



## *Blicktrick*

### *– vägledning i visuell varseblivning*

Kärlek vid andra ögonkastet. Du ser något i förbigående. Omedvetet. Men plötsligt måste du ta en ny titt. Någonting stämmer inte. Det är något du inte får grepp om. Men vad? Detta andra ögonkast är frivilligt. Det är aktivt och nära på lustfyllt. Detta andra ögonkast är hemligheten bakom framgångsrik visuell kommunikation. Varför är det så att vi ibland gärna tar en andra titt, och ibland bara vill se åt ett annat håll?

Genom att analysera tusentals och åter tusentals annonser, göra ett urval och därefter sortera in dem i kategorier avslöjar författaren Uwe Stoklossa hemligheterna bakom det andra ögonkastet. Med hjälp av exempel från reklam, grafisk formgivning och konst analyserar och illustrerar boken seendets olika fenomen. Boken är indelad i tio överskådliga kategorier, med hundratals exempel på hur ögat kan vilseledas av visuell information. Likt en utställning av sådant som superkreativa människor från hela världen har klurat ut för att visuellt förföra oss. Den systematiska klassificeringen förser läsaren med en slags grammatik för visuell förförelse, och med denna som grund kan andra, nya, överraskande idéer uppstå.

*Blicktrick – vägledning i visuell varseblivning* utgör en unik sammanställning. Den går utmärkt att gräva i, sluka och studera. Den är ett måste och kommer att bli ett standardverk för artdirectors som dag efter dag är på jakt efter idén med stort i, kanske till och med efter ett ”blicktrick”. Boken innehåller även en utförlig teoretisk textdel om seende och perception.

Text: Uwe Stoklossa  
Omfång: 272 sidor  
Format: 245 x 287 mm  
Inbunden  
Ca-pris i handeln: 570:-  
Utgivning: juni 2007  
Isbn: 978-91-7843-231-8

För mer information, recensionsexemplar eller pressbilder kontakta Hanna Johansson, [hanna.johansson@arenabok.se](mailto:hanna.johansson@arenabok.se) eller 040-10 92 54.