



Design: Munch Design

26-09-2018 11:39 CEST

Den som eier ordet, eier verden

Du møter det hele tiden. Politikere, markedsførere, journalister og pedagoger – alle bruker de teknikker og metoder hentet fra det vi kaller markedspråket, for å nå frem til dem de ønsker å treffe med budskapet.

Markedspråket er obligatorisk lesestoff for markedsførere, studenter og andre som jobber med kommunikasjon. I boken utforsker tre tekstforfattere med bakgrunn fra reklame og film hvordan ord og språk påvirker og, til en viss grad, skaper virkeligheten vår. Ved hjelp av eksempler og faglige refleksjoner viser de hvordan det går en rød tråd fra antikkens retorikk til dagens innholdsmarkedsføring, selv om de fysiske rammene våre endrer seg. På veien møter du noen av historiens mest toneangivende tekstforfattere, får

berømte eksempler fra reklamens verden og innsikt i aktuell forskning.

Hvordan virkelighet skapes gjennom ord

Boken inntar et sosialkonstruksjonistisk perspektiv: at virkelighet ikke er en objektiv størrelse som kan observeres, men noe vi skaper i fellesskap gjennom relasjoner og språklig enighet rundt begreper. I en slik sammenheng blir tekstforfatteren en viktig brikke, og boken setter også søkelyset på hvordan tekstforfatterene jobber, hvilke kreative teknikker de bruker, og viser eksempler på reklamebudskap som har blitt til en del av vår kollektive bevissthet og begrepsapparat.

Hvilken rolle spiller kreativitet?

Boken tar også for seg begrepet kreativitet, hva forskningen sier om emnet, og hvorfor det alltid vil stå i kontrast til naturvitenskapens strenge krav til observerbarhet. Boken belyser sentrale spørsmål knyttet til hvordan kreativitet oppstår og brukes, og gir leseren innsikt i sentrale teorier og begreper.

Praktisk og engasjerende

Markedsspråket er en bok som skal brukes! Ved å lese den får du et bedre teoretisk grunnlag for din tekstproduksjon, og praktiske råd og tips hjelper deg til å skrive enda bedre tekster enn det du gjør i dag. Det er også forfatterens håp at boken skal inspirere til faglig refleksjon og diskusjon.

Markedsspråket er en bok som skal brukes! Ved å lese den får du et bedre teoretisk grunnlag for din tekstproduksjon, og praktiske råd og tips hjelper deg til å skrive enda bedre tekster enn det du gjør i dag.



Om forfatterene

Kim Bjørnqvist har bakgrunn som reklamemann. Bjørnqvist driver nå egen virksomhet som konsulent innenfor reklame og tv.

Magne Johannessen har bakgrunn fra reklamebransjen som tekstforfatter og rådgiver. I dag er han høyskolelektor på Høyskolen Kristiania hvor han har ansvaret for og underviser på emner som tekstforfating, markedsføring og markedskommunikasjon.

Elling Aarflot har bakgrunn som tekstforfatter og foreleser innen tekst og kreativitet. I dag er han partner i Totaltekst der han sloss for den gode teksten på en daglig basis.

Kjøp boken her

Gyldendal Akademisk er Norges ledende universitets- og høyskoleforlag. Vi dekker et vidt spekter av fagområder, og vi gir deg kompetanse for fremtiden med den mest oppdaterte faglitteraturen og de gode pedagogiske verktøyene.

Bestill presseeksemplarer [her](#).

Kontaktpersoner



Susann Hansen

Markedsansvarlig Handelshøyskole
Handelshøyskole
susann.hansen@gyldendal.no
99011183



Knut André Karlstad

Redaktør Økonomi og administrasjon
Økonomi og administrasjon
knut.andre.karlstad@gyldendal.no
41205988