

2006年9月号 広告は何をたくらんでいるのか

NIジャパン No.81 2006年9月号
広告は何をたくらんでいるのか

< 内容 >
(本文は日本語です)

- [イントロダクション]
メディアの受け手から読み手へ
- 2 広告業界が駆使する魔術とは
広告ビジネスの誘惑を調べ、その策略をディンヤル・ゴドレジが探る。
- 10 広告に込められた意味
実際の広告を見ながら、その内容とメッセージを分析する。
- 13 広告に見るインド女性のイメージ
インド女性に急激な変化をもたらしている外国の文化。広告の中と実際の世界でどのような変化が現れているのか、マリ・マーセル・テカエカラが報告する。
- 18 ブランド名はジーザス
私たちの思考と感情に、広告はどのように影響を及ぼしているのだろうか。ジーン・キルボーンの考察。
- 26 反逆のパロディー広告～目障りなやつらをやっつける
でっかい目障りなやつに一撃を見舞ういたずら。
- 28 子どもたちを狙え
子どもたちの心を盗む巨大ブランドのやり口。
- 31 コンタクトポイント
今月のトピックをもっと深く知りたい、何か行動したいという人のための日本国内の情報源。
- 32 世界の国のプロフィール ベナン
- 36 世界のニュース
・奴隷制と石油(エネルギー)
・環境の戦死(中東)
- ***NIジャパンはNIからの翻訳記事を中心に構成されています***



消費拡大主義、グローバル化された世界観、広告の「楽しさ」...大衆広告は大胆不敵にしつこく商品以上のものを押しつけてくる。それは、NI自身が受け入れて掲載しているような小規模広告とは違う類のものだ。世界の巨大企業の資金力に支えられ、きらびやかな広告はかっこよく人々を魅了する文化への渇きをつくりだし、そこへ大企業が水を持って現れる。広告依存症、それがほとんどのメディアの実情である。この業界では、最も洗練されたクリエイティブな人材が働き、広告ビジネスは消費者の脳に訴えかけるための最高の手法を多大な努力のなかで考え出している。果たして、そのトリックの世界には何が隠されているのだろうか。

NI No.393 September 2006
Advertising overload

< 内容 >
(本文は英語です)

消費社会へと引き込むマーケティング

欧米の多国籍企業は、西洋的な嗜好と生活スタイルを中国に広めようと必死である。しかしそれに対して中国人は、あまりにも無防備に見える。

選挙運動とキャンペーン

近年世界のあちこちで、広告代理店やキャンペーン企業が中心となって行う選挙運動が増えている。政治家を売り込むそのような手法は、政治にどんな影響を及ぼしているのか。ラテンアメリカの例を見てみよう。

キャンペーンのしっぺ返し

インド人民党が「India shining」をキャッチフレーズに行った国の発展をたたえる大々的なキャンペーン。しかしそれは、インド人民党が2004年の選挙で敗北する原因の一つとなった。

広告の妄想と企業の現実

企業はどのようなイメージでどんな現実を覆い隠そうとしているのか。トヨタ、ユニリーバ、スターバックス、トミーヒルフィガー、BPの妄想と現実を分析する。

今月のOnline Reportに一部翻訳を掲載中

イスラエルで考える

レバノン攻撃の目的はどこにあったのか。また、イスラエルの人々は、今回の戦争をどう見ていたのか。

---このほかの記事についてはウェブサイトをご覧ください---

* ホームページでは、購読お申し込みやバックナンバー照会、無料メールマガジン申し込み等がご利用頂けます。

NI (英語、A4・カラー、約40ページ) と日本編集のNIジャパン (日本語、A5・モノクロ、40ページ) をセットでお届けします。

【定期購読 (1・2月号は合併号のため年11回発行)】

NI & NIジャパン 1年(11冊) = ¥10,500 2年(22冊) = ¥19,000
NIジャパンのみ 1年(11冊) = ¥5,000 2年(22冊) = ¥9,000
NIのみ 1年(11冊) = ¥8,000 2年(22冊) = ¥14,000

【最新号/バックナンバー】 >>> ¥400 ~ ¥1,000

< お問い合わせ・お申し込み >



ニュー・インターナショナリスト・ジャパン 有限会社インティリンクス

〒182-0035 東京都調布市上石原1-36-6 西調布シティ303

Tel / Fax : 042-498-3126

E-mail : info@ni-japan.com

URL http://www.ni-japan.com/