

# Gode råd når du gir intervjuer

## Ikke svar på sparket!

Ikke svar uforberedt på noen spørsmål noen gang. Be om litt tid, om så bare noen minutter, for å tenke gjennom saken først.

## Avtal premissene på forhånd

Avklar og avtal premissene før du lar deg intervjuet. Du kan f. eks. be om å få lest opp et intervjuet for godkjenning, men enkelte journalister vil bare la deg korrigere faktiske feil. Før TV- eller radiointervju bør du sikre deg retten til nye opptak hvis du ikke er fornøyd med det første.

Husk: Er du uenig i premissene, kan du si nei til intervjuet. Journalisten er trolig mer avhengig av deg enn omvendt.

## Ha egne mål for intervjuet

Før du uttaler deg til mediene, må du tenke gjennom hva du vil med ditt bidrag. Hvilket budskap du ønsker å få fram. Ha en egen agenda.

Hovedbudskapet må du kunne framføre klart på mindre enn 20 sekunder.

Når du lager budskapene, tenk at de bør utformes slik at de kan brukes i en overskrift eller ingress.

## Forbered deg godt – øv gjerne

Forberedelsene er nøkkelen til et gode intervjuer. Tenk gjennom målgruppe, budskap, argumenter og formuleringer på forhånd.

Gode forberedelser bidrar til trygghet og sikker stil under framføringen.

Gjennomfør gjerne et prøveintervju med en kollega som ”journalist”.

## Bruk forhåndssamtalen aktivt

De fleste intervjuer vil starte med en forhåndssamtale før intervjuet starter. Bruk denne aktivt for å fortelle journalisten hvilke budskap du ønsker å få fram og hva du mener er viktig i sammenhengen.

Det verste som kan skje er at journalisten ikke bryr seg. Det beste som kan skje er at spørsmålene blir som den ene ”lissepasningen etter den andre”.

## Intervjuer er oftest OK

De fleste intervjuer preges av at objekt og journalist har felles interesse av å få fram god og riktig informasjon.

## Gjør mer enn å svare godt på spørsmålene

Intervjuet er en mulig arena for strategisk kommunikasjon. Stiller du opp til intervju bare for å svare på spørsmålene, misbruker du en gylden mulighet til å bringe gjennomtenkte budskap ut til viktige målgrupper.

Du misbruker også en mulighet å gjøre en god jobb som talsperson for din oppdragsgiver.

## Bestem deg

Før intervjuet bør vurdere hva du i alle fall skal si, hva du absolutt ikke skal si og hva du kan si dersom du blir spurt. Forbered et godt svar på alle tenkelige kritiske spørsmål

## Svarene er farlige, ikke spørsmålene

Ingen spørsmål er farligere enn du gjør dem. Det er hva du legger i spørsmålene som gjør dem vanskelige.

Uansett er det ikke spørsmålene som kan skape problemer for deg, men svarene du gir på dem.

## Kom med konklusjonen først

Start med konklusjonen/budskapet, og kom deretter med argumenter og beviser.

Snakk om konsekvens før formalia:

Si: ”300 mennesker vil miste jobben....”

Ikke si: ”Kommunestyret vedtok i går å legge ned....”

## Gjenta deg selv

Et godt intervju handler mye om å gjenta seg selv.

Presenter hovedbudskapet flere ganger i løpet av intervjuet.

Da vil både tilhørere og journalister lettere forstå hva du synes er viktigst.

## Hovdan.Com

Adresse: c/o Røyken Næringshage Katrineåsvn. 20, 3440 Røyken – Web: [www.hovdan.com](http://www.hovdan.com)

Mobil: 908 608 04 Org. nr. 931 971 263 E-post: [rhovdan@hovdan.com](mailto:rhovdan@hovdan.com)

MSN Messenger: [rhovdan@hotmail.com](mailto:rhovdan@hotmail.com) Skype: [royhovdan](https://www.skype.com/user/royhovdan) Twitter: [@rhovdan](https://twitter.com/rhovdan) Facebook: <http://tinyurl.com/yz32qxg>

### **Ikke svar når du er usikker**

Be heller om å få undersøke det du er usikker på enn å risikere å svare feil eller uklokt.

### **Kontroller at budskapet er oppfattet og forstått**

Sjekk at journalisten har fått med seg og forstått det du har ønsket å formidle. Gjenta gjerne hovedbudskapet flere ganger for sikkerhetsskyld.

### **Gi skriftlig informasjon**

Gi gjerne journalisten relevant skriftlig (helst elektronisk) informasjon/bakgrunn i forbindelse med intervjuet. Selv journalister er makelige mennesker som kan falle for fristelsen til å klippe og lime.

### **Vær kortfattet og enkel**

Mediene har begrenset plass og ønsker et klart og effektivt nyhetsspråk. Korte og presise uttalelser øker også sannsynligheten for korrekt gjengivelse.

### **Vær forsiktig med faguttrykk**

Ikke bruk fremmedord når man har relevante, adekvate og superbe norske synonymmer. Bruker du utilgjengelige ord, må journalisten "oversette" det til et språk avisleserne forstår. Dette øker faren for feil. Ikke overvurder journalistens kunnskaper om temaet.

### **Vær systematisk**

Hjelp journalisten med å holde oversikt over argumenter og momenter, for eksempel ved hjelp av formuleringer som: "Tre ting er viktige i denne saken... For det første... For det andre... For det tredje..."

### **Gi konkrete eksempler**

Bruker du konkrete eksempler, slipper journalisten å konkretisere og eksemplifisere stoffet selv. Du får økt innflytelse over det ferdige intervjuet.

### **Gi passe mengde informasjon**

For mye informasjon og for mange detaljer øker faren for at de viktigste poengene forsvinner når journalisten skal skrive ut og korte ned stoffet. Det er bedre at du redigerer deg selv enn at du overlater det til journalisten.

### **Tenk i bilder**

Mediene er svært opptatt av gode illustrasjoner som kan fenge brukernes interesse. Foreslå gjerne foto- og videomuligheter som underbygger ditt budskap.

### **Ikke snakk for fort**

Snakker du fort, øker du faren for at journalistens notater blir slurvete og uryddige. Dermed øker sannsynligheten for feil. For høy talehastighet går ofte ut over uttalen (diksjonen) og gjør seg også dårlig på radio og TV.

### **Vær på vakt mot ledende spørsmål**

Hvis du synes premissene i et spørsmål er uklare eller ukorrekte, bør du få dette fram før du besvarer. Hvis ikke risikerer du at du indirekte bekrefter usannheter.

© Hovdan.Com 2009

Denne filen er ikke tillatt brukt i kommersielt øyemed, men kan benyttes av og deles mellom private og innen ikke-kommersielle virksomheter.



## **Medietrening hos [Hovdan.Com](http://Hovdan.Com) gjør deg bedre på mediehåndtering**

**Hovdan.Com** tilbyr effektive kommunikasjonstjenester og kurs tilpasset din virksomhet. Medietrening, presentasjonsteknikk og kommunikasjonsrådgivning er, i tillegg til tradisjonelle PR-tjenester, selskapets spesialiteter. Vi planlegger og gjennomfører kommunikasjonsoppdrag og kurs for virksomheter i offentlig og privat sektor.

[Ta kontakt for samtale eller kostnadsfritt møte](#) om dine kommunikasjonsbehov og muligheter.