

BØGER

Oplysninger om nye bøger sendes til Birgitte Gether, bg@berlingske.dk, telefon 3375 7423



PAUSENS KRAFT

Birgit Signora Toft fortæller i bogen "Pausens kraft – Sådan tanker du op", hvad der sker med os, når vi ikke hører efter, hvad kroppen og sindet fortæller os. Hun bruger pausen... stilhed i krop og sind som ledelsesredskab og giver en række råd om, hvordan vi får mere ro og fordybelse ind i en travl hverdag. Budskabet er, at skal man yde for fuld kraft, skal man også lære at tænke og holde pause. For uden perioder med ro og eftertanke tørrer man ud og mister energien, koncentrationen og arbejdsglæden.

Forlag: Gyldendal Business

Udkommer: 4. maj



STYRINGS-PARADIGMER I DEN OFFENTLIGE SEKTOR

I denne bog rejser en række spørgsmål om styring og ledelse i den offentlige sektor. Bogen er ikke et opgør med eksisterende styringsopfattelser og -teknologier, men en advarsel mod ensidighed og manglende refleksion. Den diskuterer seks styringsparadigmer. Den seks paradigmer har styrker, men kan også skabe problemer, hvis de dyrkes overdrevet eller ensidigt.

Forlag: DJØF Forlag

Udkommer: Er udkommet



ORD DER BRANDER

Bogen "Ord der brander – Talk the walk" har undertitlen "italesættelse i organisationskommunikation". Den sætter fokus på, hvordan sprog og ord kan bruges til at brande virksomheder og organisationer. Valget af sproglige virkemidler og valget af de rigtige ord er afgørende for en virksomhed succes med branding. Bogens første kapitler omhandler organisationskommunikation og -teori, og herefter fokuseres på de sproglige og stilistiske overvejelser samt en model for tekstproduktion, herunder valg af genre og medier. Der er eksempler og cases til hvert kapitel. Forfattere er **Lis Holm** og **Birgitte Norlyk**.

Forlag: DJØF Forlag

Udkommer: Er udkommet



STRATEGISK OVERENSSTEMMELSE

Virksomheder og organisationer bruger meget tid og mange penge på at formulere strategiplaner. Denne bogs forfattere, **Lars Fridberg** og **Johan de Renouard**, peger på, at mange af disse ressourcer er spildt, fordi ledelsen fejlbedømmer, hvordan deres virksomhed reelt er positioneret i deres operative omgivelser, og hvilken lederskabsstil de derfor skal anvende for at opnå succes. Det er bogens mål at give praktiske anvisninger til strategisk arbejde og vise, hvordan man skaber overensstemmelse mellem organisation, omgivelser og medarbejdernes adfærd.

Forlag: 4Mativ

Udkommer: Er udkommet



"The Hollywood Economist" af Edward Jay Epstein. Melville House. 16,95 dollar

BAG FILMKULISSERNE

Det handler om verdens mest feterede erhverv, filmindustrien. I "The Hollywood Economist" går journalist **Edward Jay Epstein** bag kulisserne i drømmefabrikken og gør et mere end hæderligt forsøg på at forklare, hvordan økonomien egentlig hænger sammen i den verden. Det er der kommet en både underholdende og realistisk, grænsende til kynisk bog ud af. Epstein fortæller

med en stribe anekdoter, hvordan *star power*, snedige advokater og frem for alt grådighed regerer i Hollywood. Hvor Arnold Schwarzenegger er kendt som den bedste til at forhandle kontrakter. Hvor Michael Moore fik en lukrativ aftale med Disney, samtidig med at han beskyldte virksomheden for at ville likvidere ham på vegne af Bush-regeringen. Eller hvordan den sande kreativitet

ikke findes i filmkunsten, men i filmselskabernes bogføringsmetoder. Men "The Hollywood Economist" bevæger sig også i mere analytiske luftlag og ser på industriens bastante udfordring i form af internettet, der er godt i gang med at decimere Hollywood, som vi kender det. Det ville være ærgerligt, om ikke andet for underholdningens skyld.

AF STEN LØCK

BESTSELLERS