

## 文學與廣告相遇在修辭

臺北市私立延平中學 唐志超

### 簡介

生活在廣告世界裡，廣告隨處可見，時時入耳，充斥在你我的身邊。在不知不覺中，廣告侵襲了每個人的腦神經，甚至影響著每個人的視、聽、言、動，似乎在廣告中出現的品牌就是品質的保證。

廣告是精簡的語言，必須在十餘秒內以一、兩句話，引人注意，這樣有吸引力的語言背後的創意與修辭，是值得學習的。如果說世界上最偉大、最神奇、影響最大的是什麼？恐怕是非廣告莫屬了。廣告的魔力的確神奇，其中最受廣告影響的人，又莫過於青少年學生。

本課程〈文學與廣告相遇在修辭〉，就是以常見的廣告詞配合文學作品，加以分析、說明，希望學生不只是了解文學中的修辭，更能從廣告中認識修辭，學習修辭，進而能運用修辭，寫出創意的文句。

修辭的方式可分為：表意方法的調整與優美形式的設計。本課程在表意方法的調整方面，介紹了誇飾、譬喻、轉化、映襯、雙關、轉品等修辭；在優美形式的設計方面，介紹了類疊、對偶、排比、層遞、頂針、回文等修辭。

每類修辭說明、舉例的流程如下：

- 一、修辭的定義
- 二、修辭的分類
- 三、修辭的原則
- 四、文學中的修辭
- 五、廣告中的修辭
- 六、「文學修辭出迷宮」、「廣告修辭出迷宮」—作為延伸學習與討論

修辭，就是要把所要說的話，不但說得出，還要說得好；把所要寫的文章，不但寫得出，更要寫得好。除了要引起別人的共鳴，更要感動別人。透過修辭，傳達情意，使文章寫得優美，使話說得漂亮。

期望學生能從文學與廣告學習修辭。

## 譬 喻

定義：借彼喻此

要素：喻體、喻依、喻詞

喻體—要說明的事物主體

喻依—用來比方說明此一主體

喻詞—聯接喻體和喻依的語詞

譬喻 = 喻體 + 喻詞 + 喻依

為政以德，譬如北辰，

喻體

喻詞

喻依

居其所而眾星拱之。

## 廣告中的雙關

- 加鈣，「鈣」厲害。〈三好加鈣米〉
- 默默無「蚊」。〈滅飛蚊香〉
- 「手」護臺灣。〈2004牽手護臺灣〉
- 告別小「腹」婆。〈DHC〉
- 「e」起搬「心」家。〈網路諮詢服務〉
- 隨時「聲援」你。〈川貝枇杷糖〉



## 文學中的轉化

- 月出於東山之上，徘徊於斗牛之間。〈人性化〉  
● ●
- 臣不勝犬馬怖懼之情，謹拜表以聞。〈物性化〉  
● ●
- 逮奉聖朝，沐浴清化。〈形象化〉  
● ●

台北市第六屆教育專業創新與行動研究教材教具實物展出  
類高中組

〈文學與廣告相遇在修辭〉教學簡案

作品名稱	文學與廣告相遇在修辭		
配合教學單元	高中修辭	預計教學時間	100 分鐘
能力指標	<p>一、知識探求方面：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 學生能了解修辭。</li> <li>2. 學生能了解文學中的修辭。</li> <li>3. 學生能了解廣告中的修辭。</li> </ol> <p>二、能力培養方面：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 培養學生認識修辭的能力。</li> <li>2. 培養學生分析文學與廣告中修辭的能力。</li> <li>3. 培養學生運用修辭表達情感與寫出創意文句的能力。</li> </ol> <p>三、情意陶冶方面：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 學生能欣賞文學與廣告修辭之美。</li> <li>2. 學生能體悟運用修辭傳達出的情思。</li> </ol>		
教學活動	老師講解、啟發學生思考與理解、激勵學生討論。		
媒體與工具	電腦多媒體(PowerPoint 2002)、單槍投影機、螢幕。		
教學活動進行的步驟或流程	認識修辭→介紹並分析文學中的修辭→介紹並分析廣告中的修辭→文學與廣告中修辭運用之延伸學習與討論。		
成效與省思	<p>一、學生對修辭有更進一步的認識。</p> <p>二、學生能分析文學與廣告中修辭的運用。</p> <p>三、學生了解文學與廣告中的修辭並加以運用。</p>		