

高等教育自学考试广告专业辅导丛书

主编:张俭峰

广播电视广告

Broadcasting and tv advertising

聂艳梅
叶晶晶 编著

课程辅导

guide for analysis



上海财经大学出版社

高等教育自学考试广告专业辅导丛书

主编 张俭峰

广播电视广告

课程辅导

聂艳梅 叶晶晶 编著



上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

广播电视广告课程辅导/聂艳梅,叶晶晶编著. —上海:上海财经大学出版社,2007.3

高等教育自学考试广告专业辅导丛书

ISBN 978-7-81098-873-5/F·819

I. 广… II. ①聂… ②叶… III. 广播电视-广告学-高等教育-自学考试-自学参考资料 IV. F713.80

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 016104 号

□ 责任编辑 张小忠

□ 封面设计 周 韧

GUANGBO DIANSHI GUANGGAO KECHENG FUDAO

广 播 电 视 广 告 课 程 辅 导

聂艳梅 叶晶晶 编著

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海译文印刷厂印刷

上海远大印务发展有限公司装订

2007 年 3 月第 1 版 2007 年 3 月第 1 次印刷

890mm×1240mm 1/32 7.875 印张 226 千字

印数: 0 001—4 000 定价: 19.00 元

总 序

2003年在各类自学考试明显收缩的情况下,上海师范大学通过申报已成为广告学自学考试上海的主考单位。我们认为,这既富于挑战,又具有机遇。在充分估量了市场风险的前提下,我们更看到了市场的诱惑:如广告行业扩大规模和走向专业化,需要大量的人才;自学考试将为大量的具有一定工作经验的广告从业人员提高业务素质、更上一层楼提供广阔的舞台;自学考试也将为有志于加入广告行业的其他人士提供个人发展的空间。这些人员是自学考试最基本而巨大的生源。同时,在更新和提高现行广告从业人员的知识结构和学历层次需要方面,自学考试形式有它不可替代的优势。因为广告行业工作自主性强,工作状态时间规律差,行业知识更新快,从业人员上岗竞争激烈,因此,势必有一些人无法中断工作、集中一段时间来系统接受学历教育。而自学考试这种形式,便能使他们分阶段地、在不影响工作的前提下,见缝插针地实行继续学习,达到提高学历,增强素质的目的。这些已被近年来广告自学考试逐步增长的势头所验证。

广告自学考试专、本科段总共涉及 28 门课程,其中包括全国自学考试统考科目、借考相关学科科目以及由我们主考学校指定教材的科目。“高等教育自学考试广告专业辅导丛书”便是从我们指定教材中选择了八种予以出版的,它们分别是《广告媒体分析》、《广告心理学》、《中外广告史》、《广告设计基础》(理论与技能)、《广告文案写作》、《广播电视广告》、《广告策划》、《广告法规与管理》。由主考学校来编写出版广告自学考试题典丛书自然有它的权威性和合理性。更何况参加编写的教师都是活跃在教学第一线的富有经验的骨干教师,相信这套丛书会

给自学考试者带来帮助。

本丛书在编写过程中力求做到：

1. 以高等教育自学考试教材为依据，按自学考试大纲的要求编写；

2. 突出广告学的课程特点和教学重点，既注重创意思维的训练，注重人文视野的拓宽，又注重专业技能的培养；

3. 实用性、科学性、权威性、指导性并重；

4. 全书以章为单位，一般由“学习要点提示”、“本章题典”、“题典答案”以及“导读资料”四部分组成。“学习要点提示”是对教材各章节提纲挈领的“点穴”，基本囊括“重点，难点，考试点”。“本章题典”与“题典答案”相配合，既按照实战模式提供给考生丰富多样的练习题，又提供参考答案，供考生自查，以增强考生记忆，强化学习效果。“导读资料”展现了鲜活灵动的课外素材，它以拓展思路、开阔眼界为主，从而将课内课外融为一体，体现了案例教学的本质。

张俭峰
2004年7月

目 录

总序/1

导读/1

上 编 广 播 广 告

第一章 异军突起——电子传媒广播的诞生/5

【学习要点提示】/5

一、广播诞生的物质条件和内在因素/5

二、顶住压力生存壮大/5

三、我国的广播事业/6

四、不必忧虑/6

【本章题典】/6

【题典答案】/8

【导读资料】/8

第二章 优劣长短——广播及广播广告的个性/11

【学习要点提示】/11

一、广播所使用的无线电波/11

二、广播媒介及广播广告的特点/12

2 广播电视广告课程辅导

【本章题典】/13

【题典答案】/17

【导读资料】/20

第三章 广播广告的要害/23

【学习要点提示】/23

一、语言/23

二、音乐/23

三、音响/24

【本章题典】/24

【题典答案】/28

【导读资料】/31

第四章 广播广告创意设计(上)/35

【学习要点提示】/35

一、广播广告的类型/35

二、认识创意/36

三、创意思考法/37

【本章题典】/38

【题典答案】/44

【导读资料】/49

第五章 广播广告创意设计(下)/56

【学习要点提示】/56

一、广播广告创意个性/56

二、结构设计/57

三、演播设计/58

四、广告歌/58

【本章题典】/59

【题典答案】/64

【导读资料】/68

第六章 广播广告的制作/72

【学习要点提示】/72

一、拟定制作方案/72

二、抓好演播/73

三、用好音乐/73

四、精心合成/74

【本章题典】/74

【题典答案】/78

【导读资料】/81

第七章 广播广告编播/87

【学习要点提示】/87

一、把好三关/87

二、编排广告节目/87

三、后期工作/88

【本章题典】/88

【题典答案】/90

【导读资料】/92

第八章 广播广告发展战略/101

【学习要点提示】/101

一、走产业化路子/101

二、整合资源,持续发展/101

【本章题典】/102

【题典答案】/107

【导读资料】/110

下编 电视广告

第一章 电视——又一电子传媒问世/119

【学习要点提示】/119

一、电视的问世/119

二、电视事业的高速成长/119

三、我国的电视事业/120

【本章题典】/120

【题典答案】/122

【导读资料】/123

第二章 认识“第一媒介”/129

【学习要点提示】/129

一、电视媒介的优势/129

二、电视媒介的局限/129

三、电视文化/130

【本章题典】/130

【题典答案】/135

【导读资料】/137

第三章 电视广告的要素和类型/144

【学习要点提示】/144

一、电视广告的要素/144

二、电视广告的类型/145

【本章题典】/145

【题典答案】/147

【导读资料】/148

第四章 电视广告创意设计/153

【学习要点提示】/153

一、电视广告创意设计演进脉络/153

二、我国电视广告创意设计 20 年轨迹/154

三、电视广告创意设计特点——蒙太奇思维/154

四、电视广告创意设计要旨/155

五、电视广告画面创意设计/155

六、电视广告语/155

【本章题典】/156

【题典答案】/163

【导读资料】/168

第五章 电视广告拍摄/172

【学习要点提示】/172

一、前期工作/172

二、拍摄阶段/173

【本章题典】/173

【题典答案】/175

【导读资料】/176

第六章 电脑动画与特技/182

【学习要点提示】/182

一、动画概说/182

二、电脑动画/183

三、电视特技/183

【本章题典】/184

6 广播电视广告课程辅导

【题典答案】/185

【导读资料】/187

第七章 电视广告后期制作/193

【学习要点提示】/193

一 电视广告剪辑/193

二、电视广告组合编辑/194

三、新技术的应用/195

【本章题典】/195

【题典答案】/196

【导读资料】/198

第八章 广播电视广告管理/202

【学习要点提示】/202

一、行政管理/202

二、法规管理/202

三、广播电视广告专项管理/203

【本章题典】/203

【题典答案】/207

【导读资料】/208

附录/212

一、《广播电视广告》模拟试卷(A)及参考答案/212

二、《广播电视广告》模拟试卷(B)及参考答案/218

三、《广播电视广告学课程大纲》/224

导 读

《广播电视广告》是广告学专业自学考试的必考科目,教材选用厦门大学朱月昌教授主编的《广播电视广告学》。为了帮助考生更好地把握这本书的内容,我们结合自学考试的特点,以及本书的自学考试大纲,编写了这本配套的辅导教材。

本辅导教材以《广播电视广告学》的原有章节为序,每章设立了“学习要点提示”、“本章题典”、“题典答案”、“导读资料”等栏目。“学习要点提示”分条分类强化了原书的条理性,为考生的学习提供了便利,也节约了学习时间。结合本课程的考试大纲,辅导教材还设置了“本章题典”以及“模拟试卷”,给考生的学习提供了思考的角度和方向,考生可不必闭门造车和盲目猜题了。“导读资料”提供了大量的广播电视广告方面的专业知识和案例,以扩大考生的知识面,提高考生的专业分析能力,帮助考生更深入地了解广播电视广告的专业知识。

因此,本辅导教材不仅为考生的复习和应考提供了很大的帮助,而且,本书收集了广播电视广告方面大量鲜活的案例,展示了广播电视广告创作方面的最新研究成果和观点,这些对有志于广播电视广告创作的学生来讲,是十分有用的,所以这也是一本非常不错的广告学知识方面的参考书。

本书由聂艳梅负责总体统筹,主要由聂艳梅和叶晶晶编写,苏文媛、王轶培和蒋学雯等也为本书提供了部分素材,特此表示感谢。

聂艳梅

于 2006 年 10 月

上 编
广播广告

第一章

异军突起——电子传媒广播的诞生

了解广播媒体产生的物质条件和内在因素,并体会广播媒体现有的生存状态。

掌握我国广播事业总体的发展情况,从而能够理论结合实际,为我国广播媒体的发展提出自己独到的见解。

【学习要点提示】

一、广播诞生的物质条件和内在因素

1. 了解广播诞生的物质条件和内在因素。

科学技术文化等的进步为无线电广播的诞生准备了物质条件。

经济、政治的需要是无线电广播产生发展的内在因素。

2. 了解无线电广播诞生的时间。

1906年12月25日,人类历史上第一次语言广播成功,无线电广播从此宣布诞生。

二、顶住压力生存壮大

1. 了解无线电广播与报纸、通讯社的角逐情况。

2. 体会广播媒体的生存环境。

广播媒体从最初的小范围发展,到与报纸、通讯社的竞争,以及最终摆脱报纸、通讯社的控制,取得最终的胜利。在这个过程中,广播的优势得到了充分的发挥,广播的作用得到了充分的展示。特别是在经济大萧条和第二次世界大战时期。

三、我国的广播事业

1. 了解中国无线电公司——中国境内第一座广播电台的名称及诞生的时间。

1922年12月,奥斯邦在上海设立了“中国无线电公司”,并在1923年1月开始播音,这是我国境内第一座广播电台。

2. 了解国际广播电台、北京广播电台诞生的时间。

1939年,国民党政府在重庆建立了对外广播电台——国际广播电台。

1950年4月,新中国建立国际广播电台,呼号是“北京广播电台”(Radio Beijing)。

四、不必忧虑

领会电视不能取代广播的原因:

第一,广播的听众有增无减。

第二,在所谓“信息社会”,广播在传播信息的方便性及快捷性方面的优势,是无人可以匹敌的。

第三,广播利用短波,几乎可以直接做到无远弗及。

第四,调频广播的发展,立体声广播的推广所带来的美妙绝伦的声音享受,有时电视也难以望其项背。

【本章题典】

一、单项选择题

1. 以下()两位科学家完成了无线电通讯的发明和试验,为无