

Södertörns högskola |

Institutionen för naturvetenskap, miljö och teknik

Examensarbete 15 hp | Praktiskt examensarbete | Vårterminen 2015

Marknadsförande koncept för Studiefrämjandets ledarutbildningar

Av: Christian Bustos och Jonas Nestlander

Handledare: Peter Gunnarsson

Sammanfattning

Denna rapport går igenom processen av att skapa ett säljande koncept och förklarar hur man genom att ta ett steg ut ur en organisations trygghetszon kan locka nya besökare och intressenter. I det här examensarbetet har vi skapat ett marknadsförande koncept för Studieförbundet Ledarutbildning. Uppdraget var att väcka ett större intresse kring utbildningarna och verktygen vi har använt oss av är digitala medier. Tillsammans med en kortfilm har vi skapat en prototyp till ett modulverktyg som i kombination med filmen fungerar som en inspirationsplats för ledarutbildningarna. Modulen som helhet har tre uppgifter; att inspirera, att motivera och att uppmana till handling. Filmen är inspirationen som skapar ett intresse hos besökaren. Motivationen till att ta steget till att agera är modulens deltagarberättelser och genom att ha ett tydligt bokningsverktyg ska användaren enkelt kunna agera och söka utbildningen.

Nyckelord

Film, interaktionsdesign, marknadsföring, folkbildning, digitala medier

Abstract

Marketing concept for Studieförbundet's leadership courses

This paper focuses on the process of creating a selling concept and examines how to attract new participants after taking a step out of an organisations comfort zone. In this thesis work we have created a marketing concept for Studieförbundet's leadership courses. The mission was to increase the interest for the course and the tool we have used to achieve that is digital media. Along with a short film, we have also created a prototype for a website implement that is to work as an inspirational place for the course. This website implement has three objectives; To inspire, to motivate, and to exhort to action. The short film is the inspiration that creates interest among the visitors. The motivation is created thanks to short stories from former participants, and a calendar creates an easy-to-use booking tool where users can apply for the course.

Keywords

Film, interaction design, marketing, education, digital media

Tack

Vi skulle vilja tacka deltagarna som frivilligt ställde upp i kortfilmen och personen bakom speakerrösten.

Vi vill också tacka Casey Neistat.

Innehållsförteckning

1. BAKGRUND	5
1.2 STUDIEFRÅMJANDET.....	5
1.3 STUDIECIRKLAR OCH LEDARUTBILDNINGAR	5
2. TIDIGARE FORSKNING	6
2.1 MARKNADSFÖRANDE KONCEPT VIA DIGITALA MEDIER.....	6
2.2 FILM.....	7
2.3 INTERAKTIONSDESIGN.....	7
3. SYFTE.....	9
4. MÅL.....	9
4.1 DELPROJEKT 1 – KORTFILM.....	9
4.2 DELPROJEKT 2 – INTERAKTIV MODUL.....	10
5. GENOMFÖRANDE	10
5.1 FÖRSTA MÖTET	10
5.2 PROJEKTDEFINITION.....	10
5.3 FÖRARBETE	11
5.4 KORTFILM	12
5.4.1 Den första filmidén.....	12
5.4.2 Filmpresentationen.....	12
5.4.4 Storyboard & manus.....	14
5.4.5 Förberedelser inför inspelning.....	15
5.4.6 Inspelning.....	16
5.4.7 Redigering.....	17
5.4.8 Speaker	17
5.5 INTERAKTIV MODUL.....	18
5.5.1 Tidiga skisser	18
5.5.2 Ny idé.....	19
5.5.3 Slutgiltiga idén.....	22
6. RESULTAT	23
6.1 KORTFILM.....	23
6.2 INTERAKTIVA MODULEN	25
7. DISKUSSION	27
8. REFERENSER	30
9. BILAGOR	31
9.1 DELTAGARINTERVJU	31
9.2 FRÅGOR TILL PERSONER INOM ORGANISATIONEN	31
9.3 PROTOTYP TILL INTERAKTIVA MODULEN	31

1. Bakgrund

1.2 Studieförbundet

Studieförbundet är ett studieförbund grundat 1959. Organisationen är politiskt, fackligt och religiöst oberoende och erbjuder kulturarrangemang, kurser och studiecirklar. Det är stort fokus på en ökad kunskap inom natur, miljö, djur och kultur. Studieförbundet har 19 medlemsorganisationer bl.a *Naturskyddsföreningen*, *Svenska Brukhundklubben*, *Svenska Jägarförbundet*, *Sverok m.fl.* Organisationen består av tolv distrikt över hela Sverige och ett riksförbund som har som uppgift att samordna Studieförbundets verksamhet. (Studieförbundet, 2015).

1.3 Studiecirklar och ledarutbildningar

Hos Studieförbundet finns det möjlighet att starta en studiecirkel. I en studiecirkel får en grupp människor chansen att lära sig saker tillsammans med andra och få ny kunskap inom det område de är intresserade av. Vem som helst kan starta en studiecirkel på Studieförbundet och börja arbeta i grupp av egen vilja och intresse (Cirkeln, 2015). En studiecirkel är en typ av förening där en grupp av människor samlas för att utföra en typ av aktivitet. En aktivitet som i sin tur kan leda till kunskapsbyte och därmed bidra till en ökad kunskap inom ett visst ämne. Studieförbundets uppgift är att tillhandahålla praktiska detaljer som till exempel lokaler och studiematerial (Studieförbundet, 2015).

Oavsett om studiecirkeln är ett band, en dansgrupp eller en annan typ av förening så behöver gruppen en ledare, en s.k. cirkelledare. Varje studiecirkel ska ha en cirkelledare godkänd av Studieförbundet (Ibid). Cirkelledaren har olika uppgifter beroende på studiecirkel men fungerar oftast som länk mellan Studieförbundet och gruppen.

En cirkelledare har som uppgift att leda sin studiecirkel och därför erbjuder Studieförbundet en ledarutbildning för alla cirkelledare. Utbildningen omfattar flera

steg och syftar på områden som gruppdynamik, ledarskap och kommunikation. Enligt Studieförbundet strategiska plan ska andelen studiecirkelverksamhet som genomförs med ledare som genomgått minst första steget i ledarutbildningen öka för varje år jämfört med föregående år. Målet är att 80 procent av studiecirkelverksamheten ska genomföras med ledare som genomgått första steget i ledarutbildningen.

Det finns ett intresse från Studieförbundet strategiska sida att öka antalet deltagare till ledarutbildningarna och därmed få fler cirkelledare att utbilda sig. Detta behov är anledningen till detta projekt.

2. Tidigare forskning

För detta arbete har vi utgått från forskning inom marknadsförande koncept där både film och webb har använts i marknadsföringssyfte. Vi har även tittat på forskning inom interaktionsdesign och filmskapande då dessa är relevanta för de produkter vi ska leverera.

2.1 Marknadsförande koncept via digitala medier

I ett tidigare arbete på Södertörns Högskola har en grupp studenter arbetat med profiländring av ett företag genom en ny design av webb samt en presentationsfilm (Carvajal, Sundelin & Woch, 2014). I arbetet tittade de på liknande webbplatser samt liknande presentationsfilmer, dels för att ta inspiration men även för att analysera konkurrenterna. Den nya designen av företagets webbplats samt presentationsfilmen ingick i två olika delprojekt som hade olika ansvariga. Dock levererades produkterna som ett gemensamt koncept. För att undersöka om produkterna hade ändrat synen på företaget genomförde studenterna användartester och gjorde jämförelser mellan den tidigare webbplatsen och den nya och de analyserade reaktionerna som presentationsfilmen väckte. Frågeställningen ville på det sättet undersöka hur en ny design av en webbplats och en presentationsfilm kunde ändra uppfattningen av ett företag.

2.2 Film

Bo Bergström (2010) skriver om delaktighet och hur man får den tänka publiken engagerad i det man berättar. Han talar om vikten att lämna utrymme för tittaren att fylla i genom att inte berätta allt, och på så vis få tittaren mer delaktig och mer koncentrerad kring det man försöker säga. Bergström citerar filosofen Voltaire; "Konsten att tråka ut är att berätta allt". (Bergström, 2010, s11-13). Det här är viktigt att ta hänsyn till i marknadsföringsfilmer där ett budskap ska förmedlas. Detta eftersom tittaren måste få chansen att påverkas och tänka till kring det som visas i bild. Om alla budskap överförklaras kan inte tittaren ta till sig filmens innebörd på samma sätt. Det ska inte sägas mer än det som behövs.

Eftersom det i grund och botten handlar om att göra reklam och sälja in Studieförbundet Ledarutbildning har Bo Bergström (2010, s24), som beskriver hur reklam måste väcka känslor för att vara effektiva, varit något som vi har influerats av och bygger vår film på. Man bör med andra ord lämna det informativa till ett annat format och låta reklamen fånga intresset hos tittaren som i sin tur leder till att han eller hon läser vidare för att intresset har byggts upp.

Bergström (2010, s25) nämner närmare att en bild inte bör försöka beskriva känslor utan snarare skapa dem, vilket kan återkopplas till det Voltaire sa om att man inte ska berätta allt. Beskriver man något för nära och hjälper tittaren för mycket så finns det inga känslor kvar för betraktaren att själv finna. Det finns med andra ord en linje man inte ska passera där det nödvändigt beskrivna övergår i överförklaring.

2.3 Interaktionsdesign

Jonas Löwgren (2002) har i sin forskning kommit fram till olika designegenskaper inom interaktionsdesign som är viktiga att ta hänsyn till vid granskningen eller framtagningen av en digital produkt.

Bland egenskaperna kopplade till motivation kan vi till exempel hitta egenskapen om "spelbarhet", där forskaren menar att det ska finnas en vilja från användaren att utföra

interaktionen “bara en gång till” ungefär som det sker i dataspelsvärlden. Egenskapen om relevans är ännu en designegenskap som Löwgren tar upp. Artefakten ska vara relevant för den uppgiften användaren vill lösa.

Egenskaper som kan påverka attityderna utifrån är till exempel “identitet”, där artefakten blir lätt att känna igen för omgivningen, till exempel på grund av sitt utseende. Forskaren lyfter fram Apples design på sin dator iMac från 1998.

Dessa egenskaper är några av de som Löwgren tar upp i sin forskning och en designer bör ta hänsyn till vid framställningen av en interaktiv prototyp.

David Saffer (2007) beskriver i sin bok “Designing for interaction” många av de viktigaste delarna och principerna i interaktionsdesign. Författaren förklarar hur interaktionsdesign baseras på människobeteende. Det handlar om hur användaren beter sig och därför är syns inte interaktionsdesign, den känns (Saffer, 2007, s4). Artefakterna ska ha en viss “medvetenhet” och känna av användarens interaktion. All interaktion är dessutom beroende av kontexten, var och när den sker. Saffer förklarar i sin bok hur man ska förhålla sig till begrepp som “brainstorming” eller “prototyping”. Brainstorming ska ses som ett sätt att hitta lösningar på och prototyper är ett sätt att testa dessa lösningar (Ibid, s7).

Även Saffer försöker kartlägga olika egenskaper för bra interaktionsdesign. Saffer menar att produkten måste vara tillförlitlig eller åtminstone se tillförlitlig ut. Människor är snabba på att bestämma sig vilka produkter de vill använda och därför är det viktigt att produkten ser tillförlitlig ut. En annan egenskap är lämpligheten. Produkten måste vara lämplig i dess kontext och vara anpassad efter den miljö som den befinner sig i. Författaren lyfter även andra egenskaper som lekfullhet eller hur inbjudande en produkt kan vara. Saffer lyfter vikten av att produkterna skapar känslor hos användaren, positiva känslor. Produkter som identifierar användarens behov och tillfredsställer dem på ett tilltalande sätt är sådana produkter som skapar positiva känslor hos användaren. (Saffer, 2007, s60-68).

Forskning är även en viktig del av interaktionsdesign enligt Saffer. Han menar att designern bör undersöka området denne ska arbeta i för att bekanta sig med kontexten

(Saffer, 2007, s73). Bland de metoderna Saffer nämner finns bland annat intervjuer och observationer. Saffer menar att designern ska vända sig till intervjupersonerna och analysera behov, intryck och andra parametrar förknippade till artefaktens kontext.

3. Syfte

Syftet med projektet är att skapa ett större intresse för Studieförbundet ledarutbildningar och få fler cirkelledare att delta i utbildningen.

4. Mål

Målet med projektet är att leverera en helt färdigställd kortfilm samt en interaktiv prototyp till en modul den 5/6 2015.

4.1 Delprojekt 1 – Kortfilm

Leverera en kortfilm (ca 01:00) som presenterar Studieförbundet ledarutbildningar. Filmen ska skapa en positiv bild av Studieförbundet ledarutbildningar och väcka nyfikenhet och vilja hos de cirkelledare som ännu inte har gått någon ledarutbildning hos Studieförbundet. Med hjälp av vardagliga associationer vill vi bygga en bro mellan ledarutbildningarna och de cirkelledare som ännu inte har haft lust eller ork till att gå utbildningen. De ska få en känsla av tillgänglighet kring utbildningen och att tröskeln för att gå utbildningen inte är speciellt hög. Dessutom vill vi med denna film presentera att utbildningen kommer leda till ökad kunskap som man kommer få nytta av i inte bara sin roll som cirkelledare, utan även i sitt framtida arbetsliv.

Filmen kommer bygga på en samverkan mellan bild och text där en speakerröst kommer vara närvarande under hela filmen och där bild i kombination med text kommer slås samman för att skapa en harmoni. Bilden visar hur objekt förändras samtidigt som text (speakerrösten) förklarar varför dessa förändringar sker, men inte på ett övertydligt sätt som blir överförklarande, utan på ett sätt som binder samman

text och bild till en helhet som är starkare än vad de är var för sig. (Bergström, 2010, s100-101)

4.2 Delprojekt 2 – Interaktiv modul

En samlingsplats för inspiration till ledarutbildningarna. Denna modul ska kunna implementeras på Studieförbundet webbplats och ska innehålla både den film som vi ska skapa och en plats för historier från tidigare deltagare som precis som filmen ska ge en väldigt positiv och spännande känsla kring ledarutbildningarna. Denna modul ska dessutom innehålla tydlig information gällande vilka dagar det finns möjlighet att gå utbildningen så att besökaren enkelt kan hitta ett datum som passar.

5. Genomförande

5.1 Första mötet

Vi hade vårt första möte med Studieförbundets kommunikationschef Katarina Kjerfve den 31/3, där vi diskuterade övergripande vad uppdraget var och hur vi ville ta oss an det. Vi pratade kort om tänkbara idéer men mest var detta ett möte för att planera inför framtiden och för att få ett startskott på projektet. Vi planerade under mötet in ett nytt datum för nästa möte där vi skulle presentera en projektdefinition för Katarina.

5.2 Projektdefinition

Under efterföljande vecka jobbade vi på projektdefinitionen till Studieförbundet. Under vårt andra möte med Studieförbundet den 8/4 presenterade vi projektdefinitionen och Katarina Kjerfve kom med sina synpunkter på vad hon skulle vilja ändra i den, men överlag var den färdig vid denna tidpunkt. Vi hade dock fortfarande inte definierat vår filmidé eller den interaktiva modulen vid detta tillfälle utan bara skrapat på ytan av vad den skulle kunna vara. Det var ändå tillräckligt för att lägga fram en tidplan kring projektet. Vi definierade att filmen skulle innehålla intryck från tidigare deltagare och deras tankar kring ledarutbildningen på

Studiefrämjandet, men närmare än så kunde vi inte förklara filmen vid detta tillfälle då vi inte hade haft tid att utveckla vår idé. Denna tidplan var vi öppna för att kunna ändra på baserat på hur vår slutgiltiga idé kring projektet såg ut. Vi planerade in ett datum, den 24/4, där vi återigen skulle ha ett möte med Studiefrämjandet och där vi då skulle presentera den slutgiltiga filmidén för projektet.

5.3 Förarbete

Inför båda delprojektet påbörjade vi en process där vi bekantade oss med organisationen och allt som rörde studiecirkeln och ledarutbildningarna. Denna period var avsatt i tidplanen för research och förarbete. Här ingick informationssökning om ledarutbildningarna på Studiefrämjandets webbplats och dessutom tillhandahölls fysiska dokument av Studiefrämjandet. Vi fick kontaktuppgifter till personer inom organisationen som arbetade med rekryteringen av deltagare till ledarutbildningarna. Vi tog kontakt med dessa personer och gjorde korta intervjuer som kunde fungera som underlag för båda delprojekten, både kortfilmen och interaktiva modulen. Det var viktigt för oss att veta hur cirkelledarna förhöll sig till utbildningen, hur man rekryterade deltagare och vilka attityder som organisationen kunde bemöta när de försökte få deltagare till utbildningarna.

Under förarbetet tog vi inte bara kontakt med personer inom organisationen utan vi tog även kontakt med tidigare deltagare. Vi gjorde några korta intervjuer via telefon med personer som tidigare genomfört utbildningen och ställde frågor om deras upplevelse och deras attityder både före och efter den. Dessa intervjuer skulle senare ha en grundläggande roll i kortfilmen men deras åsikter låg även till grund för utvecklingen av den interaktiva modulen.

5.4 Kortfilm

5.4.1 Den första filmidén

Vi arbetade fram ett flertal idéer på skissnivå för att sedan försöka utveckla dessa ytterligare. Vi gick igenom alla förslag en efter en och fastnade för en idé mer än de andra. Idén var ursprungligen att vi ville sätta yrken i förhållande till ledarutbildningen. Vi ville poängtera att lika självklart som att en trädgårdsmästare behöver sin trädgård så behöver en cirkelledare Studieförbundets ledarutbildning. Mer än så var idén inte definierad men vi jobbade utifrån detta och utvecklade idén. Efter ytterligare inspirationssökning på nätet hade vi en mer eller mindre färdigutvecklad idé. Vi ville presentera olika objekt framför en green screen, som skulle ge oss möjlighet att ha vilken bakgrund vi ville. Dessa objekt skulle inte bara visas i bild en efter en utan det skulle även vara en speakerröst som pratar utifrån modellen “ett x utan y är inget x”. Ett exempel var “en bussresa utan musik är ingen bussresa”. När speakern säger detta skulle hörlurar försvinna ur tomma intet. Filmen skulle även innehålla meningen “en cirkelledare utan ledarutbildningen är ingen cirkelledare”. Vi hade en klar bild av hur detta skulle presenteras och hur filmen skulle knytas ihop och vi presenterade detta för Studieförbundet den 24/4.

5.4.2 Filmpresentationen

När vi presenterade filmidén för Katarina på Studieförbundet var responsen relativt positiv men hon saknade intryck från tidigare deltagare i filmen. Vi kom överens om ett datum där vi skulle komma med en ny version där vi hade ändrat enligt deras tycke som Katarina sedan skulle presentera för ledningsgruppen. Vi levererade den uppdaterade versionen till Katarina på bestämt datum men det visade sig att hon redan hade presenterat idén och att de inte gillade den då de tyckte den var exkluderande med tanken “en cirkelledare utan ledarutbildningen är ingen cirkelledare”. Vi kände att idén hade presenterats innan vi hade fått chansen att göra de ändringar som vi hade pratat om. Vi gick ändå vidare och valde att försöka ta oss ännu ett steg närmare Studieförbundet genom att ändra i vår idé så att den inte kunde uppfattas som exkluderande. Vi presenterade denna idé för Katarina men det verkade som att de

redan hade bestämt sig för att de inte ville arbeta med denna idé överhuvudtaget. Vi upplevde det som att idén inte hade fått en ordentlig presentation.

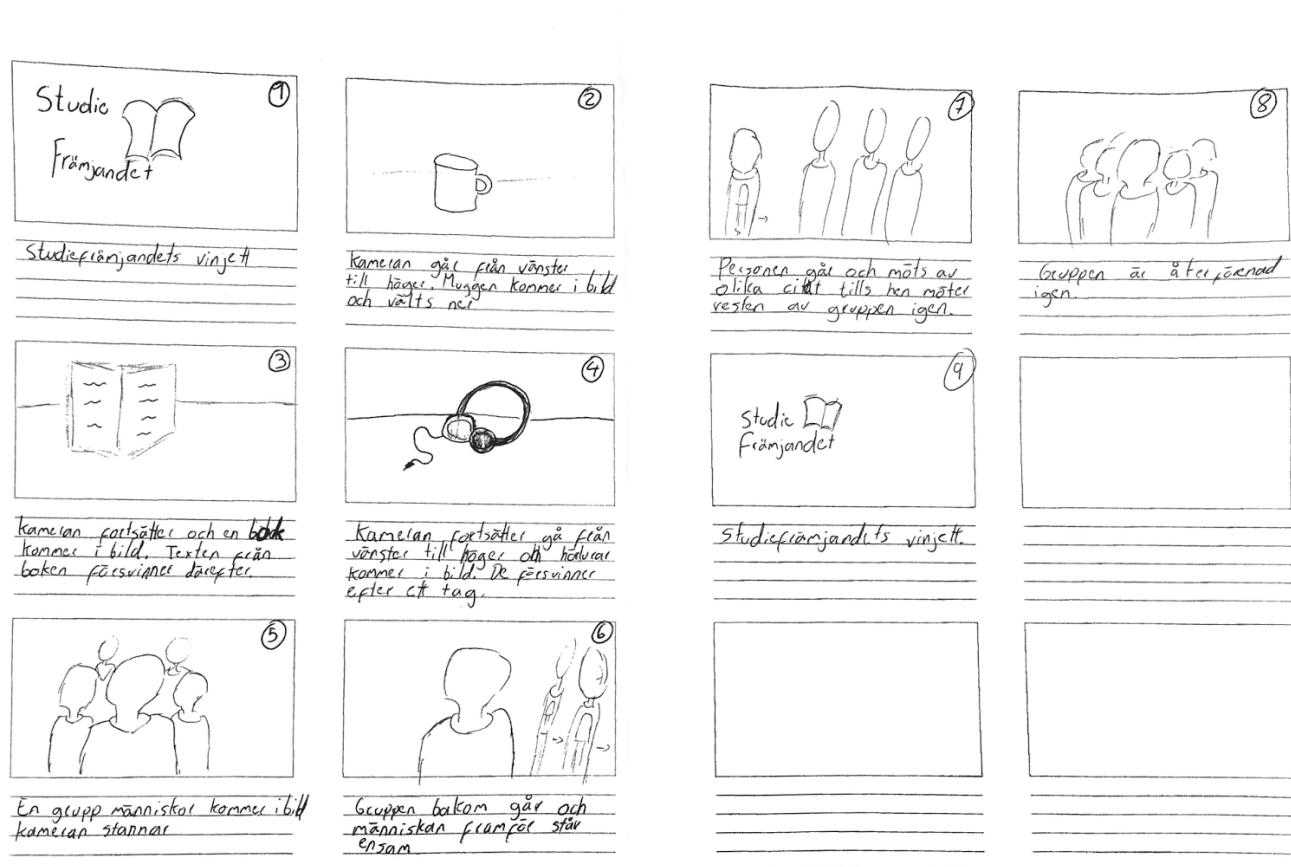
Studiefrämjandet ville styra oss mot att göra en mer traditionell film där vi intervjuade tidigare deltagare och filmade på en ledarutbildning. Vi spenderade väldigt mycket energi och tankekraft för att försöka lösa detta men vi kände att vi hade en idé som redan hade modifierats för att komma närmare Studiefrämjandet, men att de stod fast på samma plats hela tiden. Till slut började vi väga våra ambitioner för examensarbetet mot Studiefrämjandets beställning och kände att de ville ha en film som vi inte kunde stå för eller hade motivationen för att göra. Eftersom detta projekt är obetalt så kom vi fram till att vi gör bäst i att följa det vi tror på och inte bara göra det vi blir tillsagda att göra, då det varken var utmanande eller intressant att göra enligt oss. Genom att ta detta beslut kunde vi mer eller mindre räkna med att filmen inte skulle komma att användas av Studiefrämjandet, men trots detta kände vi att det var det rätta beslutet från vår sida. Vi tog en risk för att utvecklas.

5.4.3 Den slutgiltiga filmidén

Även om Studiefrämjandet hade klargjort att de inte var förtjusta i vår filmidé gjorde vi små justeringar som skulle anpassa sig bättre efter organisationen. Därför bestämde vi att citaten från våra intervjuer med de tidigare deltagarna skulle ha en viktig roll i filmen. Dessa citat skulle skrivas ut och passera förbi under filmens gång. Vi skrev även om manuset så att det inte skulle vara lika exkluderande. Istället för raden “Ett X utan Y är inget X” använde vi oss av “Vad vore ett X utan Y”.

5.4.4 Storyboard & manus

När vi hade färdigställt idén gick vi vidare med att skriva manus och storyboard (Figur 1). Storyboarden beskrev varje tagning och hur filmen skulle utveckla sig steg för steg.



Figur 1 - Alla bilder som skulle ingå i vår film placerades ut på en storyboard.

Filmens steg delades upp som följande:

[Speaker]

1. Studieförämjandets vinjett
2. Kameran börjar glida från vänster till höger och en kaffemugg står i bild [vad vore en morgon utan kaffe] muggen välter och kaffet är borta
3. Kameran glider vidare utan stopp och nu står en bok med text i bild [vad vore en bok utan innehåll] texten och bilderna i boken försvinner

4. Kameran glider vidare utan stopp och ett par hörlurar ligger i bild [vad vore en bussresa utan musik] hörlurarna försvinner
5. Kameran glider vidare och nu står det tre/fem personer i bild, en längst fram med en person/två personer bakom sig på vardera sida [Vad vore folkbildning utan möjligheten att utvecklas och lära av varandra] personerna bakom går ut ur bild till höger.
6. Personen står kvar ensam [Studiefrämjandets ledarutbildningar erbjuder den möjligheten] personen börjar gå åt höger och kameran "följer med".
7. [En upplevelse som överträffar förväntningar. En upplevelse som ger dig nya arbetsmöjligheter. En ledarutbildning där ditt synsätt möter andras.] Personen möter resten av gruppen och återgår till tidigare position
8. Välkommen till Studiefrämjandets ledarutbildningar.
9. Studiefrämjandets vinjett

5.4.5 Förberedelser inför inspelning

Enligt tidplanen hade vi tid att testfilma och göra olika förberedelser inför inspelningsdagen. Utan att ha tillgång till all filmutrustning gjorde vi ett test där vi satte upp olika objekt framför en green screen och filmade med en mobilkamera. Vi använde liknande föremål som de vi skulle använda vid inspelningsdagen och vi försökte flytta kameran från vänster till höger i samma tempo som vi hade planerat enligt filmidén. Med all filmutrustning skulle processen varit mycket enklare och resultaten hade blivit betydligt bättre men syftet med testet var att se hur objekten kunde se ut i bild, testa olika vinklar och veta hur vi själva skulle agera när vi skulle filma på riktigt.

Det visade sig att en green screen inte gav oss den effekt vi var ute efter. När vi tittade på tagningarna och försökte ändra bakgrunden, insåg vi att green screen fick bilden att kännas platt då all skugga försvann. Det vi behövde var en vit bakgrund och green screen var därför ingen nödvändighet. Därför valde vi att använda oss av en vit projektorduk och försöka ljussätta så bra som möjligt för att åstadkomma den effekten vi ville ha, en oändlig vit bakgrund som kontrasterade med föremålen i bild. En vit duk på bordet där föremålen skulle placeras skulle vara till hjälp för att åstadkomma

den visuella effekten. Vi tog oss tiden att införskaffa den typen av rekvisita och föremål innan inspelningsdagen.

Vi hann testfilma ännu en gång, denna gång framför vår vita bakgrund och med den faktiska rekvisitan som vi skulle komma att använda under inspelningsdagen (*Figur 2*). Vi lånade dessutom både det tänkta ljuskitet och den tänkta kameran för denna testfilmning. Det enda som vi inte hade möjlighet att låna redan nu var en kamerasliding, så att föra kameran för hand över ett bord fick duga för denna testfilmning. På en gång förstod vi att vi hade hittat rätt, att det var precis så här vi hade tänkt oss att det skulle se ut i bild.



Figur 2 – Andra testet gjorde vi framför en vit projektorduk.

5.4.6 Inspelning

Dagen för inspelning passerade väldigt snabbt. Vi hade fått tillåtelse att låna en kamerasliding från journalistikutbildningen, men bara fram till 15:00 och därmed blev denna tid vår deadline. Tack vare att vi hade testfilmats visste vi på förhand vad som behövde göras på scen och därför kunde vi rigga relativt snabbt. Vad vi inte visste var hur det skulle bli att filma med flera personer då vi under testfilmningen inte hade haft någon möjlighet att pröva detta.

När vi hade riggat upp allt och ljussatt ordentligt gick vi runt för att hämta människor som kunde tänka sig att ställa upp i filmen. Vi tog in dem i vår scen och gjorde de första tagningarna. Det var bäst att börja filma människorna eftersom vi kunde ägna all tid åt objekten utan att behöva känna någon stress över att vi tog någons tid.

Vi filmade därefter objekten. Den största utmaningen var att få bort så många skuggor som möjligt och ge effekten av att objekten befann sig i ett vitt vakuum. När det var dags att lämna tillbaka kameraslidern kände vi att allt hade gått enligt planerna och att tagningarna hade blivit så bra som de kunde bli.

5.4.7 Redigering

Helgen efter inspelningen var det dags att titta på materialet och börja sätta ihop filmen. Tagningarna höll inte den exakt den kvalitén vi trodde men efter att ha arbetat i redigeringen med färg, ljus och övergångseffekter, insåg att vi kunde åstadkomma den visionen vi på förhand hade byggt upp. En svartvit effekt gav oss den tydligheten och kontrasten vi var ute efter. Mjuka effektövergångar mellan de olika tagningarna ökade effekten av att kameran förflyttade sig från vänster till höger utan stopp och att objekten befann sig på en enda lång rad. Vi ändrade dessutom ordningen på objekten beroende på hur tagningarna såg ut.

Under redigeringen arbetade vi med att leta fram passande musikstycken och ljudeffekter som höjde filmens standard. Vi testade oss fram och spelade dessutom in en tillfällig speakerröst som kunde hjälpa oss att hålla tempot och tajmingen i filmen.

5.4.8 Speaker

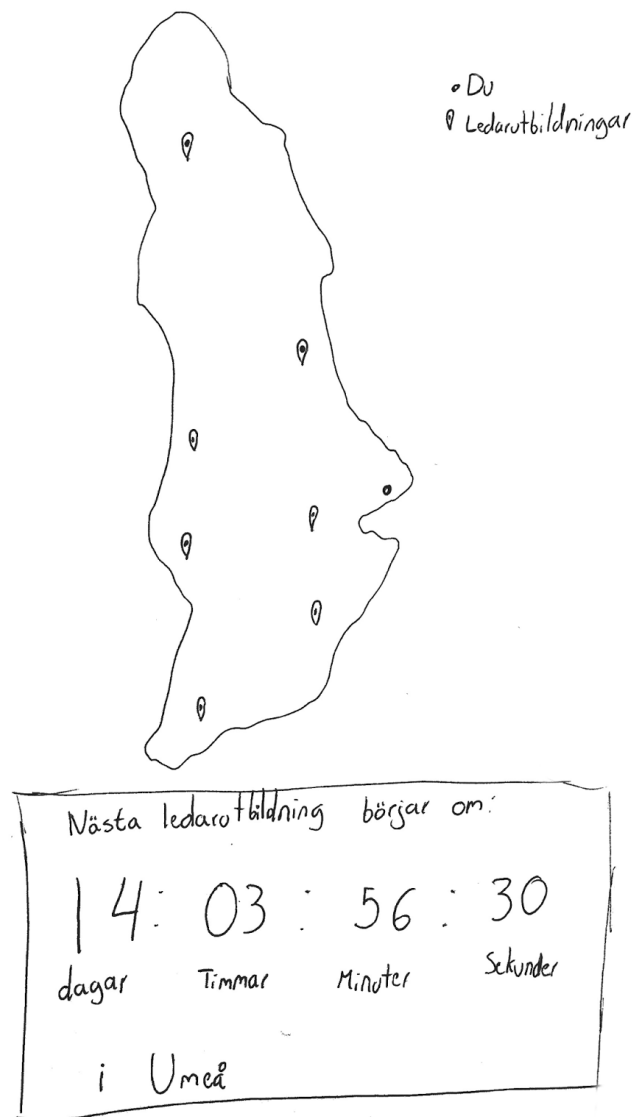
När vi hade hittat tempo och tajming i filmen kunde vi spela in den definitiva speakern. Processen för att hitta en tänkbar person till uppdraget inleddes och efter att ha uteslutit att spela in någon av oss själva då det inte skulle kännas tillräckligt bra så bestämde vi oss för att kontakta en lärare på skolan som vi visste hade ägnat sig åt radio på Sveriges Radio. Han kunde dock inte tacka ja till uppdraget men

rekommenderade oss att höra oss för bland journaliststudenterna för att hitta vår speakerröst. Vi kom att tänka på skolans egen radiokanal, SH Radio, och navigerade in oss på deras webbplats där vi lyssnade igenom delar av flera olika avsnitt innan vi bestämde oss för vilken röst vi tyckte bäst om bland de inblandade. Vi kontaktade personen i fråga och han tackade ja till uppdraget. Vi mötte upp honom och hade möjlighet att spela in i ett inspelningsbås vilket gav oss en hög ljudkvalité på inspelningen. Vi gav honom riktlinjer och förklarade hur vi ville att det skulle låta. När vi senare lyssnade på resultatet var vi väldigt nöjda med vår speakerröst. Sista steget var klart och filmen var redo att levereras.

5.5 Interaktiv modul

5.5.1 Tidiga skisser

Innan vi började arbeta med den interaktiva modulen hade vi inte någon idé om hur denna skulle se ut. Våra enda riktlinjer var att produkten skulle vara interaktiv och tilltalande för användaren. Vårt första förslag utgick ifrån att tydliggöra att ledarutbildningarna pågick överallt i Sverige och att de pågick i stort sett hela tiden. I den första skissen ingick en Sverigekarta där orterna för ledarutbildningarna hade pekats ut och under kartan hade man möjlighet att se en klocka som räknade ner till när nästa utbildning tog plats i användarens ort (*Figur 3*). Detta förslag avböjdes av beställaren och vi fortsatte arbeta med nya idéer.

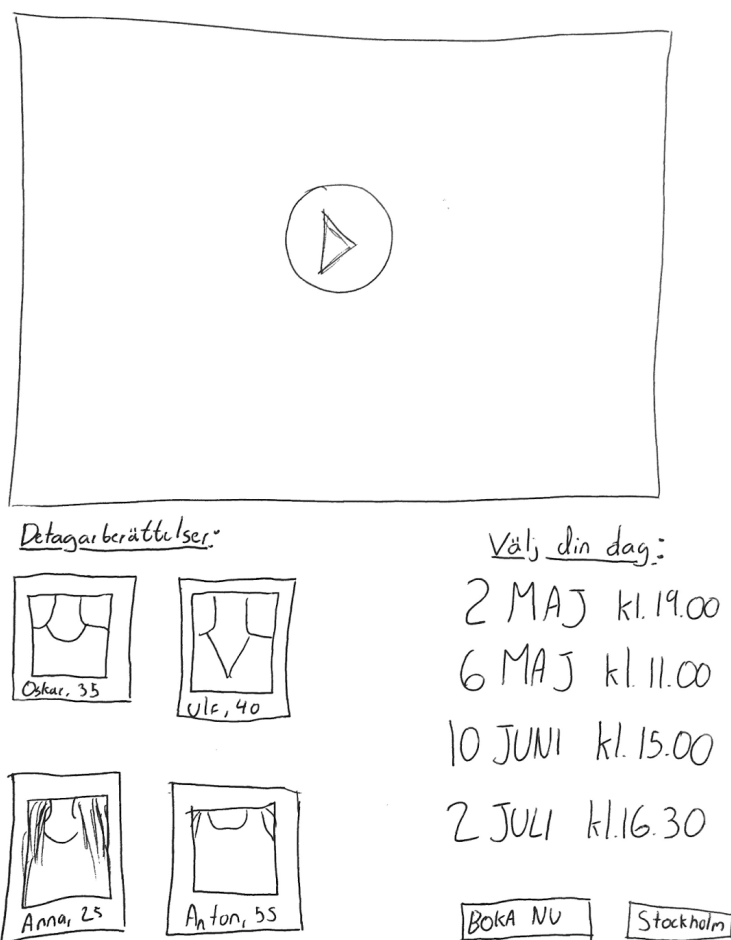


Figur 3 - Första skissen på interaktiva modulen som skulle ingå i Studieförmedlarnets webbplats.

5.5.2 Ny idé

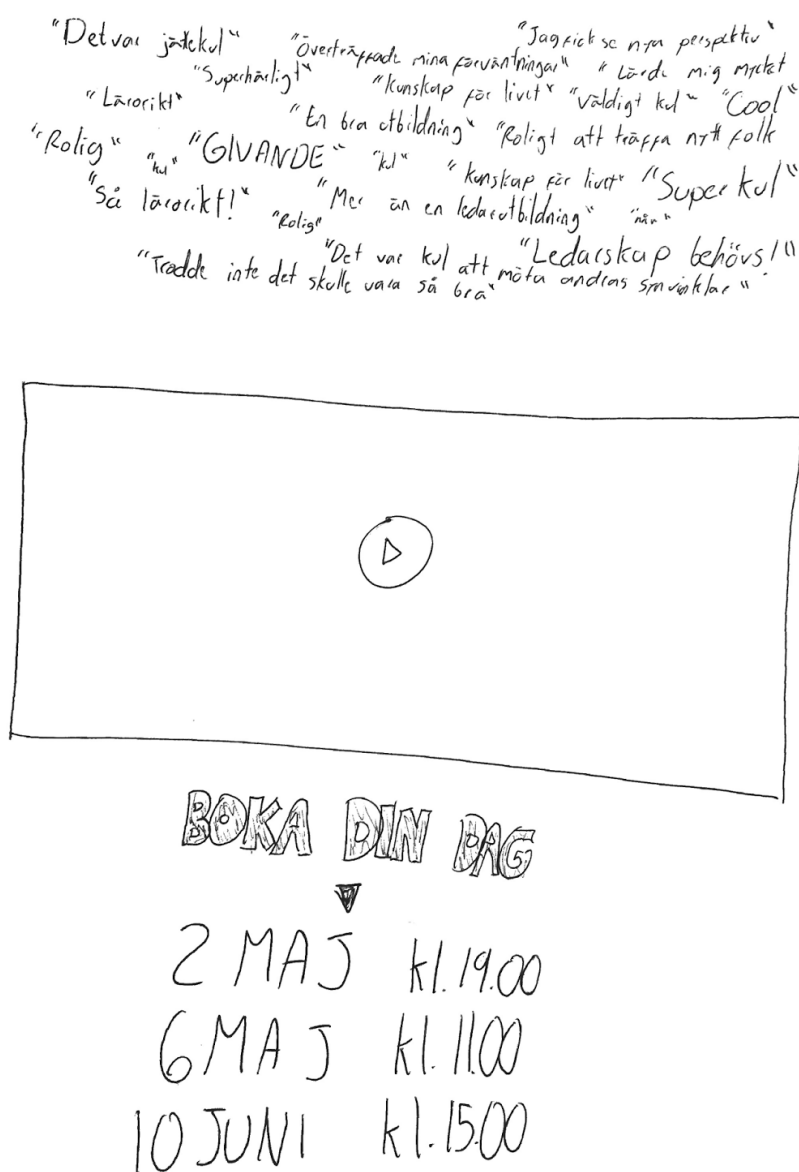
För att utveckla de kommande idéerna kring den interaktiva modulen valde vi att utgå framförallt ifrån den informationen vi hade fått från människorna inom organisationen. Flera av dem hade förklarat att det fanns en tydlig skillnad mellan inställningen innan och efter utbildningen. Deltagarna hade upplevt en förändring och även om många inte hade så höga förväntningar innan utbildningen så var det en upplevelse de uppskattade i efterhand. Personerna som inte var helt villiga att gå utbildningen skyllde framförallt på tidsbrist och att de inte kunde vissa datum.

I den nya skissen lyfte vi fram Studieförbundets behov av att visa tidigare deltagarberättelser som kunde inspirera och tilltala framtida deltagare. Samtidigt ville vi fortfarande förenkla idén om tid och datum då utbildningen endast pågår i några timmar eller en helg. I den nya idén valde vi att bygga en inspirationsplats bestående av filmen, tidigare deltagarberättelser samt möjligheten att se kommande datum för ledarutbildningarna. Filmen skulle ligga högst upp och under till vänster skulle deltagarberättelserna presenteras i form av polaroidbilder. Varje deltagare skulle ha en polaroidbild med namn och ålder. Bilden skulle endast visa överkroppen och när användaren klickar på bilden skulle den vändas och visa deltagarberättelsen från den deltagaren. Till höger om dessa berättelser fanns det även plats att visa de kommande ledarutbildningarna efter varandra och möjligheten att boka en dag (Figur 4).



Figur 4 - Den interaktiva modulen började ta formen av en inspirationsplats och gick efter Studieförbundets behov.

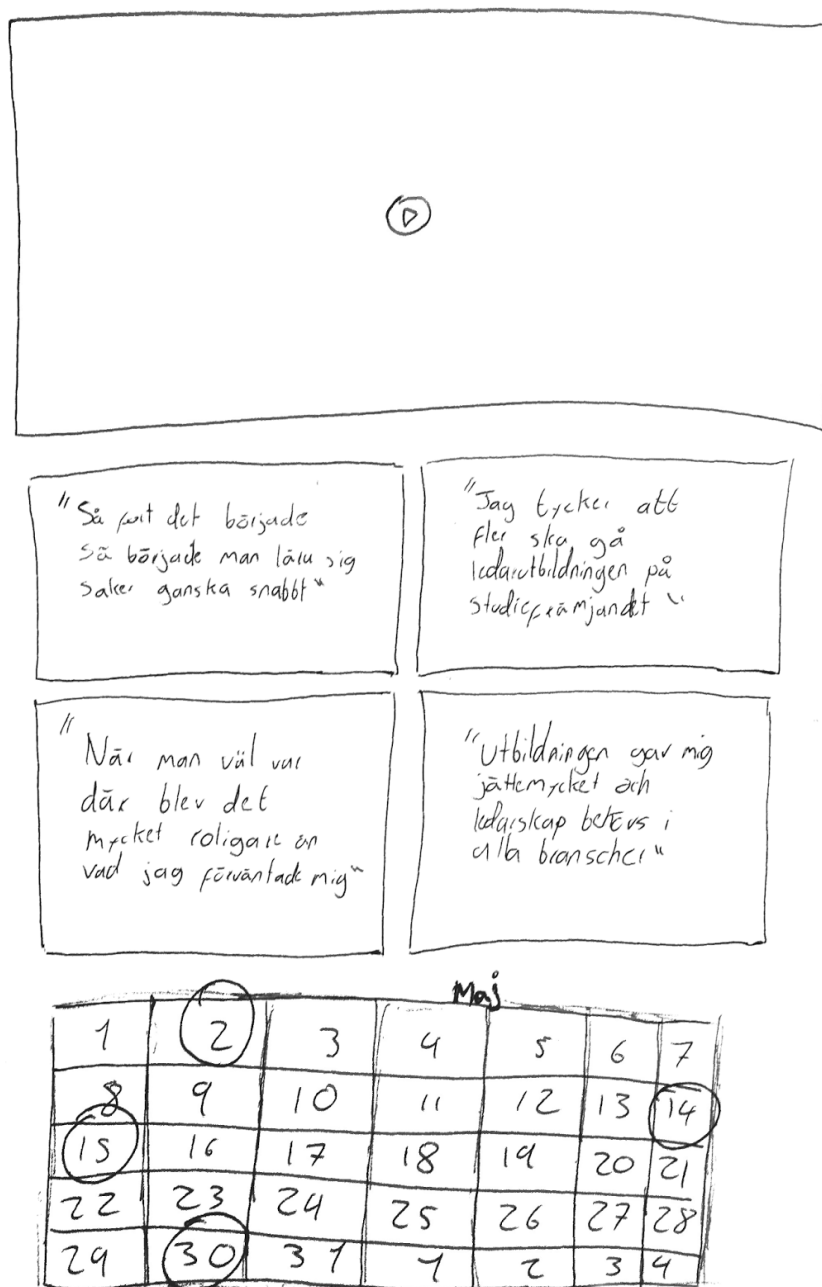
Denna idé utvecklades ytterligare. Vi valde att ändra den formen som deltagarberättelserna presenterades på. Vi ville att användaren skulle förvånas av de goda intrycken som ledarutbildningen hade lämnat efter sig. Därför skulle dessa berättelser presenteras högst upp på sidan med många olika klickbara citat som byggde ett kollage. När användaren skulle trycka på en citat skulle en ruta expanderas och visa den fullständiga deltagarberättelsen. Under citaten fortsatte vi med idén om att presentera filmen och därefter möjligheten att boka en dag för att gå utbildningen. Vi gick alltså över till ett vertikalt upplägg som kunde ge en bättre överblick (Figur 5).



Figur 5 - Idén utvecklades till ett vertikalt upplägg med synliga klickbara citat högst upp.

5.5.3 Slutgiltiga idén

Slutligen valde vi att utveckla designen på interaktiva modulen ytterligare. Grundidén var den samma. Vi skulle presentera vår egen kortfilm, berättelser från tidigare deltagare och möjligheten att se datumen på de kommande ledarutbildningarna. Vi var inte nöjda med sättet deltagarberättelserna presenterades på i våra tidigare skisser. Det var alldeles för otydligt att citaten var klickbara och att de skulle visa hela berättelsen. Det var förvirrande. Vi skissade på nytt och gjorde några förändringar i den interaktiva modulen (Figur 6).



Figur 6 - Den slutgiltiga designen på interaktiva modulen.

Vi började med att flytta upp filmen högst upp i upplägget eftersom vi ansåg att det var logiskt utseendemässigt. På övriga flika på webbplatsen var en bild placerad högst upp därför följde vi det mönstret. Därefter valde vi ut fyra citat som vi placerade i fyra olika rutor. Rutorna hade lite avstånd mellan varandra och bildade i sin tur en enda stor ruta som tecken på enhetlighet. Enligt vår idé med interaktionen skulle varje citats yta utvidgas åt sidan, täcka över citatet i rutan bredvid och på den fria ytan visa den fullständiga berättelsen från deltagaren.

Längst ner övergick vi till en kalenderfunktion som kunde ge en bättre överblick över de kommande datumen utbildningen tog plats. Dessa datum markerades i kalendern genom att ringas in. När användaren förde över musen på dessa datum skulle informationen om utbildningstillfället visa sig. En yta från datumet skulle utvidgas åt sidan och visa informationen på samma sätt som citaten visade de fullständiga berättelserna i tidigare fragmentet.

Efter att ha bestämt oss för den grundläggande idén kring interaktion och funktionalitet gick vi vidare till att designa modulen digitalt. Designen arbetades fram efter webbplatsens utseende. Vi utgick efter de befintliga färgerna på *cirkeln.nu* och fick den interaktiva modulen att bli enhetlig med webbplatsen. När designen var klar gick vi vidare till att göra prototypen interaktiv.

6. Resultat

6.1 Kortfilm

Slutresultatet av kortfilmen blev väldigt likt den bild vi hade byggt upp när vi från första början bestämde oss för vår filmidé. Vi lyckades fånga den känslan som vi ville även om vi fick ändra om i idén under redigeringen. Från början fanns ingen tanke om att göra en svartvit film men efter att ha testa oss fram i redigeringen insåg vi att det svartvita gav precis den effekt vi ville ha, vilket var en tydlig kontrast mellan objekten och bakgrunden (*Figur 7*).



Figur 7 - Slutresultatet av kortfilmen hade den visuella effekten vi var ute efter.

Det som var den största utmaningen men som vi till slut fick ett bra resultat på var övergångarna mellan de olika klipp. Vi ville ge en illusion av att hela filmen var ett och samma klipp och att alla objekt stod uppställda efter varandra, även fast vi filmade var och en för sig. En del av lösningen på detta var att vi gjorde filmen svartvit. Tack vare det blev det vita vitare och det mörka mörkare vilket gjorde det enklare att sätta samman klipp. För att få det helt perfekt lade vi på effekter för ljuset, kontrasten och färgbalansen. Framförallt den sista övergången, den från objekten till personerna, var extra svår då det var väldigt mycket skuggor att ta hänsyn till. Vi löste slutligen detta genom att arbeta med vita plattor och gradienter som gav ett resultat vi kunde vara nöjda över.

Slutet på filmen är den del som blev mest avvikande från den ursprungliga planen. Tanken från början var att huvudpersonen skulle bli kvarlämnad av de andra deltagarna och att han sedan skulle följa efter dem till höger i bild. Medan han gick skulle han mötas av citat från tidigare deltagare. Dessa citat skulle se ut som att de var skrivna på väggen. Vi prövade detta och jobbade med det utan att lyckas få till det som vi hade tänkt oss. Det såg onaturligt ut då citaten såg ut att åka förbi honom snarare än att han gick förbi dem. Vi fick tänka om och ändra om i slutet på filmen. Istället för att följa med honom när han går, åker nu kameran ifrån honom och det

bildas en hel statisk vägg av citat som ligger för sig själv i bild. Tittaren får tid att hinna läsa några av dessa citat innan huvudpersonen återigen kommer in i bild och ställer sig framför citatväggen, där han sedan möts upp av de andra deltagarna som tidigare hade gått ifrån honom. Det sista klippet i filmen är baklänges då vi inte hade material inspelat där deltagarna kom tillbaka till huvudpersonen. Detta gav effekten av att deltagarna går tillbaka till honom, något som vek från den ursprungliga idén där huvudpersonen skulle möta deltagarna. Resultatet uppfyllde våra krav.

Vi lade ner mycket tid för att hitta rätt musik till filmen. Vi provade åtminstone ett dussin olika låtar innan vi hittade en vi kände oss nöjda med. Vi ville ha en låt som var glad och positiv utan att vara för extrem och ta över för mycket. En subtil och glad instrumental låt. Utöver musiken har vi även arbetat med ljudeffekter för att få till en bra helhet.

Som helhet kom filmen ut på det sättet vi hade önskat, även om vi blev tvingade till vissa ändringar under redigeringen. Vi har lyckats skapa en ren film som är avskalad utan att vara ointressant. Det var precis den känslan vi ville åt.

6.2 Interaktiva modulen

Den interaktiva modulen var ett delprojekt som kom i andra hand bakom filmen. Trots det har vi hunnit komma fram till flertalet designförslag innan vi slutligen lyckades få fram en design vi blev nöjda med (*Figur 8*).

Slutresultatet av den interaktiva modulen är en design som känns uppdaterad och modern utan att vara utstickande från den webbplats den ska kunna finnas på, cirkeln.nu. Till en början hade vi ambitioner om en modul som skulle vara väldigt nytänkande och speciell men i och med att cirkeln.nu är väldigt traditionell till utseendet så blev vi tvungna att anpassa oss efter det. Efter att ha arbetat med likande färger och grafiska element som redan fanns på cirkeln.nu lyckades vi skapa en modul som blev enhetlig med webbplatsen.

ARTIKLAR & INSPIRATION

- Natur, miljö & djur
- Kultur
- Människa & samhälle
- Pedagogik & ledarskap
- Folkbildning i samhället


FAKTA FÖR CIRKELLEDARE

- Vad är en studiecirkel?
- Vad gör en cirkelledare?**
- Regler för studiecirklar
- Ledarutveckling
- Fakta om Studiefrämjandet
- Fakta om folkbildning

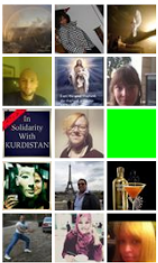
ÖVRIGT

- Om tidningen Cirkeln
- Kontakt

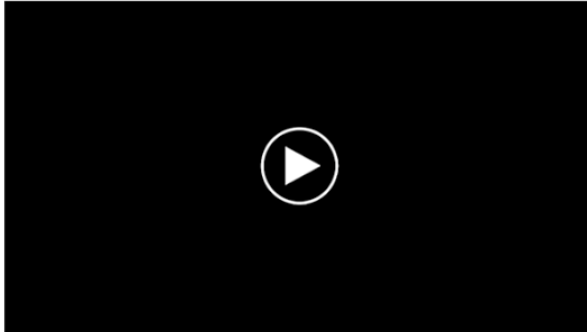
Hitta oss på Facebook



581 personer gillar Cirkeln.



Facebooks sociala inblicksprogram



” SÅ FORT DET BÖRJADE SÅ BÖRJADE MAN LÄRA SIG NYA SAKER GANSKA SNABBT ”

” JAG TYCKER FLER SKA GÅ DEN, DEN KAN VARA AVGÖRANDE I MÅNGAS UTVECKLING. TUMME UPP PÅ DEN! ”

” NÄR MAN VÅL VAR DÄR SÅ BLEV DET MYCKET ROLIGARE OCH MER INTRESSANT ÄN VAD MAN KUNDE FÖRVÄNTA SIG ”

” UTBILDNINGEN GAV MIG JÄTTEMYCKET, OCH LEDARSKAP BEHÖVS I ALLA BRANCHER ”

MAJ

27	28	29	30	01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Figur 8 - Den interaktiva modulen gjordes digitalt och arbetades fram efter webbplatsens utseende.

Modulen är en kombination av video, deltagarberättelser och en kalender för bokning. Video är placerad högst upp då den är tänkt att fånga intresset hos besökaren och skapa nyfikenhet kring ledarutbildningarna. Det är betydligt större chans att man tittar på en kort video än läser en text som säger samma sak, och det är ännu större chans att man får sitt intresse fångat när ljud, bild och text samverkar tillsammans som är fallet i en video.

Efter videon följer deltagarberättelser. Här har man chansen att läsa mer noggrant vad tidigare deltagare har sagt om ledarutbildningarna och bli ytterligare inspirerad till att vilja gå utbildningen. Vi anser att det är lättare att relatera till tidigare deltagare än till exempelvis en lärare eller annan representant för Studieförbundet där det ligger i deras intresse att prata gott om utbildningen oavsett hur bra eller dålig den än må vara. Tidigare deltagare ger däremot ett mer nyanserat intryck då de inte jobbar för Studieförbundet.

Längst ner på sidan har vi en kalender som tydligt visar vilka dagar man kan gå utbildningen. Genom att ha kalendern tydligt på samma sida ökar chansen för att besökaren ska ta ett beslut att boka in en tid än om det varit på två olika sidor som det är idag. Här får man direkt en bild av när utbildningen tar plats och hur det skulle passa in med sitt eget schema.

7. Diskussion

En av de viktigaste lärdomar som varit med under hela examensarbetet är vikten av att inte berätta allt. Det har varit väldigt lärorikt att ha med sig detta synsätt under projektet och det har varit ögonöppnande för oss under många moment. Där har Bo Bergström (2010) varit av stor vikt för slutprodukten av projektet. Flertalet gånger har vi fått stanna upp och tänka en eller två gånger extra på om vi verkligen behöver ha med allt det vi har tänkt ha med. Bo Bergström talar om bild och film när han beskriver detta, men det har också varit nyttigt för andra delar av vårt arbete. När vi utvecklade modulen till *cirkeln.nu* hade vi självklara tankar om att det skulle finnas med rubriker för de olika delarna och dessutom knappar där det stod utskrivet att det

var klickbart. När vi sedan tänkte längre och djupare insåg vi att allt detta var överflödigt och att objekten talar för sig själv, och att rubriker absolut inte är nödvändigt. Detta är bara ett av många exempel där vi har inspirerats av det Bergström skriver om att berätta allt.

Under filmen har detta tankesätt hela tiden varit närvarande. Istället för att säga rakt ut att folkbildning ska vara en självklarhet så säger vi det i metaforer. Detta genom att ställa det emot andra, vardagliga saker. "En morgon utan kaffe är ingen morgon" som ett av våra påståenden lyder. På samma vis som en morgon utan kaffe inte är en ordentlig morgon så är folkbildning med möjligheten att lära av varandra något som borde vara självklart, vilket det är hos Studieförbundet. Allt detta går dessutom ihop med det Bergström säger om att skapa en känsla. Att det är viktigt att låta tittaren själv skapa en känsla snarare än att beskriva en redan satt känsla. Ju mer man lämnar åt tittaren att tolka desto starkare och större blir den historia man försöker berätta.

En annan punkt vi har tagit hänsyn till under arbetet är betydelsen av kontexten. Både Löwgren (2002) och Saffer (2007, s60) lyfter vikten av produktens relevans, lämplighet och anpassning. Den interaktiva modulen har arbetats fram med detta i åtanke då vi alltid tittat på kontexten, inte bara när det kommer till användarna, utan även till den befintliga webbplatsens utseende. Vi har anpassat vårt designförslag efter de befintliga färgerna på webbplatsen och hela den traditionella uppbyggnaden som fanns runtomkring. Men designern kan bara ta fram relevanta produkter om den känner till kontexten (Saffer, 2007, s73). Därför har vi gjort förundersökningar där vi intervjuat personer inom organisationen, tidigare deltagare och gjort olika typer av informationssökning. Efter detta förarbete har vi kunnat kartlägga de behoven som behövde tillfredsställas och vilka komponenter den interaktiva modulen skulle bestå av.

Behoven skulle uppfyllas på ett tilltalande sätt för användaren, enligt Saffers anvisningar om att skapa positiva känslor (Saffer, 2007, s60-68). Här ansåg vi att interaktionen skulle spela en stor roll. Även om modulen inte skulle vara allt för komplex skulle interaktionen väcka tankar hos användaren och kännas tilltalande. Produkten skulle ge en respons till användarens handling och på det sättet vara

“medveten” om användarens agerande. Därför valde vi att ha en typ av animation vid klick och hover som skulle vara lekfullt och mottagande för användarens agerande. Lekfullhet och spelbarhet var sådana egenskaper som både Löwgren (2002) och Saffer (2007, s66) lyfte fram i sin forskning. En animerad interaktion som samtidigt lockar utseendemässigt kan få användaren att ta del av informationen på grund av den lättsamma tonen i produkten.

Det marknadsförande konceptet blev en helhet som arbetades fram parallellt för att uppnå ett gemensamt mål, ett arbetssätt som verkar fungera när man arbetar med flera digitala medier och olika kanaler (Carvajal, Sundelin & Woch, 2014). Under det här arbetet låg utmaningen i att beställaren ville styra slutprodukten åt ett visst håll medan vi ville något annat. Till slut valde vi att följa vår egen idé vilket ledde till ett mer självständigt arbete utan några starka riktlinjer. Vi fick granska oss själva under arbetsgången och se till att vi uppnådde den visionen vi hade om kortfilmen och den interaktiva modulen. Detta arbetssätt hade både fördelar och nackdelar. Vi hade fria händer för att arbeta och forma produkterna men samtidigt var vi envisa och hade svårt att mäta vilken nivå slutprodukten låg på. Diskussionen och åsikterna mellan utförare och beställare är en återkommande svårighet i denna typ av arbeten och vid framtida projekt bör vi tillfredsställa beställarens behov eller åtminstone försöka förhandla ytterligare. Den här gången ansåg vi att vi ville presentera en produkt vi kunde stå för och som kunde visa våra kunskaper för fullt.

8. Referenser

Studiefrämjandet. 2015. *Om Studiefrämjandet*.

<http://www.studieframjandet.se/Information/Om-Studieframjandet/> (Hämtad 2015-05-22).

Cirkeln. 2015. *Vad är en studiecirkel?*.

<http://www.studieframjandet.se/Cirkeln/Fakta-for-cirkelledare/Vad-ar-en-studiecirkel/> (Hämtad 2015-05-22)

Carvajal, S., Sundelin, S. och Woch, T. 2014. *Re-design och profilmförändring av Ligistfilm*. Södertörns högskola.

Bergström, Bo. 2010. *Samspel text bild*. 1. uppl. Stockholm: Carlsson.

Löwgren, Jonas. 2002. *The use qualities of digital designs*. Malmö högskola.

Saffer, David. 2007. *Designing for interaction*. New Riders Publishing. Berkeley, CA.

9. Bilagor

9.1 Intervjufrågor till tidigare deltagare

1. Tror du att det faktum att du gått ledarutbildningen ger dig en fördel när du söker jobb?
2. Vad var din inställning efter utbildningen i förhållande till innan du gick den?
3. I vilka andra sammanhang än i din studiecirkel har du använt kunskaperna från ledarutbildningen?
4. Lärde deltagarna saker av varandra utöver det som lärarna på utbildningen lärde ut?
5. Vad skulle du säga till folk som är tveksamma till att gå utbildningen?

9.2 Frågor till personer inom organisationen

1. Vad händer med personerna som deltar i utbildningen?
2. Vad är attityden till utbildningen?
3. Vad är inställningen från deltagarna både förr och efter utbildningen?
4. Hur ser rekryteringsprocessen ut idag?

9.3 Prototyp till interaktiva modulen

<http://prototyp.ch7.me/>