

Soạn bài Viết quảng cáo - Ngữ văn lớp 10

Gợi ý trả lời câu hỏi soạn bài

I. Vai trò và yêu cầu chung của văn bản quảng cáo

1. Văn bản quảng cáo trong đời sống

Đọc hai văn bản quảng cáo *Bán máy vi tính* và *Phòng khám đa khoa H.D* (SGK trang 142, 143) và xác định:

a. Hai văn bản quảng cáo về:

- Sản phẩm máy vi tính: máy mới, giá rẻ, thủ tục đơn giản.
- Dịch vụ chữa bệnh.

b. Các loại văn bản này thường gặp ở khu thương mại, bệnh viện, các trung tâm văn hoá, kinh tế....

c. Một số văn bản cùng loại:

- Quảng cáo máy giặt, máy điều hoà LG.
- Quảng cáo sản phẩm thuốc Traphaco.
- Quảng cáo sản phẩm gạch Tuy-nen.
- Quảng cáo thành lập trường tư thục chất lượng cao...
- Quảng cáo khu vui chơi giải trí mới...

2. Yêu cầu chung của văn bản quảng cáo

a. Trao đổi nhóm với các nội dung

- Để tạo sự hấp dẫn, các văn bản trên (mục 1) được trình bày như thế nào?

Trình bày cần tính thẩm mỹ cao: nhiều màu sắc đẹp, bố cục hình ảnh gây cảm giác hấp dẫn, chữ viết trình bày đẹp, bằng nhiều kiểu chữ, cỡ chữ khác nhau. Các chữ mang nội dung thông tin chính phải được phóng to, tô đậm bằng những màu sắc ấn tượng nhất...

- Hãy nhận xét cách sử dụng từ ngữ, viết câu trong các văn bản trên (mục 1).

Soạn bài Viết quảng cáo - Ngữ văn lớp 10

+ Về từ ngữ: có nhiều tính từ chỉ phẩm chất gây ấn tượng mạnh (như máy mới, đúng hãng, lãi suất thấp, thủ tục đơn giản... giáo sư, bác sĩ giỏi, trang thiết hiện đại, chính xác, nhanh chóng...).

+ Về câu: Thường dùng câu đặc biệt, không đủ thành phần.

b. Nhận xét quảng cáo (1) và (2) (mục 2, SGK trang 143)

- Văn bản (1) có mục đích quảng cáo cho sản phẩm nước giải khát X (trên truyền hình).

+ Trọng tâm thông tin: nước giải khát X.

+ Tính thông tin tuy có vẻ chưa rõ, nhưng đây là một cách quảng cáo theo phong cách “làm dáng”, cho nên người nghe vẫn hiểu được.

- Hai văn bản quảng cáo trên chỉ có tính chất kêu gọi, kích thích tính tò mò và tạo cảm giác, đồng thời tạo tính hài hước làm cho người nghe, người xem cảm thấy vui vẻ và ấn tượng.

Tuy nhiên, cả hai văn bản đều không theo một chuẩn mực nào, khó có thể làm mẫu cho văn bản quảng cáo.

- Nêu một số yêu cầu của văn bản quảng cáo.

+ Về nội dung thông tin: bằng cách này hay cách khác, nội dung thông tin phải rõ ràng để người nghe, người đọc có thể dễ dàng tiếp thu.

- Về tính hấp dẫn: phải có nghệ thuật trình bày, tác động lên thị giác hay thính giác người đọc, người nghe, người xem... cách trình bày vừa giản dị, vừa hóm hình thông minh, gây được ấn tượng mạnh và cảm giác dễ chịu.

Về tính thuyết phục: từ ngữ phải chùng mực, chính xác, chinh phục được niềm tin ở người nghe, người xem.

II. Cách viết văn bản quảng cáo

Đề bài: Viết quảng cáo cho sản phẩm rau sạch.

1. Xác định nội dung cơ bản cho lời quảng cáo

- Ưu việt của rau sạch:

Soạn bài Viết quảng cáo - Ngữ văn lớp 10

+ Rau sạch đảm bảo an toàn thực phẩm, là rau không độc hại đến sức khỏe người sử dụng (không sử dụng chất kích thích tăng trưởng, tưới bằng nước sạch, không có các chất độc hại khác...).

+ Rau sạch gồm nhiều loại, thoả mãn nhu cầu lựa chọn của người mua.

- Giá cả hợp lí. không cao hơn so với các loại rau khác là mấy.

2. Chọn hình thức quảng cáo

Cách viết: Để viết văn bản quảng cáo cần chọn được nội dung độc đáo, gây ấn tượng, thể hiện tính ưu việt của sản phẩm, dịch vụ rồi trình bày theo kiểu quy nạp hoặc so sánh và sử dụng những từ ngữ khẳng định tuyệt đối

Tham khảo văn bản quảng cáo sau:

- Rau sạch Lan Hương: nguồn thực phẩm an toàn nhất.

- Rau sạch Lan Hương: sản xuất theo quy trình công nghệ tiên tiến, đảm bảo vệ sinh và chất lượng sản phẩm cao nhất.

- Rau sạch Lan Hương - niềm tin của mọi nhà.

(Có hình ảnh minh hoạ).

LUYỆN TẬP

Câu 1: Phân tích tính súc tích, hấp dẫn và tác dụng kích thích tâm lí người mua hàng của văn bản quảng cáo a, b, c (SGK trang 145).

a. Văn bản quảng cáo xe ô tô

- Tính súc tích: Quảng cáo ngắn, gọn (chỉ khoảng hơn 30 chữ) mà vẫn đảm bảo thông tin và sức thuyết phục.

- Tính hấp dẫn: Quảng cáo dùng nhiều từ sang trọng, lời cuốn, đúng với tâm lí người tiêu dùng loại sản phẩm này (sang trọng, tinh tế, mạnh mẽ, quyến rũ...). Các từ này được lặp lại hai lần để gây ấn tượng.

- Tác dụng kích thích tâm lí người mua: khách hàng được động viên bởi những từ ngữ đầy tính kích động như: sang trọng, mạnh mẽ, đầy quyến rũ...

Soạn bài Viết quảng cáo - Ngữ văn lớp 10

b. Văn bản quảng cáo sữa tắm

- Văn bản súc tích, chỉ trong mấy dòng ngắn đã thực hiện rất thành công chức năng thông tin và lôi cuốn khách hàng.

- Nội dung quảng cáo vừa hấp dẫn vừa kích thích được tâm lí người mua hàng vì đã tạo ra được một cảm giác khoan khoái như được tận hưởng mùi hương thơm quyến rũ của sản phẩm sữa tắm mới.

c. Văn bản quảng cáo máy ảnh

Quảng cáo này hết sức súc tích, nhưng lại rất độc đáo bởi chính sự ngắn gọn ấy đã tạo ra cảm giác dễ dàng khi sử dụng máy ảnh tự động. Cảm giác ấy kích thích tâm lí khách du lịch, phần lớn là những người không có kĩ thuật máy ảnh.

Tóm lại: Cả ba văn bản quảng cáo đều viết rất ngắn gọn nhưng đầy đủ nội dung cần quảng cáo. Từng quảng cáo đều nêu lên được phẩm chất vượt trội của sản phẩm.