



學習重點

思維：掌握事物的特質。

閱讀：1. 理解文章的段意和主旨。

2. 掌握說明對象的特徵。

聆聽：聽清不同說話者的觀點。

寫作：學習提出自己的見解。

語文基礎知識：誇張、押韻。

文化：認識廣告的由來。



思維啟動機

試細看以下的廣告語，猜猜它們宣傳的是哪種商品或服務，並將正確答案的英文字母填入方格內。

A 染髮劑

B 手機

C 保險

D 信用卡

E 巧克力

1. 用心聆聽，更知你心。
2. 一卡傍身，世界通行。
3. 想逐漸變黑又得，立即變黑晒亦得。得咗！
4. 只溶喺口，唔溶喺手。
5. 相信直覺，聽世界，打天下。

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>



愉閱空間

試仔細閱讀以下文章，然後回答所附問題。

別出心裁的廣告語

生活在香港，就如同生活在一個廣告的世界。

我們每天接觸到的廣告包羅萬有，按性質可歸納為「商業廣告」和「非商業廣告」兩大類。前者是以促進產品銷售，增加利潤為目的；後者則不

以帶來經濟利益為目的，而是政府部門、慈善團體、宗教組織等為了宣傳某種主張、觀點而製作。

商業廣告涉及的产品十分廣泛，諸如飲食、日常用品、衣飾、金融、旅遊、僱傭服務，以至樓房租售等都包括在內。大部分的企業、公司、商業部門為了使消費者更深入地認識和了解自己，將產品更好地推銷出去，都樂於投入大量資金進行廣告宣傳。人們把廣告比作「信息傳播的使者」、促銷的「催化劑」、企業的「介紹信」、產品的「敲門磚」，甚至有人認為在今後的社會裏，沒有廣告就沒有產品，沒有廣告就沒有效益，沒有廣告的企業將寸步難行。可見，廣告在商業領域有着舉足輕重的作用，



▲不同傳播媒介的廣告

同時亦成為現代社會必不可少的一部分。至於非商業廣告，就以政治廣告和公益廣告為主。公益廣告向公眾「免費推銷」某種意識和主張，以提升市民的道德素質，使社會更加和諧、美好。

廣告必須通過傳播媒介向目標對象傳遞信息。這些媒介包括電台、電視、報章、雜誌和日漸普及的互聯網。為了使目標對象對所宣傳商品留下深刻的印象，廣告製作人往往利用漢語（尤其是粵語）的特點，創作出別出心裁的廣告語。例如某蒸餾水的廣告，便以「清純」二字概括產品「至清至純」的特點；「清純」二字一般用以形容人的品格，但這裏語帶雙關，用來形容水質清澈純正。又如紅十字會曾以「夏伍查袁畢黎捐血」作廣告語；這句廣告語用了粵語諧音雙關的手法，「夏伍查袁畢黎捐血」粵語的諧音是「下午茶完畢嚟捐血」，一方面鼓勵不同姓氏的人都要來捐血，另一方面則呼籲人們可以在下午茶後來捐血。至於利用韻語作廣告語就更是常見；所謂「韻語」，就是指上下句的最末一字是押韻的。例如某手錶品牌的經典廣告語「不在乎天長地久，只在乎曾經擁有」，上句末的「久」(geu²)字和下句末的「有」(jeu⁵)字韻母相同，兩句合起來讀，琅琅上口，便於傳誦。

在香港這個經濟繁榮的城市，廣告幾乎是無處不在的。只要我們細心留意一下，便不難發現許多生動有趣的廣告和廣告語，從中還可以活學到不少修辭技巧呢！



▲古羅馬商人在街頭招攬生意

現今的廣告鋪天蓋地，無所不在。那麼，廣告究竟源於何時，又是如何發展演變的呢？

「廣告」一詞來源於拉丁文，意思是「我大喊大叫」。據說，古羅馬商人為了招攬生意，經常僱人在街頭鬧市大喊大叫，邀請人們購買商品；人們就把這種做法稱為「廣告」。中國在宋代則有圖記廣告，即「商標」；後來又相繼出現了報刊和印刷廣告。可見，廣告是商業發展的自然產物。

- 按性質劃分，廣告可以分為_____和_____兩大類。前者以_____為目的；後者則是政府部門或非牟利組織為了宣傳_____而製作。
- 以下哪一種不是商業廣告？
 - A 樓宇銷售廣告
 - B 健康飲品廣告
 - C 旅行社廣告
 - D 反吸煙廣告
- 廣告會通過哪些傳播媒介向目標對象傳遞信息？

(i) 報章雜誌	(ii) 互聯網
(iii) 電台	(iv) 電視
A (i) 和 (iii)	B (i) 和 (iv)
C (ii)、(iii) 和 (iv)	D 全部皆是
- 試找出第 4 段的中心句，用「~~~~~」在文中標示出來，並概括該段段意。



綜合寫作區

假如你的朋友通過廣告認識到「強身寶」健康食品，並打算私自買來服用，希望服用後能有效纖體。你認為他／她應否服用該食品？為甚麼？試結合以下兩則材料，用約 150 字表達你的看法。（標點符號計算在內。）

材料一



強身寶

- 綠色健康食品，純天然成分，無任何副作用。
- 可以在極短時間內增強人的抵抗力。
- 同時還有纖體、排毒的作用。
- 任何年齡的人皆可服用。

材料二

A3 港聞

香江日報

200X 年 7 月 1 日

健康食品廣告有誇張失實之嫌

【本報訊】消費者委員會於今年 4 月至 6 月期間進行了關於市民購買健康食品的調查。這次調查採取電話訪問的方式，對五百人進行了隨機抽樣訪問。調查發現，有四成受訪者曾服用過健康食品；他們主要是通過廣告（42%）及親友推介（36%）認識該類產品。不過，無論曾否服用過健康食品，受訪者都普遍（78%）對這類產品的廣告心存懷疑，認為廣告所言大都誇大失實。

材料一的廣告可信嗎？
為甚麼？市民對健康食品
的普遍態度是怎樣？



暑期閱讀報告

撰寫指引

同學趁着放暑假，應會閱讀一些課外書刊，增廣見識。閱讀書刊後，如能撰寫一份報告，有助加深對該書的認識，更可把它推薦給別人，分享好書。同學就試在這個暑假內，閱讀一本好書，撰寫閱讀報告吧！

閱讀報告是指閱讀一本書刊後，記下讀後感的一份報告；應包括以下部分：

1. 書刊基本資料：書名、作者、類別、出版社等。
2. 報告內容：包括內容簡介、評論和感想等。基本步驟如下：
步驟1 撰寫引言：「引言」是整份報告的開首，可概述報告內容、說明撰寫的目的等，或運用引人入勝的語句，讓讀者留下印象。
步驟2 撮寫內容：接着，就是概述該書刊的內容，如主題、寫作動機、思想感情、風格、人物特色等；也可選取最具特色的部分作重點介紹。
步驟3 提出評論或感想：然後，可評論書刊的內容、寫作特色、版式設計等，或表達從此書刊所得到的啟發、感想等。
步驟4 作出結論：「結論」是報告的最後部分，可總結報告的內容，或提出一些具啟發性的問題，激發讀者思考。

書目推介

1. 《廣告笑話》 毛奇小子 （號角出版社）
2. 《中國傳統節日趣話》 林國平 （花田文化股份有限公司）
3. 《哈利·波特》 小說系列 羅琳 （皇冠文化出版有限公司）
4. 《網上友情》 馬翠蘿 （山邊社出版社有限公司）
5. 《伊索寓言》 伊索 （星月文化）
6. 《放眼看：數理科學》 〔商務印書館（香港）有限公司〕

