

## IB report

真正的语境(context)在选文之外，要看考生是否涉猎过并认识到文本中没有直接写出的、但与文本内容相关的某些问题。涉及第一题的有职场文化和白领心理，涉及第二题的有普遍存在的传统和发展的矛盾。考生普遍的写法是就文本论文本，只能说出作者说了什么，不能分析作者想说什么或读者应该联想到什么。这样就只能围着作者的思路转，结果写出的与其说是评论，不如说是复述。不像是让老师和阅卷人看考生对文本的认识，倒像是考生在给看不懂文本内容的人进行讲解说明。

在题目的要求中，我们把它译为“相关背景”。细读评分标准时，会发现除了要求理解文本本身之外，还要理解与文本可能相关的背景。这些背景有可能是文化方面的、人世间发生的(temporal)、针对某些读者群体的等等。其实这里要考的不只是看考生是否看懂了选文本本身，而也要看考生能不能把选文和他们以前读过的相关内容联系起来，测试学生平时有没有阅读关注此类问题。

对于第一篇，考生都能辨认出是广告，不是普通的图画，是用来推销产品的。作为当代青年，考生们也普遍对广告显露出必要的警觉与欣赏。由于我们的任务是评论文本的技巧，所以考生更多是从欣赏的角度把广告的制作者夸奖一番。说得也都不无道理，只是有时候难免跟广告商一样，忘记了看广告的人并非都是傻瓜。

选答第一题的考生在对配图进行评论时，有些考生并未明确指出这些图画是采用了漫画荒诞夸张的特点，只就图画表面作了一些适当的解释。大部分考生都知道广告是为了吸引白领注意的，但没有看出这些广告的手法是调侃而不是说服。只是简单地称其为幽默是不够的。白领是较成熟的社会人士，所以用玩具广告吸引儿童和美容广告吸引中学生的手法只能适得其反。这些咖啡广告的手法是利用白领的困扰与无奈，玩自嘲、套近乎，文字上还装疯卖傻，以便暗示怪诞的聪明机智。不敢求激发购买者的欲望，只想求不要被这群潜在的顾客遗忘。这一点考生一般不容易看透。当然不是所有的考生都读过卡夫卡的《变形记》，但也没有考生在评论漫画时，提到异化这种城市打工族常常不得不面临的问题。若能想到这是一种以异化为主题、以荒诞为手法的作品，则可谓是会举隅反三，把新读的文本和已读的相关背景成功联结了。几乎没有考生对《外星人看广告》这个博客收集刊登这三则广告的目的进行说明或评论。

## 要点参考

漫画配图：荒诞、夸张；解构/游戏的心态；富有想象力（变形非现实）

语境：白领 职场 都市 快节奏 高强度的工作 劳动异化

颓丧；丧文化；非积极正面向上；以调侃、颓丧的文案风格建立情感共鸣，引发兴趣与关注以调侃、自我解嘲的方式引起相关群体的共鸣；

这些咖啡广告的手法是利用白领的困扰与无奈，玩自嘲、套近乎，文字上还装疯卖傻，以便暗示怪诞的聪明机智。不敢求激发购买者的欲望，只想求不要被这群潜在的顾客遗忘。

×不是直接劝说购买；×不是正面推销

图 1：工作中提不起精神，没思路没想法。醇黑咖啡—墨水/工作中的灵感、思路点子

图 2：职场，面试-以貌取人 笑容 威力大-吸引、加分

图 3：解雇 经济萧条 减薪；绿色健康

文字文案：

无奈 随意 漫不经心；

短小、直白的职场小故事；再现具体情境；

口语化表述；对话感；

诙谐幽默

与产品进行巧妙关联

修辞：夸张 拟人 双关

挤奶-挤出笑容 （想象力——与日常的枯燥）

缺少人称主语——心理活动

提纲

◇ 文案内容/语境

场景化 职场；广告起作用的方式，如何进行宣传？道出他们的烦恼、无奈。

◇ 文案的叙述角度

“你” 代入感；对白/心理活动

◇ 文案的语言风格/修辞

口语化 诙谐

夸张 双关 比喻 拟人……

◇ 图像风格及特色

夸张 荒诞 非现实

颜色

图文排版特点

错别字：反映/反应

空泛地谈 吸引消费者；引起购买兴趣。分析没有落到实处