
Rapid videoproduction

Formål med dette korte forløb

At blive introduceret til videoproduktion i lille skala.

At bruge video som et kommunikationsværktøj.

At blive bevidst om, at man kan producere informativ video på kort tid, med få midler.

At kunne arbejde med processen, ikke produktet.

At få anvendt viden om idégenereringsteknikker.

Dagens opgave

I Google Play Butik/App Store finder man ofte videoer, som præsenterer den app, man påtænker at downloade. Videoen fungerer på den ene eller den anden måde, som en præsentation af app'en, og skal overbevise den potentielle bruger om, at det er relevant at downloade den.

I skal lave en video, som skal overbevise en bruger om, at jeres app, er den rette at downloade. App'en skal være en SoMe-app - Facebook, YouTube, Instagram eller lignende.

Videoen skal have en varighed af 1½-2½ minut.

Krav: I skal bruge mindst tre forskellige kameravinkler.

<https://www.youtube.com/watch?v=ICcE72RwEyc>

Derudover skal I udnævne en projektleder, som sørger for I overholder tiden!

Der vil være en kort præsentation af jeres video inden vi slutter i dag.
Forbered et par minutter, hvor I skal tale om ideen, processen og jeres erfaringer i løbet af dagen.

Videoen uploades på nedenstående Padlet, og afvikles herfra.

<https://padlet.com/ckbogner/cgisljndnxhr>





Processen

8.10 - 8.30

Oplæg og introduktion til opgaven

8.30-10.00

Pre-production

10.00-11.30

Production

12.00-13.00

Post-production

13.00-13.30

Premiere!

Pre-production

1½ time

Mål og formål

Målgruppe

Genre (action, seriøs, sjov etc.)

Synopsis

Shot-list

Storyboard

Tips til at komme i gang

Snak først om, hvordan I vil præsentere jeres app. Hvordan vil den 'tage sig bedst ud'? Brainstorm!

Skriv evt. en lille historie om, gerne prosa, hvordan jeres app vil fungere i virkeligheden. Kan denne historie bruges som basis for filmen?

Hvad er realistisk at filme, på den korte tid I har?

Skal der være musik? En fortæller?

Skal I bruge lidt tid på at finde inspiration, eller kan I selv finde på en genial idé?

Lav en 'shot-list', så I ved hvad I skal optage. Noter hvor lange jeres skud skal være.

Brug ikke tid på at lave et storyboard, med mindre det giver mening for jer.

Production 1½ time

Brug en smartphone

Brug lys - gerne naturligt lys

Location og lyd udstyr

Referer til jeres shot-list

Tips til at komme i gang

Film ALTID horisontalt - video er et bredformat, ikke et højformat!

Lys kan hjælpe med at sætte fokus på noget, om det så er lommelygten i en smartphone, så gør lys hele forskellen.

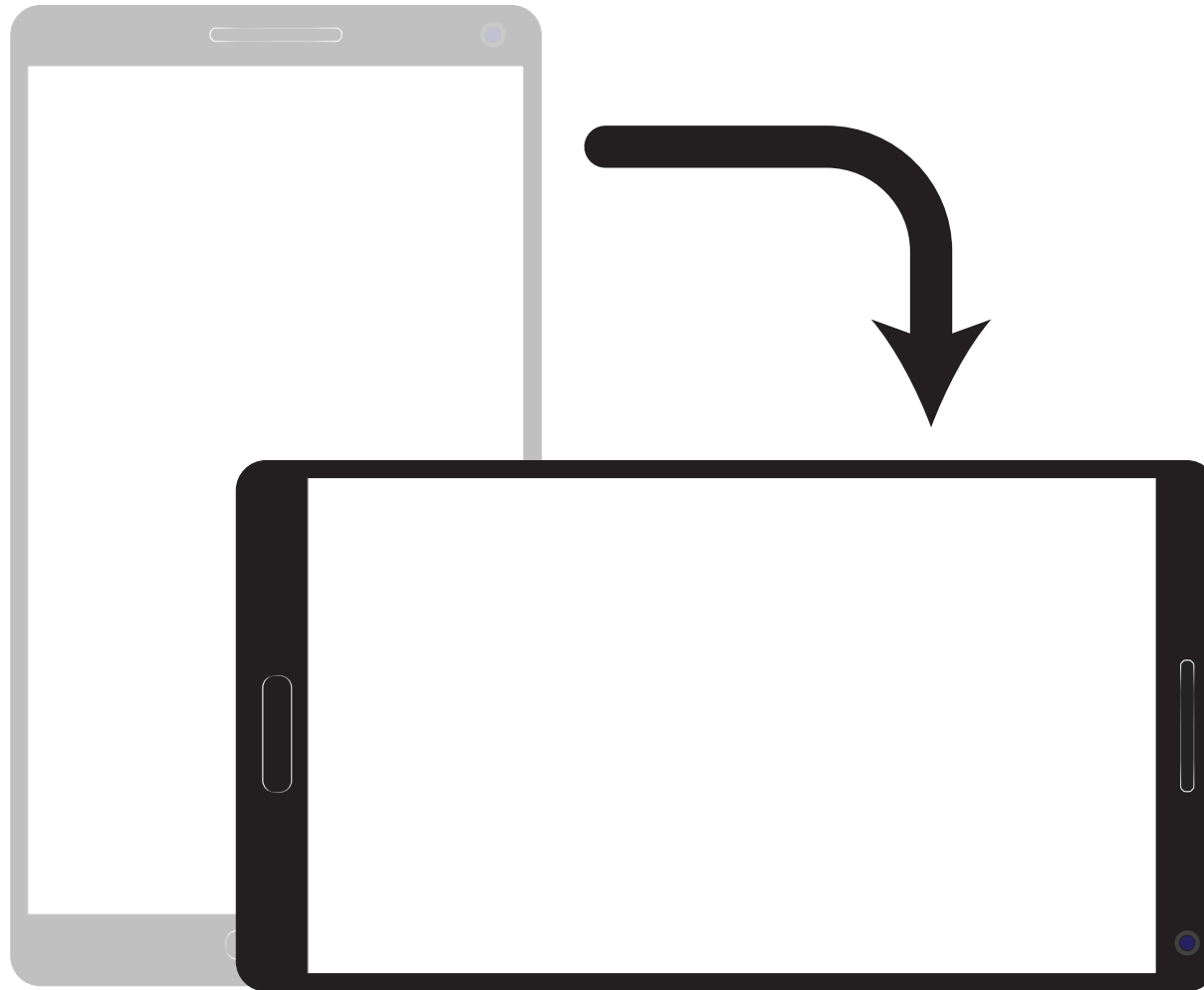
Sørg for at få alle optagelser I har på jeres shot-list.

Optag gerne 4-5 sekunder i både start og slut af jeres klip, så I har noget at redigere i. Der er ikke noget værre end kun lige at have det klip man skal bruge.

Find en location med ro og fred, og gerne masser af lys.

Brug en mikrofon hvis der skal speakes noget - Husk vi har knaphulsmikrofoner og andet lydudstyr.

Så er det sagt, skrevet og vist ..



Post-production 1 time

Editing

Musik & øvrig lyd

Export

Tips til at komme i gang

Brug Adobe Premiere Pro til at redigere jeres film. Alternativt kan I prøve at lave jeres video i Adobe programmet Spark, som er nemt at gå til.

spark.adobe.com

Brug ikke for lang tid på at finde musik - og vær opmærksom på, at musik med copyrights bliver fjernet fra YouTube. Lav en beatbox, nyn eller syng, det er helheden der tæller.

Exporter jeres video - YouTube tager de fleste formater, men et .h264 format eller lignende, er helt fint. Premiere Pro har direkte eksport til YouTube.

Premiere!

1/2 time

Hver gruppe præsenterer deres video via Padlet'en, og sætter lige +10 ord på processen og hvorfor deres app og video er blevet som den er.

Hver gruppe har cirka 4 minutter i alt.

Er du kreativ?



Kreativitet og hjernen

Kreativitet er evnen til at se ud over mønstre, vaner og oplagte løsninger - at skabe nye brugbare ideer.

Vores hjerne er logisk-kreativ – men for de flestes vedkommende, har vi de sidste mange år af vores liv, udelukkende trænet den logiske del af hjernen.

Vores hjerne er en mønster skaber, mønster bruger, og kan, og vil, helst bruge mønstre den allerede kender. Dvs. den er en dårlig mønster bryder.

Vi træner vores hjerne til at være løsningsorienteret, og vælge den logiske løsning på et problem - oftest ud fra tidligere erfaringer

Øvelse

Tænk kreativt

AEIFU

Hvilket bogstav skiller sig ud?

Hvorfor?

Argumenter for, hvorfor et andet
bogstav skiller sig ud.

Argumenter for, hvorfor et tredje
bogstav skiller sig ud

Den logiske venstre

Vi er altid løsningsorienterede (A-B)

Vi er tilfredse med én løsning

Vi lærer af fortiden

Vi når hurtigt frem til en mening

Vi vælger de veje vi kender

Vi bruger mønstre

Laver strategier

Styret af fakta

Ja, og ...

Den kreative højre

Løser dagligdagens problemer

Udnytter muligheder

Gør os forskellige fra konkurrenter

Forbedrer eksisterende ting

Inspirerer til nye ideer

Udvikler projekter

Styret af fantasien

Ja men ...

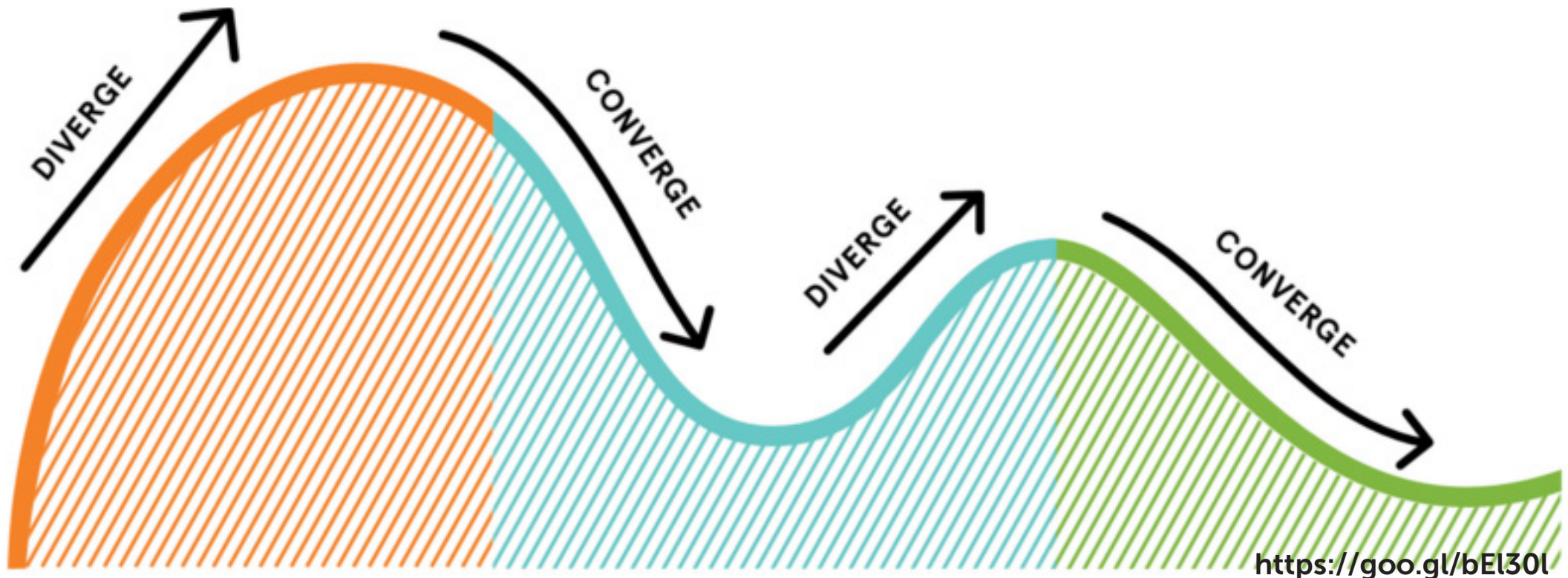
Den kreative kurve

Konvergent tænkning

Når vi ønsker at snævre ind
Typisk syntese, vurdering og sortering
Typisk venstre hjernehalvdel
Kvalitet frem for kvantitet

Divergent tænkning

Når vi ønsker at brede ud
Typisk ide-generering og ide-udvikling
Typisk højre hjernehalvdel
Kvantitet frem for kvalitet



<https://goo.gl/bEl30l>

Kreativ teknik Brainstorm

Regler

En brainstorm benyttes når der er behov for at skabe ideer til at løse identificerede problemstillinger.

Den kan også bruges hvis der er brug for inspiration.

En brainstorm kan tage udgangspunkt i research, eller deltagernes viden.

Udnævn en facilitator.

En ordstyrer som kan holde fokus, og som ikke er bange for at skære igennem.

Ingen vurderinger og bedømmelser i processen.

Byg på hinandens ideer - sig **"ja, og .."** i stedet for "ja, men .."

Bevar **fokus** - og brug gerne facilitator til at håndhæve dette.

Én samtale ad gangen. De færreste kan holde styr på flere samtaler, eller lytte mens vi taler.

Giv rum til alle, og lad facilitator være ordstyrer.

Opmuntring til **vilde ideer**. Gå væk fra det oplagte - potentialet ligger i det absurde og det vilde.

Vær **visuel**. Brug mindmaps, grove skitser - men brainstorms fungerer også kun med ord.

Kvantitet over kvalitet. Er én god idé bedre end 100 dårlige? Sandsynligheden for at de dårlige ideer fører til kreative og innovative løsninger er større.

Evaluer idéerne - bagefter!
Drop ideen om at droppe ideer - relevans og sandsynlighed for gennemførelse kan I diskutere bagefter.

Ros hinanden - gerne meget og overdrevent. "JA FED IDÉ - mere af det!" er bedre end "Fint, har du andet at bidrage med?"

Processen

Rummet

De fysiske rammer: et sted hvor teamet kan sidde godt, og har ro. Et sted som kan inspirere.

De psykiske rammer: Alle skal være trygge ved hinanden. Det skal være i orden at sige noget dumt, at lave en fejl og bare sige dét der falder en ind.

Det er specielt vigtigt i teams, hvor man blander chefer, mellemledere og arbejdere.

Teamleder/Facilitator

Det kan være fint med et team, hvor alle er på lige fod. Men en optimering af teamets indsats, er at udnævne en facilitator.

En facilitator styrer processen, fra valg af rum, over introduktion af brainstormens formål til en venlig, men bestemt styring af, at teamet overholder reglerne, samt at hjælpe videre, hvis teamet går i stå undervejs.

Det er en god regel at facilitator vælges ud fra, at vedkommende er god til at lede andre i en proces, har en god indfølelse og kan agere både venligt og bestemt.

Blandet team

Man skal sammensætte sit team ud fra forskellige, men relevante personer.

Hvad ville der ske hvis man på et bureau satte bureauchefen, den marketingansvarlige, den økonomiansvarlige og den øvrige bestyrelse til at tænke kreativt?

Det er svært, hvis ikke umuligt, at definere den optimale sammensætning af et hold – det vigtigste er, at forskellige mennesker, eks. køn, alder, faglighed, uddannelse og politisk holdning, vil have større chance for at inspirere hinanden, og derved nå frem til noget, man ikke havde forventet.

Fokus

Vi har skabt de trygge rammer, og alle er (forhåbentlig) afslappede – nu kan der skabes et fokus. Teamlederen træder nu i karakter, og fortæller hvad brainstormen handler om.

Det defineres hvor længe brainstormen kører – 45 minutter til 2 timer er passende for en kreativ proces.

Der må ikke være nogen form for afbrydelser undervejs – alle computere, telefoner er slukkede og toiletbesøg og rygning er klaret.

Facilitator sørger for at der holdes fokus, ingen small-talk og at regler følges. Det er også facilitator der sørger for at diskussionen/brainstormen ikke kører ud af en tangent, som ikke har relevans for målet.

Processen

Gruppenne

Gruppe 1

Nikolaj
Christian Dahl
Linda
Malte (HHX)

Gruppe 2

Anders
Hussein
Christina
Ronald
Jakob (HHX)

Gruppe 3

Sofie
Rikke
Alexander
Viktor (HHX)

Gruppe 4

Sara
Maiken
Kevin
Maria (HHX)

Gruppe 5

Joakim
Mette
Asger
Chanette (EUX)

Gruppe 6

Camilla
Christian
Frederikke
Mikkel (HHX)

Gruppe 7

Mathias
Emilie
Lasse
Gurli
Mie (EUX)

Gruppe 8

Jesper
Johanne
Thea
Marc (HHX)