

VILD MED SANS

DIN EVNE TIL AT OPLEVE EN HISTORIE BLIVER DRAMATISK FORØGET, NÅR ALLE SANSER ER I BRUG.

I EFTERÅRET 2006 REJSTE REALISATOR LANDET TYNDT MED 'DEN REJSENDE SANSEBIOGRAF' OG VISTE EN FORTÆLLING OM MENNESKETS FORHOLD TIL ENERGI. PUBLIKUM VAR DE MEST KRITISKE MEDIEFORBRUGERE; TEENAGERE. DE FORLOD BIOGRAFEN MED ET VÆG-TIL-VÆG SMIL EFTER AT VÆRE BLEVET STIMULERET PÅ ALLE SANSER.

AF: PETER PALSHØJ

Tanken om, at en fortælling bliver forstærket, hvis den bliver formidlet via flere sanser, er ikke ny. I 70'erne dokumenterede man på Harvard, at indlæringen accelererer betydeligt for hver sans, der bliver aktiveret. Det er den tanke, sansebiografen bygger på.

Det hele startede på et ombygget vandværk i Valby i 2004. Københavns Energi og Københavns Kommune havde bestilt en fortælling om menneskets forhold til energi. Målgruppen var 5- til 85-årige, med særlig fokus på de største klasser i folkeskolen. Det gik hurtigt op for Realisators idemand Jens Simon, at netop teenagere, der dagligt er storforbrugere af medier på alle platforme, skal have mere føde til hjernen end blot lyd og billeder, hvis fortællingen skal gøre en forskel.

"Jo flere sanser du rammer i en fortælling – jo bedre husker du budskabet og jo bedre forstår du sammenhængen. Det gælder i øvrigt ikke kun for teenagere – men for os allesammen", fortæller Jens Simon fra Realisator.



Illustration:
Jens Simon

Derfor udviklede og producerede Realisator en totaloplevelse med titlen "Energien Skabelsesberetning". En 15 minutters fortælling i flere plan om, hvordan vi mennesker vælger at bruge energien på både godt og ondt.

På grund af publikums reaktioner på sansebiografen i vandværket, fandt Jens Simon ud af, at der var et marked for historiefortælling, som inddrager alle publikums sanser.

FORTSÆTTES ➤



**FORSIDE
SIDE 1**

**FORORD
SIDE 2**

**KOMMUNIKATION
SIDE 3**

**KOMMUNIKATION
SIDE 4**

**KOMMUNIKATION
SIDE 5**

**UDSTILLING
SIDE 6**

**UDSTILLING
SIDE 7**

**UDSTILLING
SIDE 8**

**VILD MED SANS
SIDE 9**

**VILD MED SANS
SIDE 10**

**VILD MED SANS
SIDE 11**

**EXHIBIT
SIDE 12**

**EXHIBIT
SIDE 13**

**TEATERBEGREBER
SIDE 14**

**TEATERBEGREBER
SIDE 15**

**BØGOMTALE
SIDE 16**

**ARRANGEMENT
SIDE 17**

**ARRANGEMENT
SIDE 18**

**ARRANGEMENT
SIDE 19**

**SIDEN SIDST/
SIDE 20**

**SIDEN SIDST/
SIDE 21**

**SIDEN SIDST/
SIDE 22**

SÅDAN FUNGERER SANSEBIOGRAFEN:

GRUNDELEMENTERNE I REALISATOR SENSEBIOGRAF ER EN KJEMPE-TRAILER, DER KAN FOLDE ET SPECIALDESIGNET TELT, MED PLADS TIL 50 GÆSTER, UD. MED I TRAILEREN ER ET COMPUTERAFVIKLINGS- og SYSTEM, ET DOBBELT SURROUND-SYSTEM OG EN OPPUSTELIG TRIBUNE MED INDBYGGET JORDSKÆLVSSIMULATOR, SOM VED EKSPLOSIONER RYSTER UNDER PUBLIKUM. SANSEBIOGRAFEN KAN OGSÅ LEVERE REGNVEJR, KULDEPÅVIRKNING OG ORKAN.

NÅR DISSE FEATURES BRINGES I SPIL SAMMEN MED EKSEMPELVIS EN FILMREMVISNING OPHØJES DET VISUELLE OG AUDITIVE INDTRYK TIL EN FYSISK TOTALOPLLEVELSE.

Sansebiografen blev simpelthen opfattet som en forlystelse.

"Efter en forevisning kom en mor hen til mig med sin 11-årige søn og sagde, at det var rigtig nok, at det var en fed oplevelse. Jeg spurgte moren, hvad hun mente med 'rigtigt nok'. Hun svarede, at hendes søn var kommet hjem fra skole og havde plaget hende om at tage med ind og se "Energis Skabelsesberetning". Han havde set den tre gange på en dag. Efter megen plage og hurlumhej tog hun med og havde overgivet sig totalt. Det var for fedt, sagde hun; sanserne havde overmandet hende. En totaloplevelse".

Det var reaktioner som disse, der overbeviste Jens Simon om, at der var potentiale i at få sansebiografen på tur i resten af landet. Resultatet blev "Den Rejsende

Sansebiograf", som kørte landet tyndt med "Energis Roadshow". 10 byer blev besøgt henover efteråret, mere end 20.000 mennesker så filmen, og alle steder var resultatet det samme.

"Fordi publikum blev bombarderet på alle sanser og blandt andet fik regn i hovedet, kuldepåvirkning og en altomsluttende lydsfærisk oplevelse, blev det en oplevelse på

OM REALISATOR

REALISATOR IDEUDVIKLER I TÆT SAMARBEJDE MED KUNDEN, SÅ HØJTFLYVENDE TANKER MODNES TIL IDEER, SOM KAN REALISERES. DISSE IDEER SKAL VÆRE SÅ SOLIDE, AT DE KAN BÆRE HELE VEJEN IGENNEM ANALYSE, DESIGN, PRODUKTION OG TEST-SCREENING, INDTIL REALISATOR LEVERER PRODUKTET.

DET NYESTE SKUD PÅ STAMMEN ER DEN INTERAKTIVE FILM "VANDSPEJLET" MED TILHØRENDE INTERNETBIOGRAF, SOM FÅR PREMIERE I DETTE FORÅR. PÅ KØBENHAVNS ENERGI'S HJEMMESIDE FORTÆLLES I "VANDSPEJLET" OM KØBENHAVNS ENERGI'S HISTORIE, VÆRDIER OG KERNEPRODUKTER TIL MÅLGRUPPEN, SOM ER MEDARBEJDERNE OG KUNDERNE.

REALISATOR DRIVES AF IDEMÅNDEN JENS SIMON, OG ER EN NETVÆRKSBASERET VIRKSOMHED, SOM ER OMDREJNINGSPUNKT FOR ET BREDT NETVÆRK AF SPECIALISTER INDEN FOR FORMIDLING. UDOVER SANSEBASEREDE OPLLEVELSER, UDVIKLER OG PRODUCERER REALISATOR BÅDE TRADITIONELLE OG INTERAKTIVE FILM, SOM I EKSEMPEL OVENFOR. HER SMELTER DEN GODE FORTÆLLING OM EN VIRKSOMHEDS IDENTITET OG KERNEPRODUKT SAMMEN MED ET UNIKT VISUELT UDTRYK.

FORTSÆTTES >>>



alle sanser, de aldrig glemmer", fortæller Jens Simon.

Den Rejsende Sansebiograf har plads til 50 publikummer per forestilling og er opbygget så fleksibelt, at den kan tilpasses mange forskellige fortælleformer og kan bruges både til film, messer og events.

Eksempelvis vil en film indeholdende en biljagt kunne gøres intens ved, at vandpytter på gaden bliver til vandsprøjt i ansigtet på publikum, og sammenstød vil resultere i rystelser i sædet. Kun fantasien sætter grænser for anvendelsesmulighederne.

Den Rejsende Sansebiograf er en ens fortælleramme, der tager historiefortælling til næste niveau.

LINKS:
WWW.ENERGIENSROADSHOW.DK
WWW.REALISATOR.DK

TEMA/OPLEVELSESBASERET KOMMUNIKATION

EXHIBIT ØRESUND — OPLEVELSESBASERET FORSKNINGSKOMMUNIKATION

AF: HENNING WETTENDORF, DIGINET/EXHIBIT ØRESUND

FORSKERE HAR OFTE EN FRYGT FOR 'OPLEVELSESBASERET FORSKNINGSFORMIDLING'. NOGLE FRYGTER, AT FORSTANDEN GÅR UD, NÅR OPLEVELSEN GÅR IND - AT MAN LIGEFREM KAN FINDE PÅ AT 'SÆLGE' KONTROVERSIEL ELLER USERIØS FORSKNING VED AT PAKKE DET IND I OPLEVELSER.

Der er forskere, som selv smitter læseren eller seeren - smitter med et brændende engagement. Engagemnet er den motor som har holdt videnskaben i gang i århundreder og skabt dens resultater. Men det er først i de seneste årtier, det engagement møder brugerne direkte gennem forskernes egen kommunikation. Nu skal forskerne også begejstre i medierne, ikke blot ved de indsigter eller produkter, de har bidraget til - men ved at optræde med deres viden og nysgerrighed.

Nogle forskere gør det, fordi de ikke kan lade være, andre sikkert fordi de vil være kendte og ha' anerkendelse - eller fordi det formidler deres forskning til erhvervsliv og sponsorer. Der er folk i og omkring forskningsmiljøer, som advarer mod det. Bogen "Forståelsens Rasen" udkom sidste år, skrevet af kommunikationschefen på DPU, Claus Holm. Han

FORTSÆTTES >>>

