

Gode råd om tv-interviewet

Deltagelse i et tv-interview stiller særlige krav, når det handler om at kommunikere klart og tydeligt. Her skal dit budskab, den sproglige aflevering og dit kropssprog gerne gå op i en højere enhed, for du har ofte kun få sekunder til at trænge igennem. Her er 10 gode råd til, hvordan du kan forbedre dine odds for succesfuld formidling på tv.

Før interviewet

1. Find journalistens vinkel på historien

Er du i tvivl, så spørg direkte: Hvad er det for en historie, du vil fortælle? Hvad er din vinkel? Og hvad forventer du så af mig? Dine spørgsmål forpligter journalisten og udligner magtforholdet.

2. Find din rolle i historien

Tv-journalister har meget forenklet tre forskellige slags kilder i deres historier:

- Casen = et "almindeligt menneske", der sikrer identifikation i forhold til seerne. Casen får meget taletid
- Hjælperen = skal understøtte casens eller historiens troværdighed. Hjælperen får ofte lov at aflevere 1-2 statements
- Modstanderen = the bad guy. Modstanderen får markant kortere taletid end casen

Hvem af dem er du? Find ud af det på forhånd.

3. Find ud af, hvem du er oppe imod

Spørg journalisten, hvem der ellers er med i indslaget. Svaret kan fortælle dig, om journalisten har en skjult – kritisk – vinkel. Husk at spørge igen, når journalisten står over for dig umiddelbart inden interviewet. Der kan være kommet nye spillere på banen.

4. Find dit budskab!

Du får 8-10 sekunders taletid – måske 20 sekunder, hvis du er heldig – i det endelige indslag. Du bestemmer ikke, hvilken bid journalisten udvælger fra interviewet, men du kan gøre udvalget mindre ved vælge højst tre budskaber, som du vil have fortalt – kort, klart og præcist. Ligeledes kan du gøre det sværere at redigere i din speak, hvis du inkorporerer journalistens spørgsmål i dit svar.

5. Forbered dig på kritiske vinkler

Når du har sagt ja til et interview, så forbered dig på alle kritiske vinkler – også selvom journalisten ikke har nævnt noget om dem i telefonen. De kritiske spørgsmål dukker altid op alligevel.

6. Husk: Historien bliver også lavet uden dig!

Se en kritisk historie som en chance for at komme frem med et knivskarpt budskab – ikke en risiko for at blive jordet for åben skærm. Et afslag om interview eller ”ingen kommentarer” vil altid give dig skurke-stemplet i en historie, som bliver lavet alligevel.

7. Dobbelttjek inden interviewet

Når du står over for tv-journalisten og skal interviewes, er det måske flere timer siden, I første gang talte sammen i telefonen. Det er tid til sidste runde af modspørgsmål:

Har der udviklet sig en ny vinkel? Er der dukket nye kilder (modstandere!) op i indslaget? Har journalisten nye forventninger til dig?

8. Gør det lettere at brænde igennem med dit budskab

”Støj på linjen” gør det svært for seeren at koncentrere sig om dit budskab. Derfor er det en god idé at:

- Øve dig på de forventede spørgsmål foran kameraet på din smartphone. Det giver ro!
- Tænke over hvad din tøjstil signalerer
- Undgå Moiré. Kameraet have svært ved at gengive tynde striber, tern eller andre tætte mønstre på tøjet på en pæn måde
- Undgå tøj med logoer og tekst. Seeren kan blive distraheret, hvis de kan læse et budskab eller trøjens fabrikat
- Undgå tøj i helt røde eller hvide farver. Rødt tøj får skærbilledet til at flimre. Hvidt tøj bliver nemt overbelyst

Under interviewet

9. Vær bevidst om både det verbale og nonverbale sprog

Tv er et stærkt medie, fordi kommunikationen både foregår i lyd og billeder. Det betyder, at du skal være opmærksom på, hvordan du taler, hvordan du gestikulerer og hvordan du interagerer med journalisten og seerne.

- Undgå internt stammesprog
- Tag dig tid til at svare. Pauser får dig til at virke velovervejet
- Svar kort, præcist og uden ironi på spørgsmålene
- Ha’ hænderne fri men undgå for store armbevægelser. Kropssproget betyder noget!
- Vær imødekommende

Efter interviewet

10. Lær af dine erfaringer og del din viden med kollegerne

Evaluer din optræden sammen med en kollega eller kommunikationsmedarbejder, så du kan blive endnu bedre næste gang. Selv professionelle ”skærmtrøld” øver sig.

Kilde: Kommunikationsforum.dk & Stenstrup PR + Kommunikation