

ایده‌های خلاق

ایده‌ها و تکنیک‌های بهترین کمپین‌های تبلیغاتی جهان

نویسنده: ماریو پریکن

مترجم: آرش سلطانعلی

www.ketab.ir



سرشناسه: پریکن، ماریو Pricken, Mario
عنوان و نام پدیدآور: ایده‌ها و تکنیک‌های بهترین کمپین‌های تبلیغاتی جهان / ماریو پریکن؛ مترجم: آرش سلطانی.
مشخصات نشر: تهران: ایده خلاقیت، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری: ۲۴۶ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۵۳۹-۴۹-۱

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: عنوان اصلی: Kribbeln im Kopf.

یادداشت: کتاب حاضر از متن انگلیسی تحت عنوان «Creative advertising: ideas and techniques from the world's best campaigns» به فارسی برگردانده شده است.

عنوان دیگر: مبانی خلاقیت در تبلیغات: ایده‌ها و تکنیک‌هایی برگرفته از بهترین تبلیغات دنیا.

موضوع: آگاهی‌های تبلیغاتی

موضوع: Advertising

موضوع: هنر تجاری -- فن

موضوع: Commercial art -- Technique

شناسه افزوده: سلطانی، آرش، ۱۳۵۱- مترجم

رده بندی کنگره: ۶۲۴/۱۳۹۶

رده بندی دیویی: ۶۵۹/۱

شماره کتابشناسی ملی: ۲۹۵۳۳۱۵

ایده‌های خلاق: ایده‌ها و تکنیک‌های بهترین کمپین‌های تبلیغاتی جهان

نویسنده: ماریو پریکن

مترجم: آرش سلطانی

ویراستار: منیره تقی پور

طراحی جلد و صفحه آرای: آرش سلطانی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۵۳۹-۴۹-۱

چاپ و صحافی: کهن

چاپ اول: تابستان ۱۳۹۹

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۳۰۰۰۰۰ ریال



تهران، خیابان خرم‌دند شمالی، خیابان هجدهم، پلاک ۲۶

تلفن ۸۳۳۸۷۳۰-۳۳

www.ideapublication.ir

تمامی حقوق چاپ و نشر برای انتشارات ایده محفوظ است.

مقدمه مترجم

شاید نیازی به پیش گفتار برای کتاب «تبلیغات خلاق» نباشد، زیرا کتاب حاضر بحث خلاقیت را مطرح می‌کند و اینکه بخواهیم به صورت متداول، مقدمه‌ای برای ترجمه آن بنویسم، شاید چیزی از ارزش آن کم کند، اما به هر صورت نویسنده و یا مترجم می‌خواهد انگیزه خود را برای تالیف و ترجمه‌ای که کرده است، بیان دارد.

امروزه منابع تحلیلی و منابعی که بتواند تجربیات مختلف را منتقل کنند در زمینه آثار مکتوب کمتر وجود دارد. این موضوع نشان می‌دهد که انتقال تجربه و زمینه‌های رشد خلاقیت به خوبی در عرصه‌های مختلف کمتر اتفاق می‌افتد و همین موضوع باعث شده تا کتاب پیشرو را برای ترجمه انتخاب کنم.

کتاب حاضر با نگارش روان و تأکیدات موردی بر تبلیغات و فناوری‌های گسترده‌ای که امروزه در دسترس هستند در سطحی بسیط تجربیات مختلف تیمز و هودسون را در زمینه تبلیغات بررسی کرده است.

این کتاب بر عنصر نگرش درست به زمینه خلاقیت که امروز گم‌شده‌ای در زمینه تبلیغات ایران است تأکید دارد و سعی دارد که با فهرست‌بندی فعالیت‌های صورت گرفته برای پرورش خلاقانه اندیشیدن و یافتن ایده‌های خلاق مخاطبان را به جدی گرفتن اندیشه‌هایشان رهنمود سازد.

کتاب «تبلیغات خلاق» را می‌توان پرویزالی برای ایده‌یابی و نگرش خلاق داشتن برای آفرینش تبلیغات‌های تاثیرگذار دانست. نگرش تیم‌ورک داشتن، بهره‌گیری از پنج حس برای فعالیت خلاقانه، دور شدن از سرکوبگری ایده‌ها، تغییر زاویه دید دادن برای فعالیت‌های خلاقانه، نحوه انتخاب بهترین ایده‌ها، استفاده از تناقض‌ها و خطاهای باصره برای استفاده خلاقانه، نحوه استفاده از نمادها و نشانه‌ها، شیوه داستان‌سرایی و.... دستوردهایی است که پس از مطالعه این کتاب بدست خواهید آورد.

این کتاب نیز همانند بسیاری از آثار نوشتاری شاید خالی از معایب نباشد، اما نیت ترجمه آن خدمتی است به هنر - صنعت تبلیغات تا هم چشمانمان زیباتر ببیند و هم اشخاصی که فاقد این علم هستند نکته‌ای بر معلومات‌شان افزوده و در بازخورد با تبلیغات‌های خلاقانه واکنشی درست به آن داشته باشند.

فهرست

بخش ۱- تیم ایده آل: چارچوبی برای اجرای عالی خلاق.....	۷
۱-۱ تیم ایده‌آل، اساس هر جلسه.....	۹
۲-۱ طرح کلی شما برای گروه دارای انگیزه، فضا خلق می‌کند.....	۱۰
۳-۱ هر پنج حس را فعال کنید.....	۱۱
۴-۱ با هدفی روشن داخل جلسات شوید.....	۱۲
۵-۱ همواره مرحله‌ی ایده‌ها را از مرحله‌ی ارزیابی جدا کنید.....	۱۴
۶-۱ از سرکوبگران ایده اجتناب کنید.....	۱۵
۷-۱ برای تجسم بخشیدن به ایده‌های خود اتود بزنید.....	۱۶
۸-۱ ایده‌ها را به چنگ آورید و با آنها حرکت کنید.....	۱۷
۹-۱ به دنبال نکات مثبت در ایده‌های دیگران باشید.....	۱۸
۱۰-۱ اشتباه کنید و از آن لذت ببرید.....	۱۹
۱۱-۱ دست از آن بردارید، بهترین ایده‌ها هنوز هم در راهند.....	۲۰
۱۲-۱ حس طنزتان را تقویت کنید.....	۲۱
۱۳-۱ قبل از ارزیابی ایده‌ها، دست نگه دارید.....	۲۲
۱۴-۱ ایده‌ها را خلاصانه انتخاب کنید.....	۲۳
۱۵-۱ ایده‌ها را تبدیل به عمل کنید.....	۲۴
بخش ۲- کاتالوگ راه‌اندازی: معرفی ایده‌هایی که اطلاع‌رسانی کنند.....	۲۵
۱-۲ معرفی کاتالوگ راه‌اندازی.....	۲۷
۲-۲ کاتالوگ راه‌اندازی.....	۳۰
۳-۲ بدون کلمات.....	۳۰
۴-۲ ترکیب و انطباق.....	۳۲
۵-۲ تقابل تطبیقی.....	۵۰
۶-۲ تکرار و جمع‌آوری.....	۵۵
۷-۲ اغراق.....	۵۸
۸-۲ درست برعکس مطرح کنید.....	۶۲
۹-۲ حذف و پیشنهاد.....	۶۶
۱۰-۲ تناقض‌ها و خطاهای باصره.....	۷۱
۱۱-۲ تاکتیک‌های تحریک و شوک.....	۷۴
۱۲-۲ بازی با زمان.....	۸۷
۱۳-۲ تغییر در چشم‌انداز.....	۸۶
۱۴-۲ طنزها و اداها.....	۹۱
۱۵-۲ نمادها و نشانه‌ها.....	۹۵