

RAPPORT

PROSJEKTBEKRIVELSE

Mitt prosjekt var å lage en reklameannonse for scooter. Jeg skulle benytte en av dramatiseringsformene. I min reklame er det Suzuki som er avsender. Suzuki er en stor semi-statelig institusjon. De har et godt omdømme i markedet, de er markedsledende, og man forventer at Suzuki holder høy kvalitet.

MÅL

- benytte virkemidler for å frem et budskap
- begrunne valgene av virkemidlene
- Gjør rede for hva som særpreger reklame

PROSESS

Preproduksjon

- Tidsplan:

Fredag 27.mai

Idéfase – jobbe med skisse

Mandag 30. Mai

Jobbe med skisse – **Innlevering av skisse kl 09.00** (penn/papir, word, indesign, photoshop eller illustrator valgfritt)

Mandag/Tirsdag (31.mai/1.juni)

Produksjon av plakat anbefales i Indesign/illustrator

Innlevering av førsteutkast kl 23.59 på tirsdag. JPG/PDF-fil

Onsdag/torsdag 1/2. Juni

Produksjon

Fredag 3. Juni

Kl. 11.30 Innlevering av ferdig produkt

Etter lunsj: jobbing med rapport

Rapport innlevering kl. 23.59

- Rollefordeling
Fotograf og redigerte: meg
Modell: Iben
- Utstyrliste:
 - kamera
 - mac
 - pen og papir

- Preprod-fasen
 - Det første jeg startet med var å søke opp scooterreklamer på google. Jeg fant bilder jeg likte, og puttet dem inn i et moodboard. På den måten fikk jeg mer inspirasjon. Deretter tegnet jeg mange forskjellige skisser.
 - Jeg gjorde også avtale med modellen jeg skulle bruke i reklamen.
 - Målgruppa jeg har valgt er 15-18 år, kanskje mest jenter. Jeg har valgt denne målgruppen og kjønnnet fordi det er denne aldergruppa som kjører mest scooter. Det er da det er vanligst at man begynner å kjøre opp til scooter, og de fleste kvinnelige ungdommer er på jakt etter en scooter. Modellen som jeg har brukt i reklamen min er i den aldersgruppa, som gjør at det retter mot målgruppen.

- **Virkemidler:**

- Språklige virkemidler: I reklamen står det: "Har alt og mye mer". Som er et slagord som er lett å huske. Slagord på reklamer kan være appellative. Seeren får også innblikk i at scooteren er veldig bra, og er godt utstyrt.
- I reklamen min står det "Nyhet". Mange er opptatt av å kjøpe det siste nye.
- Logoen er også et virkemiddel i reklamen. Det er mange som kjenner til Suzuki, for det er et kjent merke, og det kan være en stoppeffekt.
- Personen i bildet er plassert i det gyldne snitt, som gjør bildet balansert, og mer visuelt attraktivt.
- Bildet er tatt i normalperspektiv, som gir et harmonisk og rolig inntrykk.
- Jeg har prøvd å plassere alt i en diagonal, for diagonale linjer kan gi inntrykk av hastighet, som passer bra siden det er en reklame for en scooter.
- Det er et totalbilde, som viser hele personen, og handlingen personen er en del av. Det har dette utsnittet som passet best for en scooter-reklame, for jeg ville at bildet skulle forklare hva reklamen var om, med en gang man så den.
- Jeg har brukt en del grønn i reklamen min, som oftest benyttes om miljøvennlighet. Det passer nødvendigvis ikke, til en reklame til en scooter som er med på å forurense, men det kan også være et virkemiddel. Hvis det er brukt grønn/natur kan de glemme at det er forurensende, og bli på en måte "luret" til at det ikke er så dårlig for miljøet.
- Siden jeg brukte logoen i reklamen min, inneholder den også fargen rød og blå. Rødfargen forteller ofte at noe er billig/at det er salg, og tiltrekker seg oppmerksomhet. Blåfargen og rødfargen skaper også oppmerksomhet sammen. Det er brukt en mellomblå farge som får firmaer til å fremstå som trygge og tillitvekkende.
- Jeg brukte hvit tekst. Bak teksten har en mørk rektangel. Jeg la den inn fordi det gjorde at lesbarheten på teksten min ble bedre, siden de er sterke kontraster.

Produksjon

- I produksjonen tok jeg bildene, både av modellen på scooteren, og bilder som jeg kunne ha i bakgrunnen av reklamen. Etterpå redigerte jeg bildene i photoshop, og tok på teksten jeg hadde planlagt i preproduksjonen.
- Utfordringer jeg hadde var at modellen jeg brukte, ikke hadde kjørt opp til scooter enda, så vi fikk ikke den til plasser som jeg egentlig ville. Jeg løste problemet med at jeg tok bilde med en rød bakgrunn, og fjernet den i photoshop etterpå, og puttet det andre bilde jeg hadde tatt i bakgrunnen i stedet.

Postproduksjon

- I postproduksjonen lagret jeg bildene som PDF-fil, og sendte dem på its learning.

- VURDERING AV PRODUKT

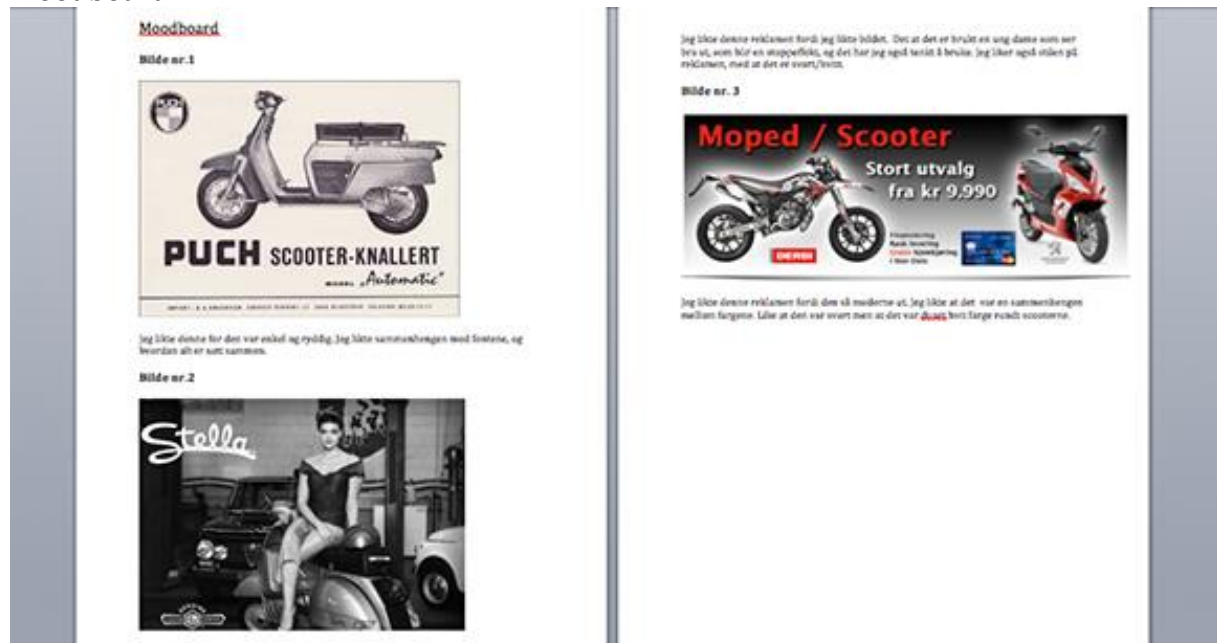
- Sluttproduktet ble omtrent som planlagt. Jeg er ikke så flink i photoshop, men resultatet ble helt greit. Det var egentlig planlagt at jeg skulle fått plassert scooteren en annen plass (utenfor en cafe, ved sjøen,) men det ble litt vanskelig når modellen jeg brukt ikke hadde kjørt opp enda.
- Vurder virkemidlene
 - Det som fungerer best med mitt produkt er at jeg har klart å bruk en av dramatiseringen. Som er produktet i bruk. Som dreier seg om hvordan produktet brukes og det interessante kommer frem. Jeg har også brukt aktualitet som er en av dramatiseringsformene. Vi mennesker er alltid på jakt etter noe nytt. Det er også sesong for scootere nå, som gjør at flere er på jakt etter det.
 - Det jeg kunne gjort annerledes for at produktet mitt skulle blitt bedre er å tatt en annet type bilde, og kanskje brukt enda flere virkemidler, som annen fargebruk osv. Jeg kunne også brukt andre dramatiseringmåter.
- Produktet mitt passer til målgruppen jeg har siktet på fordi modellen er i den aldergruppen.
- Det er likevel mange andre ting jeg kunne ha gjort for å få mitt produkt til å passe til målgruppen min enda bedre. For eksempel tatt et bilde som appellerer til flere ungdommer. Jeg ville gjerne ha tatt bildet utenfor en cafe, eller i en by. Det tror jeg ville passet bedre enn et bilde i skogen.
- Jeg har lært om mange virkemidler som blir brukt i reklamer.
- Om forskjellige knep de bruker når de lager reklamer.
- Jeg har også lært de 12 måtene å dramatisere en reklame på.

VURDERING AV PROSESS (EGENVURDERING)

- Fremdriften har vært bra. Det gikk litt tregt i idéfasen, fordi jeg slet med å være kreativ, og finne forslag til hvordan jeg kunne ha det. Etter hvert fikk jeg litt hjelp av lærer, og da kom det flere ideer, og det ble lettere. Jeg visste under hele produksjonen hva jeg skulle gjøre til en hver tid. Jeg fikk tatt bildene på onsdag, som gjorde at jeg hadde planleggingsfasen min, og produksjonen min like lange.
- Innsatsen min under prosjektet har vært bra. Jeg har vært fokusert hele tiden, og det var interessant å holde på med.
- Jeg klarte å disponere tiden bra, så jeg har under hele prosessen hatt akkurat passe å gjøre.
- Selve bildet ble ikke så bra, så jeg tror prosjektet står til en 3er. Likevel har jeg har lært en del med dette prosjektet. Jeg har lært om virkemidlene, og klart å brukt noen av dem i reklamen min.

VEDLEGG

Moodboard:



Første bildet jeg jobbet med:





Sidetall