

MOTION GRAPHIC

Som led i promovering af den nye web applikation, samt OFF's promotion mix generelt, er det besluttet at lave en Motion graphic, som blandt andet skal køre på de sociale medier.

Med denne Motion graphic fortælles historien om den nye web applikation, hvor anvendelig den er, samt løfte sløret en lille smule for det nye tiltag: Augmented reality i gadebilledet under Filmfestivalen.

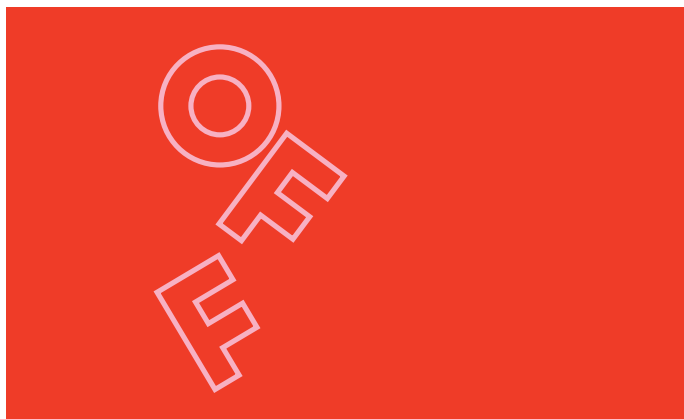
Kommunikationen skal holdes inden for premis'en for hele projektet, som tidligere beskrevet i kommunikationsplanen og den skal primært henvende sig til målgruppen, som er filmfolkene i branchen. Dette indebærer en hyldest til filmverdenen og fokus på filmfolkene.

Den kreative proces startede med en research på hvilke andre typer Motion graphics, der huserer på nettet (Tonnu, 2016).

Derefter blev der brainstormet i gruppen, og udarbejdet et indledende storyboard, se: Bilag 21 – Brainstorm Motion graphic m/storyboard (Martin & Hannington, 2016)

Den grundlæggende idé blev at lave et setup, som en gammel smalfilm med visuel- og audiotøj for rigtigt at mærke filmbranchens historie.

Igen bruges OFF's designguide (Bilag 16 – OFF_2018_designguide), når der vælges farver og grafik.



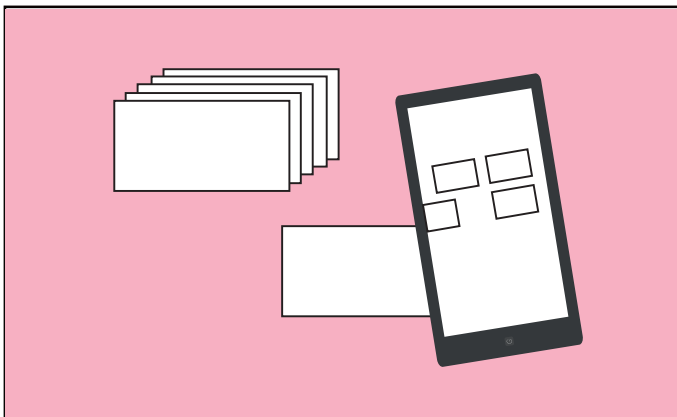
START SCENE: Film der kører inde i bogstaverne, som står stille. Evt. smalfilms-effekter såsom kameralyd, sorte streger der flimrer af og til, billedet hopper en lille smule.



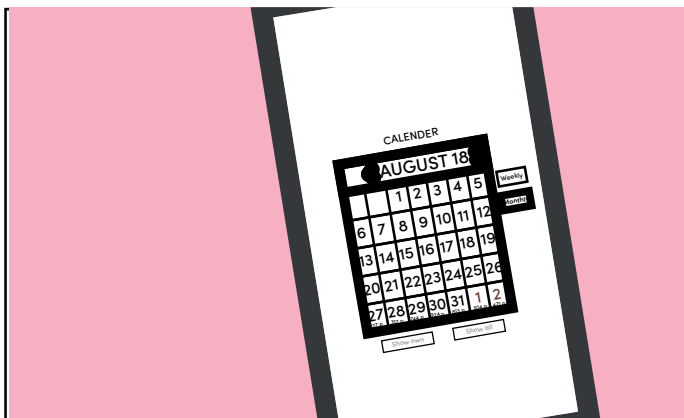
SCENE 2: Teksten dukker op, evt. med ét ord ad gangen eller som undertekster på film..



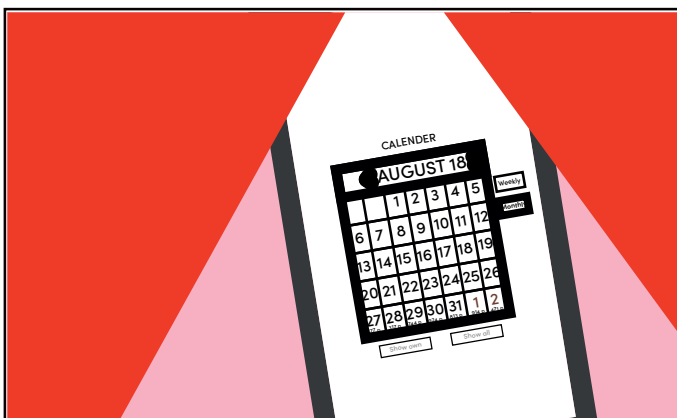
SCENE 3: Den røde baggrund bliver til det røde tæppe en biograf og deler sig.



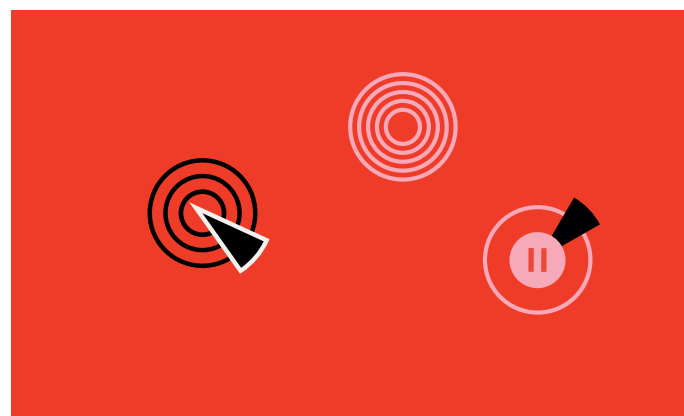
SCENE 4: En smartphone dukker op, enten som langt fra i zoom eller ind fra siden eller tegnet. Samme med visitkort hvor der er navne på og video af folk i stedet for still-billeder, der bliver til en stor bunke og "puttes ind" i smartphonen og de dukker op på displayet. Evt. kan ikonet for visitkortsiden dukke op i bundmenuen...



SCENE 5: Smart phonen zoomes ind og kalenderen vises. En eller flere datoer udvælges og teksten "I'll be there!" vises.



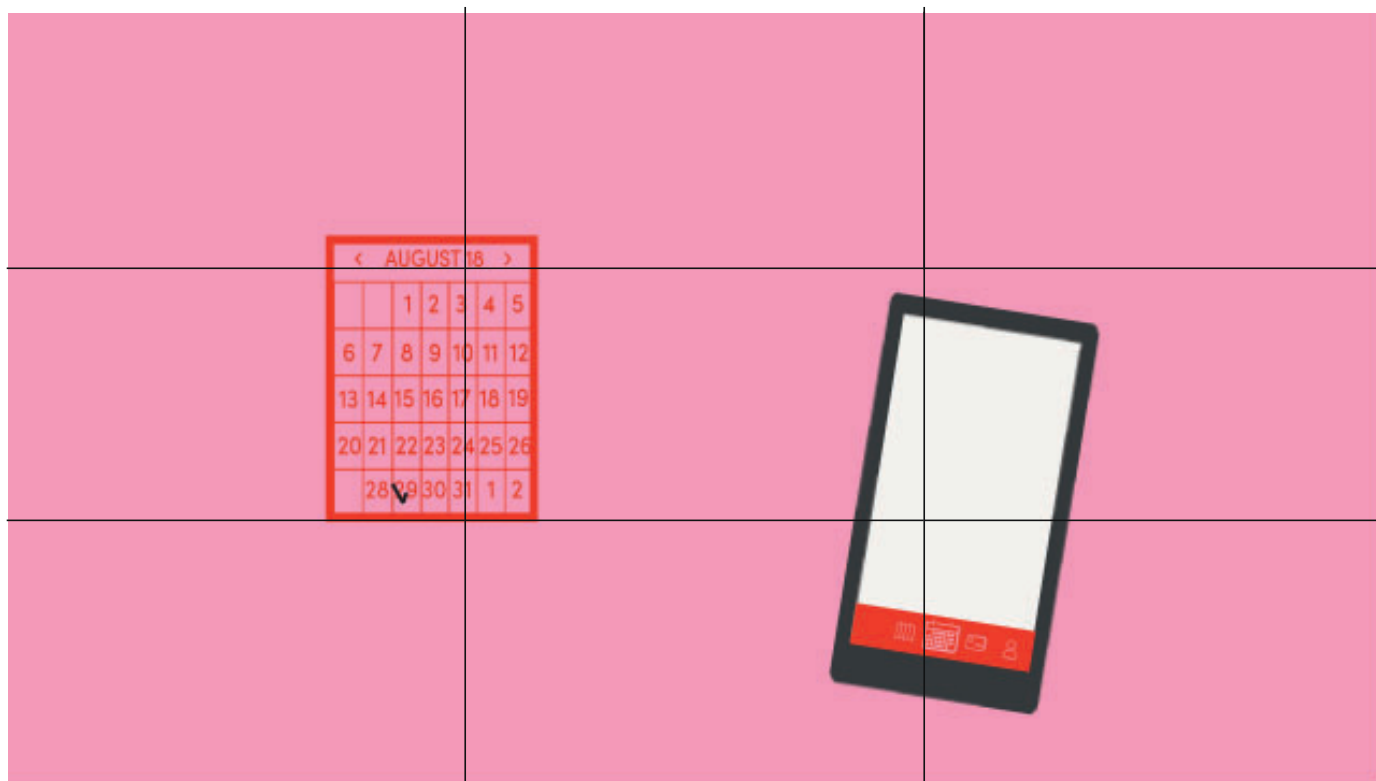
SCENE 6: Smart phonen "danser" mens det røde tæppe lukker sammen



SCENE 7: Et mix af OFF's perler underholder.....evt nedtælling fra 5 - 4 - 3 - 2 - 1

SCENE 8: Når tæppet glider fra igen/eller fades væk/opløses er vi på Festivalen i Odense. Evt. noget speak "Welcome to..." billeder/film af glade mennesker der mingler/networker. OFF'perlerne dukker op i gaderne. Til sidste zoomes der ud, så man kan se, at det er AR fra en smartphone.

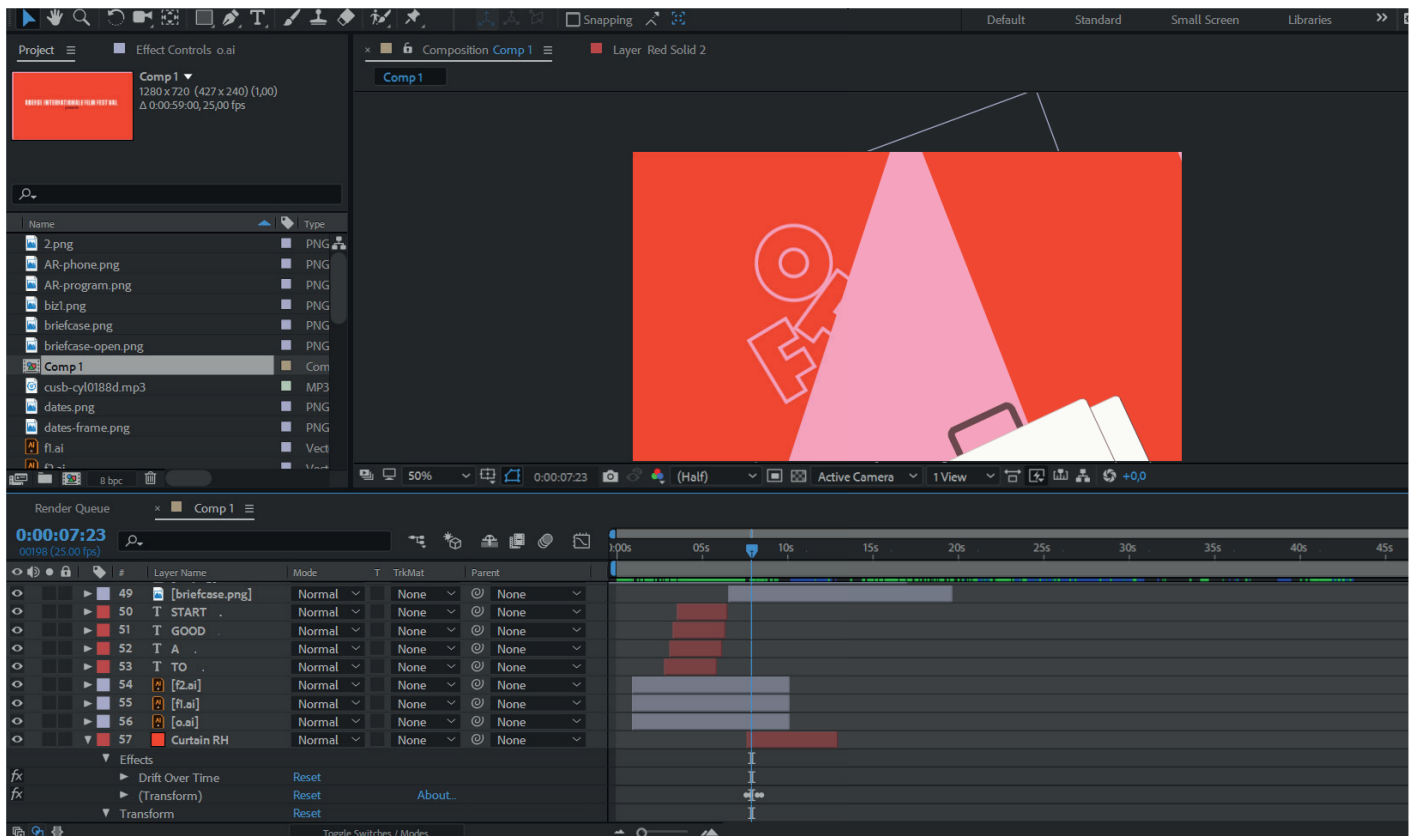
SLUTSCENEsjov afslutning, perle der eksploderer, expect the unexpected!



RULE OF THIRDS

Derudover benyttes designprincippet "Rule of thirds" (Landa, 2014), som via usynlige streger deler designfladen op i 3x3 lige store rektangler.

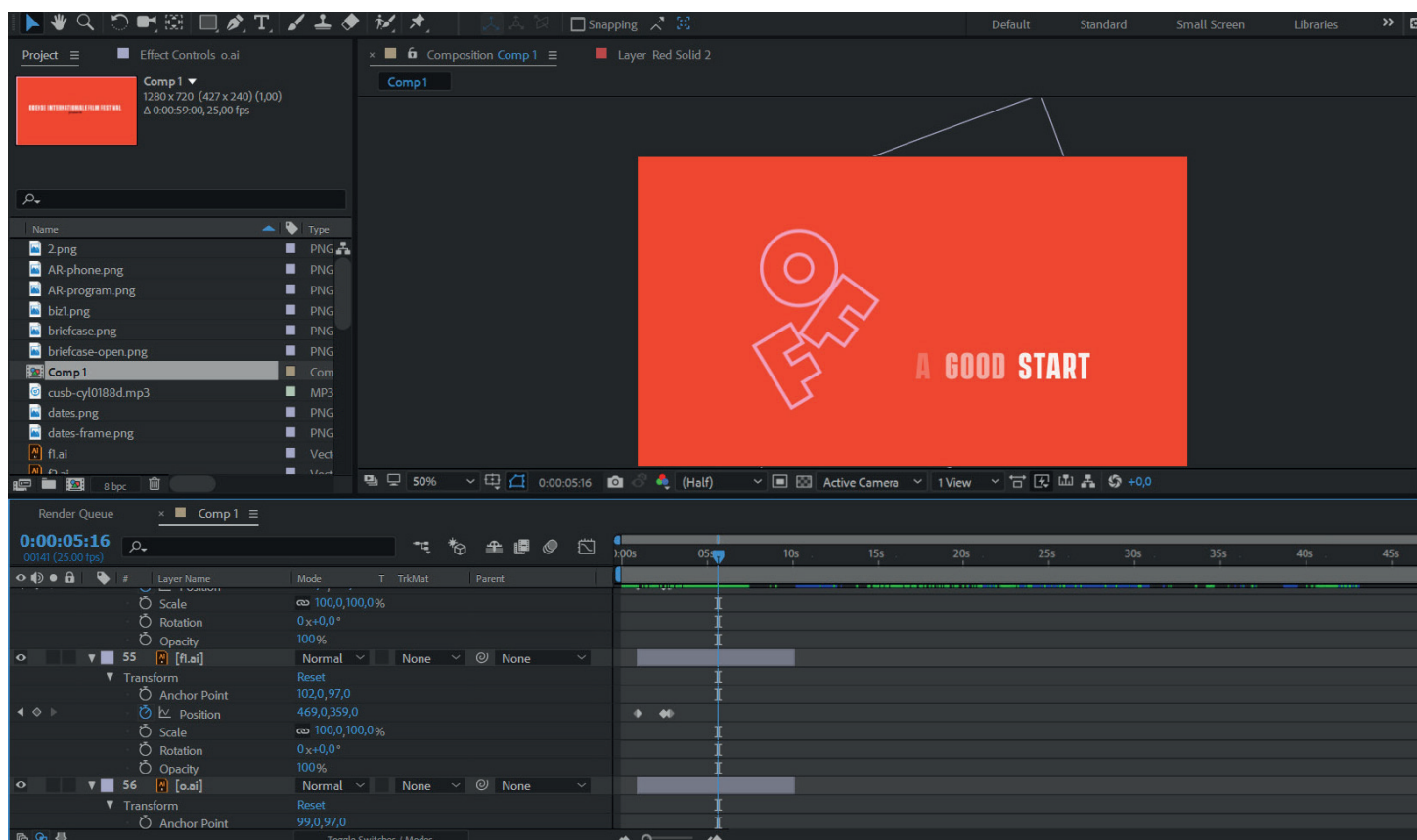
Elementerne placeres, hvor stregerne skærer hinanden, så der skabes balance og blikfang i layoutet



Med storyboardet, som skabelon, kan selve opsætning og animationen af Motion graphic'en begynde. Programmet, der benyttes, er "Adobe After Effects". Et program, der rummer utallige funktioner, som gør animering af tekster og elementer nemmere at håndtere.

Af brugte funktioner til denne motion graphic kan nævnes:

- Standard **"Transform"** med brug af: **Position, Scale, Rotation samt Opacity.**
- **"Ease in/out-effekten"** i bevægelse af elementer.
- Effect **"Drift over time"** til at lade gardiner folde sig hhv. væk fra skærmen og senere tilbage over skærmen.



ANIMATIONSPRINCIPPER

Derudover, er der ligeledes gjort brug af animationsprincipper (Kelly, 2013), som er i alt 12 forskellige tips til, hvordan man får gjort en animation mere levende med naturlige bevægelser.

Denne Motion graphic indeholder følgende principper:

Princip nr. 6 – Slow in and slow out, forskel i hastighed skaber liv.

Elementer i bevægelse, som for eksempel bogstaverne "OFF" i starten der daler, først hurtigt, men bremser let inden de "lander" på deres tiltænkte plads.

Samme princip gælder for det runde profilbillede, der kommer svævende ind i billedet og "støder ind i væggen", hvorefter dets fart øges.

Princip nr. 9 – Timing, hvor tid og hastighed angiver om et element er let eller tungt.

Bemærk scenen, hvor først en smartphone falder ud af tasken, dernæst vis-itkort. Smartphonen falder hurtigst og indikerer tungere vægt end vis-itkortene, som også falder lidt mere tilfældigt i en bunke.

Princip nr. 10 – Exaggeration, hvor overdrivelse fremmer forståelsen

Bruges, når størrelsen på ikonerne i menuen forstørres inden de "sættes fast" på smartphonen.

Undervejs i forløbet lægges audio på i form af værket "The butterfly" af Eugene C. Rose and George Rubel, for bedre at kunne time nogle bevægelser i elementerne til rytmen i musikken.

Værket er downloadet fra "FMA – Free Music Archive". Effekten af "audio-støj" er fundet på "freesound.org". Begge downloads var royalty-free.

Til slut i motion graphic'en anvendes et billede fra en begivenhed fra festivalen 2017, venligst udlånt fra OFF's billedarkiver.

Den endelige Motion graphic kan opleves her

[HTTPS://YOUTU.BE/VQBKUZZSZDU](https://youtu.be/VQBKUZZSZDU)

Se den venligst i HD for bedste oplevelse.

Men inden den nåede så langt, blev det i projektteamet besluttet at lade den gennemgå en Think Aloud test. Denne test beskrives i næste fase, Experimentation.