

# 广播广告

杨乃近 著

创作

浙江大學出版社

# 广播广告 创作

杨乃近 著

浙江大學出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

广播广告创作 / 杨乃近著. — 杭州: 浙江大学出版社, 2005.9

ISBN 7-308-04385-1

I. 广... II. 杨... III. 广播节目 - 广告 - 设计  
IV. F713.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 087886 号

**责任编辑** 葛娟 丁文英

**封面设计** 唐筠

**出版发行** 浙江大学出版社

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

(E-mail: [zupress@mail.hz.zj.cn](mailto:zupress@mail.hz.zj.cn))

**经 销** 浙江省新华书店

**排 版** 浙江大学出版社电脑排版中心

**印 刷** 富阳市育才印刷有限公司

**开 本** 850mm×1168mm 1/32

**印 张** 5.125

**字 数** 95.6 千

**版 印 次** 2005 年 9 月第 1 版 2006 年 3 月第 2 次印刷

**书 号** ISBN 7-308-04385-1/F·591

**定 价** 8.00 元

## 前 言

教了这么多年广播广告,看着广播媒体刚刚从与电视的竞争中找到自己的出路,开辟出互动制胜的一方天地,马上又受到网络的阻隔,重新被人们用怀疑的眼光质询:“广播,多么古老的媒介了,还有存在的必要吗?”不要说别人,就连我这个“业内人士”听广播的主动性都越来越差了。有时,自己心里也不免嘀咕:广播广告,还有前途吗?

直到有一天,我在上班的班车上一如既往地与同事议论着刚听到的广播早新闻。每隔15分钟播出的广播广告准时放出我们已烂熟于胸的广告歌时,我忽然知道了,广播,正在以这种低调的姿态复辟,钻入我们生活中那些不成块的时间的角角落落。而随着我们生活内容的丰富,城市的扩张,生活的板块越来越多,每个面积却越来越小,大块大块的时间没了,多出很多生活板块之间的衔接部分。广播,就成了润色、充实这些衔接部分的主角。

因此觉得,有必要将广播广告的创作方法总结一下。这本书是我在接触和亲自创作大量广播广告的基础上总结出来的,很多创作方法都是实践的归纳,其中也有学生作品,都是反复修改的结果,希望对广播广告

## 广播广告创作

有兴趣的读者可以从中有领悟和收益。其实,广播广告的很多创造规律是所有广告通用的,对文案的要求甚至比书面创造要求高,想练习文案写作的读者也可从这本书里举一反三。

杨乃近

2005年3月25日



杨乃近，女，毕业于中国传媒大学（原北京广播学院）广告专业。浙江传播学会会员，任教于浙江传媒学院，有丰富的广播电视广告创作经验和有效的教学方法。著有《广播广告创作》、《电视广告创作》等专著。

## 目 录

<b>第一章 广播概论</b> .....	1
第一节 广播的产生和发展 .....	1
第二节 电台广播广告的出现 .....	7
<b>第二章 广播媒体的特性</b> .....	13
第一节 广播的传播特性 .....	13
第二节 广播的收听状况 .....	22
第三节 广播广告的特性 .....	25
第四节 充分发挥广播广告的独家优势 .....	32
<b>第三章 广播广告的语言</b> .....	36
第一节 广播广告语言的表达技巧 .....	36
第二节 广播广告语言的人声运用技巧 .....	63
<b>第四章 广播广告的音响</b> .....	77
第一节 广播广告中音响的运用 .....	77
第二节 广播广告中音响运用应注意的问题 .....	96

## 广播广告创作

第五章 广播广告的音乐	101
第一节 音乐在广播广告中的作用	101
第二节 怎样运用背景音乐	107
第三节 背景音乐的来源	117
第四节 广告歌曲的创作原则	120
第六章 广播广告创作(上)	126
第一节 活用语言、音乐、音响三要素	126
第二节 广播广告创作的有效思路	130
第七章 广播广告创作(下)	136
第一节 广播广告的表现形式	136
第二节 广播广告的播出形式	151
第八章 广播广告的制作	153
参考书目	157



# 第一章 广播概论

## 第一节 广播的产生和发展

### 一、无线电的发明

广播诞生的物质条件和内在因素：

科学技术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。

大众传播媒介——报纸、杂志、广播、电视，都是在一定的科学技术的基础上产生发展而来的。科学技术是大众传播媒介诞生的物质条件。无线电技术，则是电子传媒的催生物。

19世纪末，无线电学从物理学中分离出来，成为一门独立的学科。

广播事业的产生与无线电技术的发明有直接的关系。1888年，德国物理学家亨利希·赫兹在研究发现了电磁波，即无线电波。这些波长在1码左右的震动电波既能穿过墙壁也能穿过伦敦的浓雾，这就为人类揭示

了无线电报的可能性。赫兹的重大发现为各国无线电发明家开辟了广阔的研究道路,成就较大的是波波夫和马可尼。

波波夫(1859—1905),俄国人。1896年3月24日,波波夫和助手在俄国物理化学年会上成功地拍发了世界上第一份无线电报,报文是:“亨利希·赫兹。”1900年,波波夫制作的无线电收发报机,发射与接受距离的范围已经达到了148公里。

马可尼(1874—1937),意大利人。1895年,他在自己家里进行了一次非常成功的电磁波传递信号的试验,他的发射接收装置同波波夫的很像;1896年,他在英国取得了无线电专利权;1897年7月,马可尼在伦敦帮助成立了无线电报通讯有限公司;1900年改为马可尼无线电报有限公司,从事无线电器材的研究工作,推动了无线电技术的实际应用;1901年12月,马可尼第一次完成了横越大西洋两岸的远距离无线电通讯,以后他又将无线电通讯运用于航海等方面。

## 二、无线电传播有声语言取得成功

正当19世纪末20世纪初无线电席卷各国之时,许多科学家又把眼光投向新的领域。他们开始考虑如何利用无线电传播技术传播人的语言和声音。最早投入这项研究的是加拿大人费森登(1866—1932)。

当时正在美国气象局做无线电实验工作的他萌生了用无线电技术传送人的声音的念头。两年后,在匹兹堡两位金融家的资助下,费森登在马萨诸塞州建立了一个实验室,开始为实现他的梦想奋斗。挫折、失败伴随着他,但他不屈不挠。经过四年多的艰苦努力,胜利女神终于向他露出了微笑。1906年圣诞节之夜,费森登通过无线电报装置进行了世界上有史以来的第一个语言之夜。那天晚上8点钟左右,新英格兰海岸附近的几艘轮船上的无线电报务员正在接收来自远方的滴答滴答的莫尔斯电码,突然听到一个男人的说话声,那人先朗诵了一节《路加福音》中的圣诞故事,又演奏了一会小提琴,之后用留声机放了一段俄国作曲家亨得尔的《舒缓曲》的唱片,最后,他祝大家圣诞快乐。这次广播的时间很短,听到的人只是几个报务员,但从整个播出情况来看,无疑是一次巨大的成功,它标志着无线电语言广播这种新的传播媒介的问世。1908年,美国物理学家李·德夫莱斯特在法国艾菲尔铁塔上成功地进行了一次无线电音乐广播。而后,这种无线电广播试验又进行了多次。

### 三、无线电台和收音机大量出现

1916年11月,美国马可尼无线电公司的无线电报务员戴维·萨诺夫向该公司总经理爱德华·萨诺夫内里提出了一个关于开办广播和制造收音机的建议。他在建议中写道:“我拟好的这项计划,将使收音机成为普通

的家庭用品,我们可以把收音机设计成一种简单的无线电音盒,安装几个不同的波长,可用一个开关或一个按钮随意选择,购买一部无线电音盒,在城市附近的电台发射范围之内,可以欣赏音乐会、演讲、朗诵等。”萨诺夫设想的无线电音盒,几年后由美国无线电公司生产出来,很多人购买了这种新型收音机。

建议生产收音机的这位年轻人萨诺夫,是位戏剧性的人物。他于1891年生于俄国,9岁时迁居美国。他因“泰坦尼克号”邮轮沉没事件的播报而赢得了人们的尊敬。

“泰坦尼克号”是当时世界上最豪华、最先进、最巨大的邮轮。1912年4月12日,它载着2200多名乘客,从英国驶往美国纽约的途中,在离加拿大不远的大西洋海面上不幸与冰山相撞。此刻,担任马可尼公司报务员的萨诺夫正在纽约沃纳梅克大楼楼顶上的无线电接收台前工作,忽然从莫尔斯电码中收到“泰坦尼克号”的求救信号。他即刻向全世界播发了这个令人震惊的消息。霎时,遇难者家属及相关人员的询问电报,潮水般地涌向萨诺夫所在的公司。

为了营救遇难者,当时的美国总统塔夫脱发布了一项行政命令:关闭其他所有无线电发报机,以减少干扰,让萨诺夫能更清楚地接收“泰坦尼克号”上发来的信号。萨诺夫顽强地持续工作了72个小时,成为同遇难者联系的惟一的人。4月15日凌晨,“泰坦尼克号”沉没大

海,1500人丧生,705人获救。无线电通讯工作者萨诺夫成了人们心目中的英雄。这是无线电通讯发挥重大作用、震惊世界的重大事件之一。

后来,萨诺夫担任了美国无线电公司的总经理。20世纪50年代初期在美国研制彩色电视的竞争中又大显身手,成为赢家。

第一次世界大战后,国际形势发生了巨大变化。苏联十月革命的胜利动摇了资本主义的世界统治。无产阶级要谋求解放、资产阶级要维护它自身的经济和政治秩序,于是都开始注意利用当时最先进的科学技术手段宣传自己的观点,维护自己的利益。

20世纪20年代,出现了世界上最早的一批广播电台。美国是世界上最早出现广播电台的国家之一。20世纪初,美国就有了试验性的广播电台。而第一个取得营业执照(商业执照)的电台,则是匹兹堡市西屋电气公司电台,呼号为KDKA。

一则商业广告的发,成了KDKA广播电台临盆的催产剂。1920年9月29日,匹兹堡市的一家百货公司在该市《太阳报》上刊出一则广告,预告将利用无线电播送维克拉音乐会。广告说这家百货公司出售的收音机能收听这个音乐会,10美元就能买一台。这则推销收音机的广告引起了西屋电气公司副总经理戴维斯的注意:如果建立一座广播电台,定期向大众播出广播节目,一定可以大大推动收音机的销售。这是个生财谋利之

道。于是,戴维斯要求工程师康拉德帮助他在匹兹堡建立一座广播电台。

“能在11月2日以前制造成功吗?总统大选就是在这一天揭晓。”戴维斯向康拉德提出了这样的要求。

“能。能在那一天制造好。”

1920年11月2日,戴维斯的愿望实现了。KDKA广播电台开始播音。广播的第一个节目是报告共和党候选人哈定和民主党候选人柯克斯竞选总统的选票统计情况和最终结果。当人们第二天在报纸上看到这一新闻时,无不显露出“我们早就从广播中知道了”的得意之情。虽然当时直接收听广播的不足千人,但它带给社会的影响却异常巨大。美国著名记者、专栏作家李普曼在他的《广播电视与社会》一书中评论这件事时指出:在KDKA开始广播的那一年,正是美国大选期间。由于开票统计数字随时地被播送出来,引发了一场极为轰动的局面。这一事件点燃了一般听众的想像力,也是美国史上最令人惊异的一声巨响。这也说明,商业电台是为了经济上的需要创办的,但它从诞生的第一天起,就无法脱离政治。

KDKA广播电台的成功播出,使很多行业 and 部门对广播这个新兴的传播工具产生了兴趣,纷纷设立广播电台。

### 第二节 电台广播广告的出现

1922年8月,美国电话电报公司宣布,售给任何愿意出100美元的人10分钟广播时间,长岛一家房地产公司第一个买下了这10分钟。美国电话电报公司在它的WEAF电台以一种软销售式的语调轻松缓慢地读了这条当时叫做“通告”的广告,这是迄今已知的世界上最早的付费广播广告。它产生了一定的促销效果,这家公司很快就销售了两套房子,WEAF电台的广告经营引起了客户的兴趣,争相要求播送广告。

接着,美国电话电报公司正式宣布它将以广告收入作为WEAF电台的经费来源,在以后的7个月里,有25家客户在WEAF电台做广告,其中包括马狮百货公司、Crest牙膏公司、大都会人寿保险公司。据1926年的统计,该年WEAF广播电台广告收入达57万美元。美国其他商业电台也开始播送广播广告,开始了广播作为广告媒体的时代。

20世纪20年代末至30年代初,无线电广播发展迅速,呈现一派繁荣景象。新奇的节目、明星般的著名播音员层出不穷,领先一步的最新消息更是令人大为振奋。听众的迅速增加使广告收入剧增。此时,收听无线电广播已成为一些国家最流行的娱乐和消遣。美国经济大萧条期间,夜总会和戏院门可罗雀,只有无线电广

播欣欣向荣,收音机销售与日俱增。无线电广播抓住了千百万听众的注意力和想像力,深入社会的各个阶层。它把近在眼前和远在天边的各种各样的新闻及文化娱乐节目直接送到各家各户的客厅。新的名词、新的俗语随着广播而流行,衣、食、住、行及思考问题的方式随广播而发生变化。

这一切,直接触及了报纸及通讯社的利害关系,引起了报纸和通讯社的妒忌。一场历史性的角逐展开了。

1932年11月的一个晚上,哥伦比亚广播公司最先播报了罗斯福当选总统的消息,令报界发行人大为震惊。事后才知道,这是美联社恐怕合众社捷足先登供给电台新闻,而先发制人,主动抢先免费提供给哥伦比亚广播公司的。美联社的这一招,沉重打击了合众社。因为合众社早已拟定以稿费千元的价格供给广播电台新闻,这样一来,合众社的生意成为泡影。1933年,报纸和通讯社为了联合对抗广播电台,于3月1日成立了一个广播报业局。这个局成立的目的是限制广播电台的新闻节目,规定各电台每天只能播两次新闻,而新闻稿由各报社免费供应;还规定电台只能播出报纸已刊登的新闻。这个组织不仅美联社、合众社及各报社都参加了,一些较大的广播电台也违心地参加了。

这种限制是荒唐的,是脱离广大受众、脱离实际的。因此,广大听众群起反对,他们不仅要求广播电台恢复过去的新闻节目,而且要求增加新闻节目的次数。有了



广大听众的支持,广播电台的腰杆也硬了起来。没多久,这种限制就取消了。

广播在同报纸、通讯社尖锐激烈的争斗中,采取了不少有效措施以争生存、求发展。各电台特别是大都市的电台,开始组织自己的记者队伍,进行实地采访,还筹办了广播通讯社。这些举措,使广播逐渐摆脱了报纸、通讯社的控制。这场角逐以广播界的胜利而告终。广播的独立性和声誉与日俱增。最后,不仅美联社主动恢复向广播电台供稿,合众社、国际社也正式向广播电台提供稿件。

第二次世界大战中,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。伦敦大轰炸、珍珠港事件、罗斯福的重要演说、盟军的诺曼底登陆、斯大林在莫斯科危急存亡之时的广播讲话及日本投降等新闻,都是通过广播传播到世界各地的。

1981年,里根总统、罗马教皇遇刺受伤,埃及总统萨达特遇刺身亡。这三件震惊世界的大事,靠着电子传媒,得以在半小时内传遍世界。

也是1981年,3月20日,中国男排同韩国男排在香港争夺世界杯出线权。中国男排连负两局,接着又连扳两局,关键的第五局比赛刚开始,广播通信卫星租用时间已到,电视实况转播中断,人们聚集在收音机前收听广播实况转播,当收音机中传出中国男排取得最后胜利的消息时,人们欢呼雀跃。