Refleksjonsnotat

1. Vi valgte artikkelen til Adam Schjølberg «Menn må snakke om følelser» og reklamefilmen til Talk More «Hockey Helge». Dette var fordi begge hadde et veldig likt budskap og tema. Adam Schjølberg sin artikkel handlet om hvordan han mener at det for menn bare oppleves at de har to valg når de skal uttrykke følelser, enten være sint eller ensom, og at man oppleves som mindre maskulin dersom man uttrykker det på en annen måte. Han mener at det er viktig for menn å snakke ut om og uttrykke sine følelser og at det skal være akseptert å være annerledes.

I «Hockey Helge» så tar de opp hvordan Helge ikke tørr å uttrykke følelsene sine fordi han er redd for å ikke bli akseptert av hockey gjengen sin. Så han uttrykker dette ved å være ensom og trist, akkurat som Schjølberg snakket om i artikkelen sin. Videre så viser reklamen at «hockey gjengen» inkluderer Helge i resten av gruppa ved å sende et gruppebilde fra garderoben hvor de holder tommelen opp og det står «vi som vet at Helge er homo og driter i det». Noe som gjør Helge glad og som viser hvor viktig det er å snakke ut om ting med venner og akseptere andre som de er. Nettopp det som Adam Schjølberg får fram i sin artikkel.

1. For programmet valgte vi å ha en nyhetssending form slik at vi fint fikk med et intervju med «Adam Schjølberg» slik at vi får fram hovedinnholdet i artikkelen hans og samtidig får flettet inn reklamefilmen med en fin overgang. Dermed virker helheten mye mer sammensatt, selv om enkeltdelene har to forskjellig måter å formidles på.

Vi ønsker å formidle at det er viktig at man holder kontakt gjennom korona tiden slik at man ikke sitter alene og holder følelsene sine stengt inne. Noe som vi viser i vår reklamefilm med at vi går på skogstur sammen.

Jeg syntes vi lyktes ganske godt med det vi ønsket å formidle gjennom mediene vi brukte. Kan hende at vi burde ha fått det enda mer tydelig fram at vi brukte reklamen til Talkmore.

1. Jeg lærte hvordan kreativitet kan brukes til å sette sammen et produkt basert på flere litterære midler slik at det blir en fin helhet og sammenheng i framføringen av midlene. Jeg lærte hvordan Patos er viktig i reklamefilmer for å få mottakeren til å forstå og sette seg inn i situasjonen som framvises. Lærte viktigheten av musikk og video sammen for å få styrke budskapet.
2. Vi misforsto oppgaven litt i starten slik at vi måtte gjøre om på planen vår når vi fant ut at vi hadde misforstått. Dette gjorde slik at vi ikke fikk kommet i gang med arbeidet like tidlig, og derfor måtte vi bruke timen på torsdag til å arbeide med oppgaven istedenfor å jobbe med det planlagte opplegget i norsken. Jeg følte at noen i gruppa var litt mer passiv i planlegging av hvordan opplegget skulle gjennomføres enn andre. Ellers følte jeg at arbeidet gikk bra, kunne kanskje vært litt mer tydelig at vi brukte Talkmore reklamen «Hockey Helge».