

秘书技巧心得：诗歌体广告中的仿古诗式广告 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/450/2021_2022__E7_A7_98_E4_B9_A6_E6_8A_80_E5_c39_450627.htm 上面论述的几种诗歌体写法都是现代自由诗，也偶见仿古诗，即模拟古代的格律诗：五律、七律、五绝、七绝。如台湾远东百货公司礼品中心的广告，当属五绝：久旱逢甘霖，他乡遇故知。洞房花烛夜，金榜题名时。又如当代著名老诗人冈夫为汾阳杏花酒写的一组广告诗：其一杏花汾酒远驰名，冽润甘芳品格清。应起太白来一醉，好诗千首唤人醒。其二将军跑马触神泉，美酒喷香勇士喧。一饮三呼摧敌阵，凯歌高唱满汾川。其三贪杯莫诬醉八仙，浪迹红尘颠倒颠。科学摄生适量饮，为民服务可延年。其四巧把琼浆装玉瓶，五洲四海播清芬。争誉不只家邦美，万国联欢也托君。全诗说古道今，把杏花汾酒的质量赞颂的淋漓尽致。有的是仿古藏头诗。如“青岛啤酒”的广告诗：青翠纷披景物芳，岛环万顷海天长。啤花泉水成佳酿，酒自清清味自芳。四句第一字分别是“青”“岛”“啤”“酒”，点明商品名称，读之韵味浓厚，情趣盎然，有利于加强消费者印象。关于律诗和绝句的创作是比较严格的。律诗分为五律和七律，都为八句。诗中每两句为一联，共四联。第一联叫做起联或首联，第二联叫做颔联，第三联叫做颈联，第四联叫做尾联，或结联。每联的上句叫出句，下句叫对句。律诗称为格律诗，自然具有规范性，下面简单介绍一下，供创作者参考。只所以简单对待，一是因为作为广告诗，功利性为第一，过于扣字眼、讲究格律，会影响商品信息的传递；二是因为我们作的只是仿古诗，只求大体相近

，不求完全相似。五律、七律诗的格律大体表现在以下三个方面：第一，每首诗都有固定的平仄格式。它们共有四种平仄格式：(1)仄起第一式，即首句仄起仄收，不押韵；(2)仄起第二式，即首句仄起平收，并入韵；(3)平起第一式，即首句平起仄收，不押韵；(4)平起第二式，即首句平起平收，并入韵。在上述四种平仄格式中，它们在每联的上下两句之间，也构成一种规则，即一联之间平仄是相反的。即如果出句某个位置上用的是平声字，那么对句同一位置上就必须用仄声字跟它相对。反之亦然。另外，在联与联之间，也构成一种规则，即在两联之间，后联出句的平仄与前联对句的平仄是相同的。总之，律诗的平仄规则是，一句之中平仄交替，一联之间平仄对立，两联之间平仄相黏。第二，在固定的位置上使用对仗。其对仗一般要求用在第二、三联，即颔、颈两联。并有如下要求：(1)在对仗句中，上下两句不得出现重复的字，无论是上下两句相对应的同一位置上的字不得重复，就是不同位置上的字也不得重复出现；(2)在对仗句中，上下两句必须各有独立的意思，或相映衬，或相补充；(3)对仗力求严密工整，即做到名词对名词，动词对动词，形容词对形容词，副词对副词，以及数量词对数量词，反义词对反义词，联绵词对联绵词等。第三，用韵有固定的规定。表现在：(1)押韵的位置是固定的，它除有首句押韵的形式外，其余押韵的位置均在对句的句尾。(2)只用平声字的韵脚，而且一韵到底，中途不能换韵。(3)要求押本韵，不能出韵。所谓押本韵，就是只能照古代韵书(如广韵)中所规定的同一韵部的字用韵，不能随便超出。这一点，今天我们创作仿古诗广告时，完全可以不考虑。再说绝句。绝句是律诗产生后，在八

行体律诗中截取四句而成，即五绝导源于五律，七绝导源于七律。所以，绝句的格律规范同律诗相近。也是有上述平仄四式，每联平仄相对，两联间平仄相黏，用平声韵等。只是不一定要使用对仗，容许在一篇诗中出现重复的字。可见，绝句与律诗相比，是一种灵活小巧的诗体，易于掌握，易于记诵。上面我们列举的关于台湾远东百货公司和汾阳杏花酒的仿古诗广告，都是绝句模样，就说明这个问题了。另有极少数的词体广告，如满江红新春将至，喜赋是词，以谢关注松辽前程之支持与合作者。雄鸡高唱，迎新春，年丰人和。松辽车，南北东西，追云踏雪。奇黄河鏖战桂冠，博帝王翘指评说结硕果，谢诸君相助，举杯酌。笛声鸣，永不歇，路修远，同求索。看合作宏图，满卷春色。金秋盛会天地笑，携手拼搏奠基业。松辽路，旌旗繁花拥，胜利歌。沈阳松辽汽车厂此词体广告，其主旨是感谢关注松辽前程的支持者与合作者，词语凝练简约，节奏鲜明，读之上口。关于词的创作，更不是一二句能够讲清楚，这里不再赘述。在整个广告创作中，诗歌体相对说数量不多，仿古的诗词就更少了。因为用格律诗词来创作广告，需要深厚的古典文学功底，非一般写作者能够驾驭。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com