



HUSK

Udstyr, der skal bruges til aktiviteten:

- Computer/tablet
- Internet

[Se aktivitet >](#)

Billede

Produkt:

Lav en plakat til en kampagne

Varighed:

3 lektioner

Niveau:

Udskoling,
Gymnasie

Fag:

Dansk, Billedkunst,
Filmkundskab,
Samfundsfag,
Medier

Anbefalet

gruppetørrelse:

1-3 personer

- At udvælge ét billede, der kan fungere som plakat for en fortælling.
- At afstemme en filmplakats virkemidler (billede, skrifttyper, farver, komposition) ift. tekstens indhold.
- At bruge billederedigeringsprogrammet Pixlr.

KONTEKST

Denne aktivitet bygger oven på aktiviteten [LAV EN KAMPAGNEFILM, DER STOPPER FYRVÆRKERISKADER](#), som er en del af et større undervisningsmateriale med tilhørende filmkonkurrence, der køres på Fyrværkeri.dk.

AKTIVITETEN IFT. NYE FÆLLES MÅL

[Se de detaljerede mål på Materialeplatformen](#) (klik på fanebladet 'Undervisningsinformation').

FORUDSÆTNINGER

Til aktiviteten anvendes det online billedredigeringsprogram Canva eller Pixlr, som er gratis og på dansk.

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

Pixlr er lidt mere avanceret, men giver flere muligheder.

Det er, som med alle andre programmer, en god ide selv at lege lidt med Canva eller Pixlr, inden man

giver sig i kast med opgaven.

Betalingsprogrammer som Microsoft Publisher eller Adobe Illustrator kan også bruges. Til simple plakater kan også PowerPoint eller Word anvendes.

KOMPETENCEKRAV

Brugerne skal kunne:

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

TIP TIL BRUG I ANDRE SAMMENHÆNGE

Denne aktivitet bygger oven på aktiviteten LAV EN KAMPAGNEFILM, DER STOPPER FYRVÆRKERISKADER. Udgangspunktet er, at I allerede har lavet kampagnefilmen.

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:

1. Kan I aflæse målgruppe og fyrværkeriråd?
2. Fungerer plakaten? Hvorfor/hvorfor ikke?
3. Motiverer plakaten til, at man handler anderledes i forhold til fyrværkeri?

Derefter bliver gruppen bedt om at diskutere, om respondentgruppens oplevelse af plakaten passer godt til det, de havde forventet. Afslutningsvis bliver de bedt om at vurdere, hvorvidt de finder det nødvendigt at lave ændringer i deres plakat?