

FILM		MAX: 5 personen
<i>Filmtrailer maken</i>		

Wat heb je nodig?

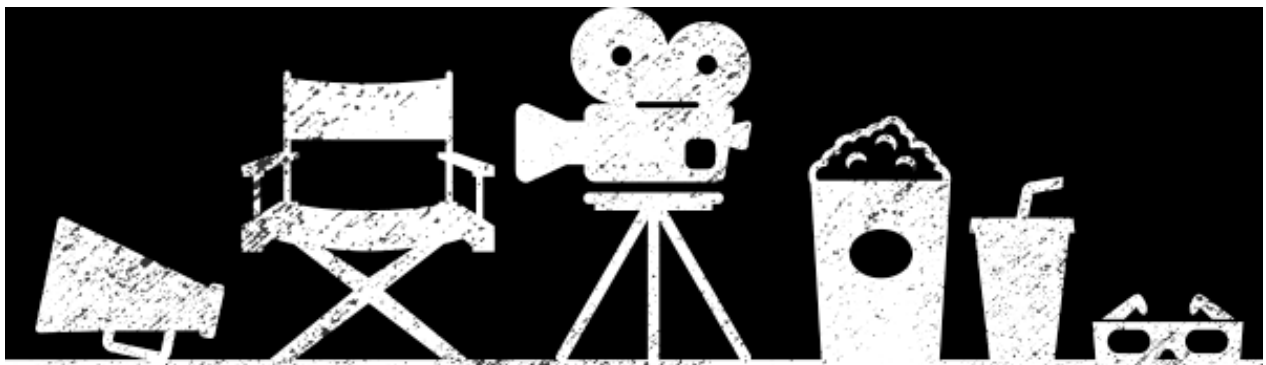
Computer, internet, camera (eventueel mobiel), videobewerkingsprogramma.

Wat ga je doen?

Je gaat in een groepje werken aan een korte film. De film hoeft niet langer te duren dan 5 minuten. Je mag zelf weten waar de film over gaat.

Hoe ga je te werk?

- Lees met je groepje het artikel **op de volgende pagina**. Hierin geeft John Piedot tips hoe je een goede trailer maakt voor een film.
- bekijk het volgende fragment uit RTL late night. <https://www.youtube.com/watch?v=DuLJNPSkcr0>
- Schrijf een script voor jullie trailer. Let op: Je maakt dus een korte film die bedoeld is als reclame voor een zogenaamde "echte, grote film". Bedenk een verhaal waarin alle groepsleden een rol spelen. Kies hierbij een genre: horror, komedie, misdaad, science-fiction etc. Maak er een spannend en interessant verhaal van.
- Maak een storyboard. Schetsmatig ga je het verhaal als een soort stripverhaal in beeld brengen. Elk plaatje dat je tekent is het moment tussen camera aan en camera uit. Het is verplicht om elk shot een ander standpunt te gebruiken. Dus bijv. eerst een vogelvluchtstandpunt, dan een close-up, dan weer een totaalshot etc. Hierdoor maak je het interessant om naar te kijken. Bedenk ook waar je de film gaat opnemen.
- Ga na of er kostuums en attributen nodig zijn voor de opnames. Zorg ervoor dat je die hebt verzameld vóór je gaat filmen.
- Maak een planning voor het filmen en ga aan de slag. Gebruik een digitale camera om te filmen. Zorg dat iedereen echt tevreden is over het eindresultaat.
- Wanneer je het hele storyboard hebt omgezet in filmbeelden, ga je monteren. Doe dit met een montage programma (I-movie, pinnacles, windows movie maker o.i.d.)
- Zorg voor een titel, aftiteling en muziek.



Interview met trailer maker John Piedot (tips & hints)

Hoe maak je een goede trailer? - Interview met trailermaker John Piedot

Hoe maak je een goede filmtrailer? John Piedot, creative director van het Britse trailerbedrijf Editpool, neemt de kneepjes van het vak met ons door. 'Uiteindelijk is het een kwestie van zo efficiënt mogelijk een verhaal vertellen.'

'Toen ik net begon met dit werk, zag ik de trailer van [Se7en](#). Toen dacht ik: als ik ooit zo'n efficiënte trailer zou kunnen maken, met zo'n prachtige structuur en zulke geweldige muziek, dan kan ik gelukkig sterven. Die trailer is nog steeds houdbaar. Prachtig hoe je alleen glimpen ziet van het verhaal. '

Aan het woord is John Piedot, creative director van het Britse trailerbedrijf Editpool. Op het Imagine Film Festival vertelde hij in een uitverkochte masterclass over de trailers die zijn bedrijf heeft gemaakt, zoals [deze](#) van Robocop, en [deze](#) van Cockneys vs Zombies. Na afloop sprak Piedot met ons verder over zijn vak.

Piedot's eerste grote klus was een trailer voor [The Devil's Advocate](#), die hem complimenten opleverde van de regisseur, Taylor Hackford. Via het marketingteam weliswaar, maar dat is nog steeds bijzonder; meestal krijgen trailermakers niet eens te horen wat de regisseur van hun werk vindt.

Piedot: 'Wij krijgen onze opdrachten van het marketingteam van de distributeur. Het materiaal waarmee we werken is meestal een bijna voltooide versie van de film, maar soms werken we met de dailies [tijdens de productie van een film wordt dagelijks een montage gemaakt van het ruwe materiaal dat op die dag is gefilmd]. Het belangrijkste onderdeel van het proces is onze 'first cut'. In het meest ideale geval heb je voldoende tijd om deze al zo sterk mogelijk af te leveren. Deze versie presenteer je aan de opdrachtgever, waarna je verdergaat met de feedback.'

Structuur

'Uiteindelijk komt het hierop neer: welk verhaal wil je vertellen? Daarom is de structuur van de trailer het belangrijkste. Die houden we simpel. Een trailer heeft in principe dezelfde opbouw als een film: een begin, een midden en een einde. In Amerika stoppen ze doorgaans meer informatie in de trailer, maar voor het Britse publiek mag het simpeler. Ik denk dat Britten liever pas in de bioscoop ontdekken waar het verhaal over gaat. Amerikanen willen weten wat ze krijgen voor hun geld. Zo toont de Amerikaanse trailer van Cast Away min of meer het hele verhaal. Je ziet Tom Hanks crashen, je ziet hem op het eiland, hoe hij van het eiland afkomt, en uiteindelijk zie je hem weer thuis. De hele plot in de trailer. Het lijkt wel ten goede te veranderen. Neem de Amerikaanse trailer van Man of Steel, daarin was niet veel van de plot te zien.

Editpool heeft de trailer voor de Koreaanse monsterfilm The Host gemaakt. Deze trailer hielden we ook simpel: het monster is amper te zien. In eerste instantie hadden wij er meer beelden van het monster in gestopt, maar de opdrachtgever dacht dat dit effectiever zou zijn. Bij de komische film Infestation werkte dat weer anders: in die trailer lieten we het monster juist veel zien, omdat het monster het komische element is. Dus elke film vraagt weer om zijn eigen aanpak.'

Dialog

'Dialog is een belangrijk onderdeel van een trailer. Dat is soms lastig, omdat losse dialogefragmenten niet altijd begrijpelijk zijn. Of verstaanbaar. Je merkt hierbij verschil tussen film- en theateracteurs. Anthony Hopkins is bijvoorbeeld getraind voor het theater. Onlangs maakten we de trailer voor een film over de Heineken-ontvoering, waarin Hopkins de rol van Heineken vertolkt. Iedere lettergreep is duidelijk te verstaan. Andere acteurs praten soms veel te binnensmonds.

Soms krijgen we opdracht om een trailer zonder dialogen te maken. In onze trailers voor The Host en de Franse film The Extraordinary Adventures of Adèle Blanc-Sec zit bijvoorbeeld helemaal geen tekst. De opdrachtgevers zijn dan bang dat de buitenlandse taal een belemmering kan vormen om de film te gaan bekijken.'

Soundtrack

'We gebruiken de soundtrack van de film zelden. De muziek moet emoties opbouwen over een heel kort tijdsbestek, en meestal is de filmmuziek daarvoor niet effectief. Alleen componisten als John Williams en Hans Zimmer vormen daarin uitzonderingen.

Dan heb je een paar opties: je kan bestaande muziek gebruiken, zoals popmuziek, of je kan zelf iets laten maken. Popmuziek is vaak duur, een nummer van de Rolling Stones is bijvoorbeeld niet te betalen. Dus zelf maken is meestal slimmer. Maar een combinatie kan ook. Voor de [trailer](#) van de dvd-release van het derde seizoen van Game of Thrones, gaf de opdrachtgever de tip om een nummer van de opkomende band London Grammar te gebruiken. Maar op de cd vonden we niks wat echt geschikt was. Toen hebben we twee componisten, een uit Los Angeles en een uit London, het nummer Strong laten bewerken, en dat hebben we uiteindelijk gebruikt.'

Social media

'Door de komst van social media is de functie van trailers behoorlijk veranderd. In de bioscoop krijg je één kans om het publiek te overtuigen, maar online kan een filmpje meerdere keren worden bekeken. Er komt commentaar op, er wordt over geschreven op fansites. Een typisch internetfenomeen is bijvoorbeeld de redband trailer. Die worden steeds vaker gemaakt, het zijn varianten op de gewone trailer, maar dan met meer geweld en meer scheldwoorden. Die hoeft niet langs het familiepubliek maar kan meteen online. Een andere trend is de Twitter-hashtag die in trailer gezet moeten worden. En het verschijnen van een trailer is nu soms een event op zich, waar dan ook weer een trailer voor wordt gemaakt. Dat zag je onlangs bij Godzilla.

Hoe trailers worden gemaakt, zal altijd aan trends onderhevig zijn, maar het principe blijft hetzelfde: kun je het publiek nieuwsgierig maken naar de film? En dat is allemaal afhankelijk van de structuur. Als jij het verhaal op een efficiënte, begrijpelijke manier kan vertellen, zodat het publiek benieuwd wordt, dan heb je je werk goed gedaan.'

