

从语言美学角度看英语商标词

袁鹏飞^{1,2}, 屈雪芳²

(1.泸州高中, 四川 泸州 646000; 2.西华师范大学 外国语学院, 四川 南充 637002)

【摘要】美学语言学是语言学的众多分支之一, 言语美是其讨论的一个重要内容。商标词是一种特殊的言语, 凡是好的商标词, 都能给人以美的享受。本文将从商标词的音韵美, 结构美, 意境美和创新美等方面探讨英语商标词的言语美, 从而让人们们对商标词的命名、翻译以及理解进行全面的认识。

【关键词】美学语言学; 言语美; 英语商标词

【中图分类号】H313 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-1883(2012)04-0023-03

一 引言

“美学语言学是研究语言的审美属性、研究日常言语活动和言语行为既作为交际活动又作为审美活动的特点和规律的学科。”^{[1]102}按照钱冠连的观点, 美学语言学可以分为语言美和言语美两方面, 而言语美则具有更加丰富的内容。“言语美实际上分两个层次表现出来。第一个层次里的言语美, 其特点是语言形式美特征突出, 即从语言形式上可以听出(看出)音韵节奏的齐一与变化、对称、比例与和谐, 此时的言语活动本身就是审美对象, 这是言语美的首要层次; 第二层次的言语美, 其特点是语言形式美特征隐退, 既从语言表达实体上看不出(听不出)音韵节奏的齐一与变化、对称与均衡、比例与和谐, 但话语被当成了审美媒介, 传达出来的事意象, 引出的事意象美。”^{[1]104}英语商标词也是一种具体的言语, 它是“由个别人或个别企业精心挑选或创造出来的用于区别其他企业商品的一种专用符号, 它具有特定的标志意义和丰富的象征意义, 承载着独特的商品信息和文化信息。”^{[1]10285}商标词为消费者提供了重要的商品信息, 是商家向消费者展示出的第一个广告。好的商标词要么表象独特, 要么寓意深远, 从而容易给消费者留下深刻的印象。所以, 本文将从商标词的音韵美, 结构美, 意境美和创新美等方面探讨英语商标词的言语美, 从而一方面为汉语商标词翻译和设计提供依据, 另一方面也为广大消费者提供一些理解和欣赏英语商标词的语言艺术美、了解英语广告文化的参考。

二 英语商标词的音韵美

关于音韵美, 朱光潜先生曾经提到:“情趣必须从文字的声音上体验。艺术家把应表现的情趣表现在音调和节奏里, 听众就从这种音调节奏中体验或感受到他们的思想和情趣, 从而引起同情共鸣。”^{[2]156}音韵美妙的商标词不但能愉悦人的心灵,

而且还会给人留下深刻的印象, 进而达到为企业作宣传的目的。音韵美和商标词的完美结合体现了商标设计者高超的语言表达能力, 表达了商家对企业本身和市场的美好期盼。总的说来, 英语商标词的音韵美主要包括拟声(onomatopoeia), 押头韵(alliteration)和押尾韵(rhyme)等几个方面。接下来笔者将针对以上各方面的音韵美进行举例说明。

拟声现象是英语商标词音韵美的一种重要表现形式, 它既直接, 又形象, 极能引起人的共鸣。例如, “Yahoo”是美国一个著名的网站商标名称, 它实际上是人们在尽情欢呼时吼出来的一个拟声词。当消费者读到该词的时候, 他们的脑海里不但会产生一种朗朗上口的感觉, 而且还会联想到众人齐聚一堂欢呼雀跃的场景。因为这个脍炙人口的商标给消费者带来了美好的感受, 所有不难想象, 他们在以后的生活中极有可能会更加留意这个标志词以及这个商标词所代表的服务。另外一个典型的拟声商标词是“Pepsi”。众所周知, “Pepsi”是美国著名饮料生产商“百事可乐”的商标词。“pep”是气泡爆裂时发出的声音, 而“si”则可以被看作是可乐瓶盖开启后发出的嘶嘶声。这两个结合得近乎声音, 不知道激发了多少消费者无尽的遐想。炎炎夏日, 饥渴难耐, 不要说喝上一瓶百事, 就算是嘴里叨念几次这个词语, 恐怕人们也会觉得嘴里甘爽许多。

英语商标词音韵美的另一种表现形式是头韵。“头韵是指一组词、一句话或一行诗中重复出现开头音相同的单词的一种音韵修辞法”。^{[2]1670}美国著名的语言学家 Wimsatt 在“Alliteration and Hopkins Sprung Rhythm”一文中认为头韵具有独特的美学意义。简单地讲, 作者可以凭借头韵所带来的强烈的言语节奏性和生动性, 烘托出一种声情并茂的气氛, 从而给人带来美的享受。^{[5]1672}头韵在商标词中的运用一方面可以使商标词变得节奏明快, 简明生

收稿日期: 2012-05-30

动,对比强烈,另一方面可以增强其感召力和吸引力,进而刺激消费者的审美感官和唤起他们的购买欲望。例如,Dail-A-Down(体育用品),Intel Inside(电脑芯片);Weight Watchers(减肥食品)等,这些商标词都是押头韵的典型。

押尾韵(rhyme)是商标词音韵美的又一种体现。尾韵,就是用词尾重音元音及其相随辅音的相同或相似的词构成,从而使音调和谐优美,悦耳动听。英语中尾韵也叫“押韵”或“脚韵”。跟头韵一样,尾韵也可以凭借其强烈的言语节奏性和生动性,烘托出一种声情并茂的气氛,从而给人带来美的享受。英语中有很多押尾韵的词,例如Kit Kat(巧克力),Coca-cola(饮料)等,但凑巧的是,它们在押尾韵的同时,还押了头韵,所有给人的感受也就更加深刻了。

三 英语商标词的外形美

吴礼权在《语言美学发轫》一文中提到:语言的外形,即文字本身也可以创造美。^{[6]p35}商标词作为企业打出的第一个广告,它代表着企业的形象,并直接或间接地影响着消费者对企业或商品的评价,所有其外形的设计也必须符合消费者的审美情趣。综合多种商标我们可以看到,商标词的外形美主要体现在简洁美,对称美两个方面。

简单的语言也是一种美。众所周知,人类的学习和认知过程总是从简单到复杂的。众所周知,在语言的认知过程中,人们总是倾向于先学习和记忆那些简单的单词,而后才去记忆和学习那些复杂的单词。由此可见,越简单的词汇,往往生命力越强。商标词的基本特点是让有限的词汇表达尽可能多的信息,它既要简短,又要明白准确地传递关于商品信息。有研究表明:“企业名称的字数对其认知度有较大的影响,当品牌名称分别为4个字母,5-6个字母,7-8个字母,以及8个字母以上时,它们的认知度依次为11.3%,5.96%,4.86%,2.88%”。^{[8]p341}平时人们所熟识的商标词大多属于字母数量较少的单音节词或双音节词,例如Crown(汽车)、Legend(电脑)、Mare(巧克力)、More(香烟)、Nike(运动鞋)、Pampers(纸尿裤)、Tide(洗衣粉)等,这些商标词的共同特点都是简单明了,因此易于为消费者所接受和记忆。

对称美是指设计者在商标的体积和大小等方面做文章,将其外形结构设计成对称状,从而迎合了消费大众的审美情趣,让他们产生美的感受。例如O X O牌牛肉干,它由“O x”(牛)加一个表示食品的后缀“O”组成,“O x”指明了该商品的原料,而“O”则提示了商品的具体类别,两个“O”的运用使得整个商

标词看起来既对称又醒目,让人“回味无穷”。为了达到对称美的目的,商标设计者有时还采用重复或加“&”的手法,以此让其商标富有吸引力,如:A m o u r A m o u r(香水)、Da r & D a r(牛仔服)、Haig & Haig(威士忌)、Johnson & Johnson(日用品)等。

四 英语商标词的意境美

“商标词的意境美是指商品通过词汇的内涵或词汇的联想意义构成组合,烘托出一定的意境,使消费者对产品的功能、特性产生美好的联想,从而刺激其消费欲望。”^{[8]p342}从商标意境美的角度来讲,商标词就是要通过形象化的沟通手段,将消费者的欲望形象化,感性化,呈现出一种情调或情趣,使消费者产生共鸣的联想,进而心悦诚服地接受商标词的指称对象。商标词的意境美可以分为文字意象美和文化意象美两类。

商标词的文字意象美是指商标词本身的词意能够说明商品的特点和功能,并让消费者结合词意对商品产生诸如“坚固、耐用、实惠”等积极评价。如:Ambush(香水)暗示“Ambush”牌香水芳香四溢;Down(去污剂)指明产品去污力强;Clean & Clear(洗涤用品)说明该商品有让皮肤保持美白的明显效果;Delicious(食品)说明产品味道可口;Spirit(饮料),指明商品能够消暑解渴,提神醒目。以上这些商标词传达的意象都非常浅显易懂,消费者可以毫不费力地联想到它们的内涵。

商标词的文化意象美是指虽然商标词的字面意义不能直接地说明产品的特点、功能等,但是这些词在历史的发展过程中都被赋予了特定的意义,因此人们一旦看到这些词,就会联想到这些词所承载的历史典故或社会意义,而这些典故或意义往往能给人带来愉快的感受。具体来说,英语商标词的文化意境美可以从以下几个方面体现出来:(1)古希腊和罗马神话。例如:Dyane(汽车)是罗马神话中月亮女神的名字,是个传统的商标词,有上等、漂亮的象征意义。(2)伟大作家的著名作品。比如,莎士比亚笔下的著名人物Hamlet的名字就被用作一种英国产的雪茄的商标词。人们喜欢Hamlet那种忧郁的英雄形象,而抽烟正好能给人一种深沉,忧思的感觉,无形之间,香烟给人增添了几分英雄的气质,也难怪它会倍受广大消费者青睐。(3)具有历史文化意义的地名,人名及《圣经》。如:Grand Canyon(美国西部科罗拉多州的大峡谷),被用作蒸馏水的商标名,原因在于胜地易于使人产生美好联想,特别是Grand Canyon,那里风光秀丽,水源充足,用来充当水产品商标词,真是恰如其分。EdenVale

是英国产一种乳制品的商标词, Eden是《圣经》中人类始祖居住的乐园,用它作商标带有质朴动人,田园牧歌式的风韵,使人联想起纯真的自然风光。从以上看出,采用具有文化因素的专有名词作商标,是利用这些词的文化内涵给商品带来人文气息,以此来求得消费者的认同。

五 英语商标词的创新美

创新美是集以上几种美于一身的综合性美感。英语中有一个奇特的现象,那就是可以把两个意义完全不同的词通过各种方法组成一个新的词,即所谓的臆造词。英语商标里也有很多通过重组而形成的商标词。英语商标中的臆造词是:“根据商品的特点,性能,用途,采用各种各样的方法和理据,结合语言,文化,心理,市场,美学等学科的原理来创造出一些从来没有过的新词。这类商标词集中体现了语言,文化和艺术的完美结合。”^{[7][219]}厂商通过这些独具匠心的臆造词,极力使自己的商标奇妙新颖,惹人注目,以此来迎合消费者追求新奇的心理。比如, -ex 与 excellent, exterminate 有关,表示“优秀”,“除去”等意思,所以就有 Timex(手表), Firex(灭火器)等商标品牌名; -master 有大师之意,因此 Chairmaster(椅子), Wordmaster(软件)等商标词也会让人对相应产品产生方便适用等感觉;著名商标 Valderma 的前缀 Val 来源于 Value, 而词干则是

希腊文 derma(皮肤),所以整个商标词就隐含“于皮肤有益”的意思;同样地,美国著名电池 Duracell 则是由前缀 dura 和后缀 cell 构成,前后两部分的结合就传达了电池经久耐用的信息。由以上例子可见,由于臆造手法非常地简单和有效,所以它能够被广泛地运用于英语商标词的设计当中。

六 结语

入世以后,中国商品与国际市场上的各种商品之间的竞争日益激烈。在这种大的国际环境之下,企业已经认识到要让自己的商品在国际市场上占有一席之地,光靠质优价廉的竞争手段显然是远远不够的。而今,大多的企业都比较相信品牌效应,认为定期地用广告为自己的商品开拓和保持市场可能比采取质量战和价格战更能取得良好的效果。广告服务的核心是商标词,而其一个重要目的则是要消费者记住商标词,所以一个美妙的商标词往往能帮助企业赢得更大的消费群体。从本文的分析来看,一个好的商标词往往能让人产生音韵美,外形美,意象美和创新美等美感,因此企业在设计和翻译自己的商标词的时候也可以把这几种言美当做参考的标准,以便设计出能让广大消费者喜闻乐见的商品名。另外,商标名的这几个美学标准也可以作为广大消费者认识和鉴赏各种商标名的依据,从而让自己更全面地认识各种商标和产品。

注释及参考文献:

- [1]李莹.英汉商标词之等效翻译[J].西南民族大学学报(人文社科版),2003,6.
- [2]刘嫦.译出原作的音韵美[J].电子科技大学学报(社科版),2006,3.
- [3]梁丽.略谈商标音韵修辞格[J].咸宁学院学报,2010,5.
- [4]钱冠连.美学语言学——语言美和言语美[M].深圳:海天出版社,1993.
- [5]赵明.英语头韵的美学效应与翻译[J].武汉工程大学学报,2009,2.
- [6]吴礼权.语言美学发轫[J].复旦学报(社会科学版).1993,5.
- [7]张春艳,张艳波.浅析英语商标词汇形成方式[J].商业现代化,2008,12.
- [8]祝英玉.英语商标词的语言美学特征[J].商业文化,2010,7.

On the Speech Beauty of English Trademark Words

YUAN Peng-fei^{1,2}, QU Xue-fang²

(1. Lu Zhou Senior High School, Luzhou, Sichuan 646000; 2. School of Foreign Languages, West China Normal University, Nanchong, Sichuan 637002)

Abstract: Aesthetic linguistics is one of the disciplines of linguistics. Beauty of speech is focused on a lot when aesthetic linguistics is mentioned. Trademark words are a kind of special speech. People will enjoy those well-designed trademark words very much. This paper is to depict English trademark words' speech beauty from following four angles——sounds and rhythms, structure, artistic conception, creativity, which would be beneficial to people's complete understanding of naming, translation and explanation of English trademark words.

Key words: Aesthetic Linguistics; Speech Beauty; English Trademark Words