

SÅDAN KOMMER MAN I GANG MED AT GRAVE

Kom i gang-listen: Opbyg en graverkultur
og
Huskeliste til det enkelte graverprojekt

JESSICA ZIEGERER

redaktør for Gravernavet på
Helsingborgs Dagblad og Sydsvenskan

EMMA JOHANSSON

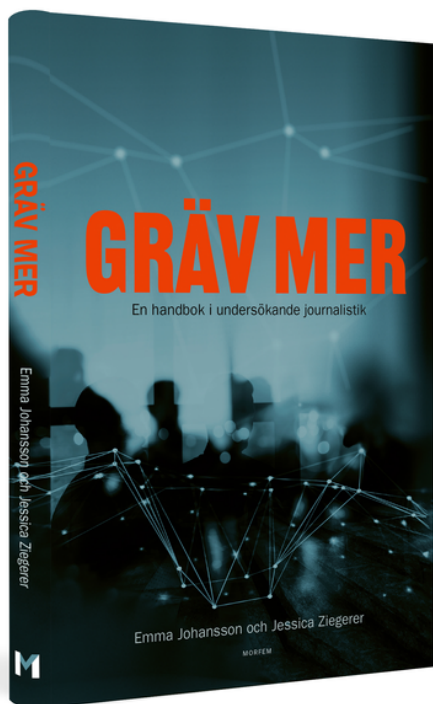
chef for Helsingborgs Dagblads
redaktion i Landskrona.
Tidligere redaktør for Gravernavet.

INDHOLD

Om bogen "Gräv mer"	3
Forord	4
Kom i gang-listen - skab en graverorganisation	6
Huskeliste til det enkelte graverprojekt	8
Arbejdsark - skab en graverorganisation	10

BOGEN “GRÄV MER”

Indholdet i denne rapport er uddrag fra den svenske bog “Gräv mer” fra 2023.



Gräv mer

Forfattere:
Jessica Ziegerer,
redaktør for Gravernavnet på
Helsingborgs Dagblad og
Sydsvenskan.

Emma Johansson,
chef for Helsingborgs Dagblads
redaktion i Landskrona. Tidligere
redaktør for Gravernavet.

Udgiver:
Medieinstituttet Fojo (bogen kan
købes på [Fojos hjemmeside](#))

Forlag:
Morfem

Denne rapport er udgivet af
Gravercentret, Danmarks Center for Undersøgende Journalistik

Oversættelse til dansk:
Mathias Dueholm

Tekstredigering, layout, samarbejde og idé:
Karina Oddershede Dahlgaard

FORORD



Litteratur om, hvordan man kommer i gang med at grave – både helt generelt som lokalmedie og med at grave i en konkret historie, findes der mig bekendt ikke meget af på dansk.

I sommerferien, lige før jeg startede med at arbejde på Gravercentret, læste jeg den svenske bog "Gräv mer. En handbok i undersökande journalistik" (2023), som vores kommende chef, Bruno Ingemann, havde været så venlig at uddele som pensum.

Bogen er konkret og letlæst, hvis man altså kan svensk. Ellers kan den nemt læses ved at sidde med telefonen og Google Lens som "lup". Har jeg hørt fra en ven ...

Jeg kan varmt anbefale bogen til alle mediechefer og journalister, som ønsker at komme i gang med at lave undersøgende lokaljournalistik eller lave mere og bedre undersøgende journalistik. Mange lokalredaktioner vil gerne lave undersøgende journalistik, men har svært ved at finde tiden og komme i gang.

"Gräv mer" konkluderer, at I på mediet ikke bare venter på den rette idé, I har brug for en konkret plan, og den plan serveres i bogen. En af løsningerne til det kan være at danne et "gravernav", som beskrives grundigt i bogen.

Gravernav-modellen blev udviklet i 2006 på Helsingborgs Dagblad og har inspireret lokalmedier over hele Sverige – modellen fungerer både til det helt store graverprojekt og de hurtige nyhedsgranskninger.

Forfatterne Emma Johansson og Jessica Ziegerer deler generøst ud af deres egne og andre erfaringer på en konkret og omsættelig måde. Legendariske Nils Hanson, som i mange år har præget og udviklet den undersøgende journalistik i Sverige, beretter også i et kapitel om linje for linje-kvalitetskontrollen, som både han og det norske Senter for Undersøkende Journalistikk også har uddannet os i på Gravercentret, og som er en del af den værkstedspakke, vi rejser rundt til danske medier med.

Bogen er virkelig værd at læse, og det er mig en stor glæde, at Gravercentret af forfatterne og medieinstituttet Fojo har fået lov til at bringe et par lister fra bogen, som opsummerer en masse af bogens indhold.

Mit håb er, at listerne ude på redaktionerne kan bruges til at skabe en graverkultur og til at tage hul på den rigtige måde på det konkrete graverprojekt. Derfor har jeg desuden til sidst i denne udgivelse layoutet noget af teksten, så ledelsen kan besvare spørgsmålene med jeres egne svar. Jeg håber, det er brugbart.

God læse- og arbejdslyst!

***Karina Oddershede Dahlgaard,
graverredaktør, Gravercentret, april 2024***

KOM I GANG-LISTEN

Skab en graverorganisation

Sæt ord på, hvad I vil gøre: Skriv en erklæring

- Hvorfor vil vi lave graverjournalistik?
- Hvorfor er det vigtigt for os?
- Hvad vil vi have?
- Hvad mener vi med "graverjournalistik"?
- Hvilken slags graverprojekter vil vi lave, og hvilke vil vi ikke lave?
- Hvem ønsker vi, der skal grave?

Forankr erklæringen i redaktørgruppen

Sørg for, at I har samme forestilling om, hvad I skal.

Formuler en konkret plan: Sådan skal vi arbejde

- Gravnav, gravergruppe eller parallelt med nyhedsarbejdet?
- Hvem skal være leder af det enkelte graverprojekt?
- Hvordan frigør vi tid?
- Hvordan prioriterer vi?
- Hvordan samarbejder vi?
- Hvad gør vi, når tiden er ved at løbe ud?

Lav en tjekliste: Hvilke graverprojekter skal vi lave?

Opstil en række spørgsmål, som I kan teste jeres idéer op imod.

Eksempler:

- Er der et misforhold, og hvad er det?
- Kan det dokumenteres?
- Kræver det en særskilt undersøgelse?
- Er historien lokalt forankret?
- Er historien ukendt for vores læsere?
- Er det vigtigt, at historien bliver fortalt?
- Er der ofre?
- Er historien nærværende og engagerende?
- Kan nogen stilles til ansvar?
- Er den krævede arbejdsindsats rimelig at investere i historien?
- Er det en sjov historie for os at lave? – og er den det for læserne?

Lav en skabelon til jeres forundersøgelse

Forslag til overskrifter:

- Arbejdstitel
- Hypotese
- Hvorfor skal vi lave denne historie?
- Metode
- Minimum- og maksimumhistorie
- Tidligere publiceret
- Tidsforbrug

Diskutér, hvordan graverprojekter skal ledes

- Hvordan skal I tilrettelægge arbejdet?
- Hvornår og hvordan skal vi holde møder?
- Hvordan får redaktøren tid?
- Hvornår skal den ansvarshavende chefredaktør inddrages?

Udvikl arbejdet med graverjournalistik

- Evaluer og udvikl rutiner og opdater jævnligt jeres skabelon. Lad dem ikke bare samle støv i et ringbind.

GRAVERPROJEKTET

Test idéen med hjælp fra tjeklisten

Sammensæt et hold

Lav en forundersøgelse

Startmøde med holdet

- Beslut, hvilket tempo I vil arbejde i.
- Lav en fælles mappe til al materiale.
- Lav en fælles dagbog.
- Lav en to-do-liste.
- Informer den ansvarshavende chefredaktør om, at arbejdet er startet, og hvilken metode der anvendes.

Forventningsafstem om researchen

- Hvad mangler vi? Hvad skal vi grave dybere i? Hvad skal der til, for at det ikke bliver ord mod ord?
- Genbesøg hypotesen, og test den igen.
- Hvordan håndterer vi de sidespor, der opstår?
- Hvilket billedmateriale findes der?
- Hvornår skal vi lave ansvarsinterviews?

Diskutér formidlingen

- Bestem, om historien skal udgives som ét produkt eller flere.
- Diskuter dramaturgien i historien.
- Hvordan vil vi arbejde med billeder, lyd og video?

Ansvarsinterviews

- Hvornår i processen skal de laves? Lav dem ikke for sent.
- Forbered spørgsmål og øv med rollespil.

Tekstcoaching

Redaktøren læser teksterne flere gange med forskellige perspektiver:

- indhold
- dramaturgi
- den undersøgte persons perspektiv
- korrektur

Kvalitetskontrol

- Afsæt god tid til line-by-line.
- Sørg for at undgå tunnelsyn og andre alvorlige fejl.

Sidste rettelser

Gennemlæs en udskrift af artiklen, kontrollér rubrikker, billedtekster og se på helheden.

Udgivergennemgang

Den ansvarshavende chefredaktør kigger på produktet første gang i god tid, og siden når det er færdiggjort.

Publicering

Overvej publiceringstidspunktet, hvordan skal vi opfange reaktioner, og hvordan skal vi kommunikere på sociale medier?

Spred graverprojektet

Hvordan kan vi sprede afsløringen til et bredere publikum eller til andre medier?

Opfølgning

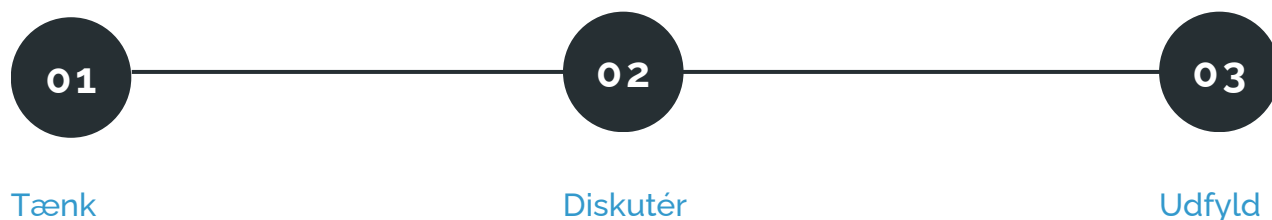
Følg op på egne afsløringer.

Afsluttende kaffemøde

Saml holdet til et sidste møde. Kig tilbage på arbejdsprocessen, og tag det bedste med derfra til det næste projekt.

ARBEJDSARK: SKAB EN GRAVERORGANISATION

Tjeklister til at komme i gang



Evaluer og udvikl rutiner og opdater jævnligt jeres skabeloner.
Lad dem ikke bare samle støv i et ringbind.

SKRIV EN ERKLÆRING

Sæt ord på, hvad I vil gøre på jeres medie.

Hvorfor vil vi lave graverjournalistik?

Hvorfor er det vigtigt for os?

Hvad vil vi have?

Hvad mener vi med "graverjournalistik"?

Hvilken slags graverprojekter vil vi lave, og hvilke vil vi ikke lave?

Hvem ønsker vi, der skal grave?

Forankr erklæringen i redaktørgruppen

SÅDAN SKAL VI ARBEJDE

Formulér en konkret plan.

Gravnavn, gravergruppe eller parallelt med nyhedsarbejdet?

Hvem skal være leder af det enkelte graverprojekt?

Hvordan frigør vi tid?

Hvordan prioriterer vi?

Hvordan samarbejder vi?

Hvad gør vi, når tiden er ved at løbe ud?

HVILKE GRAVER- PROJEKTER SKAL VI LAVE?

Lav en tjekliste. Opstil en række spørgsmål, som I kan teste jeres idéer op imod.

Eksempler:

- Er der et misforhold, og hvad er det?
- Kan det dokumenteres?
- Kræver det en særskilt undersøgelse?
- Er historien lokalt forankret?
- Er historien ukendt for vores læsere?
- Er det vigtigt, at historien bliver fortalt?
- Er der ofre?
- Er historien nærværende og engagerende?
- Kan nogen stilles til ansvar?
- Er den krævede arbejdsindsats rimelig at investere i historien?
- Er det en sjov historie for os at lave? – og er den det for læserne?

LAV EN SKABELON TIL JERES FORUNDERSØGELSE

Forslag til overskrifter:

Arbejdstitel

Hypotese

Hvorfor skal vi lave denne historie?

Metode

Minimums- og maksimumshistorie

Tidligere publiceret

Tidsforbrug

DISKUTÉR, HVORDAN GRAVERPROJEKTET SKAL LEDES

Hvordan skal arbejdet tilrettelægges?

Hvornår og hvordan skal vi holde møder?

Hvordan får redaktøren tid til projektet?

Hvornår skal den ansvarshavende chefredaktør inddrages?
