

5

UPPGIFTER

Skapa en upplevelse

Efter att ha rätt ut ditt varför, vem som är din publik, ditt innehåll och vad som är tillåtet är det dags att börja producera. Olika kulturuttryck och konstformer har olika förutsättningar när det kommer till att skapa digitala kulturupplevelser, men det finns ändå ett par mer allmänna saker att tänka på.

1. Atmosfär & känsla

Fundera på hur du kan skapa en bra stämning, en skön atmosfär och ett professionellt intryck t.ex. med hjälp av dekor, kläder och rekvisita. Försök att leverera en helhetsupplevelse. I din inbjudan kan du t.ex. tipsa om att ordna fika, föreslå mat och dryck som passar till temat, ge förslag på "uppvärmningsmusik" och meddela om klädkod som gör att det känns som om vi är på plats. Kanske det t.o.m. finns någon särskild doft som kan förstärka upplevelsen? Försök att förmedla atmosfären i ditt event via olika sinnen. Allt för att närma sig kulturupplevelsen!

Syn

Hörsel

Smak

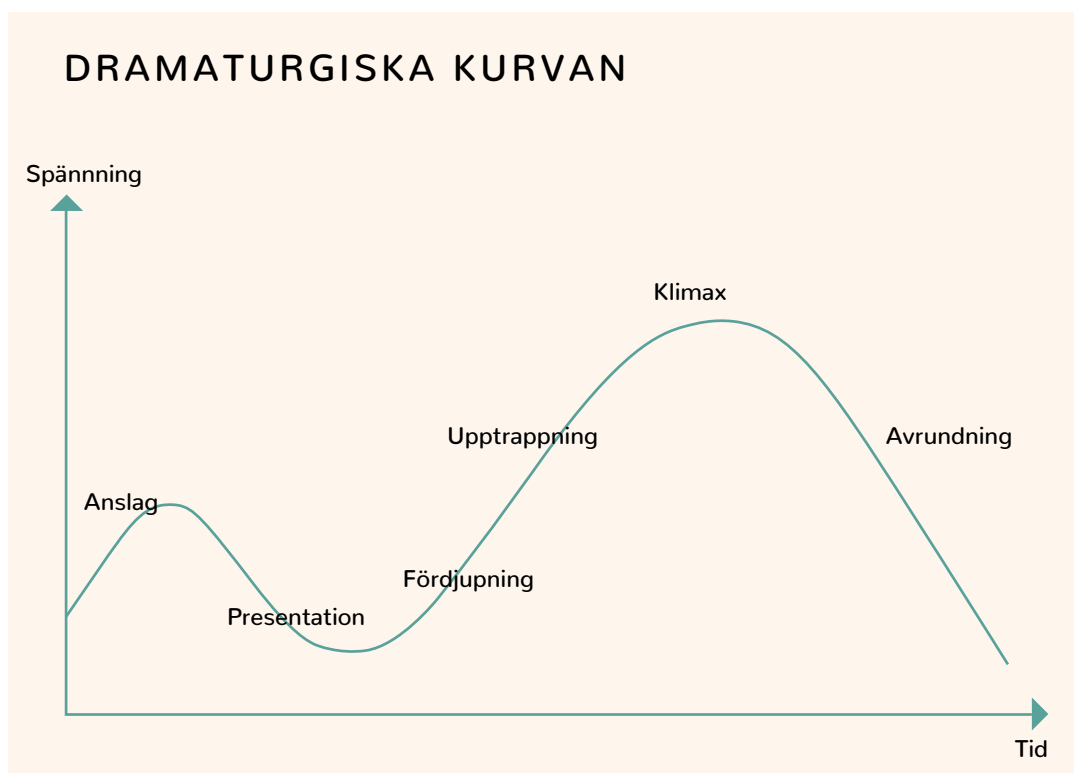
Doft

Känsl

2. Berättelse & dramaturgi

Oberoende om du kör ett live event eller skapar en film så är det berättelsen och innehållet som står i fokus. Tänk på att det är svårare att engagera publiken genom den digitala linsen så det är viktigt att skapa intryck och göra avtryck. Öva därför på både din öppning och ditt avslut, dvs. din inramning av din produktion. Checka av att du har med dig följande:

- Ha ett klart syfte och budskap i det du vill förmedla med ditt event eller din produktion. I din planering tänker du igenom och skapar innehåll utgående från frågorna vad, var, vem, när, hur och varför.
- Ha koll på hur du bygger ditt innehåll för att fånga din publik. Ta gärna hjälp av den dramaturgiska kurvan för att få hjälp med att upprätthålla intresset för din berättelse och produktion.



- Tänk igenom vilka ord, bilder och scener du behöver för att berätta din story, för att måla bilder i din publiks huvuden och för att förmedla ditt innehåll. Försök att tala till alla sinnen.
- Gör upp ett manus där du tänker ut vad du ska säga, hur du ska agera och föra din publik genom din produktion. Gå igenom hela ditt upplägg. Öva, öva, öva. På motsvarande sätt kan du tänka när du streamar live eller skapar korta filmer. Planera utgående från din målgrupp och innehåll. Skapa en tankekarta eller enklare storyboard för de bilder och scener du behöver för att berätta din story.
- Förmedla din passion och ditt engagemang! Berätta med humor och känsla för att på så sätt bygga relationer och skapa interaktion. Din publik behöver få förtroende för dig och gilla dig innan de tar in det du har att förmedla. Nå fram genom att bjuda in dem i din värld. Tänk på dramaturgin och energin, ta plats och trollbind din publik.
- Kom ihåg att det är inte bara vad du säger utan också hur du säger det. Använd kroppsspråket och rösten nyanserat. Hitta ditt röstläge, öva på ditt tempo, tänk på hur du betonar och artikulerar – var lite tydligare och långsammare för att nå fram via skärmen. Se över din kroppshållning, hur du får till ögonkontakt, dina miner och gester – ha koll på vad som syns och inte syns av dig på skärmen.

3. Teknik & process

I det här skedet vet du vad du vill producera och för vem och du har även en idé om hur du ska nå ut och vad du vill förmedla. Om du väljer att sända live (streama) eller skapa film för att nå ut med din kulturproduktion och -upplevelse finns det ännu ett par saker att ha koll på och ta ställning till.

CHECKLISTA

- Sända live (streama) eller filma?
- Var publiceras filmen? Bestäm plattform (t.ex. Youtube, Vimeo, Teams, Zoom, Google Hangouts, Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok...). Välj digital arena utgående från ditt innehåll och din målgrupp.
- Vill du interagera? Bestäm dig för ev. interaktiva delar (t.ex. chattfunktion, Mentimeter, Padlet, Kahoot, Google forms...). Ha gärna tillgång till teknisk support om du tänker satsa på interaktiva delar. Träna på den teknik och det forum du använder dig av. Testa innan om det är möjligt.
- Var ska du streama eller filma? Bekanta dig med rummet/platsen för att skapa dig en bild av förutsättningarna.
- Vilka scener/bilder ska ingå? Hur lång (kort) ska produktionen vara? Tänk igenom upplägget för att få en helhetsbild av din produktion. Skriv ev. ett manus, gör en storyboard eller en shotlist.
- Vilken utrustning behövs för att filma med t.ex. mobilen?
 - En mikrofon t.ex. en mygga eller en liten shotgun, en ljuskälla t.ex. en liten LED-lampa eller en ringlight och ev. en ställning (GorillaPod) för mobilen.
 - Ett redigeringsprogram och en plattform att publicera på.
- Vilken utrustning behövs för en livestream?
 - En dator, en kamera, en omkodare, en mikrofon, lampor/ljus och stabilt internet.
 - En streamkanal (t.ex. Youtube), en streamklient (t.ex. OBS) och en plattform (t.ex. Facebook, e-post) där du kan bädda in/länka till din stream.

KOM IHÅG ATT

- Ljudet är lika viktigt som bilden;
- Ljuset är A och O, använd dagsljus och solen så mycket som möjligt;
- variera dina filmvinklar (långtifrån, nära och lite mitemellan) så du får liv och variation i din produktion.

När det är dags för själva livesändningen är det viktigt att ha tänkt igenom och ha koll på alla stegen i processen: Rigga – Säkra – Sända – Dubbelsäkra & Publicera – Starta & Följ – Klipp, Klipp, Klipp – Avsluta. Det samma gäller vid skapandet av film att man tänkt igenom de olika delarna Pre-production (planera inför filmning) – Production (filma) – Post-production (redigera och publicera).

Projektet Boden Live har tagit fram en handledning för den som vill streama. [Läs mera här!](#)

Process för livestream



Process för film



4. Interaktion & upplevelse

Det finns skäl att fundera över hur du inkluderar och bjuder in publiken i ditt event, i din digitala kulturupplevelse. Det här är en viktig del i att ge ett professionellt intryck och få din publik att känna sig välkommen.

FÖRE EVENTET:

Kommunicera med deltagarna/publiken. Tacka för anmälan, för köp av biljett, informera om innehållet och berätta om eventuella förberedelser. Beroende av vem du vänder dig till, ditt innehåll och plattform så kan det vara bra att informera om t.ex. behovet av ett snabbt internet, vilken typ av skärm som är att föredra (TV, surfplatta, mobil...) och hur man får till ett bra ljud.

INNAN START:

Kolla igenom tekniken och se till att du behärskar de interaktionskanaler och plattformar du kommer att använda dig av. Upplevelsen blir bättre för alla om det tekniska löper på utan strul.

UNDER EVENTET:

Kom ihåg att introducera och guida din publik genom eventet. Man behöver veta vad som ska hända och vad som förväntas av en som deltagare.

EFTER EVENTET:

Tacka för deltagande, skicka ut eventuellt (extra)material, dela ut tips/länkar, be om feedback, upprätthåll kontakten, kom med ett erbjudande.