



## 「廣告文案的思考」演講

時間：2019-12-05 ~ 2020-01-07

地點：傳播館 Q306

講師智豪一開始就以：我不是知識的傳播者，我是幫廣告商迷惑消費者、幫這家公司對抗另一家公司的角色，為學生們介紹他如何看待自己這個角色。接著他介紹廣告：都沒有文案 - 亦或是 - 都是文案，可以用一張圖讓消費者一秒就看懂，又或者用一句話就走入消費者的心坎，利用情感訴求打動與你對話的人，皆是製作者的功力，就好比他一直喜歡引用他人的金句 - 孫大偉：廣告就是，賣幻想給大腦。

要寫好一篇文案從自我對話開始，從生活中取材，「觀察-陳述-改變」，加上摸索與自己的關係、拿捏與他人相處的分寸及如何看待你與這個世界的關係。如果沒有好的內容，才用情感訴求，並思考如何打動他人。體會、觀察、再體會，然後持續的觀察，生活就是你的老師，是講師一直想傳達給學生們的想法。好比他為台灣房屋做的企劃 - 台灣房屋，打從心底把台灣當成自己的家，即使不踏實，也要毫無破綻的告訴自己，台灣這塊島，就是我們扎根一生，值得信任的家園、的房屋。

與其說我是一個創作者，不如說我是一個溝通者，一場為名的社會運動，改變社會氛圍的開始 - 吳念真

智豪幾年前下鄉和吳寶春合作無酬企劃時，因為吳念真的一句話：「知識，不只是拿來謀取利益的」而深受影響。今日這位講師，更像是一位為生活而努力的藝術家，從前智豪是讀設計相關，並非傳播媒體科系，從課後與他對談過程中，更能感受到他血液中蘊藏細柔又沉穩的能量、敏銳的觀察力特質，想為個社會傳達一些正面的思考價值。



講師自我介紹



講話直白的講師讓學生都融入其中

