

谈修辞在英文广告中的有效运用

郑月泉 胡润福

如何加强广告标题的吸引力是广告界一直在探讨的问题。在广告标题中灵活地使用各种修辞手段是增强广告标题吸引力的一种行之有效的重要方法。英国 Rolls—Royce 公司曾在推销该牌号高级轿车的广告中,成功地选用了这样一个标题:“At 60 miles an hour the loudest noise in this new Rolls—Royce comes from the electric clock”(意为这辆崭新的罗斯·罗爱斯轿车以六十英里时速疾驶时,车内最大的噪声只不过是里面的电钟声)。该标题作者紧紧抓住消费者购车时比较注意引擎质量的心理特点,别出心裁地运用车内电钟的轻微滴答声压倒正以时速六十英里疾驶的轿车引擎声这一夸张对照手法,鲜明生动地突出了该车运行平稳,噪音低微的特点。

精心、恰当地运用修辞手段,对于力戒陈词滥调,创作出新颖独特、具有强烈吸引力的英文广告标题,对于增强产品广告的宣传效果,促进广告在国际市场上的销售无疑是有不可忽视的重要作用。近年来,笔者以英美报刊中精选的优秀英文广告标题为例,分别就辞格、句式和语音等修辞手段在英文广告标题中的运用及其对增强广告标题吸引力的作用进行一些探讨,权作引玉之砖。

一、辞格的运用

英文广告标题中常用的修辞格有比喻、拟人、借代、夸张、对比等。这些辞格着重通过各种艺术手法描绘广告产品的状貌,突出其特征及揭示其本质,给公众以鲜明、形象、生动、难忘的印象。

1. 比喻 即一事物用另一事物通俗的形象或事理的相似点来相比的修辞方式,简言之,就是打比方。其作用在于增强标题的具体性、实感性、鲜明性、使人感受深刻。广告标题中广泛应用的比喻方法有明喻和暗喻。明喻就是明显地打比方,往往有这样一些象征性的词,如“as if, like, as”等;暗喻即直接把“喻体”说成“本体”的一种比喻方法,往往不点明比喻关系。例如,McDonnell Douglas Computer Systems Company 在推销该公司的计算机广告标题中,把计算机比喻成能象母亲一样了解“你” A Computer that understands you like your mother真是妙不可言。

2. 拟人 即把事物当作人类描写,赋予人的性格特点的修辞方式。在商业广告中,人们常常使用拟人手段,使广告产品人格化,给人栩栩如生之感,以激发潜在顾客的强烈感情。例如, Nissan 日本汽车公司,在宣传该牌号小汽车的广告标题中,用whispers(窃窃私语)来描写由汽车引擎发出的声音, Who makes a car that whispers when you drive it? Who else but...NISSAN, 真是恰到好处。

3. 借代 即不把要说的事物直接说出,而用和它有关的事物来表现的修辞方式。其目

的在于使广大读者不仅了解广告上的产品，而且能联想起事物的特征，得到深刻的印象。例如，以推销名著而著称的Book—of—THE—MONTH Club，在一则广告中，使用这样一个标题：Permanent Pleasures 以 pleasures 来代称该组织出版的名著，从而使顾客深信，该组织出版的书能给人以“无穷的快乐”

4. 夸张 即生产厂商为了强调和突出产品，对其特征作一番艺术性的夸大与缩小，以加强语言的感染力。例如，Tokyo Business Today 编辑部在宣传该杂志时，把广告标题设计为 Your passport to Japanese Business，把该杂志恰当地夸张为通向日本商业的“通行证”，叫人难以忘怀。

5. 对比 即运用在意义上或感情上两个对立的观念，以形成鲜明的对照。它不是指出两者的相似点，而是指出其差异，从而通过对比更加鲜明地衬托事物，给人以深刻的印象。许多厂家就是通过运用对比这种方法，把自己的产品与别人的相比，从而显示出自己产品的优点及特色。

常用的对比手法有两种，即一物两面对照和两物对照

所谓两物对照，即把两个不同的事物拿来对照。例如，英国著名的 Scotch whisky 公司在宣传其 whisky 时的广告标题中，拿自己的产品与别人的相比，以形成鲜明的对照，从而给读者的印象非常深刻，Some whiskies have a more impressive bottle，Our bottle has a more impressive whisky又如，日本的 YUASA 电池有限公司同样运用了这一对比手法，取得了较佳效果，When the power's off，YUASA's on 所谓一物两面对照，即对同一事物的相关或相反两个方面进行比较，以充分显露共体的特性。例如，日本TOYOTA汽车公司在宣传其“丰田”牌小汽车的广告标题中，简明扼要地告诉公众，该牌小汽车不仅外表与众不同，而且车内的各种装置、设备也有自己的优点，OUTSIDR：You can see the difference，INSIDE：You can feel the difference，促使广大潜在顾客更要阅读该广告的详细内容，从而广告也就完成了向读者传递信息的使命。

6. 双关语 即在广告标题中使用的一个词具有两个或更多的含义，可作不同的解释，以产生一种幽默的效果，使广大潜在顾客回味无穷，留下难忘的印象。例如，法国 Martell Cognac 制酒公司在宣传其名牌白葡萄酒 Martell时，采用的广告标题为 Martell，the spirit of France，其中的 spirit 既有酒的意思，又有法国国魂之意义，斜射出该种酒的盛誉。

二、句法修辞的运用

在广告标题中，除了广泛运用上述修辞格外，还常常加助于一些句法结构作为表现手段，以达到一定的修辞效果。在广告标题中经常使用的句法修辞手法有省略、重复、倒装、疑问、祈使句等。现仅举其中数例。

1. 重复 即不止一次地有意使用同一词语或同一句子。在广告标题中恰当地使用这一修辞手段，可以突出重点，加深印象，有时给人以力量感。广告标题中常用的重复手段主要指间隔重复。例如，ATARI电脑公司在推销其私人电脑系统时运用间隔重复It can do a lot for you without asking a lot of you，这一修辞手段，取得了理想效果。

2. 省略 即句子中省去一个或几个成分。广告标题中省去某些句子成分，可以使语言结构简洁、精悍，给人一种果断、有力之感，并使读者一目了然。例如，日本 Nissan 汽车

公司在推销其小汽车时的一则广告标题为: More miles per gallon, more years per car, 广大读者读起来非常上口, 清楚地知道了这种汽车既省油又耐用。

3. 倒装 即将谓语动词的一部分或全部放在主语前面。在广告标题中使用倒装句往往是为了加强语气, 突出重点, 以吸引读者的注意力。例如, Out of the past comes the engine of the future, 这是 Dentz Air Diesel 公司在推销其飞机发动机时的一则广告标题。

三、语音修辞在广告标题中的应用

一个出色的广告标题读起来总是琅琅上口, 音调和谐悦耳, 富有节奏感, 往往使读者过目不忘。因此, 语音方面的修辞手段在广告标题中得到了广泛的应用, 其中最常见的有头韵与脚韵, 谐音和拟声等。

1. 头韵与脚韵 即在词的开头或末尾连续重复相同的字母或发音。它赋予语言的节奏感, 可以加强语言的表现力, 使其明快、流畅, 因而在广告标题中十分常见。例如, Stone & Webster Engineering 在宣传其咨询服务时, 采用了这样一则广告标题: Together towards tomorrow 读起来颇觉铿锵有力, 节奏鲜明。Dress for success... for less. 这是 Jos. A. Bank Clothiers Inc. 在推销其系列服装时的一则广告标题, 使用的是脚韵这一修辞手段。这一标题对读者的吸引力非常之大, 不失为一成功之佳作。

2. 谐音 根据广告标题的内容, 选择最适当的语音结构, 借助音韵的和谐与悦耳, 引起读者的相应感情, 在读者的脑海里引起相应的联想—安适、宁静、高贵等各种舒适之感, 从而加深广告标题内容的表达力和感染力。例如, Summer time is White Linen time. 这是 Estee Lauder 推销该服装公司的白色内衣时的广告标题。

3. 拟声 用相似的语音摹拟某种非语言的声音, 造成相应的形象生动的声响印象, 使读者犹如临其境, 亲闻其声。例如, Cessna Airport Company 飞机制造公司的广告标题就运用了下述拟声这一修辞手段, 表现出该公司制造的飞机噪声低微。

Shhhhhhh!

At some of the nation's busiest suburban airports, Citations are the only jets judged quiet enough to land late.

总之, 广告标题中使用的修辞方式是多种多样的, 运用也是非常灵活的, 以上所述, 只是在广告标题中使用最广泛的几种修辞手段及其效应, 仅供读者参考。

(上接第50页)

渐增多, 其中有重型汽车制造专有技术、柴油机喷油装置技术、粉末冶金磨擦喷洒专有技术等等。

目前, 我国正在努力进行四个现代化建设, 对外开放、对内搞活是我国坚定不移的方针。今后, 我国同西欧国家的经济贸易关

系一定会进一步加强。七十年代以来, 奥地利和我国贸易额虽有较大发展, 但在两国各自的贸易总额中的比重都不高, 应当说, 扩大贸易的潜力还是很大的。在经济技术合作方面也是大有可为的。只要双方共同努力, 两国的经济贸易往来一定会更加紧密。