

LAV REKLAME-FILM



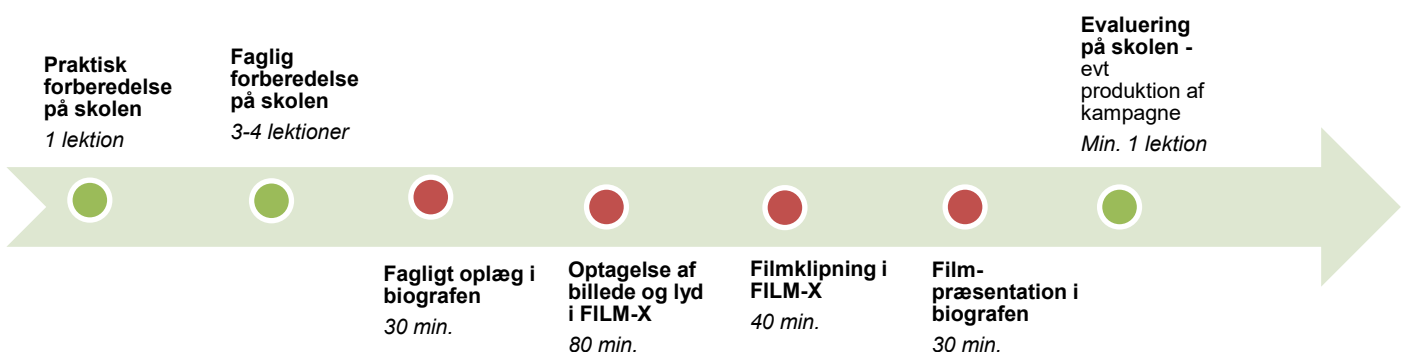
Reklamefilm findes i mange afskygninger. Formatet tilpasses oftest platformen – fx skal en reklame på YouTube helst fænge på de 5 sekunder der går, inden man kan skippe, mens en biografreklame har tid til at underholde og servere budskabet med et twist.

Endelig sniger reklame sig ind i videoer på sociale medier, som vi opfatter som personlige og autentiske, når *influencere* fremhæver bestemte produkter. Her kan reklamefilmene nemt vare 5 minutter eller mere, og selvom der skal gøres opmærksom på, at indholdet er sponsoreret, kan påvirkningen være temmelig usynlig for publikum.

I dette forløb skal klassen producere reklamefilm til en given medieplatform, og herefter skal de forholde sig til reklamens målgruppe, virkemidler, budskab og etik.

Forløbet har særlig relevans for danskundervisningen, men kan fint indgå i valgfag inden for drama, film og medier. Aktiviteterne kobler teori og praksis og understøtter primært kompetenceområderne fremstilling og kommunikation.

FILM-X forløbet består af nedenstående faser.



Denne vejledning støtter i de faser, der foregår på skolen, og beskriver aktiviteterne for netop dette forløb.

FASE 1: Praktisk forberedelse

Den praktiske forberedelse på skolen er vigtig for at eleverne kender deres ramme og rolle, inden de kommer til FILM-X.

Vi anbefaler at I starter med at se vores [introduktionsfilm til FILM-X studierne](#) fælles på klassen.

Herefter inddeles klassen i filmhold på 4-7 elever, og holdene de fordeles på studierne 1-4. Er I færre end 28 elever er der max 6 elever i Studie 4 / Bilen. Hvert filmhold ser nu introfilmen til netop det studie, de skal arbejde i. Filmene viser mulighederne og desuden får eleverne en introduktion til de funktioner, der skal varetages på hvert filmhold.

Se introduktionsfilmene under beskrivelsen af hvert studie på hjemmesiden:

[Studie 1](#), [Studie 2](#), [Studie 3](#), [Studie 4](#)

Introduktionsfilmene viser mulighederne i de enkelte studier og introducerer til de funktioner, eleverne skal fordele mellem sig hjemme på skolen.

Ud over de fire optagestudier, kan eleverne også producere nærbilleder til deres film i [nærbilledestudiet](#). Det kan være nærbilleder af deres produkt eller klassiske skud, hvor en skuespiller udtaler budskabet direkte til kameraet. Endelig kan eleverne selv optage effektlyde i [lydstudiet](#). Alle hold deles om nærbilledestudiet og lydstudiet.

Vi anbefaler, at holdene sammensættes således, at eleverne varetager en funktion, de har særlig interesse for eller kompetence til at varetage. Det er f.eks. vigtigt, at instruktøren er motiveret for at lede sit hold, de tekniske funktioner varetages af elever, der kan lide at fordybe sig med en computer, og at skuespillerne har mod på at tage en rolle på sig.

FASE 2: Faglig forberedelse

Alle elever er vant til at se reklame- og kampagnefilm. De dukker op konstant på nettet / sociale medier, i spil, fjernsynet, biografen, transportmidler, gadebilledet osv. Mængden er så massiv, at de fleste har et indbygget filter, så vi ser filmene temmelig ubevidst – ligesom reklame optræder i vlogs, som mange børn og unge ser som underholdning. Derfor er det afgørende vigtigt, at eleverne får lejlighed til at reflektere over og analysere reklamefilmens virkemidler, for at de udvikler sig som bevidste og kritiske forbrugere.

Vi anbefaler at I starter med at analysere nogle reklamefilm hjemme på skolen, så eleverne får nogle begreber at arbejde med, inden de selv skal i gang med at producere.

Generelle spørgsmål til jeres analyse:

- Hvad er reklamens (vigtigste) budskab?
- Hvilken platform er filmen udviklet til?
- Hvem er målgruppen?
- Hvilke virkemidler bruger reklamefilmen? (Humor, følelser, facts, narrativ / lyrisk fortælleform, kendte personer osv.)
- Hvordan bruges de filmiske virkemidler til at få reklamens budskab frem? (billedbeskæring, scenografi, klipning, lyd, musik osv.)

Eksempler på reklamefilm og vlogs, I kan analysere i klassen:

- 3F / Og det er Danmark, biograf-reklamefilm med kampagnetræk,
Link: <https://www.youtube.com/watch?v=i0rCjM0aYvg>
- Ørsted / grøn energi, biograf-reklamefilm med kampagnetræk,
Link: <https://www.youtube.com/watch?v=56MhjXTcSCg>
- Louis Nielsen / briller, tv-reklame, humoristisk med et twist der følger en formel
Link: <https://www.youtube.com/watch?v=ljs4pcc84kw>
- Haribo / Matadormix, kort, overraskende og humoristisk
Link: <https://www.youtube.com/watch?v=ieRYU9UzAWA>
- Toffifee, YouTuberen Morten Münster gør grin med reklame-genren, og skriver "Dette er ikke en reklame", men hvordan virker den? Sjøv til at se på gråzonen og starte en snak om influencere. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=Li7VyTEK92w>

I undervisningsmaterialet "Film og sociale medier" på filmcentralen, kan du finde relevante eksempler på videoer / vlogs af influencere fra YouTube med tilhørende analyser og elevopgaver. <https://filmcentralen.dk/grundskolen/undervisning/film-og-sociale-medier?sub=19042#chapter>

Efter I har analyseret varierende eksempler på reklamefilm, skal eleverne i gang med at udvikle idéerne til deres egne reklamefilm. Her bruger de vores eleark, hvor I finder fire forskellige oplæg – et til hvert filmhold. Der findes to differentierede elevark: [elevark til 5.-6. klasse](#) og [elevark til 7.-9 klasse](#)

Oplægget omhandler et produkt (fiktivt), som de skal sælge til en given målgruppe – og for udskolingselever skal de tage stilling til en bestemt platform, reklamen skal deles på.

Opgaven er at finde på et budskab, overveje formatet på deres film (længde og opbygning), og desuden skal de på forhånd vælge hvilken (eller hvilke) baggrundsfilm de vil bruge som scenografi.

Endelig skal de tænke over, hvilke virkemidler de vil bruge. Er der fx bestemte kostumer / rekvisitter, der er vigtige?

Til dette læner de sig op ad de spørgsmål, der findes i elevarkene.

Sæt gerne 2 lektioner af til idéudviklingen, men læg vægt på, at I arbejder videre med idéen under jeres besøg i FILM-X studierne, hvor underviserne går i dialog med filmholdene om både form og indhold i deres reklamefilm.

FASE 3: Forløbet i FILM-X

Forløbet i FILM-X varetages af to undervisere. De introducerer til teknik, udfordrer eleverne filmfagligt og coacher dem i at varetage deres funktion på filmholdet.

Din rolle som lærer er først og fremmest at forberede og efterbearbejde FILM-X besøget med klassen, og under forløbet i FILM-X er der behov for, at du:

- Støtter elevernes samarbejde og fokus på den faglige vinkel, I arbejder med på skolen
- Laver aftaler med elever, der holder pause undervejs i forløbet
- Er til stede og observerer dine elever i nye roller og omgivelser
- Hjælper med at guide elever, der optager i lydstudiet og nærbilledestudiet under klipningen – med støtte fra underviserne i FILM-X

Derudover kan du dokumentere elevernes arbejdsproces, hvilket vil være en super indgang til evalueringen hjemme på skolen.

Introduktion og fagligt oplæg i biografen

Forløbet starter i biografen, hvor vi ser eksempler på reklamefilm og taler om nogle centrale reklamefilmsbegreber. Underviserne får en fornemmelse for elevernes forhåndsviden og hvad I har arbejdet med hjemme på skolen.

Optagelse af billede og lyd i FILM-X

Når filmholdene har en grundlæggende idé til deres film på plads, sætter FILM-X guiderne dem i gang med optagelserne i deres studier. Her samarbejder holdet i deres faste funktioner og eksperimenterer med at bringe deres idé til live i en kort fortælling.

Klipning i FILM-X

Under klipningen er det klipperen, der sidder ved tasterne. Resten af holdet deltager med idéer og refleksioner ift. indklip, effektlyde og musik, de vil have med i filmen.

Holdene fra studie 1 og 2 starter klippeprocessen med at indspille deres dialog med mikrofon ved klippecomputeren.

Evt. går 2-3 elever ind i lydstudiet og producerer egne effektlyde, og 2-3 elever optager reaktions- og detaljeskud i Nærbilledestudiet. Det kan være en jingle, et slogan, et nærbillede af et produkt mm.

Holdet samles ved klippestanderen og færdiggør filmen med ekstra billedklip, lyde og musik, og fx tekster eller logoer for produkter / kampagner.

Filmpræsentation i biografen

Vi slutter forløbet af med, at holdene præsenterer deres proces og færdige film for klassen i vores biograf. Hvert hold redegør for deres valg af virkemidler i relation til filmens målgruppe og den fiktive kundes ønsker.

FASE 4: Opfølgning på skolen

Vi opfordrer til, at I på skolen følger op med en dybere refleksion over elevernes læring.

Måske har I mod på at starte en ny produktion op med det udstyr, I har adgang til på skolen, så eleverne kan opnå større fortrolighed med at anvende de multimodale udtryksformer. Her kan I fx vælge at lave kampagnefilm for et emne, der optager eleverne selv.

Før eller efter jeres FILM-X forløb kan I også lave en radioreklame. Følg øvelsen på medielæringsportalen småp.dk (Find øvelsen ved at kopiere dette link ind i din browser:

<http://www.småp.dk/film-radio/radioreklame-der-rykker-fl21>)

Kontakt

Har du brug for hjælp eller inspiration til forberedelsen, kan du kontakte FILM-X på tlf. 3374 3669 eller sende en mail til film-x@dfi.dk