

Priekšvārds	11
------------------------------	----

I

Masu mediji sabiedrībā	15
---	----

1. Ievads	16
1.1. Žurnālistikas funkcijas	19
1.2. Žurnālistika un tās vide	26
1.3. Tendences žurnālistikā un sabiedrībā	29

II

Žurnālistikas darba līdzekļi	53
---	----

2. Žanri	54
2.1. Ziņa	54
2.2. Reportāža un ziņu raksts (<i>feature</i>)	69
2.3. Viedokļa žanri	72
2.4. Intervija	77
2.5. Jauktie žanri	78
3. Žurnālistikas valoda	86
3.1. Saprotamība un valodas barjeras	87
3.2. Manipulācijas ar valodu	89
3.3. Nīkulīga valoda	93
3.4. Ierosinājumi valodas lietojumam	97
4. Skaitļi un statistika	105
4.1. Grūti priekšstatāmi skaitļi	105
4.2. Procenti un vidējie rādītāji	107
4.3. Informācijas pilnīgums kā problēma	110

4.4.	Pētījumu metožu ietekme uz rezultātiem . . .	112
4.5.	Riski un varbūtības	115
4.6.	Dati informatīvos grafikos	116

III Žurnālistikas darba procesi 123

5.	Atlase	124
5.1.	Ziņu vērtība un vārtu sargu (<i>gatekeeper</i>) pētniecība	126
5.2.	Laiks: aktualitāte, ilgums, kontinuitāte . . .	128
5.3.	Tuvums, attiecināmība, nozīmīgums	130
5.4.	Statuss: rangs, vara un ietekme, slavenības	132
5.5.	Dinamika: pārsteigums, struktūra un intensitāte	133
5.6.	Spēja piesaistīt: labās ziņas iepretī sliktām ziņām (<i>good news vs. bad news</i>)	133
5.7.	Identificēšanās: personalizēšana (<i>human touch</i>), etnocentrisms, emocionālā vērtība	134
5.8.	Vizualizēšana ar attēliem	136
5.9.	Kopsavilkums	136
6.	Izpēte	141
6.1.	Izpētes pamati	141
6.2.	Papildināšana un pārbaude	145
6.3.	Rekonstruēšana	147
6.4.	Ilgstoša izpēte un tās ekonomija	148
6.5.	Pētnieciskā žurnālistika	149
6.6.	Ierosmes un noteikumi izpētes praksei . . .	152
7.	Producēšana un rediģēšana	166
7.1.	Rakstišana	166

7.2.	Video un audio materiāla montāža un apstrāde	168
7.3.	Rediģēšana.	168
8.	Pasniegšana.	173
8.1.	Drukātie mediji	173
8.2	Radio	183
8.3	Televīzija	185
8.4	Internets	189

IV

Redakcijas nodaļas un menedžments 199

9.	Redakcija mediju uzņēmumā	200
9.1.	Lineārā organizācija un kopējo dienestu funkcijas	201
9.2.	Redakcijas relatīvā autonomija	201
9.3.	Redakcijas darba specifika	203
10.	Nodaļas un tematiskās nozares	208
10.1.	Ziņas un politika	208
10.2.	Ārzemju ziņas	213
10.3.	Ekonomika	224
10.4.	Kultūra un mediji.	231
10.5.	Sports	235
10.6.	Vietējās ziņas	239
10.7.	Zinātne.	244
11.	Redakcionālais mārketingis un redakcijas menedžments.	257
11.1	Redakcionālais mārketingis – atgriezeniskā saite ar publiku	258
11.2	Redakcionālo koncepciju attīstīšana un īstenošana.	261

11.3.	Plānošana redakcijā: negaidīto pārvērst par rutīnu	267
11.4.	Organizatoriskās struktūras elastīgums . . .	269
11.5.	Redakcijas sanāksmes kā koordinācijas līdzeklis	275
11.6.	Nepieciešamība atgūt nokavēto personāla attīstībā un vādībā	276
11.7.	Vairāk nekā darbs ar skaitļiem: redakcijas budžets.	281
11.8.	Perspektīva: jauna profesionālā pašizpratne?	282

V	Ārējā ietekme iepretī personiskajai atbildībai	289
----------	---	------------

12.	Ārējā ietekme uz žurnālistiku	291
12.1.	Mediju politika	291
12.2.	Reklāma un ekonomiskās prasības	292
12.3.	Sabiedriskās attiecības (<i>public relations</i>) .	294

13.	Mediju tiesības	303
13.1.	Tiesības uz atbildes izplatīšanu	304
13.2.	Labojums, atsaukums un zaudējumu atlīdzība	307
13.3.	Krimināltiesiskie noteikumi	308
13.4.	Tiesības uz informatīvo pašnoteikšanos. . .	309
13.5.	Autortiesības	310
13.6.	Prasība pēc informācijas atklātības	310
13.7.	Informācijas avota noslēpums	311

14.	Ētika un profesionālie standarti	315
14.1.	Pamatprincipi un seku apzināšanās.	315
14.2.	Ētikas problēmu klasifikācija	317
14.3.	Saskarsme ar publikām	318

14.4.	Saskarsme ar ziņu sniegšanas upuriem . . .	321
14.5.	Saskarsme ar informantiem	323
14.6.	Saskarsme ar kolēģiem, vadītājiem un darba devējiem	327
14.7.	Saskarsme ar reklāmas klientiem	329
14.8.	Indivīda un organizācijas ētika	329
15.	Ceļā uz augstāku kvalitāti?	334
15.1.	Mērķu izvirzīšana.	334
15.2.	Kļūdu labošana	336
15.3.	Kvalitāti nodrošinošās infrastruktūras un paškontrole	339
	Perspektīva	349
	Literatūras saraksts	355