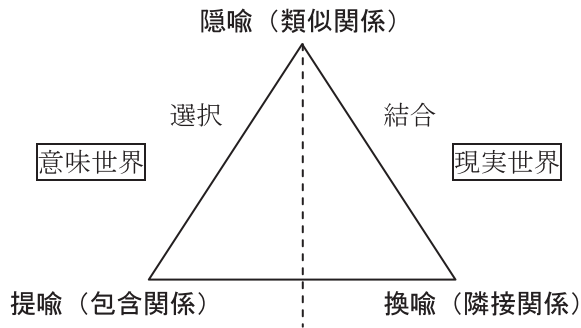


図2. 瀬戸（1995：203）、野内（2002：36）に基づき再構成

隠喩は、類似性に基づき、抽象的概念を具体的な対象に見立てることが基本機能とされる。ただし、隠喩における類似性とは、厳密には異なる概念領域間に創出されるものであり、異質なカテゴリーを重ね合わせるこそが隠喩の機能である。

また、換喩が現実世界の隣接関係による置換であるのに対し、提喩はあくまで意味世界における包含関係であり、類と種の関係を表す。隠喩、換喩、提喩はそれぞれ明らかに異質な認識に支えられており、本稿では比喩を三類型で捉える立場をとるが、続いては、より詳細に各比喩における認識を分析するとともに、それらを体現する凝結表現について考察する。なお、凝結表現における比喩的認識は複合的に機能し得るものとも考えられ得るが、便宜上、以下の各事例では、一定の比喩類型にあてはめて考察を進める。

2.3 隠喩的認識と凝結表現

隠喩を支える認識は、あるドメインにおいて解釈される対象の特性を、類似性に基づいて異なるドメインへと移し替えるものである。留意が必要なのは、この場合の類似性とは直接的なものではなく、あくまで間接的、意味論的なものであり、むしろ隠喩によって結び付けられることによって、異なるドメイン間での概念化に類似性が創出されるものであるとも言える。隠喩は「基本的には説明ではなく、主張であり、説得（野内2002：77）」であり、「聞き手（読者）の想像力に訴えて感情を掻き立てる表現（同書：78）」であるとされる所以である。

認知言語学の観点から隠喩を論ずる鍋島（2007）は、隠喩の原理をドメイン間の投射とし、抽象的で表現しにくいドメインから、具体的で表現しやすいドメインへの写像関係を指摘する。この原理は、凝結表現の慣用的意味の構成にも認められるところであり、たとえば鍋島が一例として挙げる「火に油を注ぐ」で「怒りを助長する」状況を表す場合には、抽象的概念である「怒り領域」という感情ドメインが、具体的な「火領域」という物理的ドメインへと投射されることによって類似性を創出し、両ドメイン間に対応関係が構築されることが指摘されている。

つまり、隠喩的認識に基づく凝結表現では、字義どおりの意味が解釈されるドメインに対して、抽象的で異質なドメインとの対応関係が築かれており、このことによって、字義どおりの意味と異なる慣用的な意味が実現しているものである。隠喩的認識に基づく凝結表現の慣用的意味は、異なるドメイン間の投射という認知原理によって実現するものであり、慣用的意味を理解するうえでは、字義どおりの意味が解釈されるドメインとは異なるドメインにおいて概念化を行う必要がある。

2.4 換喩的認識と凝結表現

換喩を支える認識は、隣接関係にある対象に有意な関連性を見出し、結合を図るものである。野内（2002）は、これを「情報の結合＝合理化」への欲求であると指摘する。

- (2) 人間はカオスをではなく、秩序を求めるといこと、人間には合理性を求める強い傾向があるということだ。別々の、バラバラの事象の間にも、関連性を認定し統合化する根強い欲求が人間の中には見いだせるのだ。換喩は人間のそうした傾向を体現している。（野内2002：38-39）

この換喩の原理は、先に挙げた参照点構造の機能の一つとして説明される。参照点構造は、換喩のみならず、合成名詞の形成や所有表現、親族表現など、多様な言語現象を原理的に支えるものであるが、換喩の場合には、認知的際立ちが高い参照点を経由して目標点

を捉えることによって、両者を参照点の支配圏において結合し、目標点を概念化する際の射程として特定のドメインを設定する認知手続きが認められる。

文体的修辞としての換喩は、経済性、表現性、婉曲性等の効果を持つものとされるが、参照点構造という認知手続きに即して見た場合には、換喩には、対象を概念化するドメインを参照点の支配圏によって設定し、概念化の射程を拡張する機能が認められる。

この機能を凝結表現に適用すると、いわゆる慣用句の多くに、換喩的認識を認めることができる。たとえば同じ助力を示す表現でも、「手を貸す」といえば、手という部位を参照点として人間の身体全体を捉える空間的換喩であり、また「一肌脱ぐ」とは、上着を脱ぐ行為を参照点として、その後の支援活動の取り組みやすさを捉える因果関係の換喩である。こうした空間的・時間的換喩を背景とすることによって、凝結表現に字義どおりの意味を超える慣用的な意味が付加されるものと考えられる。換喩的認識に基づく凝結表現の慣用的意味を理解するうえでは、言語として明示されない隣接概念にまで、概念化の射程を広げてドメインを設定する必要がある。

2.5 提喩的認識と凝結表現

提喩を支える認識は、種と類による「パターンの認知」である。対象の特性のうちから分類に有意なものを抽出してパターン化し、意味世界の階層的なカテゴリーの包含関係に組み入れることこそが、提喩の原理である。

文体的修辞としての提喩には、「御飯を食べる」で食事を表す例のように、種によって類を表すものと、桜を愛でる行為を「花見」と称する例のように、類によって種を表すものが存在する。種によって類を表す提喩には具体化の効果が認められ、類によって種を表す提喩には経済性とともな情緒性を示す効果が認められる。

こうした効果に対して認知言語学の観点を用いるならば、そこにはLangacker (1987) によるスキーマネットワークモデルを認めることができる。同モデルを比喩研究に応用する瀬戸 (2007) は、提喩における認識活動を、スキーマ化と事例化になぞらえて説明する。

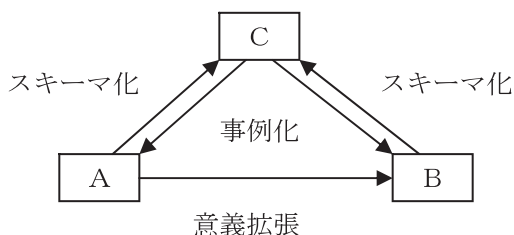


図3. 瀬戸 (2007 : 39) より

スキーマネットワークは階層性を有するものであり、個別の事例から抽出されたパターンが、抽象的な上位のスキーマを形成している。この階層的な意味カテゴリーの構造の中で、カテゴリー・レベルを上位へ移動するのがスキーマ化であり、下位へと変移させて対象を捉えるものが事例化の機能である。上位カテゴリーへの変移では、意味の抽象化や情緒性が実現し、下位カテゴリーへの変移においては、意味の具体化・特殊化が実現する。

この原理を凝結表現に適用すると、諺の多くに事例化の機能を見ることができる。諺は数学的法則や定理ではなく、また、社会的に制定された法規でもない。諺は経験的法則から生まれた日常の知恵を言語化したものであり、諺の字義とおりの意味の背後には、疑似論理構造を見てとることができる。諺の構造を、三浦（2002）は次のとおり指摘する。

- (3) 特殊的な認識と一般的な認識とが「表」「裏」の関係で共存しており、見たところ特殊な認識だけが表面化しているのであるが、一般的な認識が統一されているゆえにこれは表象の一つのありかたとして理解しなければならない。（三浦2002：73）

たとえば「花より団子」とは、風雅なものよりも実利的なものに価値があることを指すものであり、「風雅なもの」のカテゴリーを「花」という事例によって具体化し、「実利的なもの」のカテゴリーを「団子」という事例によって具体化したものである。同様に、「火のないところに煙は立たない」という諺は、「原因がないならば結果は生じない」という、因果関係を表す疑似論理構造を、「火」と「煙」という事例によって具体化している。

提喩の原理は隠喩と異なり、事例による具体化は異なるドメイン間で行われるのではなく、同一ドメイン内におけるカテゴリー・レベルの変移である。その効果は「挙例」であり、「一般的＝抽象的な表現よりも具体的＝個別的な表現のほうが印象的・効果的である（野内2002：58）」との原理に従い、事象構造をより身近に実感させる効果を有する。提喩的認識に基づく凝結表現の慣用的意味を理解するうえでは、字義とおりの意味が解釈されるドメインからカテゴリー・レベルを変移させ、上位のドメインを設定する必要がある。

2.6 比喩的認識と慣用的意味

本節ではここまで、隠喩、換喩、提喩を比喩の三極と捉え、各々における認識機能を認知構造に即して考察し、その認知構造を凝結表現に適用することを試みた。

結果として、凝結表現が持つ慣用的な全体としての意味の背景には、個々の表現が内包する比喩的認識が関与しているものと認められるが、その比喩的認識とは一律のものではなく、比喩の種類によって異なるものであることが示された。

隠喩とは、異なる概念領域間に投射を行うことで類似性を創出する機能であり、この類

似性の根拠を知らない限り、字義どおりの意味の背景にある比喩的な意味は定まらない。また換喩は、参照点構造によって対象を概念化するドメインを設定するものであり、字義どおりの意味を表す参照点と別にある目標点は、言語的には明示されない。さらに提喩では、スキーマ化と事例化によるカテゴリー・レベルの変移が行われているため、一見、事例によって字義どおりに解釈される意味の背景には、異なるカテゴリー・レベルのスキーマの意味が内包されているものと認められる。

こうした異なる比喩的認識は、対象の概念化に際し、必然的に異なる機能を果たすものと考えられる。そこで次節では、実際の商業広告を例にとり、同様の原理が言語表現以外においても認められ得ることを検証するとともに、比喩的認識の類型に応じていかなる差異が生じ得るかについて分析する。

3. 映像の比喩的認識

前節では、凝結表現という、比喩的認識に支えられた言語表現を例に、比喩類型ごとに認知原理を考察し、その慣用的意味が解釈される際のドメイン設定のあり方を分析した。

続いて本節では、同様の認知原理が言語表現以外にも適用され得るかを検証することを目的に、実際の商業広告を例に、映像を概念化する際の認知原理を分析する。

広告表現とは、映像と言語という特性の異なる記号系が併存する媒体であり、受信者たる消費者に一定のメッセージを伝達するために、映像と言語があたかも協働するかのようには振る舞うという特性が認められる。田中（2012b）で分析したように、広告の映像の多義性を一義的に「投錨」する言語の機能は、先述した参照点構造になぞらえることができる。この際、映像の多義性の限定は、参照点の支配圏が特定のドメインを設定することによって為されるものであるが、言語表現の場合と同様、映像においても異なる認知プロセスが認められ得るのかに関して、映像の多義性の限定をドメイン設定の観点から分析することを通じ、比喩的認識が認知プロセスに及ぼす影響を明らかにすることを試みる。

なお、その際、言語記号を参照点として経由する動的な認知プロセスを疑似体験的に確認するため、以下の分析においては、敢えて言語情報が日本語以外の言語で記されている外国（韓国）の広告を分析対象として取り上げることとする。

3.1 映像の隠喩的認識と投錨

隠喩的認識は、異なるドメイン間に関係性を創出し、一方から他方へと概念化対象を投射することによって成立している。

以下に挙げるのは、韓国の染み取り剤の雑誌広告であるが、商品画像と合わせてシマウマの画像が配されている。シマウマの画像が商品画像と並置されることにより、おそらく

商品の特性や効能なりを喩えたものであろうという想像はつく。しかし、映像の意味はまさに多義的に解釈可能なものであるがゆえに、染み取り剤との関連で、いかなる意味に解釈するのが妥当であるのか、換言するならば、いかなるドメインにおいて認知すべきであるのかを、映像のみから決定することは原理的に不可能である。



図4. NAVER “ECOVER” 雑誌広告

出所：『Living Sense』2010年6月号（ソウル文化社）

このとき、映像に付されたキャプションである言語情報が、映像の多義性を「投錨」する。シマウマの画像に上には、「白い馬になりたかったシマウマが見つけた答えは？」という内容が韓国語で記されているが、この言語情報が参照点となることにより、シマウマの画像を認知するドメインが設定される。具体的には、白と黒の縞模様という色彩ドメインにおける認知内容が、隠喩的認識によって衛生性を表すドメインへと投射され、清潔さと汚れに見立てられて認知される。

このことによって、シマウマの黒い縞模様は、汚れという抽象的概念を具象化して表したものと認知され、それを解決する商品の効能と結び付けて解釈される。つまり、当該商品は、身体全体に及ぶ先天的な染みさえも除去するほどの効果を示すものであるというメッセージが伝達されるのである。

以上のように、隠喩的認識を内包する広告表現においては、参照点構造を適用することにより、映像の直示的な意味内容が、言語情報によって設定される異なるドメインと対照され、その解釈が変容されるという構造を、映像レベルにおいて認めることができる。この効果として、視覚的に示すことが困難な抽象的な概念を、具体的な映像によって受信者に示し得る点を挙げることができる。

3.2 映像の換喩的認識と投錨

換喩的認識とは、隣接関係にある対象に有意な関連性を見出し、結合を図るものであ

た。この認知原理を踏まえた構造は、広告においては多用されており、言語による「投錨」なしでも成立し得るものである。たとえば、散見される事例として、商品画像とともに笑顔の人物の画像が示された広告では、一般に人物は商品の使用者であり、商品を使用したうえでの満足感を示すものとしての笑顔を浮かべたものと解釈される。このとき、商品画像とその使用者の画像の間には、商品使用と使用結果による満足感という、原因 - 結果の換喩が成立している。換言するなら、商品画像と人物の画像とは、各々独立して概念化されるのではなく、共通のドメインにおいて結合され、概念化されているのである。このとき人物の笑顔は商品の価値を示すものとなる。

しかし、同じく商品と人物の画像を配した広告であっても、やはり言語情報を介さずには意味の解釈が困難な事例も存在する。以下に挙げる例は、食品の広告であるが、人物の画像は目元が笑っているようには見えるものの、独特の仕草のため、解釈を一義的に定めることができない。商品画像を参照点として換喩的認識によって人物の画像を認知する場合でも、着衣で口元を隠す仕草の意味が不明であり、意味の結束性が容易に導かれなためである。

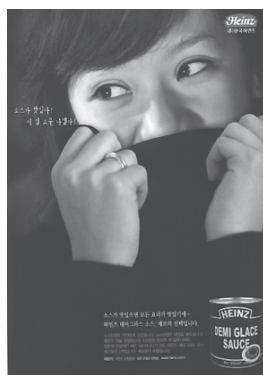


図5. HEINZ「デミグラスソース」雑誌広告
出所：『essen』2008年2月号（ソウル文化社）

ここでは、人物の脇に配されたキャプションが重要な役割を果たす。「ソースがおいしい。この店うわさになっちゃうね」という内容の韓国語が映像を「投錨」することにより、映像の人物は商品の味の体験者であり、着衣で口元を隠すという仕草は、発声器官である口を塞いで噂の伝播を防ぐ行為を表すものと解釈され得る。そのうえで改めて広告を見るならば、換喩的認識によって、商品画像を参照点として人物を捉える参照点構造が成立し、両者は同一ドメイン内で結合される。つまり、商品を体験した結果、誰にも伝えたくないほど夢中になった人物の満足感が理解されるのである。

以上のように、換喩的認識を内包する広告表現においては、参照点構造によって要素を

結合し、同一ドメイン内で意味の結束性を実現するという機能が、映像レベルにおいても認められるところであるが、その際には、言語情報があるいは補助的に、あるいは必要不可欠なものとして解釈に関与している。

3.3 映像の提喩的認識と投錨

提喩的認識とは、種と類による「パターンの認知」であり、意味世界の包含関係に基づいて、異なる階層において概念化を行う認知原理である。これは、スキーマ化と事例化の機能と換言することができる。

広告においては、商品に関する特性や効能を挙例によって具体化するため、類を種で表す提喩的認識の事例が多く見受けられる。以下に挙げる眼鏡の広告もその一例である。広告には眼鏡をかけて書物を読む少年と、商品のイメージ・キャラクターと思われる画像の他に、連鎖的に倒れるドミノの画像が配されている。ここで、少年は商品の使用者であると推察することができるが、ドミノの画像の意味は多義的に解釈可能である。



図6. SOMO Optical “Dr.SOMO” 雑誌広告
出所：『女性朝鮮』2011年4月号（ソウルマガジン社）

ただしこの際、「近眼の進行が心配になったとき」という内容の韓国語が参照点として機能することにより、ドミノの画像は、上位のスキーマ的ドメインにおいて概念化され、「連鎖的進行」を表すものとなる。上位ドメインとの関係性が構築されることによって、直示的なドミノの意味が、スキーマの事例化と認知されるものであり、これは提喩的認識を映像レベルで実現したものにほかならない。ここでは、視力低下という現象を事例によって具体的に示し、それを防止する商品の効能に結びつける効果が認められる。

ちなみに、映像の多義性は、それが属する上位スキーマの多様性を反映したのもでもあり、例えば上の例で、仮に「遊びすぎは目に悪い」といった類のキャプションが付されていたとすれば、ドミノの画像は「遊戯」の事例化と解釈することも可能である。

提喩的認識を内包する広告表現においては、映像は直示的なドメインとは異なる階層によって概念化され得るものであるが、その際、いかなる特性に注目して階層の変移を為し得るかに関しては、明示された言語情報が手がかりとして機能するものである。

4. まとめ

比喩的認識の背後には、類型ごとに異なる認知原理が存在し、それによって事象構造に特定の枠組を適用し、再構成する機能を果たす。この認知原理は、ある種の言語表現の慣用的な意味を支えるものであり、また、言語表現以外の例として映像の共示の意味を支えるものでもある。

本節では、改めて比喩的認識と認知ドメインの関係性を整理したうえ、言語表現においては慣用的意味を支える認知原理について、また、映像に関しては多義性を「投錨」する認知プロセスについて、比喩的認識と関連づけて類型化することを試みる。

4.1 認知原理による凝結表現の類型化

凝結表現の慣用的な意味の実現には、比喩的認識による認知原理が関与している。この慣用的な意味の実現を比喩的認識の類型に即して見た場合、三種の区分を設けることが可能であるが、その際、背景にある認知原理が各々で異なることに留意する必要がある。

一つ目は、字義どおりの解釈をもたらすドメインから、異質なドメインへ投射が為されることにより、意味の変動がもたらされるものである。この際、異なる概念化の間にかなる類似性が認定されているかを認識することによって、慣用的な意味の動機づけが理解され得る。

二つ目は、参照点の支配圏をドメインとして対象を捉え、言語的には明示されない対象を包括する概念化のドメインが設定されることによって、隣接領域を含む慣用的な意味が創出される事例である。この場合には、時間的および空間的な隣接・有縁性を認識することによって、慣用的意味が理解される。

三つ目は、同一ドメイン内において、スキーマ化と事例化によるドメインの階層の変移によって、慣用的な意味がもたらされる事例である。この場合には、ドメイン階層の変移を理解し、スキーマと事例の関係性を認識することにより、字義どおりの意味を超える、疑似論理構造的な意味が明らかになる。

以上の三区分は、慣用句、諺、定型句など、各々の表現形式ごとに認められるものであり、意味の面から凝結表現を類型化する際には、認知原理に即することが有用であると考えられる。

4.2 映像の多義性を限定する認知プロセス

比喩的認識を支える認知原理は、言語表現ばかりでなく、映像の多義性を限定する認知プロセスにおいても同様に観察されることを見た。その際には、言語表現の場合と同様、ドメイン設定との関連から捉えることが可能であるが、このドメイン設定に際しては、言語情報が一定の役割を果たし得るものでもある。

隠喩的認識は、画像を直示的な意味が解釈されるドメインとは異質なドメインへと投射し、そこで認知するものであるが、その際には言語情報が、概念化が為されるドメインを設定している。

換喩的認識は、複数の画像を結合し、同一ドメイン内で認知するものであるが、言語表現はその際、ドメインを拡張することの意義を裏付けるものとして機能する。

提喩的認識は、ドメインの階層を変移させることにより、画像をスキーマ化あるいは事例化して認知するものであり、その際、言語情報は、直示的な画像のいかなる特性に基づいてドメイン階層を変移させるかを示唆する。

以上のように、映像においても言語表現の場合同様、比喩的認識の類型に応じて認知原理は各々に異なるものであり、また、言語情報が参照点としてドメインを設定するプロセスに関しても、各々の類型ごとに差異があることを指摘することができる。

5. おわりに（課題と展望）

本稿では、比喩的認識を支える認知原理に関して、概念化が為されるドメインがいかに設定されるかという点に注目し、比喩の三類型に応じた認知プロセスを分析した。

そのうえで、広告における映像の多義性を「投錨」する言語の機能を参照点構造によるドメイン設定と見なすことにより、「投錨」を動的な認知プロセスとして捉え、実際の広告例の分析を通じてドメイン設定のプロセスを検証したところ、意味の限定に係るドメイン設定に関して、比喩的認識の類型ごとに異なる認知プロセスを認めるとともに、各々の類型ごとに、「投錨」のあり方自体も異なることを指摘した。

今後の課題としては、多様な言語表現における概念化の構造をより詳細に分析することを目指すとともに、合わせて、映像の「投錨」に関しては、言語外の要素である身ぶりに関する映像表現やイデオロギーなどが及ぼす影響に関しても射程に含めて、参照点構造という認知原理の面から、認知ドメインの設定を分析することを目標とする。

参考文献

- 佐藤信夫 (1992a) 『レトリック感覚』 講談社.
- 佐藤信夫 (1992b) 『レトリック認識』 講談社.
- 瀬戸賢一 (1995) 『メタファー思考 意味と認識のしくみ』 講談社.
- 瀬戸賢一 (2007) 「メタファーと多義語の記述」 楠見孝編 『メタファー研究の最前線』 ひつじ書房. pp.31-61
- 田中 敦 (2012a) 「凝結表現の共示義を用いた映像テキストの解釈について」『現代社会文化研究 第53号』 新潟大学大学院現代社会文化研究科. pp.127-142
- 田中 敦 (2012b) 「広告表現における視覚テキストの認知プロセスに関する考察」『現代社会文化研究 第55号』 新潟大学大学院現代社会文化研究科. pp.19-32
- 中村 明 (1977) 『比喩表現の理論と分類』 秀英出版.
- 中村 明編 (1996) 『たとえことば辞典』 東京堂出版.
- 鍋島弘治朗 (2007) 「領域をつなぐものとしての価値的類似性」 楠見孝編 『メタファー研究の最前線』 ひつじ書房. pp.179-199
- 野内良三 (2000) 『レトリックと認識』 日本放送出版協会.
- 野内良三 (2002) 『レトリック入門 修辭と論証』 世界思想社.
- 三浦つとむ (2002) 『認識と言語の理論 第一部』 勁草書房.
- テイラー, ジョン・瀬戸賢一 (2008) 『認知文法のエッセンス』 大修館書店.
- バルト, ロラン (1984) 『第三の意味』 沢崎浩平 訳. みすず書房. (*L'obvie et l'obtus* (extrait), Seuil. Roland BARTHES, 1982)
- ヤーコブソン, ロマーン (1973) 「言語の二つの面と失語症の二つのタイプ」『一般言語学』 川本茂雄 ほか訳. みすず書房. pp.21-44. ("Two Aspects of Language and Two Types of Aphasic Disturbances", in R. Jakobson and M. Halle, *Foundations of Language*. The Hague, 1956)
- Gross, Gaston. (1996) *Les expressions figées en français. noms composés et autres locutions*, Ophrys.
- Langacker, Ronald. (1987) *Foundations of Cognitive Grammar Vol. 1; Theoretical Prerequisite*, Stanford University Press.
- Langacker, Ronald. (2000) "Reference point constructions" *Grammar and Conceptualization*, Mouton de Gruyter. 171-202.