

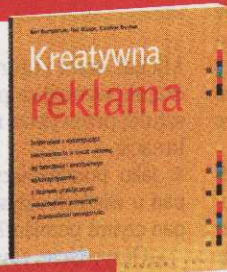
KSIĄŻKI: KREATYWNIE O REKLAMIE

Obserwując codzienny gąszcz wizualnych przekazów, trudno uwierzyć, że początki reklamy wiążą się głównie z afiszami i artykułami reklamowymi. Dzisiaj już wiemy, że to nie tekst, lecz obraz jest w stanie szybko i skutecznie zwrócić uwagę odbiorcy. Obraz oryginalny i wyróżniający się, bo tylko taki zostanie zauważony wśród ogromu ilustracji w mediach i na ulicach. Jak taki obraz stworzyć? Odpowiedzią na to pytanie jest „Seria Kreatywna” Wydawnictwa Naukowego PWN.

Książka „Kreatywna reklama” umożliwi zrozumienie procesu powstawania kampanii reklamowych. Poczynając od struktury agencji reklamowej oraz sposobów wykorzystania mediów tradycyjnych i nowoczesnych, autorzy prowadzą przez proces planowania, tworzenia oraz realizacji kampanii reklamowej, a także

podejmują próbę oceny przyszłych kierunków rozwoju reklamy. Najbardziej jednak inspirujące w tym przewodniku jest wykorzystanie licznych przykładów ciekawych albo kontrowersyjnych kampanii reklamowych oraz sposobu ich kreowania i oddziaływania na odbiorców.

O tym, że w przekazie wizualnym każdy niuans ma ogromne znaczenie, możemy się dowiedzieć z książki „Twórcze projektowanie”, która krok po kroku prowadzi przez proces tworzenia projektu: od technik druku poprzez tworzenie layoutu



strony i wybór czcionki aż po operowanie obrazem. Na konkretnych przykładach możemy zaobserwować, jak rozmieszczenie elementów na obrazie wpływa na sposób jego odbioru oraz jak twórczo wykorzystać prawa psychologii czy symbole kulturowe. Autorzy pokazują, że nawet zwykła strona w książce może być zaprojektowana twórczo.

DOROTA NORWA

Ken Burtenshaw, Nik Mahon, Caroline Barfoot, *Kreatywna reklama*; Gavin Ambrose, Paul Harris, *Twórcze projektowanie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007