

摘要

關於促發 (priming) 在字詞與句子識別作業的先前研究，對隱喻 (metaphor) 在文句瞭解上的效果提供證據：支持概念性隱喻 (conceptual metaphor) 可以將文句間的片段聯結起來。本研究使用不同之促發方式來延伸先前的發現，並檢驗文句間關係聯結的形成是否依賴隱喻的慣例性 (熟悉度)。雖然隱喻一致性 (metaphorical consistency) 的效果並不紮實，新奇性與慣例性隱喻 (conventional metaphors) 都對隱喻的相關字詞造成促發。此結果暗示隱喻的慣例性並非是聯結文句間片段之必要條件。但是在一個 250 毫秒促發呈現 (prime presentations) 與 200 毫秒反應限期 (response deadlines) 之字詞識別作業中，慣例性隱喻造成促發而新奇隱喻則不然。本文最後討論此研究結果與層級包含 (Class Inclusion) 和概念性隱喻理論的關係。