

# 分析与综合的逻辑方法在现代广告文案教学中的应用

赵清兰

(西昌学院 教务处,四川 西昌 615013)

**【摘要】**分析,是把整体分解为各个部分、各个方面,分别加以考察的逻辑思维方法。人们认识事物,就必须进行分析。分析的作用是把认识从具体上升到抽象,从个别上升到一般,从现象上升到本质。综合,是把事物各个部分、各个方面结合为一个整体来考察的逻辑思维方法。综合的作用是弄清各个部分、各个方面在整体中的地位、作用和相互关系,全面地、生动地把握事物。分析和综合的逻辑方法是两个方向相反但却是相辅相成的思维过程。在广告文案的教学中运用分析与综合的逻辑方法,不仅能够准确把握广告文案的概念,而且能使學生能够深刻领会每一则广告文案和准确把握广告文案的语境。

**【关键词】**分析;综合;逻辑方法;应用

**【中图分类号】**F713.8-42 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-1883(2011)03-0137-04

## 一 分析与综合概述

分析就是将研究对象的整体分为各个部分、方面、因素和层次,并分别地加以考察的逻辑思维活动。比如说,我们研究植物细胞,将它分为细胞壁,细胞膜、细胞质和细胞核几个不同部分来认识,并分别地考察各部分所特有的性质和功能,这样的认识活动就是分析。分析是一种科学的思维活动,这种思维活动是在感性认识所获得的大量经验材料的基础上进行的,但是,思维的分析活动并不是指感觉的分析活动,它是一种理性的认识活动。为什么要对客观对象进行分析呢?因为自然界中的任何事物都具有复杂的构成。它们总是由不同的部分、方面、因素和层次组成的。客观事物构成的复杂性决定着思维分析的必要性。没有分析,人们对事物只能是浑沌的认识。对客观事物的分析活动要有一定的认识发展条件。人类的分析能力是随着生产活动和科学实验的发展而不断提高的,分析深度也是随着科学理论的发展而不断深化的。任何分析都是在原有理论综合的指导下进行的,而分析的目的又是为了向下一步新的理论综合过渡。

综合就是将已有的关于研究对象各个部分、方面、因素和层次的认识联结起来,形成对研究对象的统一整体的认识。综合是在分析的基础上进行的,它的基本特点就是探求研究对象的各个部分、方面、因素和层次之间相互联系的方式,即结构的机理与功能,由此而形成一种新的整体性的认识。所以,综合不是关于对象各个构成要素的认识的简单相加,综合后的整体性认识具有新的关于对象的机理和功能的知识。综合的成果往往导致科学上的新发现。

科学知识的发展过程是一种从低级到高级的

螺旋上升的“综合—分析—综合”的周期性运动。

人们是在原有综合知识的指导下,对研究对象的各个方面、部分、环节和因素作出分析,在此基础上,人们又从事新的综合。当人们由前一次综合进入到后一次综合的时候,人们的科学知识就由不甚深刻的认识深入到更深刻的认识。人们对客观事物的认识是不可穷尽的,因此,“综合—分析—综合”的周期运动也是没有止境的。<sup>[1]</sup>

## 二 广告文案的概念、特征及其在广告作品中的作用

### (一) 广告文案的概念

关于广告文案概念的说法很多,其中最具有代表性的观点认为,广告文案是广告策划者按照广告主的意图以及广告目标的要求,用文字的形式将广告宣传的内容表达出来的一种方式<sup>[2]</sup>。广告文案是已经定稿的广告作品的全部的语言文字部分。其内涵至少包括以下5个方面的内容:广告文案是已经定稿的、不再更改的、与受众直接见面的广告作品中的一部分;广告文案是广告作品而不是广告运作流程中的所有文字资料和文本形式;广告文案是广告作品中的语言文字部分而不包括图片等其他要素;广告文案是广告作品中的全部的语言文字部分而不仅仅是其中的某一部分;广告文案包括广告作品中的语言和文字两个部分,其中,语言指有声语言或口头语言,而文字指书面语言(包括电视广告中的字幕形式)。

广告文案一般由标题、正文、口号、随文四大部分。但不是每则广告都必须同时具有以上四项元素,有的正文与标号合而为一,有的广告甚至没有正文等等,不一而足。

### (二) 广告文案的特征

收稿日期:2011-05-07

作者简介:赵清兰(1973-),女,四川西昌人,副教授,主要从事思想政治教育和广告教学。

作为一种特殊的应用文,广告文案具有应用生动性、商业性、真实性、质朴性、独特性和优美性等特点<sup>[9]</sup>。

1、生动性。引起注意是广告文案必须具备的条件。如广告文案引不起公众的注意,广告的目的就不能实现。因此,要求广告文案要生动、形象,能够吸引公众的注意力。

2、商业性。广告文案的目的是为商品促销服务,在主题、意境、内容、口号等方面都应具有浓厚的商业色彩。

3、真实性和质朴性。广告文案会影响公众的消费倾向,因此,广告文案的内容要客观真实,不能虚构和夸大其词,广告文案的用词既要准确无误,又要简洁朴实。

4、独特性。要想打动公众,广告文案就要与众不同、别具一格,要富有个性和独有的魅力。

5、优美性。广告文案不需要华丽的辞藻,但构造的意境、所用的语言一定要优美,才能塑造商品美好的形象,才能刺激公众的购买欲望。

### (三) 广告文案的作用

广告文案是广告作品中重要的组成部分,也是广告理论中不可缺少的部分。广告文案在广告作品中的作用就如同画龙点睛之笔,让整个广告有了神,但如果没有它,读者就很难读懂广告,领会广告主题,当然也就起不到广告信息传播的基本作用了,也就谈不上通过广告来塑造企业、产品的良好形象,沟通供求促进销售,更谈不上诱导说服公众以达到挖掘市场的目的。

## 三 运用分析与综合的逻辑方法,促进广告文案的教学

### (一) 在广告文案教学中运用分析与综合的逻辑方法,能够准确把握广告文案的概念

广告文案是一种特殊的应用文。在广告文案教学中,学生全面、系统地把握广告文案概念尤为重要:能深刻理解理论的同时,对以后成为广告人会有极大的帮助;不仅如此,学生以后无论在哪一个行业,广告文案所包含的意义对他们都有指导意义。广告文案的概念虽然文字数量有限,包含的信息却是大量的、复杂的。学生要真正掌握广告文案的内涵和外延,教师必须运用分析与综合的逻辑方法,向学生讲清楚广告文案的属和种差,全面地揭示其概念所反映的对象及本质。

1.运用分析的逻辑方法,向学生讲清楚广告文案的属概念和种概念

广告文案是用文字的形式将广告宣传的内容

表达出来,因此,广告文案的属概念应该是语言文字。其次,要向学生讲清楚广告文案的种概念。广告文案作为一种特殊语言文字,和其他语言文字有很大的差别,即种差。在广告文案的概念中,广告策划者、广告主的意图、广告目标的要求是种差的集中表现。因此,教师应对广告策划者、广告主的意图、广告目标的要求的外延进行重点讲授。

广告文案的撰写是一般是由广告策划者来承担。广告策划者在撰写广告文案时要把握好两个要求,即广告主的意图、广告目标的要求。

广告主的意图对于广告策划者而言非常重要。因为广告主为广告活动提供资金来源,是整个广告活动的原动力,是促使广告活动开展的决定因素。从某种意义上说,没有广告主就谈不上广告活动。同时,广告主的意图决定广告的内容和表现方式,因此,广告策划者应与广告主保持良好的合作关系,弄清楚广告主的意图是什么。但广告策划者应按照职业道德和相关法律法规的要求,把广告主的意图与相关的法律法规进行比对,确认是否吻合,这是保证广告活动持续健康发展的重要环节。国家食品药品监督管理局统计每年对媒体监管都发现有大量的违法广告。造成这样严重后果的重要原因是一些广告文案的策划者纵容了广告主不轨的意图,甚至是被利益所驱使,违背了职业道德,触犯了法律法规。

广告目标的要求对于广告策划者而言也是很重要的。因为广告目标消费群的要求就是市场的需求,决定着市场的购买力。而广告目标的构成和需求比较复杂,表现为:年龄有不同、职业有区别、文化程度有高低、收入水平有差异、宗教习惯有分别、媒体消费习惯参差不齐等,这些因素相互交叉,致使消费市场复杂化。如果广告策划者不能根据广告信息特征来把握广告目标,在广告作品中不能有针对性地诉求于广告目标,就不能打动消费者,不能激起他们的购买欲望,那么广告策划必定是失败的。因此广告策划者要把广告目标的要求当成一个比较重要的要素贯穿于广告活动中,广告才能达到传播有效信息、树立企业良好形象、沟通供求、促进销售的目的。

2.运用综合的逻辑方法,勾列出广告文案的概念

在对广告文案概念分析的基础上,学生知道了广告文案是一种特殊的语言文字。这种语言文字由广告策划者进行撰写。广告策划者撰写广告文案时,要把握好广告主的意图和广告目标的要求。这种分析的方法从不同的角度让学生了解了广告

文案,但还不能完整地表述广告文案的概念。此时,教师应运用归纳的方法,将广告文案概念中的不同组成部分有机地结合起来,从而形成广告文案的完整概念。通过综合,学生既把握了广告文案概念的内涵,也把握了广告文案概念的外延,也就弄懂了广告文案的概念,在认识上不会停留在“广告文案就是广告作品的语言文字部分”的肤浅层面。

通过分析与综合,教师的教学内容得以深化和拓展,讲透了广告文案的概念,学生的思维得以开发,也深刻领会了广告文案的概念。

## (二) 在广告文案教学中运用分析与综合的逻辑方法,学生能够深刻领会每一则广告文案

广告文案无论是细腻详实的语言,还是言简意赅的词句,它都要能体现出逻辑的顺序和意义。学生要深刻领会每一则广告文案,就必须借助于分析与综合等逻辑方法。下面以几则具体广告文案来说明这个问题。

德意志银行广告<sup>[1]</sup>的文字非常简洁,只有广告语“Global reach is……”(全球的目标是……)半句话,突出了德意志银行这个企业的牌子和它的战略决策:他要占领全球的市场。那么,在广告文案教学中,我们怎么知道这句只有主语和谓语系动词构成的句子即广告作品要素之一——广告语是什么意思呢?这首先要借助于分析的逻辑方法。因为我们知道任何一个广告主进行广告的发布,都是针对目标市场的营销活动,而且英文单词“Global”的意思是“球面的、全球的、世界的”,“reach”的意思是动词“达到”、名词“区域、势力范围”,“is”的意思是“是、在、有”,同时作主语的词应该是名词或者名词性词组,把它直接翻译过来就有“球面的区域”、“球面的势力范围”、“全球的区域”、“全球的势力范围”、“世界的区域”、“世界的势力范围”,而这些说法对于讲汉语的人来说,多少有些别扭。因此,我们又借助于逻辑的综合方法,根据单词的意思来翻译,将其译为“全球的目标是……”、“全球的目标在……”、“全球的目标有……”,但我们只选择了“全

球的目标是……”,因为这样既保留了单词意义的完整性,又满足了汉语语言的表达习惯,理解起来更容易。在广告文案教学中,只有运用了分析与综合的逻辑方法,我们才能通过这简短的半句话明白广告的中心意思,也使我们在讲广告语的时候觉得非常有意思。再如脑白金的广告语:“今年过节不收礼,收礼只收脑白金”,让许多人气愤不已,觉得它简直就是前言不搭后语,前面才说不收礼,后面又要收脑白金!我们为什么不用分析的逻辑方法来理解它的丰富意义呢?我们可以理解为今年过节谁说不收礼?要收礼就只收脑白金;或者是今年过节不收礼就不说,(如果)收礼(就)只收脑白金。那这样说的目的何在?——刺激公众的耳朵和神经,引起他们的注意。而在讲述土特产“桂林之宝”(豆腐乳、辣椒酱和三花酒)的广告语:“愿做桂林人,不愿做神仙”时,也要运用分析、综合的逻辑方法,才能让我们领略到这句广告语的妙处:人人都向往的神仙生活还比不上桂林人那样舒适、自在的生活,其原因是桂林人有了桂林之宝。广告语言能赋予人们丰富的想象力,如果能巧用分析与综合等逻辑思维方法,那会使人们丰富的想象力达到一个极佳的状态。

## (三) 广告文案教学中运用分析与综合的逻辑方法,学生能够理解广告文案的语境

“语境,既语言环境,也就是人们交际中说话的环境。文字是书面语言,文字的语境自然是指书面语表达的语境,一般指上下文。……上下文的语境是狭义语境,而广义的语境还包括汉字的使用者以及使用时各种相关的社会背景因素。”<sup>[2]</sup>广告语言大环境的受众包括教学对象的学生在接受广告信息时是不理智的。如果运用分析与综合的逻辑方法进行广告文案教学,学生就能够了解相关的社会背景,理解广告文案上下文的逻辑结构,就能够消除广告信息歧义、补充广告信息、揭示广告信息中的隐含意义,进而培养学生对广告文案的敏感性、洞察力和创作力。

### 注释及参考文献:

- [1]吴格明.逻辑思维与语文教学[M].北京:人民教育出版社,2003:142.
- [2]韩光军.现代广告学[M].上海:复旦大学出版社,2003:223.
- [3]何修猛.现代广告学[M].上海:复旦大学出版社,2001:281.
- [4]张家平.平面广告经典赏析[M].上海:上海学林出版社,2004:13.
- [5]陈宗明.汉字符号学[M].江苏:江苏教育出版社,2001:127.

## Application of Analytic Approach and Synthetic Method in the Teaching of Modern Advertising Copies

ZHAO Qing-lan

(Xichang College, Xichang, Sichuan 615013)

**Abstract:** Analysis refers to the logical thinking of breaking down the whole into various parts or various aspects which are then examined separately. To understand things people must undertake analyses of them. The function of analysis is to raise understanding from concrete to abstract, from specific to general, and from phenomenon to essence. Synthesis refers to the logical thinking of integrating various parts or aspects of things into a whole which is then examined. The function of synthesis is to work out the places, uses and mutual relationships of various parts or aspects in the whole, and thus to understand things thoroughly and vividly. Logical thinking methods of analysis and synthesis are two mental processes going in opposite directions but complementing each other simultaneously. The application of logical thinking methods of analysis and synthesis in the teaching of advertisement copies can help students fully understand every advertisement copy and understand the contexts of advertisement copies accurately as well as grasp the concepts of advertisement copies.

**Key words:** Analysis; Synthesis; Logical Method; Application

(责任编辑:周锦鹤)

(上接133页)

[2]凉山州统计局.凉山彝族自治州2010年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL].[http://www.lsg66.com/html/News\\_Center/LS\\_News/2011-04/20110411\\_jingji\\_69573.html](http://www.lsg66.com/html/News_Center/LS_News/2011-04/20110411_jingji_69573.html)

[3]四川省统计局:凉山州经济社会发展良好 追赢赶超势头强劲[EB/OL].[http://www.stats.gov.cn/tjfx/dfxx/t20110408\\_402717993.htm](http://www.stats.gov.cn/tjfx/dfxx/t20110408_402717993.htm)

[4]林耀华.凉山彝家的巨变[M].商务印书馆,1995.

[5]韦清风等.凉山彝族奴隶社会的变革(内部资料)[C].中国社会科学院民族研究所印,1981.

[6]政协凉山州委员会文史资料委员会编.凉山文史资料选辑[C].第1-17辑.

## Excavation and Use of Regional Educational Resources in the Course of the Essentials of Modern-Contemporary History of China

——Taking Liangshan National Region as an Example

ZHOU Chang-jie, JING Zhi-ming

(Xichang College, Xichang, Sichuan 615022)

**Abstract:** It is an important way to strengthen the actual educational effect to excavate and use regional educational resources in the course teaching of the Essentials of Modern-contemporary History of China. There are history of social changes of *a pace leaping over one thousand years*, history of Red Army passing through Liangshan, special national culture, and other rich and comprehensive practical educational resources in Liangshan. If we can excavate, use and reorganize these resources, and explore the way of effective use, it will make the course teaching of the Essentials of Modern-Contemporary History of China more effective.

**Key words:** The Essentials of Modern-Contemporary History of China; Liangshan National Region; Regional Educational Resource; Excavation; Use

(责任编辑:周锦鹤)