

Indhold

Derfor denne bog	9
1. At tænke journalistisk	11
Journalistens personlige kompetencer	11
Fænomener	11
Rolle og etik.....	13
Holdninger og værdier	14
At være nysgerrig.....	14
Aktiv og engageret.....	15
Kontaktfuld	16
Neutral og upartisk	17
Hellere lille og vågen	18
Hellere ydmyg	18
En sund skepsis	20
2. At vinkle og vurdere	21
At tænke journalistisk – faglige kompetencer.....	21
På modtagerens betingelser	21
Læserens spørgsmål.....	23
At vinkle historien	24
At respektere fakta.....	25
Årsag – sammenhæng – konsekvens	25
Nyhedskriterier	25
Ideer fra begivenheder	30
Ideer fra journalisten selv	32
Research og kilder	33

3. At strukturere og skrive	37
At strukturere en tekst.....	37
Modeller for artikler	38
Rubrik og underrubrik	41
Den første sætning	43
Anslaget	44
Brødteksten	46
Mellemrubrikker	47
Udgangen.....	47
Billedtekster	48
Faktabokse og tekstbokse	49
Den gode tekst – den hurtige version.....	52
Journalistiske genrer	52
Nyhedsreferatet	52
Noten	53
Nyhedsnoten til nettet	53
Baggrundsartiklen	54
Portrættet.....	56
Kommentaren og lederen	58
4. Formidlerens sprog	59
At finde sit sprog	59
Scener, tid og rum	60
Personligt, naturligt, konkret	61
Konkrete ord	62
Ord til alle sanser	63
Vis det for læseren	65
En varieret fortællerytme	67
Når sproget smitter af	69
Passiver	70
Verbalsubstantiver	71
Sammensatte ord	72
Abstrakte og generelle ord	73
Papirord	74
Fagterminologi	75
Forvægtskonstruktioner	76
Tjek dit sprog - gode råd	76
5. Det journalistiske interview	77
Det gode interview	77
At lytte konstruktivt	78
Målet skal på plads	81

Planen på blokken	81
Skab et rum	82
Start i det konkrete	82
Åbne, enkle og neutrale spørgsmål.....	83
Hvad, hvordan og hvorfor.....	84
Spørgsmål virker	84
Kort og godt når du skal interviewe	86
6. At coache	87
At coache	87
Større bevidsthed.....	87
Rollen som coach	88
En coach underviser	89
Huskeliste når der coaches	90
7. At redigere	91
At redigere	91
At vælge genre	91
At redigere andres tekster	92
At tænke i koncepter	93
At tænke i fotos	94
At tænke i layout	95
8. Kommunikationsværktøjer	99
Kommunikationskulturen	99
Kommunikér i faser.....	99
Kommunikationsstrategi	100
Kommunikationsplan	101
Personalebladet – den fælles identitet	103
Nyhedsbreve og magasiner	104
Et dynamisk intranet	104
Kommunikation på internettet	105
Oplæg og præsentationer	106
9. Kontakt til pressen og pressepolitik	109
Uden kilder ingen journalister	109
Den frie presse.....	110
Reklamer og journalistik	111
Pressens arbejdsvilkår	111
Mediernes opbygning	112
De årlige begivenheder	113
Journalistiske solohistorier	113

Interview til pressen	114
Presseovervågning	115
På vej mod en pressepolitik.....	116
Hvem må udtale sig.....	116
Samarbejdet med pressen – gode råd	117
Aktindsigt.....	119
Pressemødet.....	120
Pressemeddelelsen	121
10. Krisestyring og mediestorm	123
Mediernes nærgående spørgsmål	123
Opbyg et krisberedskab	124
Kommunikationsafdelingens rolle	126
Når krisen bryder ud.....	126
Belejringsfasen	127
Pusterum – tid til strategi	127
Tale sagen op i nul	128
Novo Nordisk - et eksempel.....	129
Brug internettet	129
At forebygge en krise – gode råd	130
11. Roller og etik	131
Roller og opgaver	131
Forskellige roller	135
Værdier og etik	136
De særlige medierådgivere	137
Medier under pres	137
Journalistisk uafhængighed	139
Større åbenhed - færre etiske problemer	139
Regler for god kommunikationsskik.....	140
Vejledende regler for god kommunikationsskik.....	142
Journalistiske fagudtryk	145
Litteratur	153
Stikordsregister	155