

Indholdsfortegnelse

Forord	6
1. Danskerne vil vide mere	9
1.1 Mange medier og muligheder	10
1.2 Læserne elsker den gode historie	10
1.3 Tag selv initiativet	11
Anja C. Andersen: ”Lyt til dit publikum og tag dem i hånden”	14
2. Målret din kommunikation	17
2.1 Hensigten: Hvad vil du?	18
2.2 Gennemtænk kommunikationssituationen	20
2.3 Afsender	21
2.4 Modtager	21
2.5 Kanal	23
2.6 Sprog	24
2.7 Emne	24
Vincent Hendricks: ”Forskel på at forsimple og forenkle”	26
3. Find den gode historie	29
3.1 Vær i øjenhøjde	30
3.2 Brug relevanskriterierne	32
3.3 Find en vinkel	37
Kristine Niss: ”Husk på hvor meget du ved”	40
4. Fortæl den gode historie	43
4.1 Struktur på din historie: Hey-you-see-so	43
4.2 Lav en fængende overskrift	47
4.3 Andre formidlingsgreb	48
Peter Kjærgaard: ”Formidling er kærlighed til faget”	52

5. Skriftlige genrer	55
5.1 Nyheder	55
5.2 Pressemeddelelser	56
5.3 Feature-artikler	57
5.4 Debatindlæg og kronikker	60
5.5 Blogs	62
5.6 Sociale medier	63
5.7 Alt det andet	64
Bente Klarlund Pedersen: ”Det skal ikke være en pligt at formidle”	66
6. Når du skriver	69
6.1 Giv artiklen flere indgange	69
6.2 Skriv kort og konkret	71
7. Når du taler	77
7.1 Struktur på dit foredrag	77
7.2 Præsentationsteknik	78
Marlene Wind: ”Man skal turde sætte tingene på spidsen”	80
8. Når journalisten ringer	83
8.1 Frygt ikke medierne	84
8.2 Få et godt samarbejde med journalisten	85
8.3 Lav en kontrakt	86
8.4 Lav et godt interview	87
9. Læg en plan	91
9.1 Skriv dine mål ned	92
9.2 ...eller prøv dig frem	94
Forslag til videre læsning	95