

走进街头巷尾，感受语文魅力

——浅谈广告中的语文

钟银清

(惠州市演达中学 广东 惠州 516025)

[摘要]生活处处是语文，语文时时现生活。街头巷尾，琳琅满目的招牌，各具特色的广告语，到处都有语文的影子。从各种各样的广告语中，我们可以品味出语文不同的样子。在生活中，细心去观察生活，用心去品味语文，可以学到许多语文知识，感受到语文的无限魅力。当前，从广告中出现的语文现象来看，我们也要正确认识“广告语”给我们带来的利与弊。

[关键词]生活；语文；广告语；品味；反思

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.05.748

中国的语言文字源远流长，博大精深，富有无穷无尽的情趣和不可言传的妙趣。而语文在我们的生活中，不仅是一种沟通交流的工具，更是一门语言艺术。它能陶冶我们的情操，提升我们的修养，震撼我们的心灵；它无时无刻不在丰富着我们的生活，为我们的生活增添色彩。

一、语文与广告语

生活中处处有语文。国家法律法规的颁布实施、科学技术的发展、社会文明的传承、人类生活的方方面面……，处处都有语文的影子。所以，大到国家的发展、社会的进步，小到人类的衣食住行，都离不开语文，语文在我们的生活中无处不在。

穿梭在三栋的大街小巷中，琳琅满目的招牌、广告牌、标语等各具特色，不但给我们展示了人们的智慧，而且还呈现出语言文字的无穷魅力和乐趣。各种各样的广告语言，蕴含着不一样的意味，给我们带来不同的语文体验。现在，就让我们一起去寻找语文的足迹，一起去品味丰富多彩的语言文字吧！

二、从广告语中品味语文

1、妙用谐音

中国的语言文字颇有趣味，有数不清的同音异形字；而人们总是发挥着自身的智慧，把语文的魅力展现得淋漓尽致。如很多商家常常利用谐音去设计广告语，从而得到出人意料的广告效应。

如三栋市场旁的一家理发店的店名为“丝想者发艺”，“丝想者”让人联想到“思想者”，“丝”和“思”谐音，这个名字取得非常有深度。“思想者”给我们描绘出这样一幅画面：一个人右手托着下颌，低头深思……，这仿佛让人看到一个学者的形象，也恰如其分地将发型设计与形象巧妙地相吻合。这个名字不但设计得有深度，而且给消费者带来一个想象的空间，非常有创意。

又如当地知名品牌服装店“爱依服”，“依”和“衣”谐音，不难想象，商标的寓意：这里的衣服，一旦爱上了，便会让人依依不舍。这衣服似乎有强大的诱惑力，衣服本身不会说话，但因商标设计得巧妙，使这衣服具有了活力，令顾客潜意识地被吸引，激起购物的兴趣，便会想要走进去看看。

2、巧用修辞

不少的商家为了吸引顾客，广告词巧用语文中的修辞手法，令人耳目一新，让人第一眼看到就留下深刻的印象。有一次，我在路上看到一辆小车的车尾贴了某汽车维修公司打的广告——别吻我，我怕修！这则广告马上吸引了我的眼球，“修”和“羞”谐音，语言生动形象，充满幽默风趣的意味；同时它还运用了拟人的修辞手法，语言富有表现力，极其含蓄地提醒大家要注意交通安全，达到巧妙的效果。

类似这样的广告词还有——眼睛是心灵的窗户，请给您的窗户装上镜子吧！这是一则眼镜公司打的广告语。这条广告语运用语文的比喻修辞手法，生动形象地突出了眼睛的重要作用，暗示人们：近视者要爱护眼睛，就要配好眼镜。这让广告语变得富有人文关怀。

3、引用古诗词

古诗词是我们中国的优秀传统文化，它能熏陶、美化我们的心灵。引用古诗词，不但可以取得出彩的效果，而且还能让人感受到别样的韵味。所以，很多商家喜欢引用一些古诗词、

成语，以增强广告的幽默趣味，以此来吸引顾客。

我在学校附近做调研时，看到一家饮食店名为“愿者上钩”，招牌颇具趣味，让人看了感觉眼前一亮。“愿者上钩”这个成语出自《武王伐纣平话》卷下：姜尚因困守时，立钩钓渭水之鱼，不用香饵之食，离水面三尺，尚自言曰：“负命者上钩来！”。后来，人们就常用“太公钓鱼，愿者上钩”来比喻心甘情愿地上圈套。商家用“愿者上钩”作为商标，幽默诙谐，不但让顾客清楚知道这家店是个吃鱼的地方，而且引用了人们熟悉的成语，当人们不知该选择哪家餐馆吃饭时，第一时间就想到它了，这样就为商家打响了名堂。

又如“杏花村酒”所打的广告，它直接引用杜牧的《清明》一诗：“清明时节雨纷纷，路上行人欲断魂。借问酒家何处有？牧童遥指杏花村。”这首诗，语言通俗易懂，音节十分和谐，景象清新、生动，境界优美。商家借用这首诗来赋予酒一种特别的意境，不但能触动人们的心灵，而且能令人受到诗中情感的熏陶。看到这首诗，思绪绵绵，感情油然而生，又怎会不想去品尝这独特的酒呢？

三、广告语中的反思

看到如此之多精彩的商标和广告语，在对人们的智慧和语文的魅力感到惊叹的同时，也引发了我的一些感悟。五花八门的广告语通过各种渠道传遍至千家万户，迅速让人耳熟能详，在细细品读这些广告语之后，我们能够从中学到不少的语文知识，领悟到我国语言文字的博大精深。但是，广告语对学生学习语文的影响，可以说是一把双刃剑，它既起着促进作用，又起着妨碍作用。

商家利用谐音字改动固定的成语，从而创造出了许多生动鲜活的新词。比如“一步到胃（位）”“食全食美（十全十美）”“首屈一纸（指）”“有（备）杯无患”……等等；不可否认，这些词新颖、生动、精炼的特点以及较强的艺术性，对学生探索和体验语文的乐趣方面发挥了巨大的作用。但是，这些成语的变异现象，对于一些低年级的孩子或语文水平较低的人，他们或许不能做出正确的辨别；或者有时看得多、听得多，便有可能潜移默化地被误导，这就会影响青少年对学习语文的健康发展。

综上所述，各种各样的广告语出现在我们的生活中，而语文也早已渗透在生活中的每一个角落。从广告中，我们可以学到不少的语文知识，感受到语文的无穷魅力；它处处点缀着我们的生活，让我们的生活变得更有趣味。但，我们也要清晰地认识“广告语”这把双刃剑，懂得辨别广告语言，学会在广告中寻找语文的真谛。所以，在生活中，我们要仔细观察，留心生活中的点滴，用心去感受身边的事物，提高自己对生活的感悟，从而不断提升自己的语文素养。

参考文献

- [1]原永明.以优秀传统文化浸润学生心灵[J].人民教育,2014,(4)(13):70-71.
- [2]王本英.让语文教学回归生活世界[A].国家教师科研基金管理办公室.国家教师科研专项基金科研成果(汉字文化卷四)[C].(4):国家教师科研基金管理办公室,2016:2.
- [3]李澄.姜太公钓鱼,愿者上钩[J].开心老年,2013,(4)(11):27.