

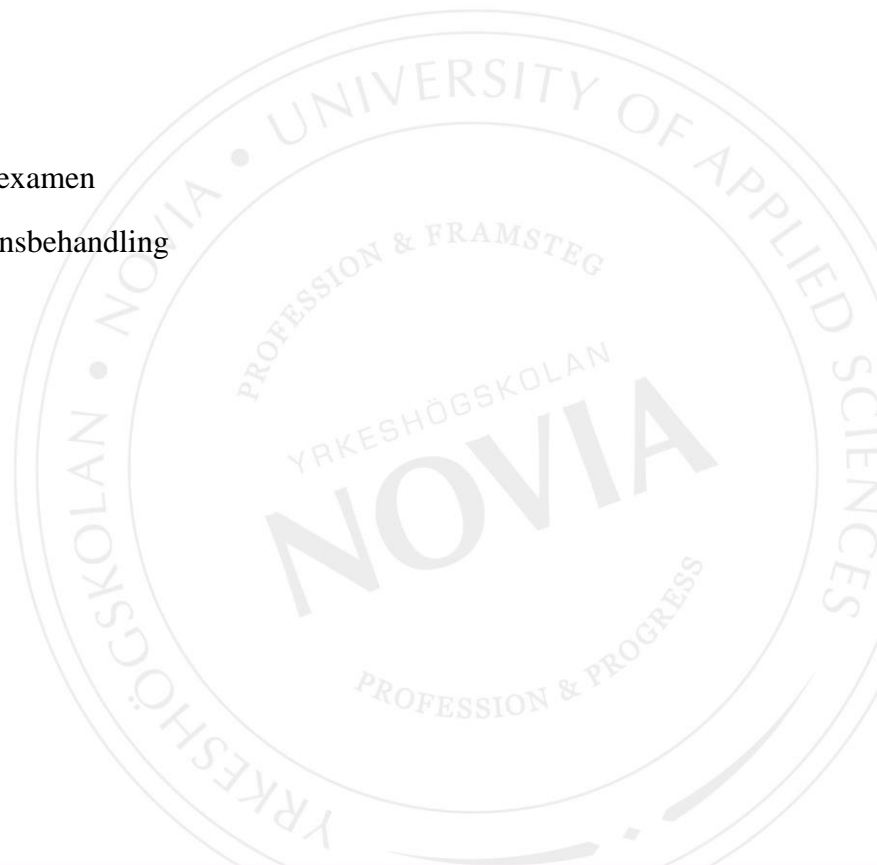
En marknadsföringsfilm för en hundförening

Matilda Salo

Examensarbete för Tradenom (YH)-examen

Utbildningsprogrammet i Informationsbehandling

Raseborg 2018



EXAMENSARBETE

Författare: Matilda Salo

Utbildning och ort: Informationsbehandling, Raseborg

Handledare: Klaus Hansen

Titel: En marknadsföringsfilm för en hundförening

Datum 29.11.2018 Sidantal 30

Bilagor 0

Abstrakt

Meningen med examensarbetet är att göra en video för Västnyländska Hundföreningen som visar olika kurser och träningar som de erbjuder för människor och deras hundar. I tillverkning av videon använder jag för det mesta Adobe Premiere för att sätta ihop filmen.

Förutom det har jag använt Photoshop för att fixa till några bilder som också är med i filmen.

Videon har också musik som editeras så den passar in i videon. Musiken har editerats till en del med Adobe Premier, tillsammans med filmen. Det berättas också om musik, hur man väljer rätt musik till en video och var man kan hitta musik utan att få problem med copyright.

Arbetet berättar om de olika hobbyerna och hur jag har planerat och satt ihop videon. Den berättar också om filmandet, bildhanteringen och musiken jag valt. Förutom det berättar det om marknadsföring, marknadsföringsfilm, filmning och editering av film, bilder och ljud. Marknadsföring görs mest via internet och med datorer, vilket gör att det finns mycket att tänka på för att man ska stå ut från all annan marknadsföring som finns.

Det finns en hel del som man behöver tänka på när man planerar och sen lagar en film av något slag, både med planering och filmning och editering.

Videon kommer kanske att användas av föreningen på deras webbsida och/eller deras Facebook sida.

Språk: Svenska

Nyckelord: Hund, Video, Premiere, Photoshop

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Matilda Salo

Koulutus ja paikkakunta: Tietojenkäsittely, Raasepori

Ohjaaja(t): Klaus Hansen

Nimike: Markkinointivideo koirayhdistykselle

Päivämäärä 29.11.2018 Sivumäärä 30

Liitteet 0

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tarkoituksena on tehdä video Länsi-Uudenmaan Koirayhdistykselle, joka esittelee erilaisia kursseja ja koulutusta, joita he tarjoavat koirille ja heidän omistajilleen. Videon tuottamisessa käytetään useimmiten ohjelmaa Adobe Premiereä videon kokoamiseen.

Tämän lisäksi olen käyttänyt Photoshopia muokatakseni joitakin videossa olevia kuvia.

Videolla on myös musiikkia, joka on muokattu aiheeseen sopivaksi. Sekä musiikki että video ovat osittain muokattu Adobe Premieressä. Työ kertoo myös musiikista ja siitä, miten valita oikea musiikki videolle ja mistä löytää musiikkia ilman tekijänoikeusongelmia.

Työssä kerrotaan eri harrastuksista ja siitä, miten olen suunnitellut ja koonnut videon. Se kertoo myös kuvaamisesta, kuvankäsittelystä ja valitsemastani musiikista. Lisäksi se kertoo markkinoinnista, myynninedistämiselokuvasta, elokuvien, kuvien ja äänten kuvaamisesta ja muokkaamisesta. Markkinointi tehdään pääosin internetin ja tietokoneiden välityksellä, mikä tarkoittaa, että on syytä ajatella miten erottua muista markkinoilla olevista markkinoijista.

On paljon huomioitavaa, kun suunnittelee ja laatii minkäänlaista videota. Tämä koskee niin suunnittelua, kuvausta että muokkaamista.

Länsi-uudenmaan Koirayhdistys saattaa käyttää videota verkko- ja / tai Facebook-sivuillaan.

Kieli: Ruotsi

Avainsanat: Koira, Video, Premiere, Photoshop

BACHELOR'S THESIS

Author: Matilda Salo

Degree Program: Business Information Technology, Raseborg

Supervisor(s): Klaus Hansen

Title: A promotional video for a Dog Association

Date 29.11.2018 Number of pages 30

Appendices 0

Abstract

The purpose of the thesis work is to make a video for Länsi-uudenmaan Koirayhdistys, which shows different courses and training that they offer to people and their dogs. In the production of the video, I mostly used Adobe Premiere to put the movie together.

In addition to that, I have used Photoshop to edit some pictures that are also included in the video.

The video also has music edited to fit the video. The music has been edited to a part with Adobe Premier, along with the movie. The thesis also goes into detail about music, how to choose the right music for a video and where to find music without having copyright problems.

The thesis tells about the different hobbies and how I have planned and put together the video. It also tells about the filming, image management and the music I chose. In addition, it looks at about marketing, promotional film, filming and editing of film, images and sounds. Marketing is mostly via the internet and with computers, which means that there is a lot to keep in mind in order to stand out from any other kinds of marketing available.

There is a lot to remember when planning and making a video of any kind, both with planning and filming and editing.

The video may be used by the association on either their website or their Facebook page or both.

Language: Swedish

Key words: Dog, Video, Premiere, Photoshop

Innehåll

1	Introduktion	1
2	Syfte och mål	1
3	Marknadsföringsfilm.....	1
3.1	Vad är en marknadsföringsfilm?	1
3.2	Vad ska man tänka på när man gör en marknadsföringsfilm?	2
3.3	Marknadsföring överlag	4
4	Agility.....	7
5	Rally-toko	10
6	Lydnad.....	11
7	Nos-arbete.....	13
8	Filmandet.....	14
8.1	Planering av filmning.....	14
8.2	Filmandet.....	17
8.3	Medverkande i film.....	20
9	Editerande.....	20
9.1	Editering av film.....	20
9.2	Musik.....	23
9.3	Feedback och mer editering.....	25
10	Slutresultat.....	26
11	Granskning och sammanfattning.....	27
	Källförteckning	28

1 Introduktion

Videon som skapas ska inspirera medlemmarna att börja göra mer saker, vara mer aktiva i Västnyländska Hundföreningen, få dem att prova något nytt, aktivera sig och sin hund. Videon kan kanske få nya människor att bli intresserade av kurserna och gå med i föreningen.

Videon kommer möjligtvis att komma på föreningens Facebook-sida och kanske den kommer att vara i övrig användning också. Det är föreningen som bestämmer vad de gör med dem, om de gör någonting alls.

Själv har jag med det här arbetet vunnit en hel del själv. Jag har gjort något för en förening som jag är medlem i, vilket ger en bra känsla. Jag har också fått öva på en hel del saker, som filmplanering, filmning, videoeditering, ljudeditering och bildeditering.

2 Syfte och mål

Syftet med arbetet är att berätta hur jag har gjort och vad jag har använt mig av för att skapa en inspirerande marknadsföringsfilm för Västnyländska Hundföreningen.

Videon ska visa/berätta om olika saker man kan göra i föreningen, som agility, lydnad, nosarbete och rally-toko. Videon visar korta klipp om de olika sakerna och de korta klippen är sammansatta av flera korta klipp. Videons totala längd ska vara omkring en minut.

Videon ska förutom filmmaterial också ha några bilder och musik som passar in med det som händer på filmen och vad videon berättar om.

3 Marknadsföringsfilm

3.1 Vad är en marknadsföringsfilm?

En marknadsföringsfilm är en film som man använder för att marknadsföra något. Det man marknadsför kan vara mer eller mindre vad som helst, ett företag, en förening, en produkt eller en tjänst. Video är en stor del av marknadsföring, oavsett vad man försöker marknadsföra. Man kan använda videon för att marknadsföra mer eller mindre vad som helst. Videon som man sen kan använda för att locka mer intresserade människor eller få mer människor att bli intresserade av vad man erbjuder.

En marknadsföringsfilm är ett bra sätt att marknadsföra vad man vill, eftersom man kan sätta filmer mer eller mindre var som helst på internet, till exempel sociala medier som Facebook eller Youtube. Eftersom många människor finns på sociala medier finns det en stor chans att de kommer se marknadsföringsfilmen i något skede när de är inne på Internet, eftersom många människor använder det dagligen. (FilmDaily.tv 2018)

3.2 Vad ska man tänka på när man gör en marknadsföringsfilm?

När man börjar fundera på att laga en marknadsföringsfilm finns det en del saker som man ska tänka på när man planerar för att få filmen att bli så bra som möjligt. Det finns saker som man ska börja fundera på redan före man börjar fundera på själva filmen. Man vill säkert att filmen ska bli så bra som möjligt för att vara mer intressant för människor och locka mer potentiella kunder eller medlemmar. För att göra filmen så intressant som möjligt behöver man planera ordentligt, så man vet vad man gör när man börjar laga själva filmen.

Först behöver man veta vad det är man försöker marknadsföra. Om det är en produkt, flera produkter, ett företag, en förening eller något annat. Man planerar hur marknadsföringsfilmen bäst marknadsför just det man vill och på vilket sätt man marknadsför det. Man behöver veta vad det är man ska berätta om det man marknadsför på ett sådant sätt att det fångar människors uppmärksamhet och de kommer ihåg saken senare också och inte bara när de ser marknadsföringen för det. Man vill försöka marknadsföra det man marknadsför på ett sådant sätt att människor blir intresserade och tycker att det är något som är värt att spendera pengar och/eller tid på.

En annan sak som man ska tänka på före man börjar arbeta på själva filmen är att veta vilka sorters människor man riktar filmen till. Det gäller alla sorters filmer, inte bara marknadsföringsfilmer. Man ska behöva anpassa filmens stil och innehåll och andra saker så att de passar och tilltalar de människor som den är huvudsakligen riktad till. Man ska komma ihåg att filmen ska vara underhållande för att hålla människors uppmärksamhet från början till slut, så de inte blir uttråkade och slutar titta på den eller glömmer bort den genast efter att de sett den. Olika sorters människor, till exempel lika åldersgrupper, är underhållna av olika saker, så man behöver tänka ut och komma på vad den gruppen människor som man riktar sig till tycker om.

Det finns olika sätt att göra marknadsföringsfilmer och olika stilar att göra filmen på. Man kan till exempel göra ett bildspel med bilder eller foton och lite text och musik eller någon som berättar om saken i bakgrunden. Man kan göra en video genom att spela in något som

man gör på sin dataskärm. Det kan vara bilder eller program eller PowerPoints eller något annat som man kommer på. Man kan sen editera det och göra det till en intressant och visande film. Ett annat alternativ är att filma det man vill marknadsföra och göra det till en intressant film, som visar varför det man marknadsför är så bra och varför människor borde bli intresserade av det. Det är bra att ha människor eller kanske djur med i filmen. Människor gillar att titta på andra människor och människor speciellt gillar att titta på söta djur som hundar eller katter eller något annat. Då kommer man att behöva någon sorts utrustning för att filma och någon eller något att filma, som inte har problem med det och klarar bra av att bli filmad. (Wortzelius 2012)

Man behöver också tänka på att inledningen till filmen är lika viktig som resten av filmen och är vad som människor ser först och det är då de beslutar om de ser resten av filmen eller inte. Om introduktionen är för tråkig, kanske de inte vill se resten för de antar att resten av filmen också kommer vara lika tråkig och de förlorar allt intresse i ämnet. Så om man lagar en intressant introduktion som fångar människors intresse, är det mer troligt att de kommer att se hela filmen till slut. Enligt Wortzelius (Wortzelius 2012) och Pickard-Whitehead (Pickard-Whitehead 2018) försvinner 20% av tittarna inom de första 10 sekunderna om videon är för tråkig. Det betyder att något inom de första 10 sekunderna måste vara intressant och fånga tittarnas intresse. Man ska komma ihåg att videon inte kan vara för lång, för då blir folk lätt uttråkade och tycker att den är för lång och slösar deras tid. Enligt Wortzelius (Wortzelius 2012) försvinner 50% av tittarna efter att en minut gått, så en video som är en minut eller kortare borde vara en bra längd. Inte för lång, inte för kort, utan en bra längd att säga det som behövs utan att dra ut på det och bli tråkig.

En sak som drar tittare till filmen är en bra titel som låter intressant, så det är bra att komma på en kreativ och unik titel som fångar människors intresse bland alla andra marknadsföringsfilmer som finns överallt på internet.

Ett bra sätt att få människors uppmärksamhet och få dem att bli mer intresserade att se videon till slut är att göra den till en liten historia. En historia som är centrerad runt det man marknadsför, som får fram olika känslor från människor som ser på filmen. Det gör att de associerar det som marknadsförs med känslan, någon positiv känsla passar nog bäst, vilket gör att de är mer troliga att vara intresserade av det som marknadsförs när de stöter på det i verkligheten.

En sak som man kan ha i bakgrunden av marknadsföringsfilmen är musik, för att skapa en bra stämning och atmosfär. En annan sak man kan ha som ljud är att ha människor som

beskriver varför det som marknadsförs är så bra. Människorna kan vara inblandade i det som marknadsförs och berätta varför det som marknadsförs är så bra. Eller så kan de vara kunder som berättar varför det som marknadsförs har varit bra för dem och varför man skulle vela vara kunder till saken. När man har någon som pratar, eller om man har text med i filmen, ska man komma ihåg att använda professionellt språk. Det får filmen att verka mer professionell och visar att man tar saken på allvar. Om man använder oprofessionellt språk kan man verka som om man inte riktigt vet vad man gör, eller att man är en amatör när det gäller saken.

Något annat man kan göra är att inte visa allt. Man behöver bara visa tillräckligt för att få människor intresserade och nyfikna på saken. När de är intresserade finns det en större chans att de vill få veta mer om saken. När de vill veta mer om saken kanske de far till hemsidan för det man marknadsför, vilket kan leda till att de blir mer intresserade av saken. Om de blir mer intresserade av saken finns det större chans att de sätter sina pengar eller sin tid på det.

När man gör sin marknadsföringsfilm behöver man komma ihåg att det inte är en Hollywoodfilm man sysslar med. Man behöver inte göra 50 tagningar av en scen för att få den absolut perfekt. Det viktiga är att den ser professionell ut och att den är bra kvalitet, allt från bilden till ljuset till ljudet. Det ska vara bra gjort, men man behöver inte vara besatt av att få en perfekt film i Hollywoodstil. (Pickard-Whitehead 2018)

3.3 Marknadsföring överlag

Marknadsföring är vad företag och föreningar använder för att locka till sig kunder och medlemmar för att de ska klara sig bättre. Om marknadsföring är gjort på ett bra sätt hjälper det att locka kunder och skapa relationer till kunderna så de är mer troliga att komma tillbaka. När man börjar marknadsföra är det bra att veta vem som är konkurrenter och mer om dem så man vet hur man ska konkurrera med dem. Det är också bra att veta vem de potentiella kunderna är och lära känna dem för att veta hur man bäst lockar in dem. Marknadsföring är viktigt för alla företag och många föreningar. Det hjälper kunderna att få reda på mer om det man erbjuder och varför de ska välja just det. Marknadsföring är något som behöver vara i gång hela tiden. Det påminner kunderna att man finns och att de borde komma dit och det kan potentiellt locka till nya kunder. Marknadsföringen berättar åt kunderna vad som finns, om det kommer något nytt eller några nya erbjudanden. Det berättar åt kunderna varför de ska komma just dit över alla andra platser. (Verksamt.se 2018)

Konkurrens är något som finns alltid när det finns affärer och påverkar hur marknadsföringen fungerar när konkurrenter konkurrerar med varandra. När flera olika företag erbjuder samma sak, konkurrerar de med varandra om vem som får kunderna att köpa deras varor eller tjänster. Om det är föreningar konkurrerar de om medlemmar. Konkurrerande företag eller föreningar använder marknadsföring för att visa åt kunderna varför de ska komma just dit eller bli medlemmar i just den föreningen. Man försöker visa åt kunderna att de är bättre än konkurrenterna, kanske bättre kvalitet, bättre service, bättre priser, eller bättre något annat. Det är inte bara genom marknadsföring som olika företag konkurrerar, utan med priser. Företag försöker sätta sina pris inte bara enligt förfrågan, utan också med tanke på konkurrerande priser för samma produkt. Man vill ha så högt pris som man kan, för att få vinst, men man vill också att kunderna ska köpa det och om de konkurrerande har lägre pris finns det risk att kunderna köper från dem istället. Det gäller att hitta en bra balans som fungerar. (Magnusson & Forssblad 2003, 25)

Marknadsplanering och analys är saker som man behöver fundera på i marknadsföring. Man planerar hur man ska göra saker och hur det kommer att se ut i framtiden. Det är bra att ha planer när man gör marknadsföring och försäljning, så man vet vad man har och hur saker kommer att bli och se ut om det går som planerat. (Magnusson & Forssblad 2003, 105–107)

Till en början behöver man veta mer eller mindre allt som finns att veta om sin bransch som man ska marknadsföra. Man vill veta hur marknaden för det man erbjuder fungerar och ser ut just nu. Sen kan man fundera vad man kan göra för det för att få en bra marknad för sin produkt bland de andra produkterna.

Sen ska man veta vad det är man erbjuder, vad som finns att erbjuda och om man har något speciellt att erbjuda som andra inte har och hur man får fram det bästa. Ett annat steg är att veta vem som är kunderna, vilka målgrupperna är, vad de vill ha, vad de behöver och vad man kan erbjuda dem och hur man kan marknadsföra på ett sätt att det visas att man har det som kunderna vill ha. Man vill att kunderna ska förknippa företaget med något positivt, något speciellt som skiljer dem från andra företag. Så man funderar vad man kan erbjuda kunderna som är speciellt.

Sen ska man komma upp med vad man har som mål. Vad man har som mål inom en månad, inom ett år eller inom tre år. Man planerar vad man har för mål för framtiden. Man behöver komma ihåg att målen ska vara realistiska, något som faktiskt kan göras.

Sen, när man har sitt mål, ska man komma på hur man kan nå målet. Vad behöver man göra för att komma till det mål man skapat, inom den tid som man planerat. Efter en tid har gått ska man ännu fundera på saker. Har man nått sitt mål eller inte. Vad gick bra och vad man kan förbättra. Så kan man bli ännu bättre än man tidigare varit. (Verksamt.se 2018)

Marknadsföring via internet är en stor sak, eftersom många människor använder internet till olika saker mer eller mindre varje dag. Internet används av miljoner av människor varje dag, i hela världen. En liten marknadsföring, eller vad som helst, kan på internet bli en stor sak. (Magnusson & Forssblad 2003, 180)

På internet ser man marknadsföring överallt. Man ser det på sociala medier, som Facebook och Youtube. Man ser det på webbsidor och bloggar och överallt. Ibland är de på sidan av skärmen, ibland är de mitt på skärmen. Ibland hoppar de upp mitt på skärmen och man måste stänga dem manuellt för att bli av med dem. Man kan inte undvika reklam och marknadsföring när man är på internet. På bild 1 är exempel på reklamer som kommer upp på internet.

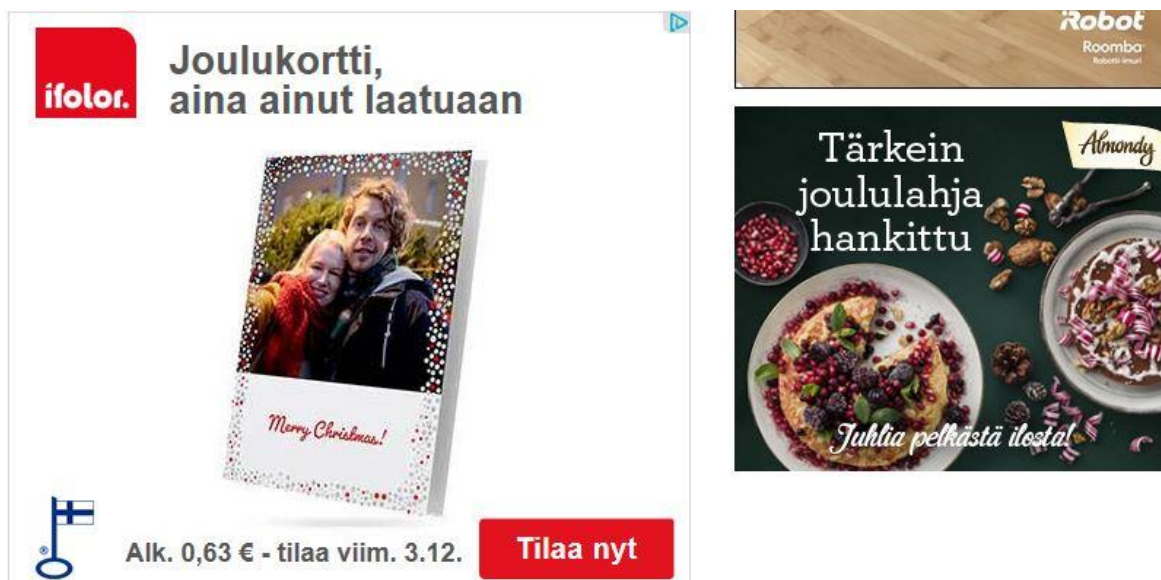


Bild 1, Reklam på Internet, (Egen Bild)

Om man vill ha sitt företag eller sin förening marknadsförd på internet borde man börja med att ha en webbsida. Webbsidor kan hittas av människor överallt. På webbsidan har man information om företaget eller föreningen, vad som erbjuds, vad de gör och varför de är speciella och värt människors tid. Berätta om sakerna kort, men effektivt. Människor orkar inte läsa långa texter som inte egentligen säger något. På webbsidan kan man berätta om olika evenemang, speciella händelser, erbjudanden och en massa andra saker.

När man har en webbsida är det bra att ha den på olika språk. Till exempel en webbsida i Finland skulle vara bra att ha på finska och svenska. Engelska är också ett bra språk att använda, eftersom det används mer internationellt. Om man säljer produkter speciellt, är engelska ett bra språk, för då når man mer människor. Om man säljer saker vill man också att priserna ska vara tydligt framme, så det inte blir någon fråga om vad saker kostar eller blir att kosta. Det är bra att göra webbsidan lätt att navigera, så kunderna inte tappar bort sig eller blir förvirrade. Det gillar de inte så mycket, speciellt om de inte får reda på någonting eller inte får någonting gjort för det är för komplicerat. Man ska också vara redo och villig att utvecklas och bli bättre än man är och låta webbsidan utvecklas för att visa att saker blir bättre. (Yrittäjät u.å.)

För att få sin webbsida att bli hittad av människor som kan potentiellt bli kunder behöver man se till att de kan hitta webbsidan. Man kan börja med att se till att webbsidan kommer upp när man söker efter den i till exempel Google. Så kan man ha marknadsföring på nätet, speciellt sociala medier som Facebook, Instagram, Youtube och Twitter. Då kan människor börja hitta webbsidan, bli intresserade och dela den erfarenheten med sina vänner, som också kan bli intresserade och dela med fler vänner, etc.

4 Agility

Agility är en sport för människor med hundar. Den går ut på att styra hunden genom en hinderbana i nummerordning felfritt och så snabbt som möjligt. Antalet hinder är normalt mellan 16 och 24. Det beror på domaren och hur de har tänkt ut och planerat banan. (Jalakas 2004, 10)

Hindren på banan är normala hopphinder, oxern, ringen, muren, långhopp, tunneln, slalom, påsen, gungan, bommen och A-hindret (och bordet, som nästan aldrig används). Det finns också två typers banor: agilitybanor och hoppbanor. Agilitybanor kan ha vilka hinder som helst, medan hoppbanor kan endast ha olika hopphinder, tunnlar och slalom. Bild 2 visar en del agilityhinder som används i agility (och bordet, som inte används så mycket). Det finns olika sätt att göra hindren och öva på dem, så länge hunden far rätt. (Axelsson 2004a, 49–89)



Bild 2, Agility hinder, (Morinfrance, (u.å.))

Vad man siktar på är vad som kallas en "nollbana". Man får en nollbana om man klarar banan utan att få felpoäng och under idealtiden (30–50 s, beroende på banans längd och hinder). Felpoäng får man om hunden vägrar hindret, missar kontaktytan på kontaktshindren (gunga, bom, A), missar pinnar i slalom, faller en ribba på hopp hinder, eller missar ett hinder. Man blir diskad om hunden tar samma hinder två gånger, om man inte korrigerar ett missat hinder, om hunden utgör hindren i fel ordning, om hunden tar hindret från fel håll, eller om hunden lämnar banan helt. Man ska vara snabb, men noggrann. (Axelsson 2004b, 46–47)

Bild 3 visar ett exempel på en öppen klass agility-bana från en oofficiell tävling, skapad av Petteri Kerminen (Kerminen 2017).

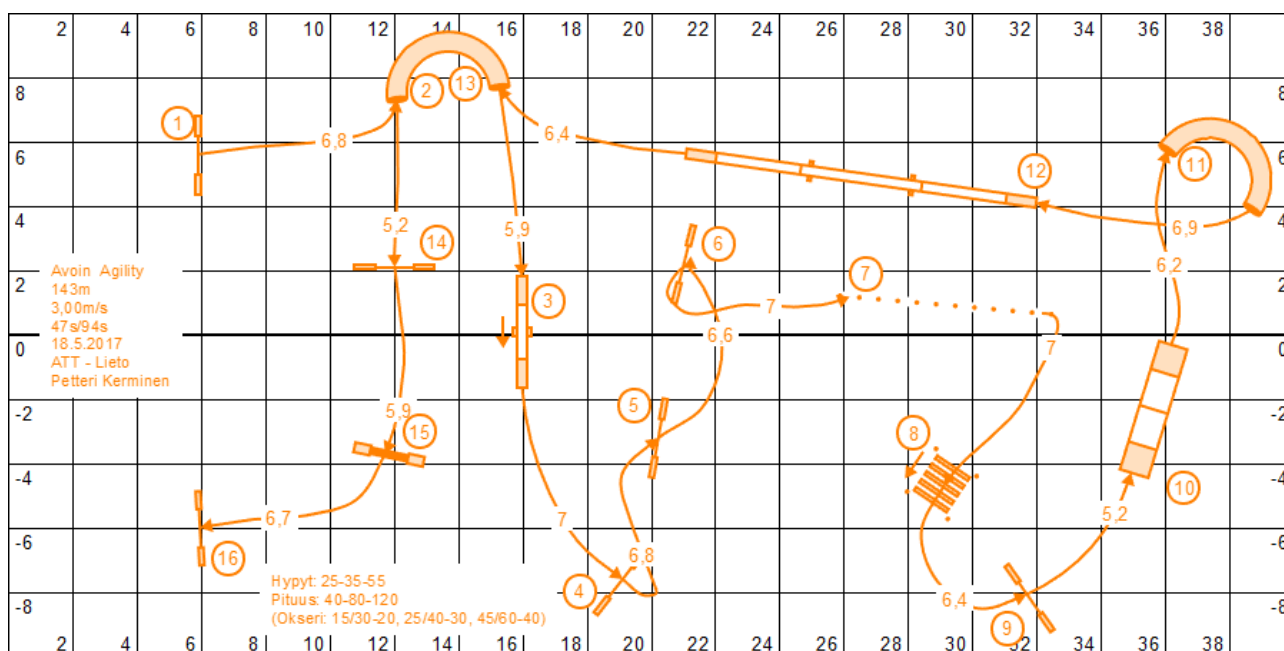


Bild 3, Agilitybana, (Kerminen 2017)

Det finns fem olika storleksfördelningar, som bestämmer vilken höjd hunden ska hoppa, och de är XS(>28 cm), S(29–34,9 cm), M(35–42,9 cm), SL(43–49,9 cm) och L(50+ cm). XS har hinderhöjden 10-20 cm, S har 20-30 cm, M har 30-40 cm, SL har 40-50 cm och L har 50-60 cm.

Det finns tre olika klasser, och man börjar i klass ett (som är den lättaste,) och försöker komma till klass tre (som är den svåraste). När man kommer upp i klasser blir hindren högre banorna mer komplicerade och idealtiden mer strikt. Man flyttas upp i klass genom att klara sig bra på tävlingar. För att komma till klass två ska man ha tre nollbanor. För att komma till klass tre ska man ha tre nollbanor med placering (1., 2., eller 3.) När man är i klass tre kan man tävla i FM, Landslaget, och övriga mästerskapstävlingar. (Jalakas 2004, 138-142)

Poängen med sporten är samarbete mellan hunden och föraren, få hunden att använda sin hjärna, motion, och att ha roligt. Föraren ska också ha roligt, men om de stressar för mycket på att klara sig bra, kan det leda till att de inte tänker på att ha roligt.

Alla hundar kan delta, också blandraser och vem som helst kan ha agility som hobby. Det viktiga är hur man har tränat sin hund och hur bra den lyder hur man styr. Man kan träna och tävla i agility fast man inte kan prata, eller om man har problem att röra sig. Man har till och med möjlighet att tävla fast man är i rullstol. (Kennelliitto (u.å.))

5 Rally-toko

Rally-toko är en hobby som på sätt och vis blandar element från lydriad och agility. Man går genom en bana med skyltar och utför de kommandon som står på skyltarna. Man använder muntliga kommandon och kroppsspråket för att styra hunden.

Det finns mellan 10 och 20 skyltar med 3-5 m mellanrum. Det finns över 50 olika kommandoskyltar, och kommandona varierar från ändring av fart till backning, snurra runt och sidbyten. Det finns också en del agility-hinder, som hopp och tunnlar.

Det finns fyra klasser i rally-toko: alovak (ALO), avoin (AVO), voittaja (VOI) och mestari (MES). Man börjar i ALO och MES är den sista. När man går upp i klass blir banorna längre och det kommer fler kommandoskyltar. Man går upp i klass när man har minst tre godkända resultat från klassen. (Rally-Tokoyhdistys 2018)

Poäng räknas i rally-toko och de bestämmer om man blir underkänd eller godkänd. Man börjar med 100 poäng, och för varje misstag förlorar man poäng. Man förlorar 1, 3, eller 10 poäng per fel, beroende på vad felet är. Man måste ha 70 poäng för att bli godkänd. Man förlorar poäng bland annat om man gör misstag i kommandona, om kopplet är för spänt, om hunden sitter för snett, om man är för långsam, om hunden snusar på marken eller om man är för aggressiv när man kommenderar hunden. Det tas också tid och det är bra att göra banan så snabbt som möjligt, för om fler personer har samma resultat, avgör tiden. På bild 4 finns ett exempel på en rally-toko bana, ALO klass, skapad av Jaana Karppinen.

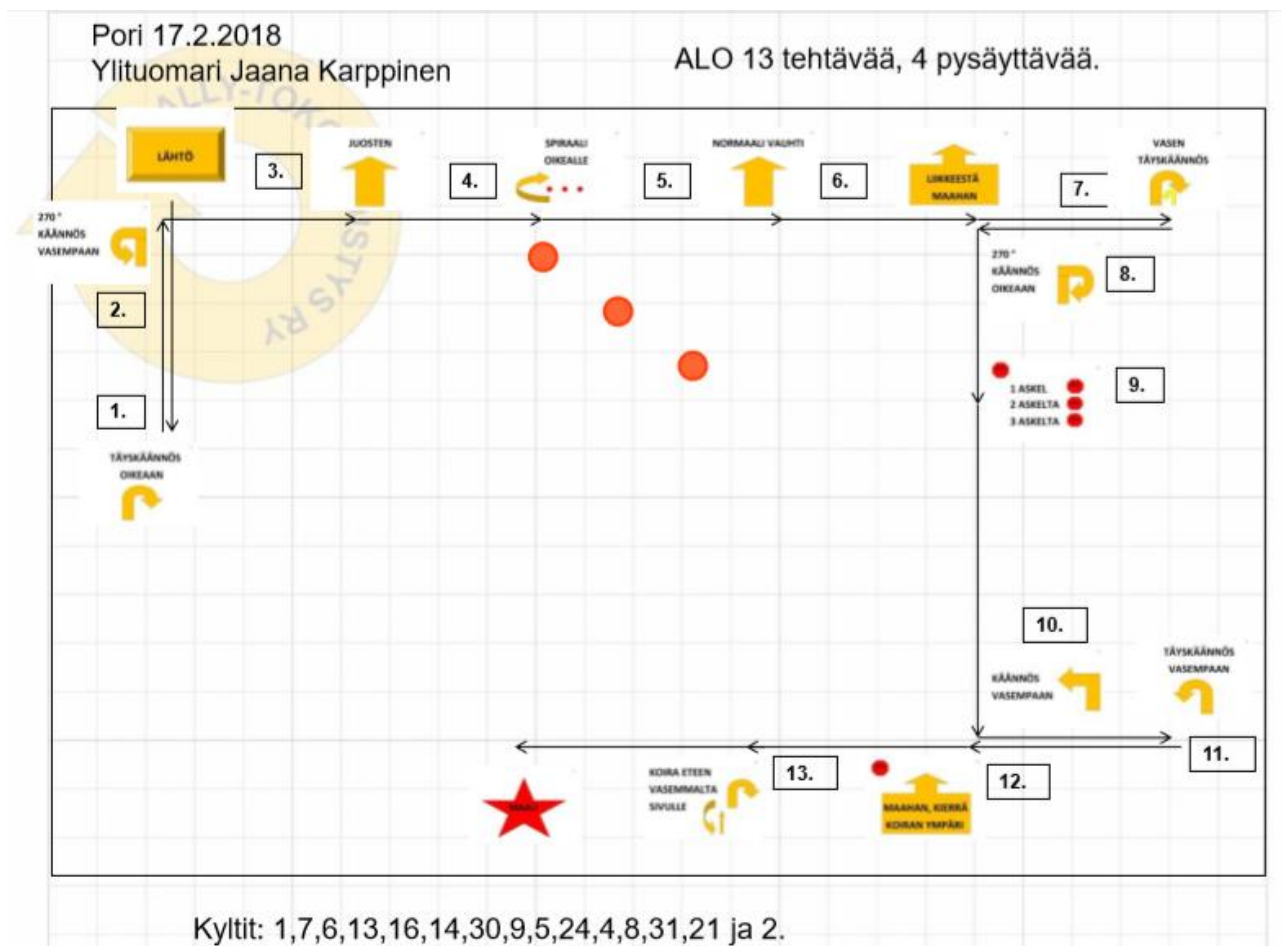


Bild 4, Rally-toko bana, (Rally-Toko 2018)

Vem som helst kan ha rally-toko som hobby, oavsett av ålder och fast man är i rullstol. Alla hundar kan delta i rally-toko, bara de har fungerande ben. Det är också bra för äldre hundar som kanske inte orkar med fartfyllda saker som agility, men som ändå vill göra något.

Meningen med rally-toko är att ha roligt och samarbeta med sin hund för att klara olika uppgifter. Det är också viktigt att man har bra kontakt med sin hund, vilket gör att samarbetet fungerar ännu bättre, också i vardagslivet. (Kennelliitto (u.å.))

6 Lydnad

Lydnad är att hunden lyssnar på människan och gör vad som sägs åt den. Vissa saker är nästan ett måste att kunna, som t.ex. att kunna gå vid sidan, för att man ska klara sig med sin hund i vardagen när man är hemma eller ute eller någon annanstans. Poängen med lydnad är

att kunna kontrollera sin hund för att undvika svåra, besvärliga eller farliga situationer i vardagen.

Kurserna är för vardagslydnad, och är för de mesta valpkurser, för att få grunderna av lydnad lärt till människor och valparna. Lydnadskurserna går ut på att lära sig saker som ”sitt”, ”stanna” och ”kom hit”. Hundarna lär sig också andra saker, som kan vara viktiga i vardagen. Förutom det lär hundarna sig också att vara i närheten av andra hundar och att de fortfarande ska lyssna på sin ägare, fast det finns distraktioner.

När man lär en hund lydnad, eller vad som helst, måste man vara tålmodig. Man måste känna sin hund, och förstå hur den bäst lär sig. Man måste motivera sin hund, och ha bra belöning så den tycker det är roligt, och försöker ännu hårdare. Man måste vara noggrann och konsistent. Och man måste komma ihåg att hundar inte tänker som människor. Om något är en gång tillåtet är det alltid tillåtet och om det är en gång förbjudet, är det alltid förbjudet. (Karpanen (u.å.))

Det finns också lydnadsprov, som kallas toko. Det är prov där hunden ska göra saker som ligga på plats och komma när man kallar på den, söka föremål, gå vid sidan, osv. Den ska kunna göra saker utan att bry sig om andra hundar och människor. Det finns olika klasser beroende på hur långt man har kommit. Klasserna är alokas, avoin, voittaja och erikoisvoittaja. På bild 5 ligger hundarna på plats och väntar på att bli inkallade.



Bild 5, Lydnad, (Kennelliitto (u.å.))

I rally får man minuspoäng om hunden gör något fel. Felet kan vara något som att hunden inte stannar på plats eller hunden lägger inte ner sig efter ett vist antal kommandon. Man kan även få minuspoäng om hunden skäller några gånger under tävlingen. Man kommer till följande klass när man fått ett första pris och man måste flytta till följande klass efter man fått första pris tre gånger.

Lydnad kan vem som helst göra, med vilken hund som helst, och till skillnad från andra hobbyn man kan ha med sin hund, är minst grundlydnad nödvändigt att lära sig och sin hund. (Kennelliitto (u.å.))

7 Nos-arbete

Nos-arbete är en hobby man kan hålla på med om man har en hund som gillar använda sin nos. I nos-arbete använder hunden nosen för att hitta föremål, lukter eller människor. Vilken hund som helst kan göra det, så länge den har en fungerande nos och kan gå. Poängen med nos-arbete är att göra något med sin hund, få hunden att använda sin nos till något, och att

ha roligt. Nos-arbete används för att träna rescue-hundar, polishundar och tull-hundar. (Kokko 2017)

Man kan också tävla i Nos-arbete. Där finns det fyra olika nivåer som man tävlar i. Hunden ska hitta en lukt, oftast eukalyptus, och berätta åt föraren var den finns. Första nivån är söka låda, vilket betyder att man söker efter en låda som har en speciell lukt i sig. Den andra nivån är sökande inomhus, vilket betyder att hunden söker efter lukten som finns någonstans i ett hus. Tredje nivån är söka utomhus, vilket betyder att hunden söker efter lukten utomhus, där det finns mer distraktioner. Fjärde och sista nivån är söka i bil, vilket betyder att hunden ska hitta lukten i en bil, där den kan vara gömd under säten eller någon annanstans. Man får minuspoäng om hunden har sönder något, eller något annat. (Nosework 2018)

På kursen börjar man med att hunden hittar en låda med lukt bland en massa lådor som inte har någon lukt. Man flyttar lådan med lukten omkring hela tiden, så hunden inte lär sig vilken låda lukten är i, och den måste faktiskt söka efter lukten. Efter hunden förstår att den ska söka en specifik lukt, börjar man sätta lukten i en burk som göms någonstans. Hunden ska sen lukta sig fram till burken, och hitta den. (Hansson 2011, 57–60)

Hunden kan också lära sig att visa på något sätt att den har hittat lukten. Det finns många sätt för hunden att visa det, den kan t.ex. lära sig att sätta ner sig eller skälla eller stå stilla, eller göra något annat för att visa att den har hittat något. (Nose Work Finland 2018)

En annan sorts sök är att hunden ska hitta en person som är någonstans utomhus, oftast i en skog. Det finns olika klasser och när man kommer till högre klasser finns det flera människor som man ska hitta, de är längre bort och det finns flera saker som kan distrahera eller förvirra hunden när den söker. Hunden är lös i den här sortens sök, så det är viktigt att inkallningen fungerar. (Jering 2005, 8–13)

8 Filmandet

8.1 Planering av filmning

När man börjar planera filmning finns det en del saker man ska och behöver tänka på och komma ihåg. Först ska man ju behöva ha all utrustning som man behöver, fast den utrustningen bara skulle vara en kamera och kanske ett stativ. Det är bra att man har någon sorts schema och plan, så man vet när och var man ska filma. Då kan också de som är med i filmningen få en chans att förbereda sig för det. När man vet var man ska filma kan man

förbereda platsen så att saker inte är i vägen, allt är på sin plats och ljuset är justerat som det ska vara, eller kan justeras så man får det som det ska vara i filmningen.

Före man börjar filmningen kan det vara bra att se till att alla som ska vara med är förberedda på det som de ska göra. Om de inte är helt förberedda är det bra att ge dem tid att förbereda sig. Det är bra att förbereda lite extra tid för filmningen ifall någon behöver tid eller om något annat händer. (Pelletier 2016)

Eftersom jag filmade hundar, var det lite svårt att förbereda dem. Djur överlag kan vara svåra att förbereda för filmning, om man inte har specialtränade hundar för film. Det mesta man normalt förbereder för hundar är kanske utseendet.

När jag började planera projektvideon, tänkte jag att jag skulle laga en fin video med olika kameravinklar, både på närhåll och från längre bort. Slutresultatet blev lite annorlunda och jag var tvungen att ändra en del av mina planer.

Efter jag hade börjat planera, lagade jag en storyboard på vad jag hade planerat, med alla kameravinklar och avstånd. Jag hade också med alla delar av de olika grenarna som jag ville ha med. I agility hade jag flera olika sorters hinder, i rally-toko hade jag flera olika kommando skyltar, i nosarbete hade jag olika idéer om hur man kunde filma hundarnas arbete och i lydnaden tänkte jag ungefär lika som i nosarbetet.

En storyboard är som ett filmmanus i bildform. Man kan visualisera och planera hur filmens olika scener, kameravinklar och zoomningen. Den är också ett sätt att visa andra människor hur man har planerat och visualiserat sitt arbete, så man inte behöver beskriva det i detaljer och hoppas att de förstår vad man menar. (Toonz 2008)

Storyboarden behöver inte vara vackert ritad. Det räcker med att man ritat några streckgubbar till människor och klottrar ner något som kan likna objekt. Det är bra om man försöker göra personerna så man känner igen dem och vet vilken karaktär som är var och när och vad de ska göra. Man kan sätta en anteckning på vad de olika sakerna är om det blir för otydligt. Skriv ner den viktigaste informationen om vad som händer i scenen, rörelser, hur ljuset ska vara och liknande. Man ska inte glömma bort viktiga tekniska saker, som kameravinkeln, ljuset och zoomen.

Det är bra att variera mycket med olika bildvinklar och zoomar, det gör det mer intressant att titta på. Ljus kan ge olika sorters stämning, beroende på hur starkt ljuset är, varifrån det kommer och vilken färg det har. (Dahlgren 2011)

På bild 6 är en del av min agility-storyboard. Det som var lite svårt att planera var lydriad och nos-arbete, eftersom jag inte hade varit på de kurserna och visste inte riktigt hur saker går på dem. Den är inte fin eller detaljerad, men den berättar det som behövs. Den visar hunden, hindren som ska vara med, varifrån den kommer och vart den är på väg efter hindret.

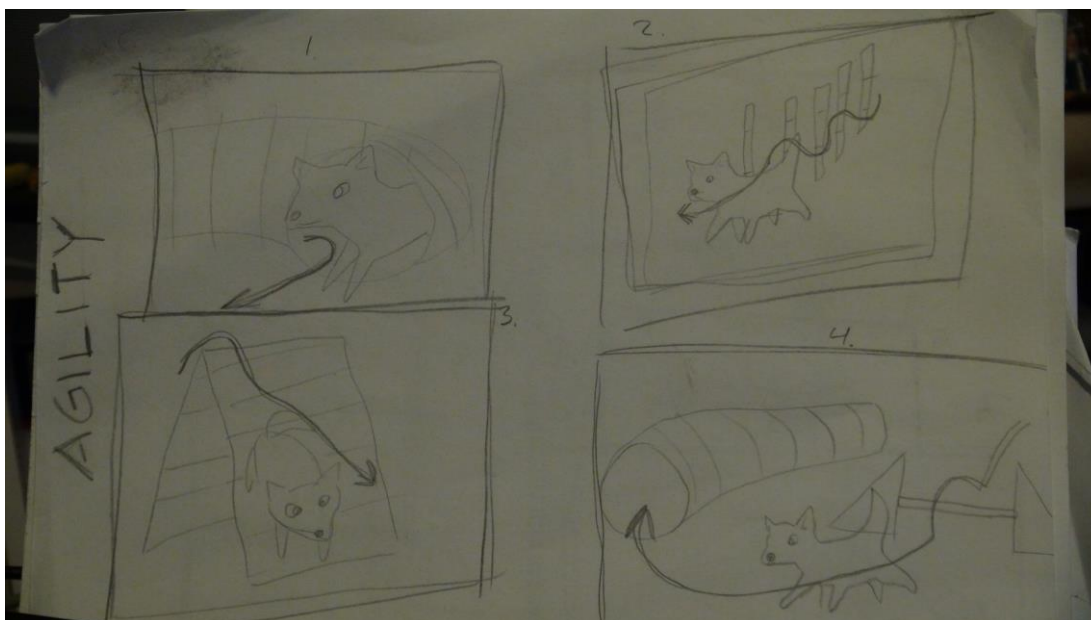


Bild 6, Storyboard (Egen bild)

Förutom det, behövde jag också planera hur jag skulle sätta ihop videorna. Jag pratade med kunden om vad de tyckte skulle vara bra, men de bara sa att jag får göra som jag själv tycker. Jag bestämde mig att göra korta videoklipp, och använda många olika hundraser och många olika situationer från träningarna och tävlingen.

Jag skulle också ha musik i videon, så jag fick välja musik också till den. När jag frågade kunden om musiken, sa de igen att jag får göra vad jag själv tycker är bäst. (Mer om musiken kommer senare i arbetet.)

Efter jag planerat det, behövde jag veta när jag kunde filma. Jag pratade med kunden, och fick en lista på alla träningstider då jag kunde komma till träningshallen och filma. Omkring den tiden hölls också en rally-toko tävling, så jag fick komma dit både för att filma, och för att vara talko arbetare. På bild 7 har jag en bild på hur träningstiderna som jag fick från kunden såg ut.

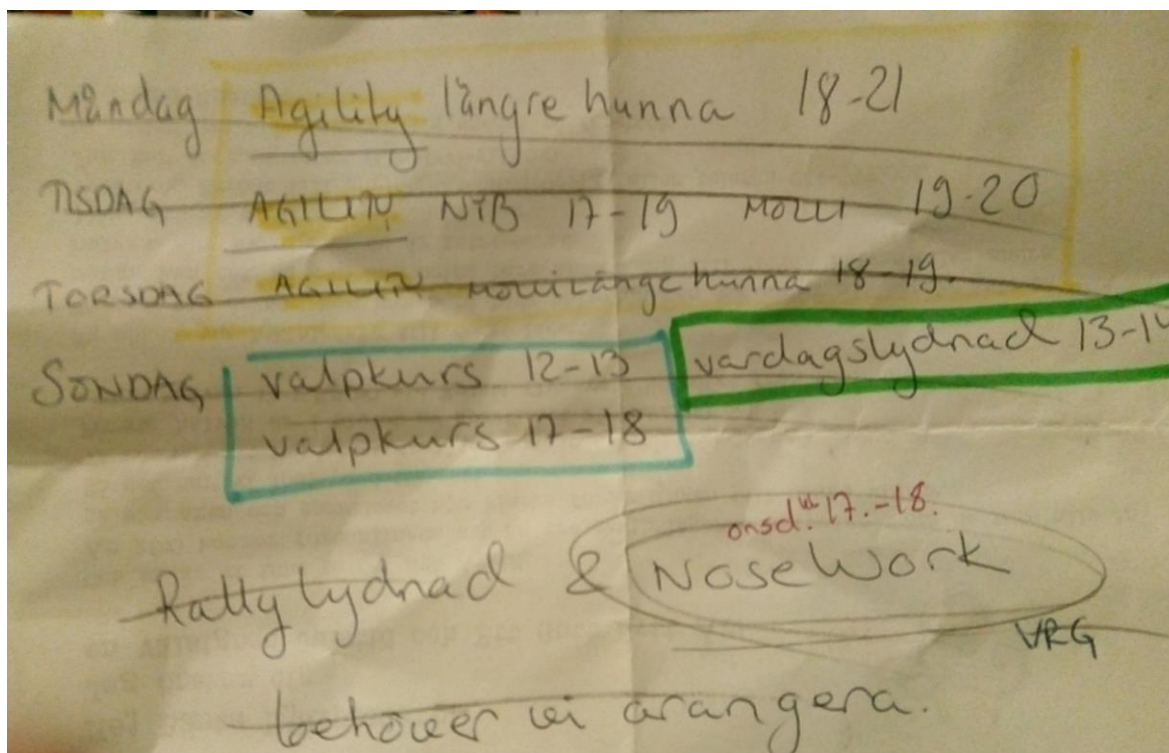


Bild 7, Träningstider, (Egen Bild)

8.2 Filmandet

Att filma och att ta bilder är inte samma sak. På båda behöver man tänka på vissa samma saker, som ljus och komponering och om det man fotograferar eller filmar rör på sig och hur mycket.

Men med film behöver man tänka på att videoklippets scener utspelar sig under en längre tidsperiod och därför behöver man tänka på vad som händer under den tidsperioden. Man behöver tänka hur man ska vända på filmkameran och man behöver veta i för tid vart det man filmar kommer att flytta sig, om det flyttar sig mycket eller lite. När man filmar gör man också olika klipp och olika zoomningar. Man har helbilder, halvbilder, närbilder och etableringsbilder. Man ska ha olika sorters bilder, så det inte blir tråkigt eller uttröttande för den som ser på färdiga filmen. Man måste förstås editera det som man filmat för att få en bra film.

När man filmar finns det också ljud. Om man vill ha ljudet med på filmen eller inte är en annan sak. Om man vill ha ljudet med, vilket man brukar, måste man fundera ut hur man ska göra för att få bra ljud som låter bra och inte är för högt eller lågt eller att en del är för högt och en del är för lågt. Man måste planera för det för att få det ljudet man vill ha och kanske testa det också för att vara säker att det är som man vill ha det. Fast många kameror har

inbyggt ljud, är det nästan bäst att investera lite pengar i en mikrofon eller två, eller något annat sätt att banda in ljud, eftersom kamerans ljud inte brukar vara så bra som de andra sätten som man kan få ljud bandat. Det finns både små och större mikrofoner att välja mellan om man så tycker. Ljudet editeras och synkroniseras med filmningen när man senare editerar filmen.

Man måste också fundera på ljuset. Man vill inte ha det för mörkt, för då ser man ingenting (om man inte vill ha en scen där man inte ser någonting), men om man har för ljust kan det också bli svårt att se. Man kan planera ljussättningen så den är optimal för varje scen, men vanligtvis behöver man ändå testa ljuset först. Man kan bara filma i solljus eller i lampljus. Man kan också filma med specifika ljus och olika saker som reglerar, styr eller dämpar ljuset som finns.

Man ska fundera på vilka inställningar man sätter på kameran. Det finns olika inställningar för olika situationer och man ska komma på vilken som passar vilken situation bäst. Man kan ställa in saker som kontrast, skärpa och andra saker. När man ställer in kameran kan man kolla på skärmen hur det blir, eller testa den så man vet säkert hur det blir.

Det är bra att använda ett stativ när man filmar. Det är så att kameran inte ska skaka och darra när man håller upp den och när man följer med något som rör på sig (om man inte vill ha en skakig video). Det finns olika sorters stativ, större och mindre. De har olika sorters funktioner och kan användas i olika tillfällen, och man använder det stativ som bäst passar till det tillfället och den plats som man just då filmar på. (Parmehed 2011)

Jag filmade projektet med skolans filmkamera. Jag fick komma in på träningar i alla kategorier och en rally-toko tävling så jag fick allt filmat. Jag hann med två agility-träningar, en rally-toko tävling, en rally-toko träning, en lydnadsträning och träning för nos-arbete.

Agilityträningen var jag själv med på, men jag kom en timme tidigare så jag kunde filma gruppen som tränade före min grupp. Jag kunde inte stanna för att filma gruppen efter mig, för då skulle jag inte ha sluppit hem. Om jag kunde, skulle jag ha gjort det. Jag filmade på två olika agilityträningar, och båda träningarna hade lite olika människor, för det finns nästan alltid någon som är borta eftersom de har något annat att göra eller är sjuka eller något annat. Så grupperna kan lätt ändra lite varje gång.

En del av agility-träningen jag filmade på var valpkurser och nybörjarkurser. Det betydde att de inte var vana med att ha människor på träningsplan, förutom sin egna förare och kanske personen som drog träningarna. Det betydde att jag måste vara extra försiktig för att inte

störa dem, för det skulle störa deras träning och min filmning. Det som var bra var att de tränade på samma saker flera gånger, vilket betydde att jag kunde justera kameran då och då för att få det bästa filmningssättet. Min egna träning var den enda som var med hundar som var vana med att människor rör sig på banan, eftersom de hade varit på tävlingar.

På rally-toko tävlingar var det väldigt begränsat var jag kunde vara, eftersom det var en tävling och jag fick absolut inte störa de tävlande hundarna (människorna brydde sig inte så mycket, men hundarna kunde bli distraherade). Jag fick stå vid tävlingsplanen, men jag hade inte mycket chans att flytta på mig, för då skulle jag inte ha så bra sikt och det skulle ha kunnat störa hundarna. Eftersom jag gjorde videon för Västnyländska Hundföreningen, ville jag inte filma tävlande från andra föreningar. Före tävlingen började, efter alla hade anmält sig, tog jag reda på vilka personer som var från föreningen så jag visste vem jag kunde filma och vem som hade mer än en hund, för då filmade jag båda hundarna. Det var många som bad mig att skicka filmen på deras tävlingsbana eller banor till deras e-post så de kunde se hur det gick för dem.

På rally-toko träningen fick jag röra på mig mera och fick flera olika kameravinklar än jag gjorde på tävlingen. Det var en nybörjarkurs som jag filmade, men de hade kommit tillräckligt långt för att börja göra hela banor istället för små bitar av banor eller enskilda hinder. Jag fick också röra på mig mer och flytta mig till olika platser för olika kameravinklar. Det var delvis för att det var mer utrymme i hallen och delvis för att förarna höll extra bra koll på sina hundar för de ville att träningen skulle gå bra. Det fanns flera olika hundar och personen som drog träningen gick också banan ett par gånger.

På lydnaden hade jag mer frihet i var jag kunde vara, och kunde flytta på mig mera. Det fanns också en hel del utrymme i hallen, eftersom de inte tog så mycket utrymme. Eftersom det var en lydnadsträning, där hundarna fick godis bara för att de tittade på sin människa, oh det var en av de saker som de tränade på mycket, var de inte så distraherade av mig som hundar på andra kurser kunde ha varit. Men eftersom det bara var en valpkurs, var det svårt att veta vad jag skulle filma och när, eftersom allt inte alltid gick så bra och saker verkade gå bäst för dem som jag just då inte filmade.

På nos-arbetet visste jag inte riktigt vad jag kunde förvänta mig, och kunde inte riktigt förbereda mig. Till en början när träningen började hade de först lite repetition, så hundarna skulle komma ihåg vad det här var och vad de skulle göra. Sen gjorde de det lite svårare och sen provade de på något nytt. Det första de gjorde var att ha hunden hitta en specifik lukt i en burk bland andra burkar. De gjorde det ett par gånger och jag fick olika kameravinklar

och kunde röra på mig när det bytte till följande person och hund. Sen skulle hunden hitta en specifik lukt i burkar, utan att föraren visste vilken burk lukten var i, så de skulle lära sig läsa sin hund och veta när hunden hittat något. Det nya de provade på var att hitta en utsatt papperslapp som lukten var på. Det var för att testa om hunden förstod att de skulle söka efter en lukt och inte en burk. De gjorde det två olika gånger, med lukten på olika ställen. För en del gick det bättre och för en del gick det mindre bra, vilket var förväntat, eftersom de inte gjort det tidigare. Jag kunde hitta bra platser att filma och eftersom hundarna fick röra sig omkring för att hitta lukten, fick jag en del intressanta bitar och kameravinklar. Ett ställe som de satte lukten på var för mörk för att filma på, så jag filmade inte där.

Överlag gick filmningarna inte riktigt som jag hade planerat, men jag tror de blev ändå ganska bra. Agility och rally-toko speciellt gick ganska bra, medan lydnaden och nos-arbetet skulle kunna ha gått bättre. Jag hade hoppats att jag skulle ha mer tid att filma dom som inte gick lika bra, men före kurserna avslutades hade jag inte tillräckligt med tid att göra det och efter de avslutades hade jag inte möjlighet längre.

8.3 Medverkande i film

Före jag började filma något frågade jag alla om det var ok att jag filmade dem medan de var på träningarna eller tävlingen. På rally-toko tävlingen måste jag fråga en av styrelsemedlemmarna vilka tävlande som var med in föreningen så jag skulle veta vem jag skulle fråga om jag fick filma dem.

Jag berättade vem jag var, vad jag planerade att göra och om det var okej om jag filmade dem och om det var okej för dem att vara på en kort filmsnutt som kanske skulle användas på föreningens hemsida eller Facebook-sida. Jag berättade också att jag skulle fokusera mer på hundarna än på människorna, så de skulle troligtvis inte synas mycket, om alls. Ingen hade problem med det oh jag fick filma alla som jag frågade.

9 Editerande

9.1 Editering av film

När man editerar film finns det en del saker som man ska tänka på och komma ihåg. Först behöver man ha en plan. Man behöver veta hur filmen ska bli när den blir färdig för att sen

veta vad man ska editera och vart man ska sätta det på tidslinjen och hur det ska passa ihop med de andra delarna i videon.

En storyboard är bra för det, för då vet man vad som ska komma och i vilken ordning, så man inte tappar bort sig eller sätter videoklippen i fel ordning. Om man vill vara säker på att man inte tappar bort sig eller glömmer bort något är det en bra idé att börja från början av filmen och sen fara mot slutet. Kanske också skriva ner någonstans vad man har gjort och editerat så man vet var man är och vad man har kvar att göra och hur långt man är.

Man ska tänka på hur man editerar filmen för att se till att den som ser på filmen förstår vad som händer och hänger med utan att tappa bort sig för att editeringen gör att filmen hoppar framåt allt för fort och de inte hänger med på grund av det. Man ska tänka på att man själv vet och förstår och hänger med filmen, för man själv har planerat och filmat och editerat den och har sett och tänkt ut allt och vet hur allt går och fungerar. Men någon som inte har sett filmen förut och inte har varit med och planerat och filmat och editerat den måste också kunna hänga med och förstå vad som händer genom att se på filmen och man ska inte behöva förklara för dem vad som hände, utan de ska förstå det från att ha sett filmen.

Man ska fundera på när man klipper och klistrar ihop att se till att de passar ihop på något sätt så det inte blir hackigt och onaturligt att se på. En annan sak som man ska fundera på är hur man inleder och avslutar en scen eller filmen. Det ska passa bra och man ska förstå om det är en annan plats eller en annan tid från föregående sen och om det handlar om samma eller olika karaktärer.

En del av editeringen beror förstås också på hurdan video man lagar. Om man gör en liten kort film för marknadsföring eller en hel film som berättar någon sorts historia och har något viktigt att säga. (Student Filmmaking 2008)

För att editera och sätta ihop filmen, använde jag Adobe Premiere Pro. Det är ett videoediteringsprogram som man kan använda för att editera och arrangera videoklipp, sätta till specialeffekter och filter och en del andra saker. Den kan användas av både nybörjare och mer erfarna video-editerade och skapare. (Media Collage u.å.)

Jag kunde se på vad jag hade filmat och använda de bästa bitarna för att göra videon. De flesta filmklipp som jag filmat var ganska korta, bara några sekunder. Undantagen var rallytoko och en del av nos-arbetet. Jag valde ut de klipp som jag tyckte var bäst och mångsidiga och tog in dem i Adobe Premiere. Där klippte jag till dem lite så jag bara fick ett par sekunder av dem. Så satte jag ihop dem på ett passande sätt, med kurserna i ordning. Först agility, sen

rally-toko, sen lydnad och sen nos-arbete. Eftersom jag hade så mycket filmat, tyckte jag att det skulle vara slöseri av material att bara göra en video, så jag gjorde fyra. Jag hade mer än tillräckligt med material och jag kunde inte bestämma vilka delar jag skulle använda för att få bara en video. Att göra fler videon verkade som en bra idé, för då fick jag använda de bästa delarna av filmningen och kunden kunde också bestämma vilken de tyckte var bäst.

Jag försökte till en början att använda Synfig Studio för att göra texterna till filmerna. Jag tänkte att det skulle se intressant och fint ut om texten var lite animerad eller bytte färg eller gjorde något annat än bara vara en normal, tråkig text.

Synfig Studio är ett program som man kan använda för att skapa olika sorters 2d animationer, texter och objekt som rör på sig. Man kan rita egna objekt i programmet och skriva egen text, eller hämta in bilder från någon annanstans ifrån. (Kenlon 2016)

Jag började med att göra en för agility. Den var ganska simpel, ordet ”Agility” som ändrade färg i ett par sekunder och började sen från början. En simpel självuppreparande GIF. Efter att jag lagat en text, stängde programmet ner sig utan att spara vad jag gjort. Jag gjorde texten två gånger till, med samma resultat. Varje gång jag försökte spara, stängde programmet ner sig utan att spara någonting.

Eftersom programmet inte ville samarbeta med mig, bytte jag taktik och använde Photoshop istället, med stillbilder och text. Efter misslyckandet med Synfig Studio hade jag inte längre tålamod att göra något extra speciellt. Photoshop verkade vara rätt sätt att göra något som inte var allt för svårt, men ändå tillräckligt bra och möjligt att göra något passande för videon.

Photoshop är ett program som man kan använda för att editera bilder och foton. Man kan också använda den för att göra helt nya bilder från något annat. Det finns många olika saker man kan göra med Photoshop för att fixa till foton som man tagit eller göra något annat artistiskt med dem och andra bilder. Man kan sätta till olika filter, effekter och göra en massa olika ändringar som påverkar bilden eller bilderna på olika sätt för att få det att se ut precis som man vill. (UoW 2018)

Jag använde stillbilder som jag också tagit under filmningen, för jag tänkte att de skulle komma till nytta i något skede. Jag tog passande bilder till varje gren som jag hade med på filmen. Jag använde dem som titel, så man skulle veta när det ändrade till följande gren, från agility till rally-toko till lydnad till nos-arbete. Jag gjorde också en till slutet av filmen, så att man vet var filmen slutar. Det var inte svårt att göra bilderna, för det fanns inte mycket som behövdes göras. Jag tog in bilden jag ville använda och ändrade den från färg till svartvit.

Det gör man genom att trycka Ctrl + Alt + Shift + B, om man vill göra det snabbt och utan problem. Sen satte jag in en text, i en klar och synlig färg, så att man inte skulle missa den. Då behöver man bara trycka på text-knappen och skriva in det som ska stå där. Sen kan man ändra på fonten, storleken och annat för att få den som man vill. På bild 8 visas bilden för Rally-toko som den var efter Photoshop och hur den var före jag använde Photoshop på den.



Bild 8, Photoshop-resultat (Egen bild)

Det finns många olika program och applikationer som man kan använda för att filma och sedan editera film som man filmat. Man kan editera på en dator, en pekplatta eller en smarttelefon om man så vill, bara man skaffar eller laddar ner någon sorts filmediteringsprogram eller applikation. Enligt Muchmore (Muchmore 2018) är de tio bästa filmediteringsprogrammen: Adobe Premiere Pro CC, CyberLink PowerDirector, Corel VideoStudio Ultimate, Adobe Premiere Elements, Magix Movie Edit Pro Premium, Pinnacle Studio Ultimate, Wondershare Filmora, Nero Video, Apple Final Cut Pro X och Apple iMovie. (Muchmore 2018)

9.2 Musik

När man väljer ut musik för en video finns det en del saker att tänka på. Man ska veta vilken roll musiken har i filmen. Varför den är där, vad den betyder och vilken känsla den ska ge vad som händer just då. Man vill att musiken ska passa in med vad som händer i filmen och den berättar också till en del hurdan scenen är och hur stämningen är, eftersom man inte kan vara där själv och känna det. Man behöver också tänka på vem filmen är riktad till när man väljer ut musiken. Människor av olika grupper gillar normalt olika sorters musik och man vill hellre ha musik som passar bättre till den gruppen som filmen är riktad till. Man vill ha musik som tilltalar publiken och får dem att känna sig som en del av filmen och förstå och känna hur man skulle känna sig i en sådan situation. Musikens ton och frekvens har också

effekt på människor lika mycket som själva musiken. Man behöver också komma ihåg att inte ha volymen på musiken för hög, speciellt om man har någon som pratar i filmen. (Johnsson 2017)

När jag först började med projektet, visste jag inte om det skulle ha musik eller inte. Eftersom den kanske skulle användas på Facebook och kundens hemsida var jag inte säker på om de ville ha musik som spelade i bakgrunden eller inte. Jag funderade om det skulle vara för tråkigt utan musik, men jag funderade också om det skulle störa människor om det spelade musik när de var på en sida där filmen spelades. Jag tog upp saken med kunden och de tyckte att det skulle vara musik med i filmen. Så jag började söka efter musik jag kunde använda som också passade in i videon.

Jag använde internet för att hitta olika musikstycken, med hjälp av Google. Jag sökte efter sidor där jag kunde hitta musik jag kunde använda utan problem med copyright. Jag hittade ett par sidor med musik jag fick använda. Sidorna sa att man kunde använda musiken fritt, bara man hade med någonstans i videon info om varifrån musiken kommit. Jag valde ut några musikstycken, så jag kunde testa dem för att se vilken som passade bäst till filmen. Eftersom jag gjorde flera filmer, valde jag ut ett musikstycke per video, så totalt valde jag ut fyra musikstycken som jag använde i videorna.

Musiken satte jag sist, eftersom den skulle anpassas till filmen. Eftersom filmen troligtvis kommer att repetera sig hela tiden när den används, skulle musiken också kunna göra samma sak och låta bra medan den gör det. Så jag valde musik som skulle låta bra om den skulle repetera sig. Det blev inte perfekt, men det borde passa till det som den ska vara för. På bild 9 visas hur en av de tidigare test-filmerna såg ut när jag satt ihop det i Adobe Premiere. Test-filmerna är vad jag gjorde för att testa att jag säkert kunde göra videon, före jag hade valt ut musiken som jag skulle använda.

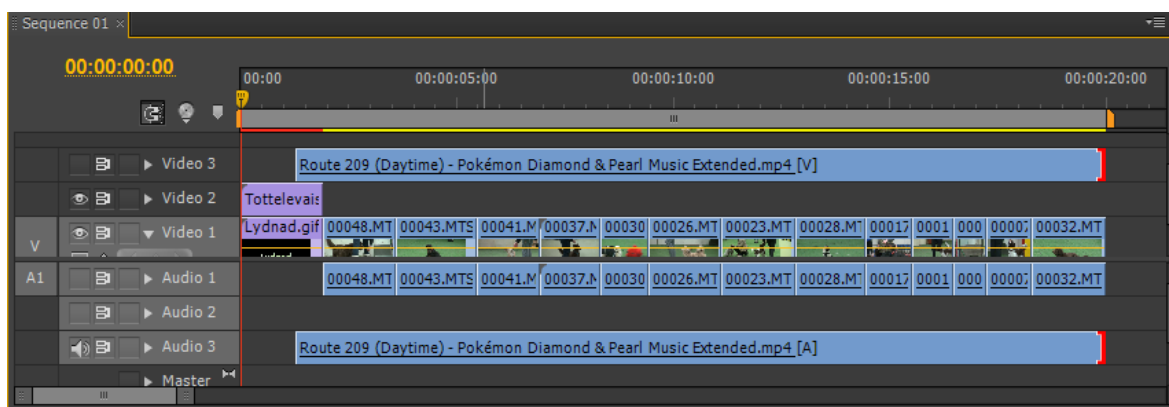


Bild 9, Editering (Egen bild)

För att komma fram till vilken som passade bäst använde jag inte bara mina egna åsikter, utan frågade också andra människor, speciellt kunden och andra människor från hundföreningen. Vi kom inte fram till mycket resultat, eftersom kunden bara sa att jag kan använda vilken musik jag tycker är bäst, så länge det inte blir något copyrightproblem. Jag försökte välja den musik som passade videorna bäst, med positivitet och energi, för att låta bättre och passa med det roliga träningarna.

Det finns olika musik som man får och inte får använda. Det är på grund av något som kallas "Copyright". Det betyder att man får inte bara använda andra människors verk som om man äger dem. Det självklara sättet att undvika problemet med copyright är att skapa sin musik själv och använda den i filmen. Det finns webbsidor där man får använda musik om man får lov att använda det eller om man har med någonstans i filmen varifrån musiken är tagen. (Smith 2015)

Eftersom jag lagade flera videon, skulle jag ha flera musikstycken. Jag hittade en webbsida där jag kunde ladda ner musik utan copyright. De fyra jag valde var: *bensound-happiness*, *bensound-happyrock*, *Jim-Yosef-Firefly-NCS-Release* och *Tobu-Sound-of-Goodbye-NCS-Release*.

9.3 Feedback och mer editering

Feedback är vad som berättar vad andra människor tycker om vad som är gjort. De kan berätta vad de tyckte var bra med arbetet och varför det var bra. De kan också berätta vad som var mindre bra eller dåligt med arbetet, vad som kan förbättras med arbetet och var för det inte var så bra och skulle behöva förbättras.

När man fått feedback vet man vad som fungerar bra med arbetet och vad man ska fokusera på för att det ska gå bra. Man får också veta vad man kan göra för att förbättra det man gjort för att göra det bättre. Att få feedback betyder att man kan göra något med det man gjort som man fått feedback på. Då kan man bättre fokusera på vad det är man vill göra och vem man vill göra det för och vad man kan göra och ändra för att lyckas bättre. Även om man inte gillar feedback är det viktigt att få det, för det betyder att man kan få reda på vad folk är nöjda och missnöjda med och sen använda det till något och förbättra sig själv på samma gång. (Kelly u.å.)

Man ska också komma ihåg att det alltid kommer att finnas någon sorts kritik på allt. Vad man än gör kan man inte göra alla människor nöjda och det kommer alltid finnas någon som hittar något att klaga på. Om de inte hittar något att klaga på kommer de klaga för att det inte finns något att klaga på. Det är bara så människor fungerar, tyvärr. (Wortzelius 2012)

Efter jag hade lagat videorna, visade jag dem för kunden så de kunde ge feedback och jag skulle se vad som behöver fixas. För jag var säker på att det skulle finnas saker som jag behövde förbättra, ändra eller lägga till, men jag kunde bara inte hitta dem själv utan att ha någon som kunde peka ut vad som behövde fixas. Så jag tog kontakt med kunden och visade dem vad jag hade gjort då och hur långt jag hade kommit och frågade dem om de hade några åsikter om vad jag kunde göra för att förbättra arbetet och vad de tyckte var bra med det.

Tyvärr var kunderna inte speciellt hjälpsamma och gav inte mycket feedback. Den enda feedback jag fick var: ”Det är fint att du har använt så många olika hundraser”, och ”Texten skulle kunna vara lite större.” Så jag lagade texten större. Eftersom kunden inte var så hjälpsam när det kom till feedback, frågade jag några andra människor om de kunde kolla igenom videorna och ge feedback åt mig, berätta vad som man kunde förbättra och vad som fungerade bra. Tyvärr var de inte mycket mer hjälp än kunden och tyckte bara att allt var bra. Så feedbacken blev inte den bästa som det kunde ha varit.

En sak som jag senare märkte själv var att videorna jag hade lagat var lite för långa, så jag förkortade dem med ungefär 20 sekunder. Det gjorde att det inte tog lika länge att se på dem och man blev mindre lätt uttråkad när man gjorde det. Efter det måste jag också anpassa musiken till det, eller försöka i varje fall, för musik är inte så lätt att anpassa när man inte riktigt vet vad man gör.

10 Slutresultat

Resultat av arbetet blev totalt fyra videon, med passande musik. Videorna berättar om Västnyländska Hundföreningens kurser och vilka olika kurser de erbjuder människor och deras hundar. Kurserna är, som sagt tidigare, Agility, Rally-toko, Lydnad och Nos-arbete.

Videornas originella längd var en minut och 20 sekunder, men det blev lite för långa att se på. Efter jag märkte det editerade jag dem så de blev ungefär en minut långa. Det passade bättre och var bättre att se på utan att bli uttråkad. På bild 10 visas hur en av de färdiga filmerna såg ut i Adobe Premiere efter editering, ihopklippning och musik.

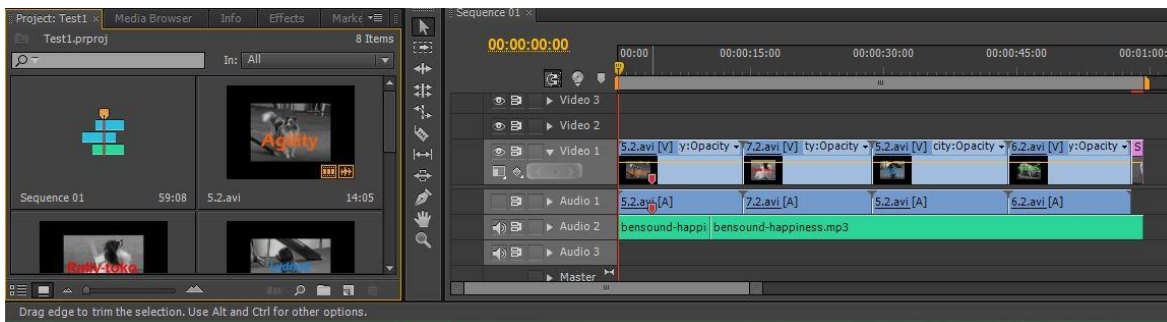


Bild 10, Slutresultat, (Egen Bild)

Alla eller en del av videorna kommer möjligtvis att användas på hundföreningens hemsida och/eller Facebook sida.

11 Granskning och sammanfattning

Arbetet med Adobe Premiere gav problem i början av videoediteringen, eftersom jag inte hade mycket erfarenhet av användningen av det. Det tog en liten tid före jag kom på hur man använde det och jag är fortfarande säker att jag inte lärde mig använda det så effektivt som man kan.

Ett annat problem var musiken. Ett av problemen var att hitta musik jag kunde använda utan att copyright kom i vägen. Ett annat problem var att hitta musik som passade videon och eftersom de olika grenarna på videon är så olika, var det svårt att hitta något som passade alla fyra.

En aning problematiskt var också kunden och hur jag inte riktigt fick någon feedback från dem, så jag visste inte riktigt om saker gick bra och vad som skulle kunna förbättras. Jag var inte helt säker om det betydde att jag gjorde at bra arbete, eller om de bara inte brydde sig.

Om det fanns någonting som jag skulle ändra med projektet var det nog filmningen. Jag skulle ha reserverat mer tid till filmningen och börjat tidigare, så jag kunde filma på fler träningar per kurs. Då skulle det ha blivit lite mer mångsidigt än det till slut blev, speciellt på ljudnaden och nos-arbetet.

Källförteckning

Axelsson A., 2004. *Agility klass 1*, Ödeshög, Danagårds Grafiska

Axelsson A., 2010. *Agility klass 2*, Halmstad, Bulls Graphics AB

Bensound, 2018. *Royalty free music*, [Online] <https://www.bensound.com/royalty-free-music/corporate-pop> [Hämtat: 3.4.2018]

Dahlgren P., 2011. *Storyboard*, [Online] <http://www.voodooofilm.org/artikel/storyboard> [Hämtat: 7.11.2018]

FilmDaily.tv, 2018. *Film Marketing*, [Online] <http://www.filmdaily.tv/marketing/film-marketing> [Hämtat: 26.11.2018]

Hansson C., 2011. *Spår!*, Kina, Everbest Printing Co Ltd

Jalakas I., 2004. *Agility från start till mål*, Stockholm, Bokförlaget Prisma

Jering G., 2005. *Sök för tävling och aktivering*, Stockholm, Prisma

Johnsson O., 2017. *Choosing music for video content*, [Online] <https://www.vidyard.com/blog/choosing-music-for-video-content/> [Hämtat: 23.11.2018]

Karpanen M., (u.å.). *Tottelevaisuuskoulutus*, [Online] www.kolumbus.fi/karppinen.mika/tottelevaisuuskoulutus.htm [Hämtat: 7.3.2018]

Kelly F., (u.å.). *What to do with feedback*, [Online] <http://welovenumbers.community/blog/what-to-do-with-feedback/> [Hämtat: 25.11.2018]

Kenlon S., 2016. *How to use Synfig Studio for animation*, [Online] <https://opensource.com/article/16/12/synfig-studio-animation-software-tutorial> [Hämtat: 21.11.2018]

Kennelliitto, (u.å.). *Agility*, [Online] <https://www.kennelliitto.fi/koiraharrastukset/kokeet-ja-kilpailut/agility> [Hämtat: 7.3.2018]

Kennelliitto, 2015. *Koeluokat*, [Online] https://www.kennelliitto.fi/sites/default/files/attachments/alo-evl_13012015_1.pdf [Hämtat: 28.3.2018]

Kennelliitto, (u.å.). *Rally-tokokilpailut*, [Online],

<https://www.kennelliitto.fi/koiraharrastukset/kokeet-ja-kilpailut/rally-tokokilpailut>

[Hämtat: 7.3.2018]

Kennelliitto, (u.å.). *Tottelevaisuuskoe*, [Online]

<https://www.kennelliitto.fi/koiraharrastukset/kokeet-ja-kilpailut/tottelevaisuuskoe> [Hämtat:

28.3.2018]

Kerminen P., 2017. *Ratapiirroksia*, [Online] [www.agi-petteri.fi/ratapiirroksia/episten-](http://www.agi-petteri.fi/ratapiirroksia/episten-ratoja/)

[ratoja/](http://www.agi-petteri.fi/ratapiirroksia/episten-ratoja/) [Hämtat: 14.3.2018]

Kokko P., 2017. *Nosework*, [Online] [https://sporttirakki.fi/2017/09/07/nose-work-](https://sporttirakki.fi/2017/09/07/nose-work-aivojumppaa-myos-omistajalle/)

[aivojumppaa-myos-omistajalle/](https://sporttirakki.fi/2017/09/07/nose-work-aivojumppaa-myos-omistajalle/) [Hämtat: 12.2.2018]

Magnusson M. & Forssblad H., 2003. *Marknadsföring i teori och praktik*, Sverige,

Studentlitteratur

Media Collage, (u.å.). *Overview of Adobe Premiere Pro*, [Online]

<https://www.mediacollege.com/adobe/premiere/pro/intro.html> [Hämtat: 21.11.2018]

Morinfrance, (u.å.). *Parcours Agility complet BASIC - Agility Systems*, [Online]

[https://www.morinfrance.com/c-obstacles-et-parcours-agility-system-/parcours-agility-](https://www.morinfrance.com/c-obstacles-et-parcours-agility-system-/parcours-agility-complet-basic-agility-systems)

[complet-basic-agility-systems](https://www.morinfrance.com/c-obstacles-et-parcours-agility-system-/parcours-agility-complet-basic-agility-systems) [Hämtat: 14.3.2018]

Muchmore M., 2018. *The best video editing software*, [Online]

<https://uk.pcmag.com/video-editing/16182/the-best-video-editing-software> [Hämtat:

22.11.2018]

Nose Work Finland, 2018. *Lajiesittely*, [Online] [https://www.noseworkfinland.com/nose-](https://www.noseworkfinland.com/nose-work-finland/lajiesittely/)

[work-finland/lajiesittely/](https://www.noseworkfinland.com/nose-work-finland/lajiesittely/) [Hämtat: 12.2.2018]

Nose Work Finland, 2018. *Nose Work -kokeet*, [Online]

<https://www.noseworkfinland.com/nose-work-finland/nose-work-kokeet/> [Hämtat:

12.2.2018]

Parmehed E., 2011. *Filma med systemkamera*, [Online]

[https://www.kamerabild.se/fotoskolor/fotografering/skola-filma-med-systemkamera-s-f-r-](https://www.kamerabild.se/fotoskolor/fotografering/skola-filma-med-systemkamera-s-f-r-du-koll-p-filmningen)

[du-koll-p-filmningen](https://www.kamerabild.se/fotoskolor/fotografering/skola-filma-med-systemkamera-s-f-r-du-koll-p-filmningen) [Hämtat: 14.11.2018]

- Pelletier J., 2016. *Preparing for filming at your office*, [Online] <https://videoforbusiness.ca/preparing-for-filming-at-your-office/> [hämtat: 13.11.2018]
- Pickard-Whitehead G., 2018. *Tips for creating marketing videos*, [Online] <https://smallbiztrends.com/2017/05/tips-for-creating-marketing-videos.html> [Hämtat: 26.11.2018]
- Rally-Tokoyhdistys, (u.å.). *Mitä on rally-toko?* [Online] <http://www.rally-toko.fi/sivusto/rally-toko/> [Hämtat: 7.3.2018]
- Rally-Toko, 2018. *Radat*, [Online] www.rally-toko.fi/sivusto/assets/radat/2018-02-17_Pori_ALO-AVO-VOI-MES_Jaana_Karppinen.pdf [Hämtat: 7.3.2018]
- Smith A., 2015. *Copyrighted music in video*, [Online] <https://tubularinsights.com/copyrighted-music-in-video/#101> [Hämtat: 25.11.2018]
- Student Filmmaking, 2008. *How to edit films*, [Online] <http://www.thewildclassroom.com/wildfilmschool/gettingstarted/editing.html> [Hämtat: 22.11.2018]
- Toonz, 2008. *Digital Video*, [Online] http://www.toonz.com/htm/products/download/story%20planner%20curr/StoryPlanner_Curriculum.pdf [Hämtat: 13.11.2018]
- UoW, 2018. *What is Photoshop?* [Online] <https://itconnect.uw.edu/learn/workshops/online-tutorials/graphics-and-design-workshops/adobe-cs/photoshop/> [Hämtat: 21.11.2018]
- Verksamt.se, 2018. *Marknadsföring av ditt företag*, [Online] <https://www.verksamt.se/starta/marknadsfor-ditt-foretag> [Hämtat: 26.11.2018]
- Wortzelius C., 2012. *Hur du skapar en proffsig video till ditt företag*, [Online] https://www.foretagande.se/hur-du-skapar-en-proffsig-video-till-ditt-foretag/?accept_cookies=1 [Hämtat: 26.11.2018]
- Yrittäjät, (u.å.). *Marknadsföring på nätet*, [Online] <https://www.yrittajat.fi/foretagens-abc/foretagens-abc/marknadsforing-och-forsaljning/marknadsforing-pa-natet-317599> [Hämtat: 26.11.2018]