

KAMPAGNEFILM



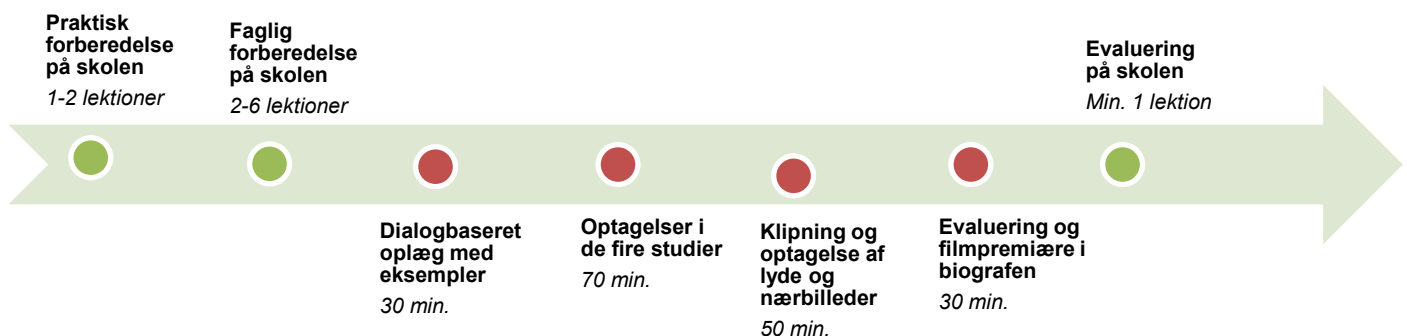
Stilbillede fra kampagnefilmen *De nåede færgen*, Carl Th. Dreyer, 1948.

Kampagnefilm anvendes både til at skabe opmærksomhed omkring en sag og til at tilskynde handling og adfærdændring hos publikum.

Kampagnefilmen har rødder tilbage til den helt tidlige filmhistorie, lige fra den oplysende film til den politiske propaganda. I dag støder vi på små kampagnefilm alle vegne – i bussen, på tv, sociale medier, skærme i venteværelset hos lægen osv. Også reklamefilmen efterligner ofte kampagnefilmen, da forbrugere oplever det som et vigtigt salgsargument at man kan gøre noget godt fx for klimaet, når man vælger at tage metroen eller købe en elbil.

I dette forløb skal eleverne både analysere og skabe deres egen kampagnefilm. Klassen arbejder enten med temaet "klima og bæredygtighed" eller med en problemstilling på jeres skole, som eleverne ønsker at skabe forandring omkring.

Forløbet har flere faser. Denne vejledning støtter jer i de faser, der foregår på skolen, og beskriver aktiviteterne under forløbet i FILM-X studierne.



FASE 1: Praktisk forberedelse

Den praktiske forberedelse omfatter, at eleverne inddeles i filmhold, fordeles på studier og fordeler roller mellem sig.

Vi anbefaler, at I starter med at se vores [introduktionsfilm til FILM-X studierne](#) fælles på klassen. Filmen giver jer et fælles overblik over arbejdsprocessen og de fysiske rammer samt grundlæggende træk for filmdramaturgi.

Herefter inddeles klassen i filmhold på 4-7 elever, og holdene 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: Instruktør, fotograf / scenograf og 3-5 skuespillere.

Alle filmhold kan derudover optage ekstra klip i nærbilledestudiet, samt effektlyde i lydstudiet, som kan sættes ind i den færdige film. Dette kan fint indtænkes på forhånd men også gøres spontant.

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 og performe.

Se introduktionsfilmene under beskrivelsen af hvert studie på hjemmesiden:

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

Se en introvideo til [nærbilledestudiet](#) og [lydstudiet](#).

FASE 2: Faglig forberedelse

Vi anbefaler, at I bruger et par lektioner på at analysere nogle eksempler på kampagnefilm, så eleverne bliver fortrolige med formatet og får redskaber til at træffe beslutninger omkring fx målgruppe, budskab og filmiske virkemidler, når hjemme på skolen skal udvikle ideen til den film, de skal indspille, når de er i FILM-X studierne.

Nedenfor har vi udvalgt et par kampagnevideoer og formuleret arbejdsspørgsmål, der både handler om kampagnefilmens overordnede kommunikative mål og de mere specifikke valg af virkemidler.

Hvad end kampagnefilmen handler om, har de nogle fælles kendetegn:

- Filmen skal være kort og have et tydeligt blikfang
- Den skal have et klart budskab
- Der skal være et tydeligt *call to action* - hvad skal folk gøre

Derudover har kampagnefilm:

- En primær målgruppe
- En appel og argumentationsform (logos / fakta, ethos / autoritet, pathos / følelser)

Når eleverne udvikler deres egne kampagnefilm skal de beslutte sig for en målgruppe og overveje argumentationsformen og på den baggrund være reflektere over:

- Hvordan får vi budskabet til at virke relevant for målgruppen? (eks. *genkendelige problemer og miljøer samt sprog og stil der matcher målgruppen*)

- Hvilke virkemidler skal vi bruge, for at understøtte argumentationen? (eks. *tekster og tal hvis det er logos, musik og nærbilleder af personer i situationer man kan identificere sig med hvis det er pathos, personer i uniformer som eksperter hvis det er ethos osv.*)

Endelig vil vi i forløbet gerne sætte fokus på konkrete løsninger eller handlinger, så eleverne overvejer, hvad kan man gøre og ikke kun bruge skræmmebilleder eller skyld i argumenterne.

I kan se en af følgende kampagnefilm og analysere dem på klassen:

- [Tak til jer, der viser respekt for skolepatruljen.](#) (Kampagnefilm der taler børnenes sag i deres eget sprog – til forældrene)
- [Indsatsen for klimaet starter derhjemme](#) (Reklamefilm for IKEA – forklædt som kampagnefilm)
- [#JegErDansk \(#IAmDanish\) - Viral Video Campaign](#) (Prisvindende kampagnefilm med stærk pathos)

Spørgsmål til Videoerne:

- Hvem er afsenderen af videoen?
- Hvad er videoens budskab?
- Hvilken handling opfordrer videoen til? *Hvad er call to action?*
- Hvem tror I er målgruppen?
- Hvilken argumentationsform bruger videoen?
- Hvilke følelser skaber videoen hos dig (modtageren)?
- Hvordan er de filmiske virkemidler brugt? (*Billedbeskæring, lyd, klipning mm.*)

Forberedelse egne kampagnevideoer

Når klassen har fået en god fælles forståelse af kampagnefilmens formål og virkemidler, skal eleverne i gang med at udvikle idéen til deres egen kampagnevideo. Her skal de sammen på deres filmhold anvende elevarket.

Start med at tale om det valgte tema: Klima og bæredygtighed eller Forandring af jeres skole.

Indenfor klima vil det give mening at vælge et fælles underemne, som eleverne starter med at researche på – og gerne et emne, som eleverne er i berøring med i deres hverdag og selv har en mulighed for at påvirke. Det kunne fx være CO2 belastning ved brug af AI chatbots, affaldssortering, genbrugstøj eller bæredygtig transport. Uanset om de vil bruge fakta baserede eller følelsesladede argumenter, skal de sætte sig ind i, hvilke udfordringer der er, og også hvilke løsningsmuligheder, de vil pege på i deres call to action.

Hvis I vil skabe forandring på skolen, anbefaler vi, at eleverne belyser emnet fra forskellige vinkler og målretter budskabet til forskellige modtagere, så filmen kan være en fælles kampagne men nå bredere ud. Fx kunne et hold målrette filmen til andre elever, et hold til skoleledelsen, et hold til kommunalpolitikere og det sidste hold til forældrene.

FASE 3: Forløbet i FILM-X studierne

Forløbet foregår dels i vores biograf, dels i FILM-X studierne. To FILM-X undervisere er sammen med klassen under hele forløbet og giver filmholdene feedback på ideer, samarbejde, brug af virkemidler mm.

Din rolle som lærer er først og fremmest at forberede og efterbearbejde FILM-X besøget med klassen, og under forløbet hos os 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 evt. har brug for en pause undervejs i forløbet
- Er til stede og observerer dine elever i nye roller og omgivelser

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

Oplæg og velkomst

Klassen bydes klassen velkommen i vores biograf af jeres to FILM-X undervisere. De taler med eleverne om, hvad I har forberedt hjemme. Herefter viser vi eksempler på kampagnefilm, og taler om budskab, målgruppe, appelformer og virkemidler.

Optagelse af billede og lyd i FILM-X

Efter oplægget får klassen en rundvisning og introduceres for mulighederne i studierne. Herefter samarbejder eleverne i deres filmhold om at indspille og videreudvikle deres kampagnefilm. Underviserne er i dialog med filmholdene undervejs og kommer med indspark til handling og virkemidler.

Klipning i FILM-X

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

Filmholdene kan også indspille effektlyde i lydstudiet og ekstra klip i nærbilledestudiet. Disse optagelser samles med resten af optagelserne på klippecomputeren.

Alle filmhold klipper ekstra billedklip, lyde og musik ind i deres film, og der kan desuden lægges tekster ind.

Filmpræsentation i biografen

Vi slutter forløbet af med, at holdene præsenterer deres proces og færdige film for klassen i vores biograf. Underviserne samler op på, hvordan temaet er behandlet og hvilke virkemidler, der er brugt.

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.

Kontakt

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