eller Pixlr.

Billede

Produkt:
En filmplakat

Varighed:
4 lektioner

Niveau:
Udskoling, Gymnasie

Fag:
Dansk, Billedkunst, Filmkundskab, Medier

Kan også bruges i:
Engelsk, Fransk, Spansk, Tysk

Anbefalet gruppestørrelse:
1-3 personer

FORUDSÆTNINGER

Man skal bruge UNI-login for at se filmene på Filmcentralen på trin 1. Alle andre film kan i princippet bruges til aktiviteten.

Filmene brugerne kan trække i generatoren tæller 5 danske film, samt to engelsksprogede og en tysk film. De sidstenævte er tekstede. Filmene er henholdsvis:

13 (11 min.)
Fucking tøs (13 min.)
Beast (15 min.)
Skyggedyret (19 min.)
Lille Lise (20 min.)

Time Freak (USA) (11 min.)

En tier (GB) (12 min.)
Amok (D) (15 min.)

Til aktiviteten anvendes det online billedredigeringsprogram Photopea via Skoletube, Canva eller Pixlr, som er gratis og på dansk. Til simple plakater kan også PowerPoint eller Word anvendes.

Det er, som med alle andre programmer, en god ide selv at lege lidt med

HUSK

Udstyr, der skal bruges til aktiviteten:

- Computer/tablet
- Internet
- UNI-Login (hvis I ser film på Filmcentralen)

Se aktivitet ›

billedbehandlingsprogrammet, inden man giver sig i kast med opgaven.

Canva er nemt og brugervenligt og leverer mange layouts at starte fra.

Photopea via Skoletube er lidt mere avanceret, men giver flere muligheder. Skabeloner at starte fra. Kræver abonnement på Skoletube.

Pixlr er lidt mere avanceret, men giver flere muligheder.

Vil du vide mere om filmplakater, så tjek:

Klichégalleriet Filmplakatens anatomi

KOMPETENCEKRAV

Brugerne skal kunne:

- Betjene computer på basalt niveau.
- Arbejde selvstændigt i grupper.

TIP TIL BRUG I ANDRE SAMMENHÆNGE

I kan også lave plakater til fx spillefilm, YouTube-videoer eller film, I selv har lavet.

TIPS TIL EVALUERING

Brugerne opfordres til at vise deres plakat til andre for at få dem til at vurdere det samlede produkt.

Respondentgruppen får følgende spørgsmål:

- Kan I lide plakaten, og hvorfor?
- Mener I plakaten hovedsageligt er information/oplysning, underholdning eller reklame, og hvorfor?
- Hvem mener I, er målgruppen?
- Hvor mener I, plakaten egner sig til at blive vist?

Derefter bliver brugerne bedt om at diskutere i deres egen gruppen, om respondentgruppens oplevelse af plakaten passer godt til det, brugerne selv besluttede under ”Til hvem, hvor og hvorfor?” Afslutningsvis bliver de bedst om at vurderer,hvorvidt de finder det nødvendigt at lave ændringer i deres plakat?