

Reklamiska för alla – av alla.

Som alla vet är bokprojekt på nätet inget nytt. Bloggar blir till böcker och böcker blir till bloggar. De flesta i den litterära genren. Men nu är det dags för en populärvetenskaplig bok att skrivas under inflytande av sina läsare. I samarbete med Norstedts Akademiska skriver nu **Einar Korpus**, doktor i svenskt reklamspråk, en bok tillsammans med sina läsare. Arbetsnamnet är **Humor till salu** och innehållet kommer att ta form på forumet www.reklamiska.se.

Alla människor har ett förhållande till reklam och alla har en åsikt om reklam. Den reklam som de flesta av oss minns använder vanligtvis någon form av humor. Men humor har inte alltid till syfte att enbart underhålla. Tvärtom används den ofta för att i stället lyfta fram allvarliga budskap. Denna humor är temat för **Humor till salu**.

Genom att i ett öppet forum diskutera utkast, textförslag och faktiska exempel får läsarna vara med och påverka bokens innehåll. Författaren kommer förutom att publicera manus även ställa frågor, komma med påståenden och även svara på frågor som rör reklamiskan (reklamspråket) i allmänhet och humorn i synnerhet.

Humor till salu kommer att skrivas ur ett reklamsolidariskt perspektiv. Det innebär att reklamen ses som en integrerad och nödvändig del i samhällsbygget. Men det betyder inte att all reklam är bra reklam, utan snarare att det finns både bra och dålig reklam, ungefär som det finns bra och dåliga romaner.

Einar Korpus är copywriter, forskare och författare. Han disputerade nyligen på avhandlingen **Reklamiska – Guldäggsannonser 1975–2007**, en beskrivning av det svenska reklamspråket.

Och så här tycker Norstedts Akademiska om projektet:

”Förutom att det ligger i tiden, så är det ju ett utmärkt sätt att förbereda utgivningen av en bok”, säger Maria Sjödin, förläggare.

”Vi får en möjlighet att redigera boken kontinuerligt, och dessutom kan de löpande kommentarerna från läsarna på reklamiska.se fungera som en marknadsundersökning. Själva tillkomsten av boken blir på så sätt modern, medan utgivningen blir en helt traditionell historia. Det kommer under överskådlig tid att fortsätta finnas ett behov av boken som fysisk produkt. Den tryckta boken har en oerhört stark ställning under 2000-talet.”

För mer information och pressbilder: www.reklamiska.se.

E-post: press@reklamiska.se.

Tel: 0705-40 04 70 (Einar Korpus).