

英语委婉语造就成功广告

姚吉刚

(安徽建筑工业学院 外语系,安徽 合肥 230601)

摘要:广告作为一种实用文体,为达到劝说消费者的目的,往往使用大量的修辞格,委婉语是广告中常用的一种修辞格。委婉语以其独特的语用特征和语用功能,使得广告获得简洁、得体和唯美的语用效果,造就了许多成功的广告,也提高了对产品的宣传力度,达到了销售的目的。

关键词:英语委婉语;广告;语用模糊

中图分类号:H314.1

文献标识码:A

文章编号:1672-447X(2010)02-0088-04

广告在现代商品世界中无孔不入,已经成为人们生活中不可缺少的一部分,广告的成功与广告语言的策划息息相关。广告语言通过艺术性和生动性向人们传递商品的信息,劝导人们购买其产品。成功的广告创作需要技巧,而在广告中最常用的创作技巧之一就是使用委婉语。从委婉语的角度分析广告的特点,能更好的把握其所体现出来的各种功能,进而发现其巨大的魅力。

一、委婉语

委婉语是一种十分重要的语言现象,在人类的社会生活中起着不可替代的作用。人们在运用语言进行交际时,一般情况下是进行直率性表达,从而形成直接语;而在特殊情况下会进行隐含性表达,从而形成委婉语。委婉语是一种社会语言学现象,它的形成是各种社会心理因素和其他因素综合作用的结果。从这一点而言,委婉语可以折射出社会发展的一般性和特殊性,折射出社会价值观、道德观以及文化的民族性和共同性。委婉语(euphemism)一词源自希腊语,词头“eu”的意思是“good”(好),词干“phemism”的意思:“speech”(言语)。整个字面意思是“words of good omen”(吉言)或“good speech”(好

的说法)。委婉语的目的在于采用婉转、温和的词语来表达某些不太好听的内容。例如,英美人对pus(脓)、puke或vomit(呕吐)这种听起来令人恶心的词,常用matter(脓)、upchuck(呕吐)来代替。这样就比较容易被谈话双方所接受,尤其是upchuck,还是俚语,带有几分诙谐色彩,使人以轻松的心情来谈论“呕吐”。委婉语大多用漂亮的话或玲珑的谈吐来表达意思,用一种无害的或听起来令人感觉好的、悦耳的词来代替一些比较直接的、冒昧的、唐突的言辞,或者说用善意的话语把一些令人一时难以接受的事实掩盖起来。在现代社会中,它相当广泛地应用于生老病死、犯罪、职业、教育、军事以及生活的各个方面。正如美国学者Hugh Rawson所描述的那样,委婉语“如此深深地嵌入我们的语言,以至我们中间没有谁——即使是那些自诩言谈直截了当的人——能够在不使用委婉语的情况下过完一天的。”^[1]委婉语从产生之日起,就担负着“润滑”交际的作用。“如果没有委婉语,世界的运转会因摩擦而停止,人间将充满仇恨。”^{[2]113}

二、广告文体

广告(advertise)一词源于拉丁语“advertere”,意

收稿日期:2009-06-23

作者简介:姚吉刚(1976-),安徽肥东人,安徽建筑工业学院讲师,硕士,研究方向为模糊语言学和词汇学。

为“注意”、“诱导”。在全球化的经济时代,广告充斥着现代社会生活的方方面面,尤其在繁华都市,广告更是铺天盖地,无所不在。法国广告评论家罗贝尔·格兰曾经说过:“我们呼吸的空气是由氧气、氮气和广告组成的。”^[1]这虽是一句戏言,却是不争的事实。的确,广告作为传播信息的一种方式,已成为人们生活中不可缺少的一部分。广告甚至变成了现代工业文明社会的一个标志。广告正以各式手段(如视觉、听觉)冲击着人们的眼球。但是,无论广告采取什么样的形式和手段,语言仍是广告的第一大要素。广告语言不似诗歌、散文那样具有高度的艺术性,因为它毕竟以赢利为目的,商业味太浓,但广告语言也具有独特的艺术技巧和修辞特点。^[2]21世纪的广告是一条容纳百川的大河,具有创造性(creativity)和利润性(profitability),这种创造性就是广告语言的魅力,它直接为商业利润服务。何自然在分析广告时曾说到:“广告语言作为直接为经济服务的一种手段,是社会语用学的一个重要研究课题。”^[3]

在经济不断发展的现代社会中,作为推销产品、促进消费、加强了解的理想媒介,广告正以各种形式影响着人们的生活,一般来说,广告具有多种文体特点,如:宣传性、情报性、真实性、吸引力、启发性、民族性、针对性、艺术性等等。^[4]了解、掌握这些特征,对理解、品味广告词具有十分重要的意义。成功的广告要求用词优美独到,句法洗练而内涵丰富,具有强烈的艺术感染力和语言文学美,给人视觉及听觉上美的享受,令人回味无穷。而作为宣传的载体,广告的真实性十分必要,这就要求广告的语言表达要精准,让人信服,但这与委婉语的使用并不矛盾。委婉语是语言的一个重要组成部分,语言委婉现象大量存在于口语交际和书面交际之中,实际上人类生活中不可能没有委婉概念,不可能处处用直白概念代替委婉概念。广告语既不同于正式的书面语,又不完全等同于日常的口语。它具有简明、生动、形象化、富有感染力和吸引力以及含蓄、礼貌等特点,委婉语的存在正好满足了广告语的这种语言表达需要。一则成功的广告语往往离不开委婉语的功劳。

三、英语委婉语在广告中的应用

委婉语意思为“speak with good words”,广告就要“speak with good words”才能具有说服力和吸

引力,促使受众购买某种商品或接受某种服务。优美的广告能使人百听不厌、百看不厌,每次都能让人有新的感悟,它的促购功能更是达到相当程度的发挥,广告英语中委婉语的应用主要有以下几种表现手段。

(一)词汇手段

1. 借拼

Kool 牌香烟。Kool 与 cool 发音相同,令人联想到此种香烟会给人带来一种清爽的感觉,淡化了香烟的危害性,起到了很好的委婉作用,有利于该品牌香烟的销售。

2. 使用语义扬升的前缀和后缀

英语广告中常出现 super-、extra- 等前缀和-ique、-ex 等后缀,目的是强调产品的优异品质。如:supernatural、super-light、super-eminent、the extra-smooth Cologne for an extra-special man(特别的古隆香水给特别的人)。一些女士服饰品牌后常会加上来自法语 boutique(女士服饰用品专卖店)的后缀-ique,像 Footique、Bootique 等,藉此令女士们联想到时髦讲究的法式服饰,增加广告的吸引力。后缀-ex 有 excellent 的含义,x 又与科学有某种联系。-ex 使用在一些商标上,可以淡化某些令人不快的词义或扬升某种词义。Ardrex(卫生纸商标)、Tampax(卫生巾商标)、playtext(胸罩商标)都是利用-ex 或 x 来委婉淡化生理联想上的不快,强化洁净可靠的概念。

3. 使用语义扬升的词汇

广告语言中绝大部分词汇是褒义词,大量使用语义扬升的词汇给人们带来了美好的联想。在美国,女士在购买连裤(pantyhose)时,常遇到 Queen Size 这个标志,那么为什么是 Queen Size 呢?这种说法是商家杜撰的,是他们根据 King Size(特大号)的含义模仿而来的。Queen Size 就意味着这种连裤袜是为了 Queen Size Women 准备的,也就是说为肥胖女士准备的。但 fat 一词令人不悦,从而创造出 Queen Size,既指 Queen Size pantyhose,也指 Queen Size Women,在这个广告里 Queen Size 是 fat 的一种委婉说法。再如,为了满足乘客的尊严感,一些航空公司将 First Class(头等舱)改称为 Deluxe Class(豪华舱),Second Class(二等舱)改称为头等舱,三等舱改称为 Business Class(经济舱),这样人人都感受到了尊重。used car(旧车)坐起来不怎么舒服,改为 pre-driven classic(开过的一流车)或 pre-owned classic,心理上的感觉就好多了。有的 second-furniture

(旧家具)的店门口挂的则是 antique(古董)的招牌。

4. 动词 buy 的回避使用

“Buy”总给人以“钱”或“把钱花出去”的令人不快的联想,所以广告英语中常常用 get、use、sponsor、look for、find、discover、let、try、ask for、send for、introduce、choose 等动词取代 buy, 比如:

(1) You'll find our MeshKnit has more of nearly everything—except flies, slubs and crocking.

(2) Discover a luxurious prescription shampoo that medically treats a leading cause of dandruff.

(3) Introducing Picture Mail that talks.

(4) I want you to sponsor a Rice Paddy Baby.

上面四个广告中的划线单词都是对 buy 的替代说法。也可用以下方式表达: make X your toothpaste; give her/ him an X 等(“x”代替产品名称)。这样一来,淡化了广告的商业色彩,减弱了对“钱”的联想,而且体现了厂商对所推销商品的自信和对受众购买权的尊重。

(二) 句法手段

1. 广告中大量使用疑问句和条件句,委婉地诱导读者进一步思考和行动

With all other water filters, it's up to you to remember to change the filter cartridge. But what if you forget? Or what if your filter is filling up faster than you realize?

该例为一过滤器广告,指出用其他过滤器,需常记得去换过滤芯,但如果忘了怎么办? 提出问题,引发读者思考对比,暗示其他过滤器的缺点,推出自己的过滤器,可以说用心良苦。类似的例子还有: Are you going gray too early? (乌发乳广告); Wouldn't you really rather have a Buick? (Buick 牌汽车广告); Without vitamins, life itself would be impossible. (药品广告)

2. 间接否定也可以体现出委婉的说法

……In a world that's far from perfect, isn't it nice to find something that's practically there?

这是一例大众汽车的广告,其中 far from perfect 意为“不完美的”,实现了委婉否定,突出了产品的完美性,“在一个远远不是完美的世界里发现完美的东西岂不可喜?”类似的例子还有: No business too small, No problem too big. (IBM 广告); Life is harsh, Your Tequila shouldn't be. (生活是苦的,但你的特基拉啤酒不会)。这些广告都是利用否定句间接地通过委婉语来进行商品之间的比较,避

免了直接比较而引起的麻烦。

3. 使用过去时态

传统的广告英语一般不使用过去式,而多用现在时态以表明商品的持久性和永恒性,可是今天的广告英语使用过去式的现象已不少见,它具有某种独特的委婉作用。比如: While you slept last night, Boeing airplane landed 6,000 miles through the world. (航空公司广告)。这里用过去式模拟乘客的经历,以增添广告的真实性和客观性来达到委婉目的。

(三) 语用模糊手段

广告英语还可能通过语用模糊手段来达到委婉。模糊语言使言语表达更委婉、含蓄、有礼貌,特别是针对一些刺激性强的话题,使用模糊词常常可以起到掩饰或回避作用。模糊性是委婉语最重要的一个特征,这是因为客观事物和现象本身就存在模糊的特点,人们对它们的认识就存在着不确定性、不精确性和不全面性。^{[9][10]}

1. 语音模糊

语音是语言的物质结构系统。语音的模糊性是指语义内容的载体——语音形式中存在着难以明确确定的语音相容现象。语音模糊性主要体现在音素、音位、语流之中。就广告而言,最常见的语音模糊就是谐音。比如: More sun and air for your son and heir. 这是某海滨浴场广告词,它利用 sun and air 与 son and heir 的同音、异形、异义的谐音模糊了概念,提高了广告的号召力,让人记忆深刻,起到了很好的委婉和幽默的效果。再看一例: Try my sweet corn, you'll smile from ear to ear! 这则甜玉米广告采用了短语“from ear to ear”(笑得合不拢嘴)中的“ear”(耳朵)与这里的“玉米穗”(ear)同音、同形、异义而达到了商家所要表达的委婉和双关的效果。

2. 语义模糊

语义的模糊性可以说是随着语言的存在而诞生的,语言的古老性和语言的模糊性是成正比的。也就是说,语言中的词愈往上追溯,它的模糊性愈加明显。这句话也说明,词语的模糊性从古至今并不是一成不变的。自然语言中的许多词语都具有模糊属性,如形容词、动词、数词、比喻词等,它们所表达的概念意义的外延往往是模糊的,没有明确的界限。在广告英语中如果大量使用精确词语表达,反而会妨碍人们精确领会其意思。如: The inside sto-

ry is leaking out (推销尿布的广告) 和 Commit no nuisance“禁止大小便”(招贴广告)。inside story 实际上指的是小孩尿尿,尿尿和大小便既不雅,词义又精确。这里的尿尿和大小便被模糊的词语婉指了,既起到了礼貌文雅的作用,又起到了很好的宣传作用。

在美国,为了限制司机的行车速度,交通部门曾设计了一则非常幽默风趣的广告:“If you drive with the speed of no more than 30km, you can enjoy the city's beautiful scenery; over 60km, you will be a guest of the court; over 80 km, the city's best equipped hospital will await you; over 100km, the God will see you.”该广告的汉语翻译如下:“阁下驾驶汽车,时速不超过 30km,可以欣赏到本市的美丽景色;时速超过 60km,请到法庭做客;超过 80km,请光顾本市设备最新的医院;上了 100km,祝您安息吧!”这则广告中,“请到法庭做客”委婉地表达了违反了交通规则的意思,“请光顾本市设备最新的医院”表示了“遇到车祸需要治疗”,“祝您安息吧”表示了“死亡”,它们都是用模糊幽默的语气警告人们要遵守交通规则,由此可见这是一个利用委婉语的模糊性创作出来的非常好的公益广告。

四、结 语

美国广告协会 ANA(Association of National Advertising)把广告的目标归纳为——Awareness、Comprehension、Conviction 和 Action(ACCA),即认知、理解、说服和行动。广告的目的是推销产品,是要让广大的目标受众接受广告的内容并付诸行动,所以广

告词的撰写必须具有极强的技巧性,而使用委婉语确实能起到很好的效果。作为人们在社会交往中为谋求理想的交际效果而创造的一种语言表达形式,委婉语的使用可以回避语言文化交流所带来的禁忌、社会心态等问题,有助于取得审美意识上的共通,它的含蓄特征能够给受众提供想象的空间、审美的空间并获得巨大的美感愉悦空间,符合人类整体的审美要求,所以在广告英语中备受青睐。广告英语中委婉语的使用能切合内容的题旨及情境,提高语言文字的表达力,有时甚至还能超脱寻常文字、寻常语法,甚至寻常逻辑的作用,使广告英语内涵深厚、耐人咀嚼、含蓄优雅,呈现出一种动人的魅力,极大地增加了广告宣传的效果。随着社会的发展,广告已在当今社会的生产和消费中起着非常重要的作用,它是企业市场策划中的一个重要内容,是帮助企业实现其经营目标的必要手段之一。人们对商品的外包装、质量、售后服务以及商品的外部宣传更加注意,更加挑剔。因此,商家也应在广告英语的语言特色上多下工夫,有效地运用委婉语以吸引消费者的注意力,激发他们的购买欲,从而实现预期的经济效果。

参考文献:

- [1]Rawson, H. *A Dictionary of Euphemisms and other Doubletalk* [M]. New York: Grown Publishers, 1981.
- [2]Enright, D.J. *Fair of Speech: The Uses of Euphemism* [M]. London: Oxford University Press, 1985.
- [3]汪滔.广告英语[M].合肥:安徽科学技术出版社,2001.
- [4]何自然,冉永平.语用学概论[M].长沙:湖南教育出版社,2002.
- [5]方平.模糊语言造就成功广告[J].读与写杂志,2008,(10).
- [6]伍铁平.模糊语言学[M].上海:上海外语教育出版社,2000.

责任编辑:曲晓红

English Euphemism Makes Successful Advertisements

Yao Gigang

(Department of Foreign Studies, Anhui Institute of Architecture and Industry, Hefei230601,China)

Abstract: Advertisement is a kind of applied writing style and its main purpose is to persuade consumers to buy certain product or to accept certain service. To fulfill this purpose, apart from other figures of speech, a lot of English euphemisms are used in advertisements. English euphemism has its unique pragmatic features and pragmatic functions, which can make advertisements concise, appropriate, and beautiful. Many successful advertisements are made by the use of English euphemism. As a result, the propaganda of certain product or certain service is improved and the aim of selling is achieved.

Key words: English euphemism; advertisement; pragmatic vagueness

英语委婉语造就成功广告

作者: [姚吉刚](#), [Yao Gigang](#)
作者单位: [安徽建筑工业学院, 外语系, 安徽, 合肥, 230601](#)
刊名: [黄山学院学报](#)
英文刊名: [JOURNAL OF HUANGSHAN UNIVERSITY](#)
年, 卷(期): 2010, 12(2)
被引用次数: 1次

参考文献(6条)

1. [Rawson H](#) [A Dictionary of Euphemisms and other Doubletalk](#) 1981
2. [Enright, D. J](#) [Fair of Speech: The Uses of Euphemism](#) 1985
3. [汪滔](#) [广告英语](#) 2001
4. [何自然](#), [冉永平](#) [语用学概论](#) 2002
5. [方平](#) [模糊语言造就成功广告](#) 2008(10)
6. [伍铁平](#) [模糊语言学](#) 2000

相似文献(10条)

1. 期刊论文 [丁树亭](#) [英语委婉语的广告价值分析](#) - [考试周刊](#) 2009(3)
英语委婉语既是一种语言现象, 也是一种文化现象, 被广泛地使用并在交际活动中发挥着重要作用. 广告语言的目的在于左右大众的意愿、观念 and 态度, 是一种单向交际, 语言应该具有说服力和诱惑力, 能唤起各种愉快联想. 为达到以上目的, 广告语言要尽量使用比较委婉的词或表达方式. 本文主要介绍委婉语及其在广告中的应用.
2. 期刊论文 [张剑萍](#), [Zhang Jianping](#) [英语委婉语的社会功能和广告应用](#) - [江西科技师范学院学报](#) 2007(6)
委婉语不仅是一种社会语言现象, 更是一种文化现象. 交际过程中, 只有了解委婉语社会功能, 才能达到成功的交际目的. 委婉语在各个领域都有广泛的应用, 在商业广告中很好地利用委婉语, 可以使消费者加深了对产品的印象, 引起购买的欲望, 达到促销的目的.
3. 期刊论文 [邓春梅](#), [DENG Chunmei](#) [英语委婉语在社会交际中的文化内涵](#) - [重庆电子工程职业学院学报](#) 2009, 18(6)
英语委婉语作为折射西方文化的一面镜子, 具有强大的交际功能和丰富的文化内涵. 本文旨在从宗教、政治、战争、广告等角度入手, 对英语委婉语在社会交际中的文化内涵进行分析和探讨, 以期帮助英语学习者在跨文化交际中更好地实现交际效果.
4. 期刊论文 [吴俊](#), [WU Jun](#) [英语委婉语在广告英语中的应用](#) - [黑龙江教育学院学报](#) 2005, 24(6)
委婉语在现代文明高度发展的过程中发挥着越来越重要的作用, 特别是在西方的政界、宗教界、商界以及人们的日常生活中使用得越来越频繁. 因此, 商家也应在广告英语的语言特色上多下工夫, 有效地运用委婉语, 以吸引消费者的注意力, 从而实现预期的经济效果.
5. 期刊论文 [朱红梅](#) [从委婉语看英美社会与文化](#) - [上海电力学院学报](#) 2003, 19(1)
语言与文化密不可分, 它是文化的一部分, 同时反映了文化. 英语委婉语对西方文化特别是英美文化的反映是从通过对不同类型的委婉语的具体应用实现的. 有关于死亡的委婉说法, 为避免亵渎神灵鬼怪而用的委婉语, 有关性行为、排泄以及人体某些部位的委婉语, 有关年龄、相貌等个人特征的委婉语, 与某些职业有关的委婉语, 有关社会与经济生活的委婉语, 教育界使用的委婉语, 商业、广告等社会生活方面的委婉语, 以及有关战争的委婉语等.
6. 期刊论文 [朱红梅](#), [雷冬雪](#) [从委婉语看英美社会与文化](#) - [河南商业高等专科学校学报](#) 2002, 15(5)
语言与文化密不可分, 它是文化的一部分, 同时又反映了文化. 英语委婉语对西方文化特别是英美文化的反映, 是通过对不同类型的委婉语的具体应用实现的, 诸如有关死亡的委婉说法, 有关年龄、相貌等个人特征的委婉语, 与某些职业有关的委婉语, 教育界使用的委婉语以及商业、广告等社会生活方面的委婉语, 不一而足.
7. 期刊论文 [樊艳萍](#) [英语委婉语现象浅析](#) - [郑州轻工业学院学报\(社会科学版\)](#) 2001, 2(3)
英语委婉语一般是通过构词手段、拼写手段、词汇手段、语法手段和修辞手段等构成. 委婉语主要运用在表达人的器官和生理现象方面、职业方面、教学方面、政治军事和国际关系方面以及商业、广告等社会生活方面的一些可能使人产生不愉快的话语.
8. 期刊论文 [樊艳萍](#), [姚长生](#), [FAN Yan-ping](#), [YAO Chang-sheng](#) [英语委婉语现象浅析](#) - [青海师专学报\(社会科学\)](#) 2002, 22(1)
初略探讨英语委婉语的构词手段、拼写手段、词汇手段、语法手段和修辞手段等表现方法, 表示人的器官和生理现象方面、职业方面、教育界、政治、军事和国际关系方面以及商业广告等社会生活方面的英语委婉语具体的表现形式.
9. 期刊论文 [李永宁](#) [跨文化交际中的英语委婉语—兼议与汉语之比较](#) - [温州职业技术学院学报](#) 2001, 1(2)
在跨文化交际中, 委婉语具有重要的社会功能: 一方面, 它可以维持语言禁忌的施使和效能; 另一方面, 它可以用来保持良好的人际关系, 以促进言语交际的正常进行. 本文对英语委婉语在社会生活和社会事务、教育、政治、军事和国际关系、商业广告以及人体生理现象等方面所涉及的对象和范围做了一些探讨, 并就某些英语委婉语与汉语进行了一些比较.
10. 期刊论文 [辛磊](#) [浅谈英语委婉语](#) - [文教资料](#) 2006(28)
委婉语是人类社会中普遍存在的一种语言现象, 是用语言来调剂人际关系的一个重要手段. 使用委婉语的目的是在谈话时起到一种避讳、淡化的作用, 将所要表达的意思用令人愉快、舒服的形式表达出来, 在社会生活中、政治事件中、商业广告中、教育领域里, 委婉语都广泛地被运用.

本文链接: http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical_hsxxyb201002024.aspx

授权使用: 黄山学院学报(qkhsxy), 授权号: 33d0557f-9c17-4879-b333-9eb9010f1c05

下载时间: 2011年4月2日