

خُسام کُرد و مَرد حورمِه
کُردل زاناش حنِ مِرد ادره

کتاب یک روش برای خلق هزاران ایده ترجمه‌ای است از:

A Technique for Producing Ideas

James Webb Young

راهکارهای تبلیغات و بازاریابی (۱۵)

یک روش برای خلق هزاران ایده

نویسنده: جیمز وب یانگ
مترجم: علیرضا قائدیان

سپهر
انتشارات

ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

سرشناسه	: یانگ، جیمزوب، ۱۸۸۶ - م.
سرشناسه	: Young, James Webb
عنوان و نام پدیدآور	: یک‌روش برای خلق هزاران ایده/نویسنده جیمزوب یانگ؛ مترجم علیرضا قانديان؛ ویراستار حسین رسولی.
مشخصات نشر	: تهران سیتته، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۴۰ ص.
فروست	: راهکارهای تبلیغات و بازاریابی؛ ۱۵
شابک	: ۹۶۲۷۶-۹۶۴-۹۷۸
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: چاپ قبلی: سیتته، ۱۳۸۷.
یادداشت	: چاپ دوم.
یادداشت	: عنوان اصلی: A Technique for Producing Ideas, c2003
موضوع	: اندیشه و تفکر.
شناسه افزوده	: قانديان، علیرضا، مترجم
شناسه افزوده	: رسولی، حسین، ۱۳۵۹-، ویراستار
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۸۷ ی۲/ی۱/BF۴۴۱
رده‌بندی دیوی	: ۱۵۳/۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۱۱۹۷۹۲۷

یک روش برای خلق هزاران ایده

نویسنده: جیمز وب یانگ

مترجم: علیرضا قانديان

خوشنویسی به نام خداوند خورشید و ماه:

محمد کیانی

طراحی جلد و صفحه‌ها: آتلیه‌ی شرکت سیتِه

فیروزه یآوری

مدیر اجرایی:

حسین رسولی

ویراستار:



مجید اسماعیلی

صفحه‌آرایی:

طیف‌نگار

لیتوگرافی:

طیف‌نگار

چاپ و صحافی:

سیتِه

ناشر:

چاپ دوم: بهار ۱۳۹۴

چاپ نخست: تابستان ۱۳۸۷

۳۰۰۰ نسخه

حق چاپ و نشر محفوظ است.

ISBN: 978-964-96276-9-4

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۶۲۷۶-۹-۴

دورنگار: ۷۷۶۰۳۷۲۲

تلفن: ۷۷۵۰۹۳۳۹

www.citehpub.com

سخن مترجم

در ادبیات ما بحث از الهامات به بشر بسیار به کار رفته است هر چند که نمی‌توان منکر چنین الهامات عمیق بود اما این الهامات را خلاقیت نمی‌شود نام داد، آن‌ها بلوغ در تفکر هستند. شاید این همان مرحله‌ای است که یانگ از آن به عنوان جمع‌آوری اطلاعات و کار مستمر بر آن‌ها یاد می‌کند. بسیاری از این دستاوردهای خلاقانه برآستی سخت‌کوشی پدید آمده‌اند. شاید این دستاورد معنای بسیار بزرگ از خلاقیت باشد اما در هر صورت این خلاقیت‌ها نیز با تلاش و جهد بسیار بیشتری از همان مسیری گذشته‌اند که در چند سطر این مراحل به چنان پشتکاری محتاج است که از بیان ساده و سهل آن‌ها در چند سطر نگران نیست که معاشش را مختل کند. اعتراف می‌کنم که با این که سال‌ها در عرصه تبلیغات فعالیت کرده‌ام و در این زمینه نیز موفق بوده‌ام با خواندن این کتاب در من تغییری رخ داده است. اکنون تلاش می‌کنم تا در این مسیر از راهنمایی‌های یانگ استفاده کنم. گمان می‌کنم تولیدات کنونی‌ام خلاقانه‌تر شده است و خواندن آن را به همه، به خصوص فعالان صنعت تبلیغات توصیه می‌کنم چرا که در مقایسه با تولیدات خارجی یا داخلی در حوزه‌ی تبلیغات و پردازش ایده‌ها (تا آنجا که من مطالعه داشته‌ام) از سبک و روش روان‌تری در بیان مطالب و مفاهیم برخوردار است.

در پایان از همت و تلاش انتشارات سیته و مدیر فرهیخته آن، جناب آقای شاهین ترکمن که شرایط طبع و نشر این اثر را فراهم آورده‌اند صمیمانه تشکر می‌نمایم.

سخن ناشر

همواره در انتخاب کتاب‌های خود سعی کرده‌ایم که دقت لازم را داشته باشیم تا محتویات علمی قابل درک و مورد نیاز در اختیار دست‌اندرکاران این صنعت قرار داده شود.

پس از مطالعه‌ی ده‌ها کتاب تبلیغات و انتخاب و گزینش از میان آن‌ها بر این باوریم که این کتاب یک استثناست؛ چرا که توانسته روشی را برای خلق هزاران ایده ارائه دهد که بسیار عملی و ماندگار است. از سوی دیگر این روش نه تنها برای خلاقان حوزه‌ی تبلیغات مفید است، بلکه برای همه‌ی افرادی که در حوزه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی به خلق ایده می‌پردازند، می‌تواند حکم یک راهنما را داشته باشد.

نسخه‌ی اصلی این کتاب در دهه‌ی ۶۰ میلادی منتشر شده است و هنوز به عنوان مرجع از جانب سازمان جهانی تبلیغات در حوزه‌ی خلاقیت ارائه و تدریس می‌شود. که این‌ها همه توانایی و قابلیت کتاب حاضر را نشان می‌دهد.

در پایان باید بگوییم که انتشار کتاب استثنایی «یک روش برای خلق هزاران ایده» برای ما، اهالی سیت، باعث شمع و شادمانی است و خواندن آن را به همه‌ی کسانی که به خلق ایده علاقه‌مندند توصیه می‌کنم.

شاهین ترکمن

فهرست

۱	پیش‌گفتار برن‌باخ
۳	پیش‌گفتار کیت لین‌هارد
۵	مقدمه
۷	چگونه شروع شد؟
۹	فرمول تجربه
۱۳	تئوری پاره‌تو
۱۷	تربیت ذهن
۱۹	ترکیب عناصر قدیمی
۲۳	ایده‌ها ترکیب جدیدی هستند
۲۹	فرآیند هضم فکر
۳۳	به طور پیوسته به آن فکر کنید
۳۵	مرحله‌ی آخر

پیشگفتار برن باخ

آقای یانگ در این کتاب کوچک مطالبی را نقل می‌کند که ارزش آن از همه‌ی چیزهایی که تا به حال در مورد تبلیغات خوانده‌ایم بیشتر است؛ چرا که او درباره‌ی روح برقراری ارتباط سخن می‌گوید. احتمالاً یک پزشک می‌تواند اعضای بدن انسان را درمان کند، اما هرگز نمی‌تواند به آن روح بدهد. یانگ در مورد جرقه‌های خلاقانه‌ی یک ایده می‌نویسد که به یک تبلیغ، روح و زندگی می‌بخشد. تجربه مهم‌ترین عامل پیشرفت در کسب‌وکار است.

یانگ یکی از بزرگ‌ترین متفکرانی است که درباره‌ی خلاقیت ایده نظریه داده است. اینکه بزرگانی چون برتراند راسل و اینشتین هم مطالبی درباره‌ی خلاقیت نوشته‌اند که شبیه نظریه‌ی یانگ است، بزرگی و شایستگی یانگ را می‌رساند. آنها هم مانند یانگ معتقدند: درست است که پایه و اساس علوم، تفکر خلاق و خوب

است ولی این کافی نیست. این علوم باید دسته‌بندی شده و هرچند یک‌بار با آگاهی‌ها و روابط تازه درهم‌آمیزد. همان کاری که اینشتین به آن خواست و شعور لقب داد و آن را تنها راه رسیدن به دیدگاه‌های جدید می‌دانست.

ایده‌پردازی همیشه تضمین‌شده نیست اما مال یانگ همواره هست. من از حرفی که می‌زنم، کاملاً مطمئنم. این هنر نتیجه‌ی تمامی چیزهایی است که آدمی در طول زندگی از آنها متأثر شده است، به اضافه‌ی تأثیرات ژنتیکی.

اگر دقیقاً از خط مشی یانگ که بسیار هم ساده و واضح نوشته شده است، پیروی کنید، می‌توانید حداکثر بهره را ببرید. من بدون هیچ شکی معتقدم که یانگ به عمق موضوع کاملاً پی برده است. در نتیجه‌ی سالیان دراز کار کردن در آژانس‌های تبلیغاتی، به او اثبات شده است که عامل اصلی مؤثر در یک ارتباط موفق، تولید ایده‌های مناسب و لازم است.

او نه فقط این نکته را به ما یادآوری می‌کند، بلکه مسیر دستیابی به آن را نیز برایمان ترسیم می‌کند.