

# Videoproduktion

– En rapport om produktionsprocessen av  
beställningsfilm

# Video production

– A report on the production of corporate films

Av: Mikael Johansson  
Handledare: Montathar Faraon

## **Sammanfattning**

Denna rapport beskriver produktionsprocessen för framtagandet av två filmer till ett svenskt upplevelseföretag. Filmernas syfte är att informera potentiella kunder vad de kan förvänta sig. Dessa filmer ska efter leverans implementeras på upplevelseföretagets hemsida.

Rapporten visar olika steg i processen från beställning till leverans samt de metoder som används för att nå det resultat beställaren önskar. Projektet resulterade i två filmer, från två olika upplevelser, som efter leverans implementerades på upplevelseföretagets hemsida.

**Nyckelord:** Film, redigering, ljudläggning, filmproduktion

## **Abstract**

The aim of the project is to use different theories to deliver films to meet the demands and desires that the client has. This report describes the production process for the production of two films to a Swedish experience-company. The films purpose is to inform potential customers what kind of experience they can expect. These films will after delivery be implemented on experience company website. The report shows the various steps in the process from order to delivery, and the methods used to achieve the results the client wants. The project resulted in two films from two different experiences, who after delivery was implemented on the experience-company website.

**Keywords:** Film, editing, sound editing, film production

## **Förord**

Denna praktiska examensrapport är skriven av Mikael Johansson och med hjälp av Simon Gahmberg (890622-0556). Uppdelningen har sett ut som följer:

Praktiska delen (Mikael och Simon)

Teoretiska delen (Mikael och Simon)

Opponering och revidering (Mikael)

## Begreppsdefinition

**Jumpcuts** - När två klippbilder som är väldigt lika varandra sätts ihop ser det ut som att bilden hoppar till, detta kallas för jumpcuts<sup>1</sup>. Om detta sker omotiverat och/eller ofta kan detta störa tittaren.<sup>2</sup>

**Wipes** - En redigeringsteknik där du använder två tagningar för att göra en gradvis övergång. En bild ersätts med annan bild som har en tydlig kant.<sup>3</sup>

**Postproduktion** - Postproduktion är namnet på det som sker efter det att råmaterialet är inspelat. Detta innefattar bland annat ljudläggning, klippning och musikläggning.<sup>4</sup>

**Synopsis** - En synopsis skrivs före filmmanuset och är en kortfattad beskrivning av filmen.<sup>5</sup> I synopsisen tas inte dialogen med.<sup>6</sup>

**Bildmanus (Storyboard)** - För att visa bildkomposition och vinklar görs ett bildmanus med bilder av scenen.<sup>7</sup> Varje scen beskrivs med hjälp av teckningar i bildmanuskriptet. Fotografen tar hjälp av bildmanuset för att kunna bilda scenen så som regissören tänkt sig.<sup>8</sup>

**DSLR (Digital spegelreflexkamera)** - En digitalkamera där består av en rörlig spegel, ett fast prisma, en fast skärm som tillåter användaren att se objektet genom kameraobjektivet på samma sätt som bildsensorn gör. Detta är en kamera som används både seriösa amatörer och professionella fotografer.<sup>9</sup>

---

<sup>1</sup> Voodoo Film: Jump-cut, <http://www.voodooofilm.org/ordlista/term/jump-cut> [Hämtad: 2013-05-22]

<sup>2</sup> Wikipedia (sv): Jump Cut, ([http://sv.wikipedia.org/wiki/Jump\\_cut](http://sv.wikipedia.org/wiki/Jump_cut)) [Hämtad: 2013-08-01]

<sup>3</sup> Kubrickwannabie: Wipes, <http://www.kubrickwannabie.com/2008/06/wipes-film-editingtechnique.html> [Hämtad: 2013-08-01]

<sup>4</sup> Wikipedia(sv): Postproduktion, <http://sv.wikipedia.org/wiki/Postproduktion.html> [Hämtad: 2013-08-01]

<sup>5</sup> Voodoo film: Synopsis, <http://www.voodooofilm.org/artikel/synopsis-outline-treatment> [Hämtad: 2013-05-21]

<sup>6</sup> Nationalencyklopedin: Synopsis, <http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/lang/synopsis> [Hämtad: 2013-05-21]

<sup>7</sup> Voodoo film: Storyboard, <http://www.voodooofilm.org/artikel/storyboard> [Hämtad: 2013-05-21]

<sup>8</sup> Nationalencyklopedin: Storyboard, <http://www.ne.se/enkel/storyboard> [Hämtad: 2013-04-09]

<sup>9</sup> Wikipedia (Sv): Digitalkamera, <http://sv.wikipedia.org/wiki/Digitalkamera> [Hämtad: 2013-04-09]

**GoPro** - GoPro är en ”bärbar” kamera som kan monteras på hjälmar för att filma eller fota. Kamerorna används för att fånga actionbilder av både proffs och amatörer.<sup>10</sup>

**Steadicam** - Steadicam är en anordning som fotografen bär för att stabilisera kamerarörelser. Med denna anordning kan fotografen röra sig relativt fritt utan att få skakningar i bilden. Steadicam används ofta i filmproduktion, tv och live-tv av olika slag.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Wikipedia (En): GoPro, <http://en.wikipedia.org/wiki/GoPro> [Hämtad: 2013-04-09]

<sup>11</sup> Voodoo film: Steadicam, <http://www.voodooofilm.org/ordlista/term/steadicam> [Hämtad:2013-04-09]

## Innehållsförteckning

1. Inledning.....	8
1.1 Syfte och mål.....	8
1.2 Avgränsning.....	8
1.3 Problemformulering.....	8
1.4 Förväntat resultat.....	9
2. Bakgrund.....	10
2.1 PR-videon.....	10
2.2 Reklam-tv.....	10
2.3 Rörlig bild.....	11
2.4 Dagens tv-samhälle.....	13
2.5 Beställningsfilm.....	13
3. Teoretiska utgångspunkter.....	15
3.1 Tidigare forskning.....	15
3.1.1 Show us what you can do - Using videos to boost sales.....	15
3.2 Process för videoproduktion.....	16
3.2.1 Filma bättre - Erik Fagerholm.....	16
3.2.2 Ljudbild eller Synvilla? - Klas Dykhoff.....	18
4. Genomförandet.....	19
4.1 Förarbetet.....	19
4.1.1 Produktionsmöte.....	19
4.1.2 Tidsplanering.....	20
4.1.3 Målgrupp.....	21
4.1.4 Synopsis.....	21
4.1.5 Manus.....	22
4.1.6 Bildmanus.....	22
4.2 Inspelning.....	24
4.2.1 Inspelningen.....	24
4.2.2 Personregi.....	26
4.2.3 Bildberättande.....	26
4.3 Efterarbetet.....	27
4.3.1 Redigering.....	27
4.3.2 Effekter.....	28
4.3.3 Färgkorrigerings.....	30
4.3.4 Ljudläggning.....	31
5. Resultat.....	32
6. Slutsats och diskussion.....	33
6.1 Förstudier.....	33
6.2 Inspelning.....	33
6.3 Efterarbete.....	35
6.4 Ljudläggning.....	35
7. Referenser.....	37

# 1. Inledning

Det finns många olika typer av film och dess framtagningsprocesser skiljer sig åt och anpassas beroende på typ. (Beställningsfilm, reklamfilm och spelfilm är några olika varianter på film). Vi har fått i uppdrag av produktionsbolaget Chimney att producera två filmer åt ett upplevelseföretag. Denna rapport beskriver framtagningsprocessen för dessa två filmer, från idéstadiet till leverans. Vi kommer i vår process utgå från två olika teorier; *Filma bättre* skriven av Erik Fagerholm<sup>12</sup> samt *Ljudbild eller synvilla?*<sup>13</sup> skriven av Klas Dykhoff. Med hjälp av dessa teorier ska vi producera filmerna och därefter utvärdera och diskutera kring dessa teorier.

## 1.1 Syfte och mål

Målet med detta projekt är att producera och leverera två filmer redo att implementeras på beställaren hemsida. Syftet med projektet är att genom teorier leverera två beställningsfilmer som uppfyller beställarens önskemål. Vi kommer under hela processen tillämpa kunskaper från programmet IT, medier och design och använda dessa på bästa sätt för att lösa problemet.

## 1.2 Avgränsning

Vi kommer endast att producera filmer till två av företagets upplevelser. Att skapa filmer till samtliga upplevelser är inte möjligt då de är över 500 och vår tid är begränsad.

## 1.3 Problemformulering

Upplevelseföretaget saknar idag rörlig bild på sin hemsida som visar de upplevelser kunden har möjlighet att konsumera. Detta är ett problem då potentiella köpare inte alltid förstår vad upplevelsen innefattar.

---

<sup>12</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006.

<sup>13</sup> Dykhoff, Klas. *Ljudbild eller synvilla?* Malmö: Liber, 2002

## **1.4 Förväntat resultat**

Vi förväntas leverera två färdiga filmer till beställaren redo att implementeras på upplevelseföretagets hemsida. Dessa filmer förväntas vara i god kvalitet och uppfylla de krav som beställaren framfört. Filmerna förväntas vara levererade innan deadline som är den 6 juni 2013.

## 2. Bakgrund

### 2.1 PR-videon

Attitydpåverkan är det primära syftet gällande PR<sup>14</sup>-video och i detta fall behöver inte budskapet och filmens konkreta information sammanfalla. När du däremot gör tv-program är ofta det primära budskapet just den information som programmet ger.

När man producerar PR-video är det viktigt att tänka på att din kontaktman ofta har helt andra referensramar än den tilltänka målgruppen eftersom denna person ser filmen på ett helt annat sätt. Vidare är det bra att tänka på att VD:n är den person som godkänner den slutgiltiga filmen. Vanligtvis har VD:n en helt annan bild än informatören som ofta är idealiserad. Det är inte helt ovanligt att VD:n ser på din film helt olika i förhållande till både informatör och publik. Detta medför vissa problem, då det ofta är VD:n som har sista ordet. Du måste därför verbalt även kunna övertyga VD:n om att din film är rätt.<sup>15</sup>

### 2.2 Reklam-tv

Risken att göra missar inom reklam-tv är stor och kostar pengar. Det är svårt och dyrt att nå fram med sitt budskap via reklam-tv. Den tilltänka målgruppen måste nås med rätt budskap annars är reklampengarna det bortkastade. Det är därför mycket viktigt att lägga tid på att hitta rätt målgrupp. Detta bör göras med hjälp av noggranna målgruppstudier från tv-bolagens tittarundersökningar, förtester och uppföljande effektmätningar. Om din målgruppsanalys inte är kristallklar är risken för misslyckande med reklam-filmen stor. Det är även viktigt att tänka på vilken effekt du vill ha ut av din tv-reklam. Kanske vill du generera ett ökat förtroende för företaget och dess produkter? Eller så kanske du vill generera ett köpbeslut genom att påvisa egenskaper och kundnytta hos produkten? TV har den fantastiska egenskapen att folk ofta tror på det som de ser med egna ögon på tv-skärmen. TV kan även beskrivas som ett känslomedium. Tv-reklamen har även en pedagogisk styrka i att faktiskt kunna visa hur produkter används och i vilken miljö produkten passar in.

---

<sup>14</sup> PR = Public Relations, verksamhet som avser att skapa och bibehålla gynnsamma relationer mellan t.ex. ett företag och kunder.

<sup>15</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 27-28

Har du fått fram en bra och tydlig idé gäller det att bygga ett bra filmmanus. För bästa resultat bör du använda dig alla berättarkomponenter för att förstärka det budskap du vill få fram med hjälp av reklam-filmen. Arbeta gärna med storyboard för att underlätta för de som inte är så insatta i arbetet. Tillvägagångssättet för att producera en reklam-film är annars i stort densamma som för övrig tv, dock med några undantag. Det handlar om väldigt mycket pengar och budskapet skall framkomma tydligt till sin målgrupp på runt 30 sekunder. Detta ställer givetvis högre krav på en väldig precision inom reklam-tv än övrig tv. Det är således ännu viktigare med ett ambitiöst förarbete innehållande storyboard, idémöten, skissfilmer och förtester för att nå framgång.<sup>16</sup>

## 2.3 Rörlig bild

Den 28 december 1895 visade bröderna Louis och Auguste Lumière flera olika korta enminutsfilmer på ett café i Paris. Denna dag brukar av många ses som filmens födelse. Filmvisningen var mycket uppmärksammasad och var resultatet uppfinningsrikedom som präglade 1800-talet. Bröderna Lumière lyckades skapa världens första kombinerade projektor och filmkamera.<sup>17</sup> Apparaten som projicerade den bilden kallades för "kinematografen" och kunde framställa levande och rörliga bilder på duk.<sup>18</sup>

Redan på 1000-talet uppkom projicerande bilder och har sitt ursprung i det kinesiska skuggspelet. 600 år senare kom "den magiska lyktan" där man genom ett litet hål komprimerar ljusstrålar som i sin tur projicerar en bild upp-och-ner.

Denna teknik är densamma som vi idag kan se i filmkameran. Vi människor uppfattar flera stillastående bilder i tät följd som sammanhängande och rörliga. Detta kallas principen om ögats tröghet. Olika typer av optiska leksaker som demonstrerade detta fenomen framställdes i början på 1830-talet. Nästa steg i utvecklingen skedde 1870 och det var födelsen av ögonblicksfotografiet. Ögonblicksfotografi innebar att fotografen under snabb rörelse kunde frysa ett moment. Eadweard Muybridge experimenterade med detta och använde 24 kameror placerade i följd. Dessa bilder kunde Muybridge sedan visa år 1880 i sin projektor som kallades Zoopraxiscope. Därmed hade fotografier för första gången visats som rörliga bilder.

---

<sup>16</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 27-35

<sup>17</sup> Voodoo film: Filmhistoria, <http://www.voodooofilm.org/artikel/filmhistoria-1895-1926>

<sup>18</sup> Furhammar, Leif. *Den rörliga bildens århundrade*. Stockholm: Natur och kultur, 2001. Sidan 7

De allra första stumma filmerna som visades av bröderna Lumière spreds nästan över hela världen. Under de första tio åren visades både fiktiva och icke-fiktiva filmer, exempel på filmer som visades var; reportage och korta farsor.<sup>19</sup>

I Sverige visades i början rörliga bilder av kringresande förevisare som antingen fick ställa upp sin projektor i någon av de offentliga lokaler som fanns på den ort som besöktes eller så hade förevisaren ett eget tält med sig där visningen skedde. De visades verklighetsbilder från när och fjärran med även bilder från offentliga evenemang i Sverige. Som avslutning på filmvisningen visades en kort munter fars eller något inspelat kort drama.

Stumfilmen hade i början av 1910-talet fått fast mark i många av de västerländska länderna.<sup>20</sup> Publiken blev allt kräsnare och krävde fler och längre filmer. Detta medförde att "huvudfilmen" blev allt vanligare där filmerna hade en speltid på 45-60 minuter. Filmbranschen visade inget intresse för ljud, trots att det redan år 1920 fanns väl fungerande ljudsystem.<sup>21</sup> I slutet av 1920-talet hade intresset för film svalnat och publiken var mer intresserad av det nya fenomenet; ljudradio. Det blev då tydligt att stumfilmen verkligen saknade något; ljud och tal. I USA började man jobba för att ta fram tekniska lösningar och kring 1930 började talfilmen spridas över världen.<sup>22</sup>

År 1927 började filmbolaget Warners Brothers visa filmen jazzsångare, som var första steget mot ljudfilm. Denna film var egentligen en stumfilm men den hade ett par repliker och några synkroniserade sångnummer.

Färgfilmens genombrott kom 1937 då Walt Disney började visa Snövit och de sju dvärgarna. I Sverige visades den första färgfilmen 1946, Klockorna i gamla sta'n.<sup>23</sup>

---

<sup>19</sup> Voodoo film: Filmhistoria, <http://www.voodooofilm.org/artikel/filmhistoria-1895-1926>

<sup>20</sup> Furhammar, Leif. *Den rörliga bildens århundrade*. Stockholm: Natur och kultur, 2001. Sidan 19

<sup>21</sup> Voodoo film: Filmhistoria, <http://www.voodooofilm.org/artikel/filmhistoria-1895-1926>

<sup>22</sup> Furhammar, Leif. *Den rörliga bildens århundrade*. Stockholm: Natur och kultur, 2001.

<sup>23</sup> Voodoo film: Filmhistoria, <http://www.voodooofilm.org/artikel/filmhistoria-1927-1958>

## 2.4 Dagens tv-samhälle

Den svartvita tv:n kom till de svenska hemmen i mitten av 1950-talet. Därefter dröjde det fram till 1970-talet innan färgtv:n började ta över. I Sverige började kommersiella kanaler med reklam sända först 1987, då TV3 började sända. Utvecklingen går därefter snabbt och i slutet av 80-talet läggs det analoga tv-nätet ner och börjar ersättas av nationella digitala tv-kanaler. Satelliter, optiska kabelnät, mobilnät och trådlösa bredband är exempel på kommunikationstekniker som ger svensken många olika alternativ till att titta på internationella tv-program. Idag är det inte ovanligt att man äger digitala videokameror med så pass bra kvalitet att bilderna skulle kunna visas i tv. Redigeringsverktyg finns i många av de svenska hemmen som program i datorn och det är inte längre förbehållet tv-bolag och proffs att redigera och sammanställa tv-program.<sup>24</sup>

## 2.5 Beställningsfilm

Beställningsfilm kallas en film som görs av fristående produktionsbolag på uppdrag av företag, organisationer och myndigheter. Syftet med filmen är att informera, göra reklam eller användas i utbildning.<sup>25</sup>

Med hjälp av video eller film vill beställaren informera och/eller väcka intresse kring sina produkter eller själva företaget. Inom beställningsfilm pratas det ofta om att hitta ”produktens själ”. Även de dramaturgiska reglerna som gäller vid traditionell film tillämpas. Det primära gällande beställningsfilm och reklamfilm är att ge produkten en tydlig karaktär. För att ge produkten en speciell karaktär skapar man ett reklamkoncept och en mall för vad filmen skall innehålla. Exempelvis vad filmen ska förknippas, vilka känslor den skall ge och hur filmen ska berättas. Det är även viktigt att det finns en tydlig målgrupp som filmen vänder sig till.

När manus till en beställningsfilm skrivs så är dialogen mellan produktionsbolaget och beställaren viktig. Som manusförfattare skall man på ett professionellt sätt få fram det beställaren vill ha sagt genom filmen. Det första mötet mellan beställare och manusförfattare

---

<sup>24</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 6

<sup>25</sup> Nationalencyklopedin: Beställningsfilm, <http://www.ne.se/bestallningsfilm>

ska det tydligt framkomma det behov som filmen ska fylla samt förutsättningar. Det är även en god idé att manusförfattaren sammanfattar allt som sagts på mötet för kunden för att undvika missförstånd. Därefter börjar manusförfattaren med att skriva ett synopsis kring en eller flera idéer för att sedan visa dessa förslag för kunden.

Synopsis är kortare beskrivningen av de viktigaste delarna i en story. Bland annat beskrivs i vilken berättarform som kommer användas.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Granath, Thomas. *Manus & dramaturgi för film*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2003. Sidan 129-144

### 3. Teoretiska utgångspunkter

I detta kapitel redogörs de teorier som vi valt att tillämpa i arbetet med filmerna. Avsnittet huvudsyfte är att ge en större förståelse till vårt val av process till framställandet av de två filmerna.

#### 3.1 Tidigare forskning

##### 3.1.1 Show us what you can do – Using videos to boost sales - April Joyner

April Joyner tar i denna artikel upp hur företag på ett framgångsrikt sätt kan används sig av videos för att marknadsföra en produkt eller visa hur en produkt fungerar. Då bra kamerautrustning idag inte behöver vara dyr kan de allra flesta företagen köpa in detta. Företag kan idag således producera enkla videos för att exempelvis visa upp en ny produkt för en billig peng. För ett par år sen kunde inte mindre företag finansiera videofilmer till sitt företag men idag är det alltså möjligt.

April skriver också om det faktum att videos har större genomslagskraft än ord. Ett exempel som tas upp i artiklen handlar om ett företag som genom en videofilm beskrev en produkt och om hur denna produkt fungerade för att sedan posta denna beskrivning på [www.youtube.com](http://www.youtube.com). Efter att den postat videoklippen på youtube gick försäljningen upp 250 %. Ett annat lyckat exempel som April tar upp i artikeln är när en av medgrundarna till företaget FrontPoint filmade och producerade en demonstration för deras nya App. Han använde sig av en 600-dollarskamera och redigerade klippen med gratisprogrammet iMovie. Detta videoklipp sågs av 1,5 miljoner tittare. April vill med denna artikel sammanfattningsvis ta upp det faktum att kamerautrustning är något som alla kan ha råd med idag och därmed kan även mindre företag producera billiga produktfilmer som i sin tur genererar ökad försäljning till företaget.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Joyner, April. Show us what you can do. *Inc.* Vol. 32 Issue 1 (2010): 81-84.

## **3.2 Process för videoproduktion**

### **3.2.1 Filma bättre – Erik Fagerholm**

#### **Förarbetet**

Inför ett större projekt bör du lägga ner tid på att göra en research, föranalys och planering. Det är viktigt att du sätter upp mätbara kommunikationsmål som du sedan kan följa upp. Tidigt i processen bör du formulera ett tydligt syfte med din produktion och även bestämma dig för vilken kvaliténivå som är rätt.

För att nå din målgrupp bör du anpassa berättandet efter deras förkunskaper, bakgrund, attityder referensramar. För att nå dina tittare bör man även titta på vilken åldersgrupp tittarna tillhör, vilken bakgrund, utbildningsnivå, värderingar, förkunskaper inom ämnet, grundläggande attityder till ämnet. Utgå från dessa preferenser för att göra programmet maximalt intressant och begripligt för den tilltänka målgruppen.

För att allt ska fungera effektivt i en produktion är det viktigt med ett väl genomfört förarbete. Detta arbete innehåller till stor del av planering av inspelningen samt innehåll och form.

När du är klar med första delen av planeringsstadiet, där du bland annat fått en uppfattning om innehåll, syfte och målgrupp, är det dags för det kreativa förarbetet. Du skall nu göra research för att skaffa dig bakgrundskunskap inom ämnet.

Tidsplanering av inspelningen är en god idé där du tar hänsyn till alla aktiviteter, exempelvis transporter, raster, nerpackningar

De idéer du får under den inledande delen av processen bör du skriva ner och formulera. Antingen i form av enkla programskisser eller i form av något mer detaljerade storyboards eller bildmanus. Det är nu som din synopsis och ditt manus framställs.

Först används manuset som en säljfunktion, då du visar uppdragsgivaren hur programmet kommer att utformas. Manuset används även som ett underlag för allt inspelningsarbete. Därefter används manuset av redigerarna där klippanvisningar och tidkoder ska följas.

### **Inspelning**

På inspelningsplatsen är det sedan optimalt att vara åtminstone tre personer. En fotograf, en ljudtekniker och filmelektriker. Det är även bra att en tv-producent finns på plats som har kan ha rollerna; regissör och producent. Vidare är det bra om en scripta finns på plats som ansvarar för allt material som spelats in.

För att uppnå bästa bild är det bra om fotografen och filmelektikern jobbar tätt ihop. Tagningarna bör vara väl planerade för att spara tid på plats. Med tanke på bildkomposition och kameravinklar instruerar tv-producenten de medverkandes rörelsemönster.

### **Efterarbetet**

För att få fram ditt budskap och forma en berättelse ska du nu foga samman alla sekvenser. Nya effekter skapas vid redigeringen och materialet som spelats in sällas. Första delen av efterarbetet består av loggning. Loggning innebär att en person organiserar råmaterialet och skriver beskrivande anteckningar till varje klipp. Detta görs för att underlätta klippningen sedan.

I projektfönstret i ditt redigeringsprogram ska du sedan göra en noggrann sortering av dina bilder. Det är också nu som du gör den första trimningen av bilderna. Du klipper i detta skede av processen bort allt sådant som du redan vet nu aldrig kommer att användas. På timeline får du en tydlig struktur och härifrån kan du spela upp klipp i programfönstret och korta ner till slutlig längd.

I redigeringsprogrammets filterval kan du förändra bilderna för att få dem som du själv vill. Exempelvis kan du förändra skärpa, färger och kontrast.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006.

### 3.2.2 Ljudbild eller Synvilla? – Klas Dykhoff

#### Ljudläggning

Ljudteamet under inspelningen består oftast av inspelningstekniker (A-ljud) och bomoperatör (B-ljud).

Ljudteknikernas ansvarar i första hand för att få ett så rent och komplett dialogljud som möjligt från inspelningsplatsen. Vilket innebär att de ska fånga skådespelarnas repliker så bra som möjligt och därmed eliminera störljud så gott det går. Övriga ljud kan ljudteknikerna göra om efter inspelningen.

I slutskedet av klippningen börjar själva ljudläggningen. I detta skede av processen skiljs ljud och bild åt. Ljudläggarna börjar då med att göra en så kallad dialogläggning.

De repliker som exempelvis inte fungerar eftersynskas nu och rörelseljud som inte fungerar görs om och läggs på plats. När denna del är färdigställd är det dags att börja med effektläggning. Ljudläggarna spelar in och tillverkar ljudeffekter som skall läggas in i klippen

Ljudets läggs sedan in i mixen där alla ljud som ljudläggningen består av läggs ihop så att allt låter bra. Slutmixen görs sedan i mono, i stereo eller i något flerkanalsformat som exempelvis Dolby.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Dykhoff, Klas. *Ljudbild eller synvilla?* Malmö: Liber, 2002

## 4. Genomförandet

### 4.1 Förarbetet

Inför ett större projekt tjänar man mycket på att jobba fokuserat. Det är viktigt att lägga ner tid på research, föranalys och planering. För att allt ska fungera effektivt i en produktion är det viktigt med ett väl genomfört förarbete. Är inte förarbetet ordentligen gjort blir det extra jobb på själva inspelningsplatsen och dyrbar tid går förlorad. Förarbetet innehåller planering av inspelningen samt innehåll och form.

#### 4.1.1 Produktionsmöte

Innan vi kunde börja skissa på ideer till filmerna bokade vi ett produktionsmöte med beställarna för att ta reda på vad för typ av filmer de ville ha levererade. På mötet framkom det att filmerna skulle vara cirka 1 minut respektive 40 sekunder långa och visa vad kunden kommer få uppleva.

#### Upplevelse: ”Top Gear”

Önskemål från beställare:

- Visa den breda mixen av bilar men med extra fokus på Ferrarri och Lamborghini.
- Fånga motorljuden från bilarna.
- Filma detaljer så som motorer, fälgar, däck och linjer.
- Fånga känslan på platsen.
- Filma med DSLR och GoPro-kameror.
- Fånga målgruppen som är män 25-55 år som är intresserade av snabba och häftiga bilar.
- Fokusera på höghastighetstestet.
- Ca 1 minut lång.

Kort om upplevelsen:

”Ge bort en halvdag med några av de häftigaste sportbilarna i världen! Bilarna körs på allmän väg i en 20 mil lång road tour och samtliga bilar testas i ett

höghastighetstest på flygfält. Sen blir det till att köra slalombana med en av de potenta sportbilarna.”

### **Upplevelse: ”Spökvandring”**

Önskemål från beställare:

- Filma i Gamla stan.
- Fånga dialoger och skapa en läskig samt mystisk känsla.
- Filma gränder som fångar mystiken.
- Visa den upplevelse som beskrivs på hemsidan.
- Ca 40 sekunder lång.
- Fånga målgruppen som är historieintresserade män och kvinnor i åldrarna 20-60 år som på ett spännande sätt vill ta del av Sveriges historia.

Kort om upplevelsen:

”Upplev medeltida mystik på en spökvandring i gränder, på hemsökta torg och gårdar. Dramatiserat av skådespelare och med kunnig guide är just du med i historien när det händer.”

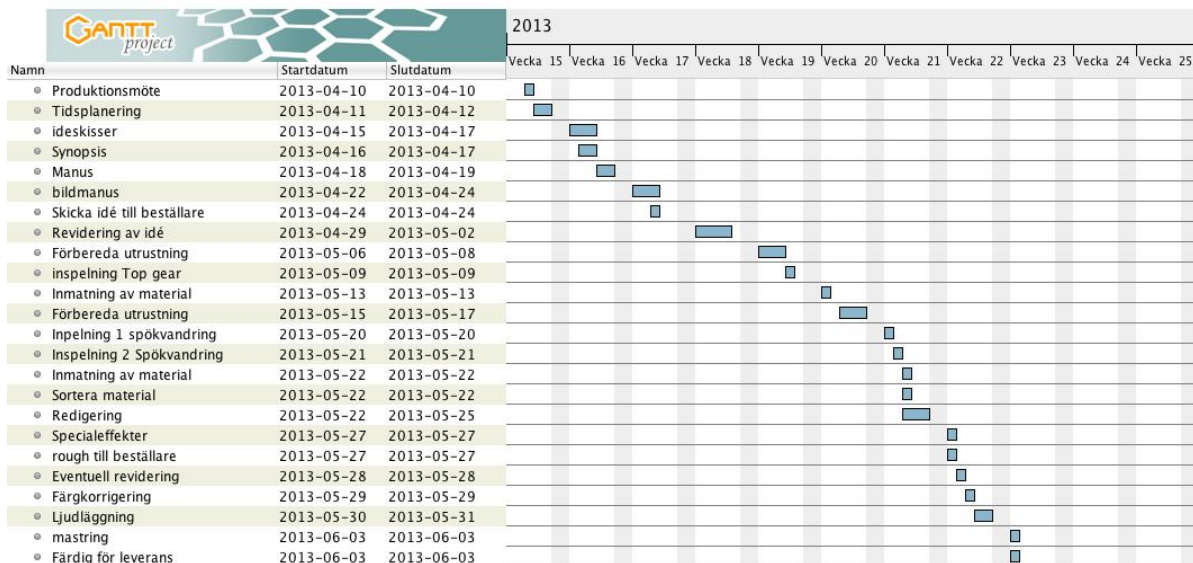
Efter mötet visste vi omfattning samt innehåll och kunde nu påbörja skissandet på idéer för att nå den tilltänka målgruppen samt få med det innehåll beställaren önskar.

#### **4.1.2 Tidsplanering**

För att lättare planera tiden för produktionen tog vi fram en tidsplan i form av ett GANTT-schema (se figur 1). Ett GANTT-schema är ett stapeldiagram där de olika aktiviteterna representeras med en stapel där stapelns längd motsvarar tiden. Valet av schema för tidsplaneringen grundar sig i att GANTT är en av de vanligaste, och mest användbara, metoderna att ta fram en tidsplan med.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Hydén, Johan. *KAMP – En projektmodell*. 2 uppl. Sollentuna: KAMP förlag, 2011. Sidan 37-38



Figur 1: GANTT-Schema med tidsplaneringen för projektet.

### 4.1.3 Målgrupp

För att nå målgruppen filmen riktar sig till bör berättandet anpassas efter deras förkunskaper, bakgrund, attityder och referensramar. Det är viktigt att välja en tittargrupp och fokuserar på denna, även om programmet ska ses av flera tittargrupper.

För att tilltala målgruppen tittade vi på vilken åldersgrupp de tillhörde, vilken bakgrund, utbildningsnivå, värderingar, förkunskaper och grundläggande attityder till ämnet. Dessa preferenser är viktiga att utgå från för att resultatet ska bli maximalt intressant och begripligt.<sup>31</sup>

### 4.1.4 Synopsis

En skriftlig, översiktlig beskrivning av innehållet av programmet och komposition kallas för synopsis.<sup>32</sup> Vi använde vår synopsis som ett kortfattat insäljningsdokument där vi överskådligt visade beställaren hur vi tänkt lösa problemet.<sup>33</sup>

<sup>31</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 45

<sup>32</sup> Wikipedia (sv): Synopsis, <http://sv.wikipedia.org/wiki/Synopsis>

<sup>33</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 52

### **Top Gear:**

*”Filmen börjar med utvändiga detalj- och helbilder på de bilar som deltar i upplevelsen. Efter de utvändiga bilderna visas bilder från förarsätet på en ferrari där en nyckel vrids om, och bilen startar. Snabbt efter startar även resterande bilar, de står uppradade, redo att trycka gasen i botten. Bilarna börjar en efter en att åka iväg och försvinner bort i hög hastighet.”*

### **Spökvandring:**

*”Filmen inleds med en vy över Gamla stan följt av kameraåkningar i mörka, mystiska och trånga gränder. Plötsligt dyker ett spöke upp i en gränd och berättar kort om den vandring kunden konsumerar. Samtidigt som spöket pratar visas bilder från vandringen.”*

#### **4.1.5 Manus**

För spökvandringsfilmen tog vi fram ett manus till en av karaktärerna då denne skulle stanna kvar efter upplevelsen. Först används manuset som en säljfunktion, då även detta visar uppdragsgivaren hur vi tänkt utforma filmen. Detta kallas för säljmanus och är ett utbyggt synopsis.<sup>34</sup> Vi ville förklara för potentiella köpare av upplevelsen vad de kommer att få uppleva:

*”Välkommen att följa med ut på en resa i gamla stans trånga mörka gränder där du kommer få ta del av Sveriges historia och möta personligheter som Kristina Gyllenstierna och Johan Jacob Ankarström”*

#### **4.1.6 Bildmanus**

Efter att gjort en översiktlig skiss av filmens innehåll skrev vi ner och formulerade olika idéer. Erik Fagerholm rekommenderar programskisser eller något mer detaljerade bildmanus (se figur 2).<sup>35</sup> Vi skrev ner idéerna då det är svårt att komma ihåg idéer som det endast pratas om muntligt.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 53

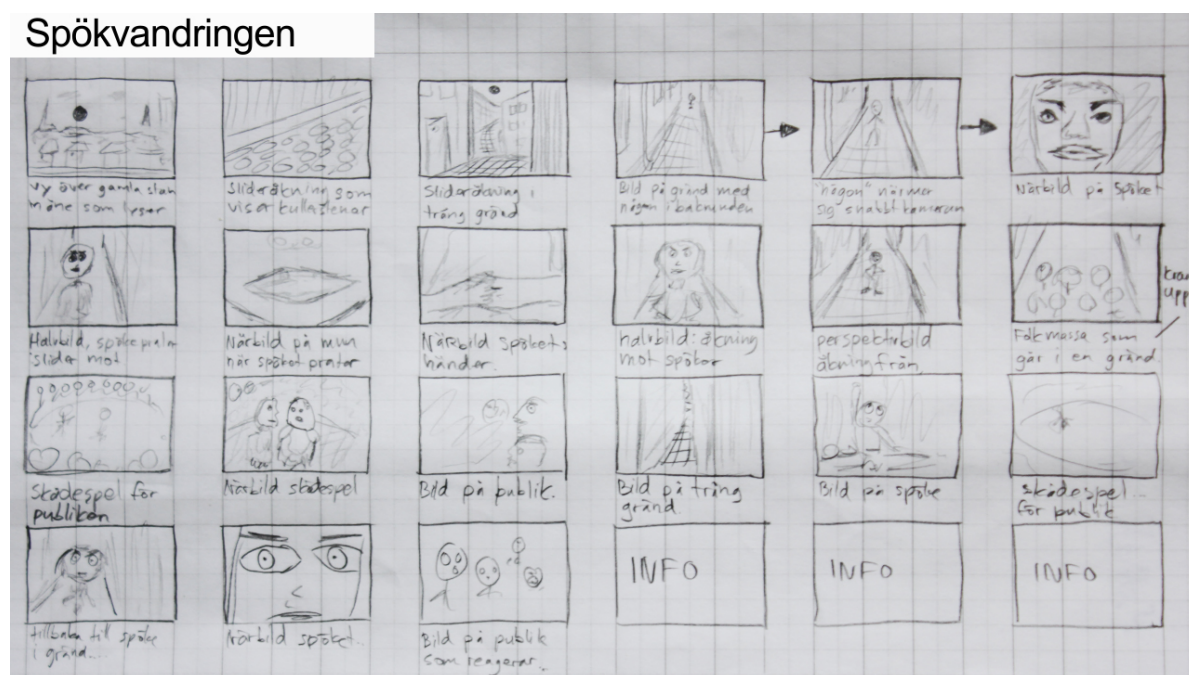
<sup>35</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 53

<sup>36</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 52

Vi valde att använda oss av ett bildmanus då det hjälper till att skapa en överblick av de scener som ska spelas in.<sup>37</sup> Det underlättar dessutom på inspelningsplatsen då tid och energi sparas och fokus istället kan läggas på det övriga arbetet än att vara visuellt kreativ och fundera ut de bästa vinklarna.<sup>38</sup> Ett bildmanus kan dessutom även fungera som ett redigeringschema när filmen senare ska klippas i efterarbetet.<sup>39</sup>

När man ritat ett bildmanus måste det sedan tidigare vara bestämt vilken typ av film som ska skapas. Detta på grund av att bilderna ska utformas på samma sätt, en film med mycket action har exempelvis ett speciellt bildspråk medan en skräckfilm har ett annat.<sup>40</sup>

En anledning till att vi gjorde ett bildmanus var även att det också kan fungera som ett hjälpmedel på inspelningsplatsen då vi på förhand vet vilka kameravinklar och kameraåkningar som behövdes för att fånga den känslan vi är ute efter. Vi beskrev även i bildmanuset detaljer såsom exempelvis kameraåkningar. Valet att använda oss mycket av kameraåkningar grundar sig i att det ofta förstärker bilder och skapar en närvarokänsla.<sup>41</sup>



**Figur 2: Bildmanus för inspelningen av spökvandringen.**

<sup>37</sup> Wikipedia (sv): Storyboard, <http://sv.wikipedia.org/wiki/Storyboard>

<sup>38</sup> Voodoo film: Storyboard, <http://www.voodooofilm.org/artikel/storyboard>

<sup>39</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 53

<sup>40</sup> Voodoo film: Storyboard, <http://www.voodooofilm.org/artikel/storyboard>

<sup>41</sup> Voodoo film: Kameraåkningar, <http://www.voodooofilm.org/artikel/akningar#akningarnas-betydelse>

## 4.2 Inspelning

### 4.2.1 Inspelningen

Det är optimalt att vara åtminstone två eller tre personer på inspelningsplatsen. En fotograf som ansvarar för kameran, en för ljud och en för eventuellt ljus.<sup>42</sup> Vi var två personer på inspelningarna där vi ansvarade för varsin kamera respektive ljud. Vi hade i planeringsprocessen bestämt vem som skulle ta vilka bilder, detta för att underlätta på inspelningsplatsen. Då vi inte var i behov av något ljus mer än en reflektionsskärm valde vi att inte hyra in någon ljussättare.

Producenten styr själva inspelningen på inspelningsplatsen. Denne person kan även fungera som ansvarig administratör och ansvarar därmed för inspelningstillstånd och dylikt.

Det kan vara ett problem om du måste både filma och regissera då den som regisserar ofta måste gå framför kameran och strukturera. Därför är det bra om en person kan fokusera enbart på regin.

Viktigt att tänka på är att tagningarna bör vara väl planerade och all utrustning testad innan inspelningen börjar.<sup>43</sup>

### Inspelning Top Gear

Under inspelningen av Top Gear använde vi oss av totalt 7 kameror, 4 stycken DSLR- och 3 stycken GoPro-kameror. GoPro är en kamera som kan monteras på hjälmar eller andra föremål för att filma eller fota.<sup>44</sup>

DSLR-kamerorna var alla fästa på olika utrustningar för att ge bättre vyer och fina kameraåknningar. Följande utrustning användes:

#### 1 st Steadicam:

Steadicam är en anordning som fotografen bär för att stabilisera kamerarörelser. Med denna anordning kan fotografen röra sig relativt fritt utan att få skakningar i bilden. Steadicam

---

<sup>42</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 60

<sup>43</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 61

<sup>44</sup> Wikipedia (En): GoPro, <http://en.wikipedia.org/wiki/GoPro>

används ofta i filmproduktion, tv och live-tv av olika slag.<sup>45</sup>

### **1 st Camera Crane:**

En kran där man fäster kameran som gör det möjligt att filma ovan föremålet.<sup>46</sup>

### **1 st Glidskena:**

En glidskena fungerar som en dolly där man monterar kameran för att göra en åkning.<sup>47</sup>

### **2 st Stativ:**

Ett stativ är en ställning med tre ben som används för att hålla upp kameran. Stativet att undvika vibrationer och hålla stabilitet eller kvarstå i samma position.

GoPro-kamerorna fästes på bilarna i olika vinklar men även på några utav deltagarnas huvuden (se figur 3). Detta för att fånga fartkänslan från bilarna som annars är svår att få via DSLR-kameror.



**Figur 3: GO-Pro-kamerans bild.**

---

<sup>45</sup> Voodoo film: Steadicam, <http://www.voodooofilm.org/ordlista/term/steadicam>

<sup>46</sup> Voodoo film: Kran, <http://www.voodooofilm.org/ordlista/?query=crane>

<sup>47</sup> Voodoo film: Åkvagn, <http://www.voodooofilm.org/ordlista/term/akvagn>

För att få så bra ljudupptagning som möjligt användes:

- 1 st Mikrofon (Röde NTG2 shotgun microphone)
- 1 st Ljudinspelare (Zoom h4N)

### **Inspelning Spökvandring**

Under inspelningen av spökvandringen filmade vi med två stycken DSLR-kameror. Dessa användes både på fri hand, på shoulder rig samt på en slider.

Vi började med att filma upplevelsen när alla deltagare var med, detta för att kunna visa bilder från upplevelsen. Efteråt filmade vi en utav skådespelarna som i karaktär utklädd till spöke berättade kort om vandringen.

Inspelningsdagen avslutades med att filma bilder på trånga gränder och andra detaljer som präglar gamla stan.

#### **4.2.2 Personregi**

Vi överförde våra intentioner till skådespelaren genom att regissera, exempelvis genom att vi själva demonstrerade våra idéer, något som enligt Erik Fagerholm är viktigt.<sup>48</sup>

Då vi ville ha en lite mystisk och läskig känsla även hos karaktären var det viktigt att denne uttryckte detta med hjälp av sitt kroppsspråk och tal. Med tanke på bildkomposition och kameravinklar instruerade vi hur rörelsemönstret hos skådespelaren skulle se ut. Ibland händer det att en scen måste tas om, då är viktigt att informera skådespelaren om varför den tas om.<sup>49</sup>

#### **4.2.3 Bildberättande**

Bilderna är grunden för berättandet, därför är den en grundregel att genom hela produktionsarbetet ha detta i bakhuvudet, från första filmidé till slutredigeringen.

Grundreglerna innefattar bland annat jumpcuts (bilden hoppar till eftersom klippen efter varandra är för lika),<sup>50</sup> bildsekvenser och meningsuppbyggnader.

---

<sup>48</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 88

<sup>49</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 88

<sup>50</sup> Voodoo Film: Jump-cut, <http://www.voodooofilm.org/ordlista/term/jump-cut>

Scenernas längd kan markera olika stämningar i programmet. Används korta scener genererar det högt tempo vilket vi valt att använda i Top Gear-filmen. I den andra filmen, spökvandringen, använder vi oss av lite längre scener som signalerar en lugnare och kusligare stämning. Den exakta längden på klipp/scenerna fastställs senare i redigeringsarbetet.<sup>51</sup>

## 4.3 Efterarbetet

### 4.3.1 Redigering

När vi redigerade filmerna hade vi många olika bildsekvenser och ljudsekvenser. För att få fram budskapet sammanfogades alla sekvenser. Det är på sättet klipp sammanfogas som filmen formas. Då vi hade mycket filmmaterial användes enbart de bästa klipp från inspelningen. Vi sorterade upp klipp i olika mappar för att på så vis lättare hitta de klipp som var användbara. När klipp i denna del av processen sätts ihop tillsammans får bilderna en helt ny betydelse.<sup>52</sup>

Gällande bildväxling är det viktigt att placeringen och dess utformning är motiverat för att kunna föra berättelsen framåt. Därför började vi med att göra en grovklippning där allt lades i rätt ordning för att sedan justera och trimma klipp.<sup>53</sup>

För att få en lite mer sportig och actionfylld känsla på Top gear-filmen användes många klipp i korta sekvenser med snabba kameraåkningar. Filmen blev på så vis fartfyllt vilket också upplevelsen som filmen visar är.

Spökvandringsfilmen skulle inte vara lika fartfylld utan långsammare och kuslig. Därför använde vi lite längre klipp med långsamma åkningar för att förmedla den känslan.

---

<sup>51</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 92

<sup>52</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 126

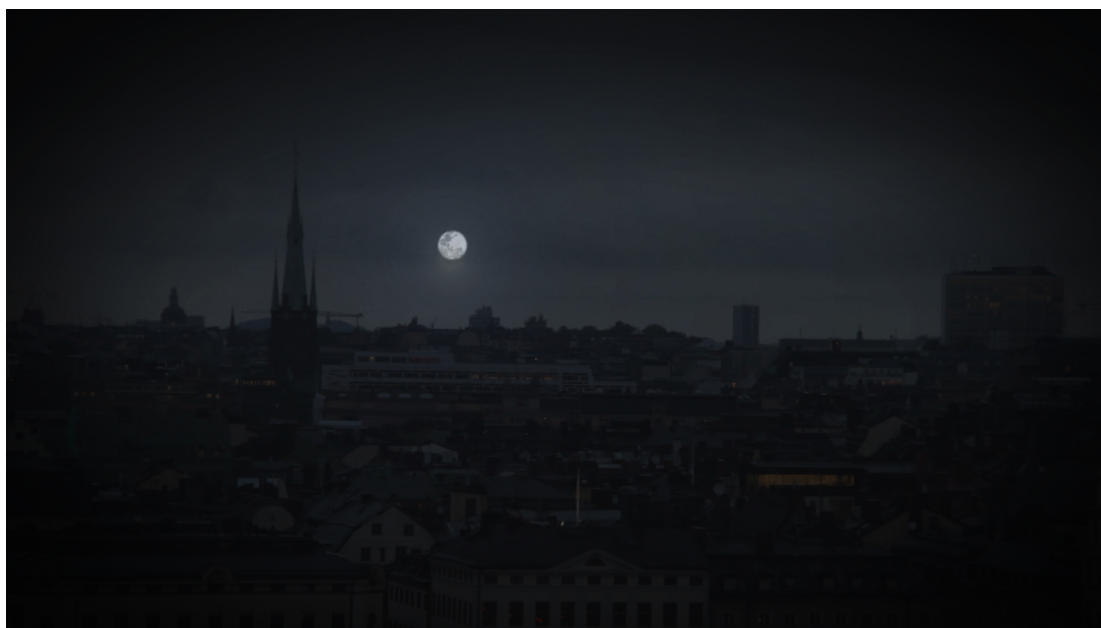
<sup>53</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 133

### 4.3.2 Effekter

Effekter skapas vid redigeringen såsom övertoningar, ljuseffekter, wiper med mera.<sup>54</sup> I spökvandringsfilmen skapade vi en fullmåne som lades in i originalklippet. Detta för att en fullmåne ofta symboliserar skräck och ger en kusligare stämning (se figur 4 och 5).<sup>55</sup>



**Figur 4: Originalbilden.**



**Figur 5: Bild med tillagda effekter (ljudeffekter, måne m.m.)**

---

<sup>54</sup> Voodoo Film: Klippning, <http://www.voodooofilm.org/artikel/klippning>

<sup>55</sup> Illustrationerna är optimerade för skärmvisningar; s/v utskrifter kan ha svårt att förmedla effektkänslan.

Då det var ljust ute var inga lampor tända fick vi med hjälp av datorn skapa belysning (se figur 6 och 7). Vi har även bytt ut den ljusa himlen till en svart himmel med måne. Dessa effekter tillsammans med färgkorrigering hjälper till att skapa en känsla av att det var mörkt ute när vi filmade.



**Figur 6: Originalbilden.**



**Figur 7: Bild med tillagda effekter.**

### 4.3.3 Färgkorrigering

I redigeringsprogrammet finns det möjlighet att förändra bilderna genom att förändra skärpa, färger och kontrast. Färgkorrigering användas för att korrigera eventuella brister i bilden eller för att skapa en viss stämning. Vi använde detta delvis för att skapa en viss stämning men även för att få alla klipp att passa ihop bättre då ljusförhållandena ibland skiljde sig. Flera av bilderna från spökvandringen är inspelade när det fortfarande var ljust ute, vilket ledde till att vi korrigerat om klippens så att det ser ut som kväll/natt (se figur 8 och 9).



Figur 8: Originalbilden.



Figur 9: Bild med tillagda effekter.

För att säkerställa att färgkorrigeringen inte hade för hög färgmättnad kopplades en tv-skärm in. Detta är att rekommendera eftersom datorskärmen gör att du gärna ställer in en för hög färgmättnad.<sup>56</sup>

#### 4.3.4 Ljudläggning

I slutskedet av klippningen börjar själva ljudläggningen. I detta skede av processen skiljs ljud och bild åt. Här gäller det att göra en så kallad dialogläggning vilket innebär att alla ljudklipp görs om så att de fungerar rent innehållsmässigt och tekniskt. De repliker som inte fungerar eftersynskas och rörelseljud som inte fungerar görs om och läggs på plats. Vi behövde inte göra någon eftersynkning på dialoger men däremot lägga på ljud såsom motorljud och atmosfärljud. När man lägger på dessa ljud är det bra om bilden är helt klar så att du vet att bilden inte kommer ändras då ljudläggningen kan testas mot bild. Musiken brukar dyka upp i slutskedet av ljudläggningen när effekter och annat ljud är på plats.<sup>57</sup>

Ljudet består av:

- Dialog
- Atmosfärljud (långa ljud, exempelvis trafikbrus eller fågelkvitter)
- Ljudeffekter (korta ljud, exempelvis dörrgnissel eller smällar)
- Musik<sup>58</sup>

Vi använde ljudet som en del i berättandet för att:

- Skapa eller bryta kontinuitet
- beskriva innebörden av olika platser
- leda åskådarens uppmärksamhet
- beskriva ljudmiljön
- skapa eller bryta tempo och rytm<sup>59</sup>

---

<sup>56</sup> Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006. Sidan 138

<sup>57</sup> Dykhoff, Klas. *Ljudbild eller synvilla?* Malmö: Liber, 2002. Sidan 14-15

<sup>58</sup> Dykhoff, Klas. *Ljudbild eller synvilla?* Malmö: Liber, 2002. Sidan 26

<sup>59</sup> Dykhoff, Klas. *Ljudbild eller synvilla?* Malmö: Liber, 2002. Sidan 34

## 5. Resultat

Målet med projektet var att leverera två färdiga filmer redo att implementeras på beställarens hemsida. Dessa filmer skulle vara utformade efter beställarens behov och önskemål. Båda filmerna är idag helt färdiga och ligger uppe på kundens hemsida.

Spökvandringsfilmen utspelar sig i Gamla stan när det är mörkt och ger ett kusligt intryck då kyrkklockor tillsammans med nattlig atmosfär hörs samtidigt som fullmånen lyser upp i mörkret. I filmens intro visas tomma gränder i som även de genererar en läskig och kuslig känsla. Efter det korta introt dyker en av skådespelarna upp i bild sminkad och utklädd till en sedan länge död historisk person. Denne person berättar med en obehaglig röst vad besökarna kan förvänta sig om de vågar gå spökvandringen. Under tiden skådespelaren pratar rullar det klippbilder från vandringen samt kusliga bilder från Gamla stans tomma gränder. Under filmen ligger även ett kusligt ljudspår som förstärker beställarens önskan om mystik och kuslighet.

Top Gear-filmen äger rum ute på ett flygfält där bilförarna ges möjlighet att trycka gasen i botten. Filmen inleds med högt tempo där bilder på flygfältets omgivning visas följt av de bilar som används i upplevelsen. Bilder visas på bilarnas motorer, däck, linjer, fälgar och märken. Musikens tempo ökar successivt för att tillslut nå maximalt tempo då bilarna startar och åker iväg i hög hastighet. Vi fångar således snabba klipp, fina kameraåkningar och häftiga närbilder på bilarna, vilket uppfyller beställarens önskemål. Filmens snabba klippning och musik hjälper till att förstärka den fartfyllda upplevelse som Top Gear faktiskt är.

Filmerna publicerades på beställarens hemsida och de var mycket nöjda med resultatet. De var imponerade över att vi lyckats få till två så pass bra filmer på den korta tid vi hade för uppdraget. Filmen ”Top Gear”<sup>60</sup> har idag (2015-01-11) 6721 visningar och filmen ”Spökvandring”<sup>61</sup> har idag (2015-01-11) 12 717 visningar.

---

<sup>60</sup> Länk till filmen ”Top Gear” : [https://www.youtube.com/watch?v=Tu\\_sdkj5CR8](https://www.youtube.com/watch?v=Tu_sdkj5CR8)

<sup>61</sup> Länk till filmen ”Spökvandringen”: <https://www.youtube.com/watch?v=axx16GBdOa0>

## 6. Slutsats och diskussion

### 6.1 Förstudier

I första skedet av processen träffade vi kunden för att få reda på information kring beställarens gällande filmernas innehåll. Detta möte var mycket givande och gav en bra start i processen då vi under idéstadiet utformade innehåll utifrån beställarens önskemål. Efter produktionsmötet gjorde vi en tidsplanering och ett GANT-Schema där vår ambition var att följa tidsplaneringen, vilket dock inte har varit möjligt på grund av oförutsägbara händelser. En stor anledning till detta var att vi behövde två inspelningsdagar till Top gear-filmen istället för en som det från början var tänkt. Detta resulterade i att redigeringsarbetet försenades.

Förstudierna gick bra då kunden var tydlig med vilken målgrupp och även den känsla filmerna skulle förmedla. Eftersom kunden var väldigt tydligt med hur de ville ha det så gick arbetet med idéskissandet väldigt smidigt. Då vi varken hade tid eller budget för att rekognoscera platsen där Top gear-filmen skulle spelas in kunde vi inte följa bildmanus till punkt och pricka. Detta medförde att vi inte kunde få alla de bilder och vinklar vi önskat vilket i sin tur ledde till att vi var tvungna att ha två inspelningsdagar. Vår slutsats av detta är att det viktigt med rekognoscering för att spara tid på inspelningsplatsen med också för slippa en extra inspelningsdag.

Inspelningsplatsen av spökvandringen i Gamla stan rekognoscerade vi och kunde därmed skissa upp ett bildmanus som enklare kunde följas både under inspelning och i redigeringsarbetet.

### 6.2 Inspelning

Då detta har varit ett noll-budget-projekt hade vi ingen möjlighet att ha med oss någon elektriker eller hyra extra utrustning. Därför har vi använt oss av vår egen utrustning till samtliga inspelningar för att minimera kostnaderna. I artikeln *Show us what you can do - Using videos to boost sales* skriver April Joyner om hur det idag är möjligt att för en billig peng köpa professionell utrustning och göra seriösa videos. I och med detta har vi idag har egen utrustning som fungerar alldeles utmärkt att göra professionell videos med.

Inför första dagen av Top gear-inspelningen hade vi som tidigare nämnt inte rekognoscerat platsen vilket gjorde det något besvärligt. Inspelningsplatsen för detta event ligger 20 mil bort och vi hade varken tid eller pengar för att besöka platsen innan inspelning.

Väl på plats var de ansvariga för eventet stressade eftersom de låg efter i tidsplanen. Detta ledde till att vi inte hann få med de klipp och vinklar vi önskat. Då schemat var tajt och arrangörerna stressade fick vi heller ingen möjlighet att fästa GoPro-kamerorna på bilarna. Något som för oss var väldigt viktigt att få med. Efter inspelningsdag 1 var vi därför inte helt nöjda med det insamlade materialet då vi behövde filma fler vinklar för att leverera det resultat beställaren önskat. Vi bestämde därför snabbt att vi behövde en extra inspelningsdag för denna film.

Inför den andra inspelningsdagen visste vi hur inspelningsplatsen såg ut och kunde därför följa ett enklare bildmanus innehållande de vinklar vi inte fått med under första inspelningsdagen. Då tidschemat följdes denna dag fick vi tid till att fästa GoPro-kamerorna på bilarna. Efter den andra inspelningsdagen kände vi oss nöjda med det insamlade materialet.

Inför inspelningen av spökvandringen på Gamla stan besökte vi platsen vilket underlättade när vi senare filmade. Fokus under första inspelningsdagen var att fånga skådespelarna under spökvandringen samt filma en scen med en av skådespelarna. Filmens klippbilder filmades under dag två.

Rollfördelning var än en gång bra och vi kunde koncentrera oss på våra ansvarsområden. Under denna inspelning fick Simon även regissera en av skådespelarna. Skådespelaren var professionell och kom själv med idéer samtidigt som hon tog till sig av det som sades.

När klippbilderna spelades in under inspelningsdag två kunde vi i lugn och ro följa bildmanus och därmed få de klippbilder vi var ute efter. Inspelningen av spökvandringen flöt på mycket bra och vi fick det materialet vi behövde.

## 6.3 Efterarbetet

Vi har redigerat i programmet Avid media composer och skapat effekterna i programmet Adobe After Effects. Loggning valde vi att hoppa över eftersom det är en liten produktion med relativt få klipp att hantera. Eftersom vi var tvungna att komplettera material till Top gear-filmen kunde vi inte börja redigera innan vi hade allt material inspelat.

Under de två dagar som inspelningen ägde rum i Gamla stan var väderförhållandena likvärdiga, vilket sparade oss tid i redigeringsarbetet då vi inte behövde korrigera bilderna så att de stämde överens. Hade vädret skiljt sig åt väsentligt hade färgkorrigeringen tagit mycket längre tid.

Då beställaren ville ha en mystik och lite kuslig stämning på denna film ville vi på bästa sätt få fram detta under redigeringen. Eftersom klippen från Gamla stan är inspelade då det inte var mörkt valde vi att genom färgkorrigering lägga in så att det ser ut som att filmen är utspelar sig när det är mörkt. Allt effektskapande och redigering flöt på mycket bra och vi ställdes inte inför några större problem.

Efter första inspelningen av Top gear fick vi inte det materialet vi var i behov av då vinklar och bilder saknades. Efter andra inspelningsdagen var vi nöjda och kunde därmed påbörja postproduktionen.

Förutom förseningen med Top gear anser vi att postproduktionen gått väldigt bra. Vi känner att vi med spökvandringsfilmen ringar in den målgrupp vi utgått ifrån samtidigt som vi mött beställarens övriga önskemål med filmen.

## 6.4 Ljudläggning

Den huvudsakliga ljudupptagningen har vi gjort med en extern mikrofon som vi koppla till en extern ljudupptagare samt en extern hand-enhet. Denna lösning har fungerat väldigt bra, då de kameror vi använt inte tagit upp tillräckligt bra ljud.

Vidare har vi lagt till ljudeffekter på vissa delar av filmerna. När vi lagt in ljudklippen har vi utgått från vår kunds ledord; ”mystik”, ”kuslighet” och ”fart”. Med detta i åtanke har ljudläggningen gått bra.

Ett väl genomfört förarbete är viktigt för att resultatet ska bli så bra som möjligt. Är inte förarbetet väl genomfört kan slutprodukten bli lidande. Tänk på att det underlättar i postproduktionen om vädret är likvärdigt under inspelningstillfällerna.. På inspelningsplatsen är det viktigt att personerna som medverkar har tydliga roller för att spara tid och slippa eventuella oklarheter på plats.

## 7. Referenser

Dykhoff, Klas. *Ljudbild eller synvilla?* Malmö: Liber, 2002.

Fagerholm, Erik. *Filma bättre*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2006.

Furhammar, Leif. *Den rörliga bildens århundrade*. Stockholm: Natur och kultur, 2001.

Granath, Thomas. *Manus & dramaturgi för film*. 2 uppl. Malmö: Liber, 2003.

Hydén, Johan. *KAMP – En projektmodell*. 2 uppl. Sollentuna: KAMP förlag, 2011.

Joyner, April. Show us what you can do. *Inc.* Vol. 32 Issue 1 (2010): 81-84.

Kubrickwannabie: Wipes, <http://www.kubrickwannabie.com/2008/06/wipes-film-editing-technique.html> [Hämtad: 2013-08-01]

Nationalencyklopedin: Beställningsfilm, <http://www.ne.se/bestallningsfilm> [Hämtad: 2013-04-02]

Nationalencyklopedin: Storyboard, <http://www.ne.se/enkel/storyboard> [Hämtad: 2013-04-09]

Nationalencyklopedin: Synopsis, <http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/lang/synopsis> [Hämtad: 2013-05-21]

Voodoo film: Filmhistoria, <http://www.voodooofilm.org/artikel/filmhistoria-1895-1926> [Hämtad: 2013-04-07]

Voodoo film: Filmhistoria, <http://www.voodooofilm.org/artikel/filmhistoria-1927-1958> [Hämtad: 2013-04-07]

Voodoo Film: Jump-cut, <http://www.voodooofilm.org/ordlista/term/jump-cut> [Hämtad: 2013-05-22]

Voodoo film: Kameraåkningar, <http://www.voodooofilm.org/artikel/akningar#akningarnas-betydelse> [Hämtad: 2013-05-22]

Voodoo Film: Klippning, <http://www.voodooofilm.org/artikel/klippning> [Hämtad: 2013-05-16]

Voodoo film: Kran, <http://www.voodooofilm.org/ordlista/?query=crane> [Hämtad: 2013-04-09]

Voodoo film: Steadicam, <http://www.voodooofilm.org/ordlista/term/steadicam> [Hämtad: 2013-04-09]

Voodoo film: Storyboard, <http://www.voodooofilm.org/artikel/storyboard> [Hämtad: 2013-05-21]

Voodoo film: Synopsis, <http://www.voodooofilm.org/artikel/synopsis-outline-treatment> [Hämtad: 2013-05-21]

Voodoo film: Åkvagn, <http://www.voodooofilm.org/ordlista/term/akvagn> [Hämtad: 2013-04-09]

Wikipedia (En): GoPro, <http://en.wikipedia.org/wiki/GoPro> [Hämtad: 2013-04-09]

Wikipedia (Sv): Digitalkamera, <http://sv.wikipedia.org/wiki/Digitalkamera> [Hämtad: 2013-04-09]

Wikipedia (sv): Jump Cut, [http://sv.wikipedia.org/wiki/Jump\\_cut](http://sv.wikipedia.org/wiki/Jump_cut) [Hämtad: 2013-08-01]

Wikipedia(sv): Postproduktion, <http://sv.wikipedia.org/wiki/Postproduktion.html> [Hämtad: 2013-08-01]

Wikipedia (sv): Synopsis, <http://sv.wikipedia.org/wiki/Synopsis> [Hämtad: 2013-05-21]

Wikipedia (sv): Storyboard, <http://sv.wikipedia.org/wiki/Storyboard> [Hämtad: 2013-05-21]