

BÆRUMSKONFERANSEN 2024

Morgendagens samfunn – aldersvennlig
og inkluderende



Hotell
Scandic
Fornebu



9. januar
kl.09.00 - 15.30

Gratis for alle

Påmelding og program

www.baerum.kommune/baerumskonferansen2024



BÆRUM KOMMUNE





Folkevalgt og media

Sandvika 20.10.23

Kommunens medier

Tips til mediehandtering

Krisekommunikasjon

case

BÆRUM KOMMUNE



Kommunens medier

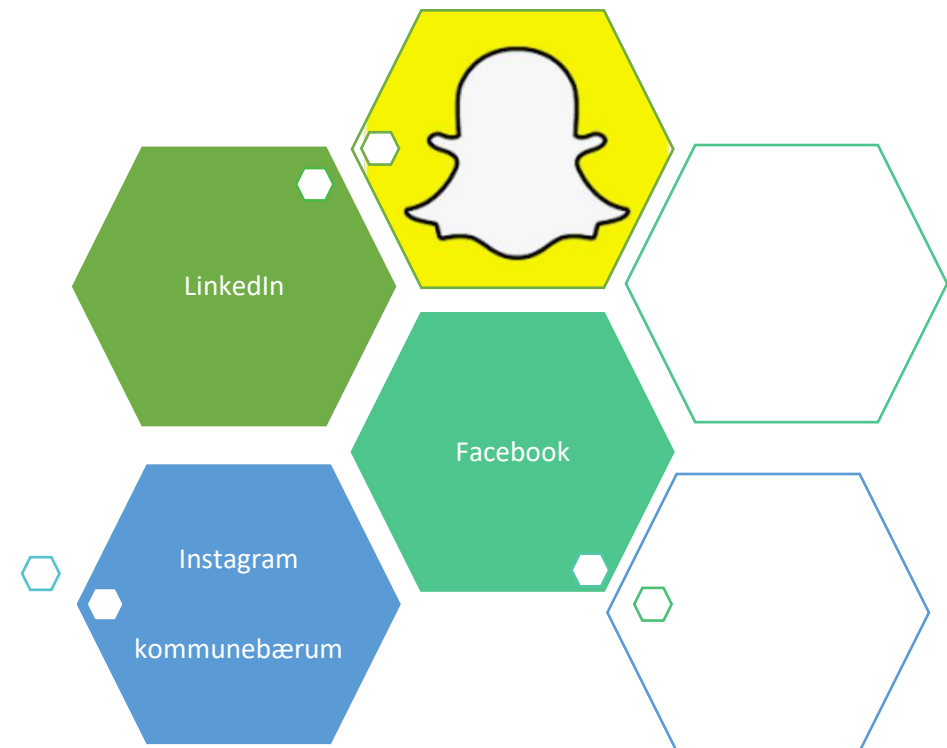
– de to flaggskipene



Baerum.kommune.no



Bæringen



Nyhetsbrev for utviklingsområdene

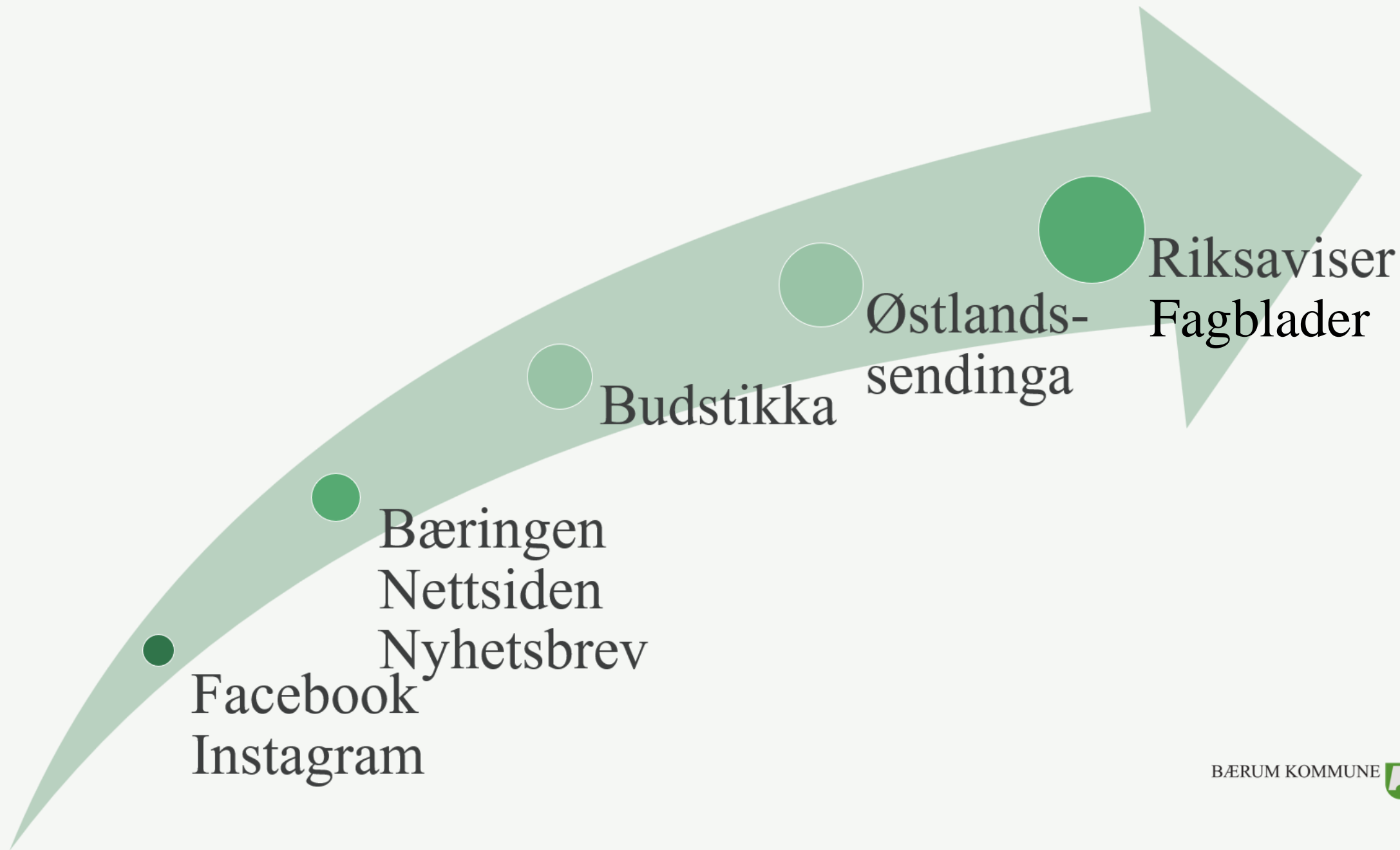
for FORNEBU
Et nyhetsbrev - A newsletter

sandvika**by**.no
- Vi vitaliserer byen vår. Sammen.

**Bekkestua
i utvikling**

BÆRUM KOMMUNE





Facebook
Instagram

Bæringen
Nettsiden
Nyhetsbrev

Budstikka

Østlands-
sendinga

Riksaviser
Fagblader

Kommunikasjonsstrategien

Troverdige, tydelige og inkluderende i media.

- Kritiske forhold møtes

Ytringsfrihet:

Alle medarbeidere kan som privatpersoner fritt ytre seg om alle kommunale forhold forutsatt at det ikke er unntatt offentlighet i henhold til offentlighetsloven.

... er en levende og kritisk

Hvorfor er media viktig for oss?



SPRE INFORMASJON
- GRATIS OG EFFEKTIVT



SETTE DAGSORDEN
- NÅR BESLUTNINGER SKAL
FATTES



BYGGE OMDØMME



PÅVIRKE HOLDNINGER OG
ADFERD



SKAPE INTERESSE OG DEBATT
- INNBYGGERDIALOGEN

Telefonen ringer - det er en journalist på tråden

Tre innledene stikkord

- Avklare
- Tenke
- Kontakte



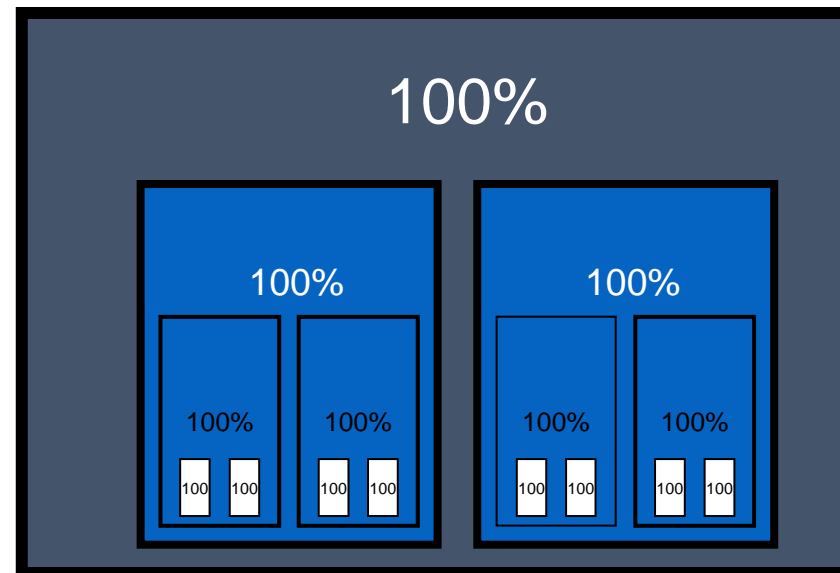
Hjelp - journalisten ringer...

- Svar aldri uforberedt på spørsmål fra journalister
- Kjøp deg tid - be om å få komme tilbake
 - Klargjøre premissene, spør ut journalisten:
 - Hva er utgangspunkt for journalistens interesse?
 - Hva slags type sak?
 - Skal andre intervjues i saken?
 - Når er deadline, og når skal saken publiseres?
 - Husk å notere viktige fakta - navn, medium, problemstilling
- Avklar om dere skal stille opp til intervju
- Avklar om du er den rette til å svare

Hvem skal uttale seg til mediene

Budbringeren er en del av budskapet: Jo høyere nivå du legger avsender på, jo større viktighet tillegger du saken

Journalister ønsker alltid høyest mulig nivå



Intervjusituasjonen - forberedelser

- Finn ut hva du ønsker å oppnå
- Finn hovedfokus – hvem er det viktig å nå ut til?
- Utvikle dine hovedbudskap
- Tenk gjennom hva journalisten vil spørre om
 - Hva er de opplagte spørsmålene?
 - Hva er de vanskelige spørsmålene?
 - Hva er det du ikke kan svare på?
- Tenk gjennom hvordan andre oppfatter det du sier

Budskapene

	Aktiv	Passiv	Negativ
<i>Hvem? Hva? Hvor? Når? Hvordan? Hvorfor? Hva så?</i>	Dine hovedbudskap. Disse skal du "slåss" for under intervjuet. Dette er din historie!	Forhold du må svare på dersom du blir spurt, men som du ikke vil bringe til torgs <i>Forbered deg på hvordan du kan takle dem!</i> <i>Bygg broer til dine hovedbudskap!</i>	Forhold du ikke ønsker å kommentere i det hele tatt. <i>Forbered deg på å begrunne hvorfor du ikke kan svare!</i> <i>Unngå å si "ingen kommentar"</i>

Intervjusituasjonen – ta kontroll

Sikre dine rettigheter – før intervjuet

Gå rett på hovedbudskapene dine og gjenta gjerne

Ikke vent på rette spørsmål – fortell din historie

Underbygg synspunktene med fakta og eksempler

Bruk gjerne gode bilder og «sitatformuleringer»

Vær gjerne entusiastisk, men ikke skryt og overselg

Vær bevisst på hvordan fotografen framstiller deg

Intervjusituasjonen – vær på vakt

- Hold deg til sannheten
- Unngå spekulasjoner
- Vær på vakt mot ledende spørsmål
- Unngå "ingen kommentar"
- Unngå faguttrykk – bruk et enkelt språk
- Ikke gjenta negative og provoserende ord
- Unngå "på-vei-ut"-uttalelser

Dine rettigheter - intervju

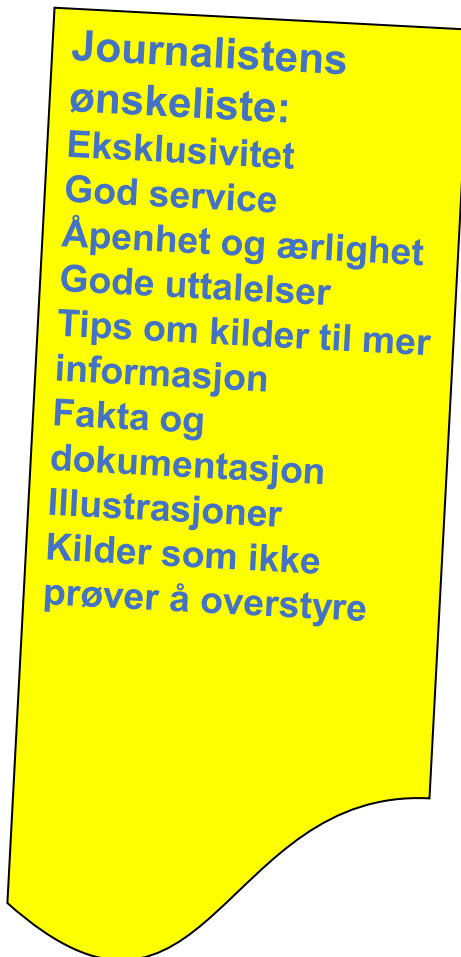
Retten til å:

- få klargjort premissene for intervjuet
- få sitatsjekk når du ber om det
- få imøtegå sterke beskyldninger samtidig med at de blir publisert, bli konfrontert med samtlige beskyldninger og det konkrete innholdet i dem – og få rimelig tid til å svare.
- kreve at sentral informasjon skal være med, og at gale og udokumenterte opplysninger må utgå
- kreve at redaksjonen vektlegger saklighet og omtanke



Dette bør du vite om journalister

- Hovedmålet er en "god sak"
- Utpreget konkurransemenneske
- Graver først og spør etterpå
- Er ikke ekspert, men kan litt om alt
- Samler opplysninger fra flere kilder
- Opptrer som din venn - uten nødvendigvis å være det
- Lite villig til å innrømme egne feil
- Har god hukommelse – ofte opptak på mobil



TV-intervjuet

- Gjør viktige avklaringer på forhånd
 - Hvor mange sekunder av intervjuet skal brukes?
 - Hva vil reporteren spørre om?
 - Kan du få gjort intervjuet på nytt hvis det stikker seg
 - Spør journalisten alltid om første spørsmål
- Svar kort, ellers blir du redigert i stykker
- Opptre alltid som om kamera går
- Se på journalisten, ikke i kamera
- Bli aldri provosert, vær diplomat
- Er du usikker, be om å få se opptaket



Unngå to kriser
- den faktiske krisen og

Unngå to kriser
- den faktiske krisen og

kommunikasjonskrisen

Informasjonskrisen oppstår når:

- Informasjonsbehovet undervurderes
- Opplevelse av informasjonsvakuum
- Spekulasjoner internt og i nyhetsbildet
- Forskjellige budskap fra aktørene
- Manglende oversikt over situasjonen i ansvarlig organ
- Forsinket informasjon pga kvalitetssikring
- Uklare ansvarsforhold internt

CASE

1. Utforme tydelige og gode budskap

Aftenposten lager sak om kommunenes realisering av klimamålene innen 2030. Journalisten spør: Hvordan skal Bærum nå målet?

Forbered hovedbudskap og tre mulige oppfølgingsspørsmål fra journalisten.

2. Hvordan skape gode politiske debatter i media?

Lag et forslag til opplegg for en debatt i Budstikka som omfatter minst tre partier som er representert i kommunestyret.

Tema: Hvorfor er utviklingen av et aldersvennlig samfunn viktig og nødvendig for innbyggerne i Bærum.

Hvordan starte debatten og den interessant og levende for innbyggerne?

Åpenhet

Innsyn i kommunens virksomhet er viktig for å gi befolkningen god og forståelig informasjon om vurderinger og arbeidsoppgaver. Åpenhet er en forutsetning for tillit til å utføre våre oppgaver.

Mot

Prøver nye ideer, nye måter å jobbe på og være utradisjonell. Frykter ikke åpenhet.

Respekt

Handler om å kommunisere en serviceholdning, på et språk og i en form som er tilgjengelig for alle innbyggerne.