

# 多模态隐喻视角下的白酒广告文化分析

蒲志琴 王朝培

(西华大学, 四川 成都 610039)

**摘要:** 白酒文化在弘扬中华文化的过程中发挥着不可替代的作用。白酒广告是中华文化宣传的载体之一, 多模态隐喻在白酒广告宣传中应用广泛。本篇以洋河梦之蓝、国缘酒的视频广告为语料, 从多模态隐喻理论出发分析白酒视频广告中通过多模态隐喻语篇所体现出的“梦想”文化与“缘”文化内涵极其深刻文化价值。

**关键词:** 白酒视频广告; 多模态隐喻; 文化价值;

DOI: 10.12373/xdhjy.2022.05.4865

中华文化博大精深, 绵延千年且至今仍生生不息, 白酒文化更是其中一颗耀眼的星。白酒是中国独有的, 历史底蕴丰厚; 自古以来, 酒已成为人们表达内心情感的一种寄托。白酒的宣传往往会结合这些特性, 引起消费者对产品的注意。

广告的目的是宣传产品特性, 刺激消费者的消费行为, 提升产品销量。白酒广告的设计结合语言手段和非语言手段来宣传产品, 通过视觉、听觉、触觉的结合来突出酒的优良品质。由此, 设计者将各种非语言符号融合, 构建多模态的隐喻, 调动消费者的视觉、味觉等感官, 使消费者内心形成一种强烈的认同感。“多模态隐喻将语类图式、文化规约、参与者的社会文化背景及当下认知的环境归入隐喻研究, 有助于揭示隐喻的动态构建”。因此, 笔者从多模态隐喻视角出发, 以洋河梦之蓝、国缘酒视频广告为语料, 分析中国白酒视频广告中多模态隐喻构建, 及其产品所体现的文化价值。

## 二、隐喻与多模态隐喻一

### (一) 隐喻

认知语言学认为, 隐喻是修辞表达的语言现象, 是人们头脑中的思维方式, 与人们的体验和认知紧密联系。隐喻随处可见, 如“人生是一段旅程”, 将人生的道路比喻成旅行的道路, 人生和旅行一样, 都有起点、路途中的艰难险阻、到达终点等共性。Lackoff 和 Johnson 在《我们赖以生存的隐喻》一书中, 详尽阐释了生活中使用的隐喻以及头脑中概念化的隐喻认知; 认为“语言的本质就是用一种事物来理解和经历另一种事物。”即, 对一个概念的理解是建立在对另一概念的理解之上。理解抽象概念 A, 可以通过对具体概念 B 的理解来完成。例如“人生就是一场旅行”, 要理解“人生”这个抽象的概念, 人们无法具体描述人生是什么样的, 用“旅行”这一直观、具体的概念就能理解, 把“旅行”的特点投射到抽象概念“人生”, 从而理解人生这一抽象概念。隐喻就是两个概念间的投射, 分为: 一个结构较为清晰的源域 (source domain) 和一个结构较为模糊的目标域 (target domain)。在“人生就是一场旅行”这个隐喻中, 概念 - “人生”就是目标域, 概念 - “旅行”就是源域。隐喻, 就是通过具体概

念来理解抽象概念, 通过具体域向抽象域的投射就是源域向目标域的投射。源域到目标域之所以能产生投射, 是因为概念 - “人生”与概念 - “旅行”具有相似性, 二者都是一段长长的路, 有起点与终点, 困境与顺境。

### (二) 多模态隐喻

从定义上来说, “隐喻即是用具体的事物来表达抽象的概念, 而图像隐喻的源域由文字变成了更为直观的图像, 那么目标域的抽象概念则是由具体的图像来传递。”Forceville 将模态定义为“利用具体的感知过程可阐释的符号系统, 多模态隐喻是指源域和目标域用不同的模态来呈现的隐喻”。Forceville 将模态进行了细致地分类, 包括“图像符号、书面符号、口头符号、手势、声音、音乐、气味、味道和接触九类。”通过多模态的隐喻可以调动读者的感官感受, 如听觉、视觉、味觉、触觉等。在视频广告中, 为调动读者的主观感受, 引起读者共鸣, 就要利用不同模态的符号。视频广告主要利用书面符号、图像符号、音乐符号相互融合, 构建一个多模态隐喻语篇, 为读者呈现一个连续的、激发强烈认同感的语篇, 以吸引消费者。“商业广告是图像、语言文字、声音等多种符号相结合的视觉模态语篇, 其中包含大量的多模态隐喻。”笔者以洋河梦之蓝、国缘酒的视频广告为例, 具体分析多模态隐喻在视频广告中的意义构建, 及其所体现文化内涵与价值。

## 二、多模态隐喻构建与文化内涵表达

### (一) 概念意义构建及“梦想”文化内涵

广告具有较强的说服力, “通过特定的诉求方式给予消费者一定的信息, 对消费者的心理产生一定的影响, 引导消费者的态度和行为使其趋向于预定的方向从而达到预期的效果”在广告设计中, 设计者会最大限度地从消费者角度出发, 满足消费者的心理需求, 刺激消费者的消费行为。

洋河梦之蓝的广告词为“一个梦想、两个梦想、三个梦想、千万亿个梦想”, 每句广告词的图像分别是一个光点、两个光点、三个光点、无数个光点向上运动, 构建一个由图像符号、听觉符号、视觉符号结合而成的一个多模态隐喻语篇。图像符号“光点”映射“梦想”, 因为梦想就像生命中一直追随的光, 构建

隐喻概念“梦想是光点”，视觉模态的“光点”是源域，听觉模态的“梦想”则是目标域。广告中每一帧图像里代表梦想的光点都是在快速地向上升运动，而要实现梦想，就需不断努力向上，该视觉语篇通过视觉图像中光点向上运动的方向映射实现梦想需要不断向上，构建隐喻概念“实现梦想的方向是光点运动的方向”，说明要实现理想需不断努力向上。该广告以黑色为背景，光点全部都为蓝色，并以向上运动的方式出现，在一定程度上起到了指引观众的作用，观众观看广告时目光就会随着光点运动而运动，图像中的千万亿个蓝色光点都汇聚成“梦之蓝”的“梦”，由此突出主题“梦之蓝”，同时也通过视觉、听觉和图像三个模态构建隐喻概念“梦之蓝代表梦想实现”，隐喻实现梦想需要有“梦之蓝”“梦之蓝”（酒）是实现梦想的象征，承载梦想，引领新方向，开拓新天地。

洋河梦之蓝广告构建“光点是梦想”“光点向上运动是梦想实现的方向”“梦之蓝代表梦想实现”等隐喻概念，最大限度地激起观众对梦想的憧憬，特别是心怀理想的年轻人士，最终吸引年轻消费者群体，打开年轻化市场。

表1 “梦之蓝”视频广告中的跨域映射

源域	映射	目标域
光点	——→	梦想
光点向上运动	——→	实现梦想的方向
梦之蓝	——→	梦想实现

(二) 概念意义构建及“缘”文化内涵

部分白酒广告围绕白酒的功能或用途对消费者进行宣传。在国缘酒的广告中，首先是一名男士走上最高的台阶，前方充满光芒，而整个人是在另一个近景的背影上，下方的广告词是“成功”二字。从认知经验看，一个人成功实现梦想就是走向人生巅峰，且闪闪发光，同时近景的背影营造出一种仰视、伟大的感觉。这里的最高的台阶上充满光芒的人影以及背景人影作为源域映射目标域——一名成功人士。接下来，这名成功人士出现在晚宴上，与朋友举杯庆祝，广告词为“需相助”。设计者通过这个晚宴交谈的场景寓意酒象征成功，而成功又离不开互助，体现中国“缘文化”的内涵，从而引起读者内心的认同感。因此，在这篇多模态语篇中，阶梯上充满光人影与背景跨域映射成功人士，而晚宴上与朋友举杯庆祝的场景与广告词“需相助”跨域映射成功离不开互助。广告设计者从“以酒结缘”这一点出发，指出酒对于“缘”文化的重要作用。

表2 “国缘酒”视频广告中的跨域映射

源域	映射	目标域
阶梯上充满光芒的人影、背景	——→	成功人士
晚宴上与朋友把酒言欢	——→	成功、拓展社交

四、结语

多模态隐喻广泛应用于各种商业广告中，体现出产品的特性。本文通过对白酒视频广告的分析发现，白酒广告中的隐喻认知不仅仅局限于语言文字符号，同时还利用图像、声音、颜色的结合，构建多模态隐喻。洋河梦之蓝，从年轻消费者角度出发，通过多模态隐喻体现“梦想”文化对人的启迪指引作用，引起消费者内心共鸣；国缘酒，从社交角度出发，体现“缘”文化内涵，满足消费者的需求，二者都增强了品牌的宣传力及文化内涵。随着时代进步，消费行业在广告宣传方面需不断创新，从不同的角度出发发掘产品文化内涵，力求满足消费者的不同需求，吸引不同消费群体。

参考文献：

[1] 张德禄, 郭恩华. 多模态话语分析的双重视角——社会符号观与概念隐喻观的连接与互 [J]. 外国语, 2013 (3): 20-28.

[2] Lakoff, G., M. Johnson. Metaphors we Live by [M]. Chicago: The University of Chicago Press, 1980: 6.

[3] 蓝纯. 认知语言学与隐喻研究 [M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2005.

[4] 李瑛, 王莲, 田召见. 认知语言学理论与应用 [M]. 北京: 中国经济出版社, 2019.

[5] 陈沿西, 王洪渊. 中国白酒水井坊平面广告语篇中的多模态隐喻研究 [J]. 酿酒科技, 2014 (07): 113-115.

[6] Forceville, C. Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research [M] // Multimodal C Forceville & E Urios-Aparisi. Metaphor. Berlin: Mouton de Gruyter, 2009.

[7] 吴双姣. 商业广告中多模态隐喻的动态构建 [A]. 四川西部文献编译研究中心、成都翻译协会、《科教兴国丛书》编委会. 外语教育与翻译发展创新研究 (第九卷) [C]. 四川西部文献编译研究中心, 2020: 6.

[8] 李媛媛. 广告情感诉求中的消费者心理研究 [J]. 艺术教育, 2019 (02): 237-238.

作者简介：

蒲志琴 (1996-), 女, 汉族, 四川万源市人, 外国语言学与应用语言学硕士研究生, 单位: 西华大学外国语学院, 研究方向: 认知语言学。

王朝培 (1967-), 男, 汉族, 重庆市渝北区人, 研究生导师; 职称: 副教授; 单位: 西华大学外国语学院; 主要研究方向: 认知语言学。