



Influencer

Intro:

Spejder er fedt. Men kan I også overbevise andre unge om, at det er fedt? I dette mærke skal I lave en reklame – fx en video, en story på et socialt medie eller lignende – som viser, hvorfor det er fedt at være spejder.

Ud over at mærket handler om at sælge et budskab, skal I samtidig overveje, hvad der er okay at dele, og hvilke signaler der passer til en reklame for at være spejder. Fx hvilke billeder og hvilket sprog, man bruger, når det er en reklame for en spejdergruppe.

OBS: Da mærket omhandler digitale medier, skal I have adgang til enten smartphone, tablet, kamera eller computer for at kunne producere reklamerne.

Gren:

Trop

Spejderne skal:

- Lave en reklame for at være spejder i jeres gruppe
- Involvere mindst to digitale medier/platforme i reklamen
- Tage stilling til reklamens målgruppe, budskab og brug af medier, samt hvad det betyder, at spejdergruppen er afsender
- Tage en snak om, hvad man personligt er okay med at medvirke i, når reklamen skal ud til et større publikum

Varighed:

Mærket kan tages over 3-4 møder. Det er fint at afslutte med en 'fremvisning' af reklamen.

Feedback/videreudvikling af mærket:

Har du en velegnet aktivitet eller en idé til, hvordan mærket kunne tilpasses/videreudvikles? Så skriv til program@dds.dk.

Forslag til forløb:

Møde 1	Møde 2	Møde 3	Møde 4
--------	--------	--------	--------

Planlægning	Produktion	Produktion/finpudsning	Fremvisning
Find frem til målgruppen for reklamen. Tag en snak om, hvad I kan tillade jer, når spejdergruppen/troppen /patruljen er afsender.	Hvad er okay at dele? Snak om, hvad det betyder, at reklamen skal ud til et større publikum.	Tag snak med lederne om, hvad retningslinjerne for gruppens brug af fx sociale medier er.	Lave forplejning Klargøring
Brainstorm på budskab: Hvorfor er det fedt at være spejder?	Produktion af reklame	Produktion af reklame Feedback på udført arbejde.	Fremvisning af reklame
Valg af medier Fordeling af opgaver	Opsamling og aftaler til / om næste møde	Klar til præsentation?	Evaluering

REKLAMEN

Der er fire grundlæggende ting, der er gode at overveje, når man skal lave en reklame. Næmlig **målgruppe**, **afsender**, **budskab** og **medier**.

1. MÅLGRUPPE:

Målgruppen er dem, I gerne vil ramme med reklamen. I dette tilfælde er det andre unge, der ikke er spejdere. Diskutér, om I gerne vil ramme nogle unge på jeres egen alder – det kunne være venner fra skolen.

Det kan også være, I hellere vil lave en reklame, som er henvendt til de mindre grene. Hvis meningen med reklamen fx er at få nye spejdere til en nyopstartet mikrogren, kan det være, reklamen skal være henvendt mod forældre?

Det gør I:

Find frem til den målgruppe, I gerne vil ramme. Tag derefter en snak om, hvad der optager målgruppen. Hvilke dele af spejder skal I fremhæve, for at netop denne målgruppe vil synes, at spejder virker fedt?

2. AFSENDER:

Det er ikke ligegyldigt, hvem der er afsender på en reklame eller et budskab. Tænk fx over, hvilke YouTubere eller influencere I kender: Mens nogle er kendt for at lave skøre og gakkede ting, er andre mere seriøse. Hvis de pludselig byttede roller for en dag, ville det virke meget forkert.

På samme måde er vi spejdere også kendt for nogle ting. Det kan være at være ude i naturen, at have et godt fællesskab, at lave udfordrende og sjove aktiviteter og meget andet. At lave en reklame, hvor spejdere sviner i naturen, ville fx gå helt imod det, vi spejdere er kendt for. Ligesom det vil virke underligt, hvis man laver en film, som kun foregår indenfor, hvis gruppen slår sig op på at lave aktiviteter udendørs.

Snakken om afsender handler også om troværdighed. Hvis I fx skal lave en reklame om, at spejder er sjovt for unge i tropsalderen, virker det så mest troværdigt, at I selv fortæller, at det er sjovt, eller at jeres ledere siger det?

Det gør I:

Tag en snak om, hvad man kan tillade sig, når man kommunikerer som spejdergruppe. Hvordan sikrer I, at jeres reklame er troværdig?

3. BUDSKAB:

Budskabet er det, som I gerne vil fortælle med reklamen. Grundlæggende er budskabet, at spejder er fedt. Men det kan fortælles på utallige måder. Og spejder er jo mange ting – så hvilke ting vil I fremhæve?

Det gør I:

Lav en **fælles brainstorm** over spørgsmålet: "Hvorfor er det fedt at være spejder?"

I skal alle komme med jeres bud på et svar. Og husk: Det er ikke tilladt at skyde hinandens forslag ned. Hver især fortæller I om jeres forslag og begrundelsen for, hvorfor netop jeres forslag er det fedeste.

Find en metode, som alle synes er retfærdig, til at udvælge, hvilken idé – eller idéer – I vil gå videre med. Diskutér også, hvilke reaktioner I forventer at få på jeres reklame? Hvordan vil I reagere på positive henholdsvis negative reaktioner?

4. MEDIER:

Der findes utallige medier, I kan bruge til at få jeres budskab ud. I dette mærke skal I minimum bruge to digitale medier til jeres reklame.

Medierne kunne fx være:

- Facebook
- Snapchat
- Youtube
- TikTok
- Instagram
- *Og meget andet*

Derudover bør I også overveje teknik. Har I en god telefon eller et kamera til at lave jeres reklame på? Kender I nogle apps til fx at klippe en film? Noget, der kan have stor betydning for fx en film er lys og lyd. Hvis der er nogen, der skal sige noget i en film, er det vigtigt, at vinden ikke skratter helt vildt i baggrunden.

Det gør I:

Når I skal vælge medier, så overvej først og fremmest hvilke medier, der bruges af den målgruppe, I vil ramme? Hvilke platforme kan bedst få jeres budskab ud til flest af de mennesker, I gerne vil nå?

Tænk derudover over, hvilke medier I selv og kammeraterne bruger. Det er trods alt nemmest at lave en reklame på et medie, I kender og er fortrolige med.

Hvilke medier har gruppen allerede til rådighed? Har gruppen en Facebook-side eller Instagram-konto? Eller en hjemmeside, hvor man kan lægge en video op?

I forhold til teknik er det vigtigt, at I afprøver jeres udstyr, inden I går rigtigt i gang. Tjek, at lyd og lys fungerer. Vil I optage en tur på svævebanen, klatretårnet eller i kano med fx et

hjelmkamera (actionkamera), så tjek at kameraet har den rette vinkel og er sat på den rette indstilling.

Husk også at sikre jer, at I har styr på fx rekvisitter og replikker osv., inden I går i gang.

HVAD ER OKAY AT DELE?

Jeres reklame skal jo gerne deles/vises til et større publikum. Men hvad betyder det for, hvad der er okay at have med i reklamen?

Tag fx en snak om:

- Hvilken forskel gør det, at reklamen skal ses af mange mennesker? Hvordan adskiller det sig fra en besked, man sender til en ven?
- I jeres reklame er spejdergruppen afsender. Hvad er okay – og ikke okay – når spejdergruppen er afsender? Kunne man forestille sig en reklame, der gik imod i Spejderloven?
- Forestil jer, at reklamen også kan findes frem på nettet om 10 år. Hvordan kan I sikre jer, at I kan stå inde for reklamen både nu og om 10 år?
Tag en snak om, hvor jeres personlige grænser går for, hvad der ville være okay at være med i.
- Har jeres gruppe en Facebook-side, hjemmeside eller lignende? Prøv at tage en snak med jeres ledere om, hvilke retningslinjer der er for, hvad der deles her. Passer det med, hvad I synes, der er fornuftigt?

TIPS, VÆRKTØJER, APPS M.M.:

SPEJDERRELEVANTE LINKS:

Spejderillustrationer, skrifttyper m.m.: I værktøjskassen til kommunikation kan du downloade forskellige spejderillustrationer, skrifttyper og andet: <https://dds.dk/materialer>

Gruppens brug af Facebook: Vi har formuleret en række tips til, hvordan man som gruppe kan bruge Facebook: <https://dds.dk/artikel/6-tips-til-gruppens-brug-af-facebook>

Tips til gode spejderbilleder: Få tips til at tage gode spejderbilleder i disse artikler: <https://dds.dk/artikel/sadan-tager-du-det-gode-spejderbillede> og <https://dds.dk/artikel/sadan-tager-du-gode-spejderbilleder-med-mobilen>

APPS:

Der findes et hav af gode apps til foto- og videoredigering m.m. Måske har I allerede nogle gode på jeres telefoner? Ellers er herunder et udvalg af apps. Husk, at app-udvalget hele tiden udvikler sig, så hold øjnene åbne over for nye muligheder.

Boomerang: Lav sjove frem-og-tilbage-klip fx til Instagram.

Lightroom: For fotonørder, der vil skrue op og ned for farver, kontrast og alt muligt andet på deres fotos.

Adobe Photoshop Express: Mange muligheder for filtre og anden fotoredigering.

iMovie: En god app til videoredigering. Appen er standard på Apple-produkter.

Adobe Premiere Rush: En anden videoredigeringsapp, som er relativt nem at bruge.

Quik – GoPro Video Editor: Man behøver ikke et GoPro-kamera for at bruge denne app. Tilføj jeres billeder/videoklip, og få appen til selv at sætte klippene sammen til musik.

FilmoraGo: Endnu en videoredigeringsapp, som er nem at bruge.

MUSIK OG LYDEFFEKTER:

Vil I lægge musik på jeres reklame, må I ikke bruge et hvilket som helst musiknummer, da der er copyright på. Det er dog muligt at finde copyright-fri musik. Her kan I fx bruge YouTube's tjeneste '[Youtube Audio Library](#)'. Her er det også muligt at finde lydeffekter. I kan også søge på 'royalty free music' på Google.

I nogle videoredigeringsapps som fx 'Quik – GoPro Video Editor' medfølger der musiknumre, som man kan bruge i sin video.

I kan selvfølgelig også prøve at lave jeres helt egen musik. Her kan Apples app '**Garageband**' være en god mulighed.