

Filmtrailers: een zoektocht naar de succesformule

Daphne Le Roux
3480232

MA Scriptie
Thema: Filmtrailers

Blok 4: 2014
Datum voltooiing: 15 juli 2014

Docent: Prof. Dr. S. de Leeuw

Abstract

Als je geïnteresseerd bent in film dan kom je vanzelfsprekend ook in contact met trailers. Veel trailerkijkers merken op dat als je de trailer hebt gezien, je de hele film hebt gezien en dat alle trailers hetzelfde lijken te zijn. De narratieve structuur van trailers is inderdaad opvallend. Trailers werken gemiddeld in maximaal drie minuten naar een climax toe. Daarbij worden de helden, de slechteriken, het doel en de reis getoond. De kijkers worden nieuwsgierig en onder de indruk achtergelaten. In deze scriptie wordt aan de hand van zes recente Amerikaanse trailers onderzocht of er een narratieve structuur te herkennen is die kenmerkend is voor trailers. De films GANSTER SQUAD, IDENTITY THIEF, HANSEL AND GRETEL, DARK SKIES, BEAUTIFUL CREATURES en SIDE EFFECTS worden als casusobjecten gebruikt. Aannemelijk is dat bijna alle trailers onderworpen worden aan een algemene succesformule. Dit kan bijvoorbeeld een succesformule zijn die werkt per genre of per invalshoek die de makers kiezen. Dat betekent dat de verhaalelementen op een vaste volgorde worden gepresenteerd. Ook bestaat de verwachting dat er een overkoepelende narratieve structuur is, die op bijna alle trailers toepasbaar is. In dat geval is er sprake van een specifieke narratieve structuur in trailers. In dit onderzoek wordt deze narratieve structuur voor trailers aangeduid als *blauwdruk*. Het onderzoeksmodel dat gebruikt wordt om de blauwdrukken vorm te geven, is gebaseerd op verschillende theoretische kaders van onder andere Lisa Kernan, David Bordwell, Elaine Aston, George Savona en wordt aangevuld met praktijkervaring van John Piedot. De volgorde van presentatie van de personages en de verhaalcomponenten worden onder andere bekeken in relatie tot het syuzhet en de fabula. Zo hebben bepaalde personages een vaste plaats in het tijdsverloop van de trailer, net als de presentatie van de filmstudio's, de setting en de reis van de held.

Dankbetuiging

Tijdens het schrijven van deze scriptie heb ik veel steun van vrienden gehad. Ieder van hen deed dat op een unieke manier, zoals alleen vrienden dat kunnen. Verder wil ik mijn vader bedanken voor zijn ideeën en frisse blik op de filmwetenschappen. Zijn feedback zorgt ervoor dat ik mijn bevindingen zo toegankelijk mogelijk heb gehouden. Ook voor een ieder die geen filmwetenschappen heeft gestudeerd. Daarnaast wil ik mijn docent en motivator Frank Kessler bedanken voor het delen van zijn kennis en inzichten door mijn studiejaren heen. Maar in het bijzonder gaat mijn dank uit naar mijn docent en begeleider Sonja de Leeuw. Zonder haar had ik deze scriptie niet kunnen verwezenlijken. Haar betrokkenheid is simpelweg exceptioneel.

Inhoudsopgave

Inleiding	5
Positie in de filmwetenschappen	8
Methode	10
Overzicht theoretici en andere filmtrailerexperts	13
<i>Coming Attractions</i>	13
<i>Theatre as a Sign-System</i>	17
<i>Narration in the Fiction Film</i>	23
<i>Overige literatuur</i>	24
Theoretische relevantie	27
Analyse, vergelijking en blauwdruk	29
Conclusie	39
Literatuur	42
Bijlagen	45
<i>Gangster Squad</i>	45
<i>Identity Thief</i>	49
<i>Hansel and Gretel: Witch Hunters</i>	51
<i>Dark Skies</i>	53
<i>Beautiful Creatures</i>	56
<i>Side Effects</i>	58

Inleiding

Herkenbaar en kort als ze zijn, weten trailers er altijd voor te zorgen dat films worden bekeken. Deze korte promo's van films proberen van potentiële bioscoopbezoekers daadwerkelijke bioscoopbezoekers te maken. In een kort tijdsbestek moet de trailer de kijker ervan overtuigen om de film te gaan kijken. De kijker zal bij het zien van de trailer in overweging nemen of hij het de moeite waard vindt om de film te gaan kijken. Om deze keuze te kunnen maken, zal de kijker eerst het een en ander van de film willen weten, alvorens het bioscoopkaartje wordt gekocht. Wat voor soort film is het? Waar gaat het verhaal over? Speelt mijn favoriete acteur erin? En is die film niet van de regisseur wiens stijl mij absoluut niet aansprak? Dit is zomaar een viertal van voorbeeldvragen die bij potentiële bioscoopbezoekers op kunnen komen. Niet zo gek eigenlijk, want wie wil er nou niet weten waar hij zijn geld aan besteedt? Aan de andere kant wil de kijker ook weer niet te veel van de film weten die hij zal gaan zien. Want een verhaal dat je al kent, hoef je niet nog een keer te horen en te zien. Het is aan de trailermakers dus de taak om hun publiek net genoeg informatie te geven om het publiek over te halen de film te gaan zien, maar net te weinig informatie om de interesse van het publiek te verliezen. Het vinden van deze balans is een verfijnde tactiek, die zich gedurende bijna de gehele filmgeschiedenis heeft ontwikkeld.

De eerste trailer werd omstreeks de Eerste Wereldoorlog vertoond in New York. Het was de eerste keer dat het publiek na de film een kort voorproefje kreeg van wat er volgende week te zien was.¹ De term trailer duidt op iets wat erna komt: *"Audiences call these 'coming attractions' or 'previews,' while the industry calls them 'trailers' (because they used to 'trail' the feature)."*² Hoewel trailers nu voornamelijk voor de film worden getoond, is de term trailer nog steeds in gebruik. Het op deze manier promoten van films werd voortgezet toen in 1919 de National Screen Service (NSS) werd opgericht. De NSS was een bedrijf dat begon met het maken van promo's voor films en deze verkocht aan de bioscopen. Het waren simpele films, die samengesteld waren van verschillende scènes uit de originele film. Voor het

¹ Lisa Kernan, *Coming Attractions*, 35.

² David Bordwell, *Film Viewers Guide*, 5.

gebruikmaken van dit filmmateriaal had de NSS echter geen toestemming van de studio's. Toen de studio's bekend raakten met het werk van de NSS, waren ze enthousiast over de promo's. De NSS werd vanaf toen ingezet om trailers te maken voor alle studio's. De studio's verzorgden filmmateriaal voor de NSS, zodat deze meer mogelijkheden hadden om trailers te maken.³ Vanaf 1928 besloten sommige filmstudio's zelf hun trailers te maken. Vandaag de dag zijn er nog maar een paar grote studio's die zelf trailers maken; het merendeel van trailers worden tegenwoordig door externe partijen gemaakt.⁴

Bijna alle trailers hebben overeenkomsten met elkaar. Zo wordt sommige informatie bijna altijd verschaft, zoals wie er in de film speelt en wanneer de film in de bioscoop is te zien. Dit zijn slechts twee voorbeelden van kenmerken die in bijna elke trailer verwerkt zijn. Deze terugkerende kenmerken in trailers kunnen te maken hebben met een patroon dat door de geschiedenis heen als standaard is opgenomen. Een andere reden zou kunnen zijn dat deze terugkerende kenmerken in trailers worden gebruikt omdat deze de kijker het meest bekoren. Het feit is dat trailers tot nu toe onderbelicht zijn geweest in de filmwetenschappen.⁵ Op een zekere manier zijn trailers verbonden aan het medium film. Trailers maken bijvoorbeeld altijd gebruik van het beeldmateriaal van de desbetreffende film en zijn daarmee dus verbonden aan deze film. Toch zijn trailers ook als uitzonderingen van het filmgebied te zien. Narratieve logica lijkt vaak totaal aangepast te zijn of zelf onvindbaar. Daarom kunnen trailers ook als korte en unieke films worden gezien.⁶

In deze scriptie zal het narratieve aspect van hedendaagse trailers van Amerikaanse *mainstream* films verder worden uitgediept. Deze scriptie is een zoektocht naar welke narratieve structuur kenmerkend is voor deze filmtrailers. Om deze vraag te kunnen beantwoorden zullen eerst trailers met elkaar vergeleken worden, waarbij verschillen en overeenkomsten in de narratieve structuur van trailers naast elkaar worden gelegd. Om deze vergelijking te maken, wordt gezocht naar een wijze waarop verschillende theoretische kaders gecombineerd kunnen

³ Lisa Kernan, *Coming Attractions*, 35.

⁴ John Piedot, *30th Imagine Film Festival: Masterclass Filmtrailers, 14-04-2014*.

⁵ Keith Johnston, *Coming Soon*, 1.

⁶ *Ibidem* 9.

worden tot een analysemodel dat geschikt is voor trailers. Aan de hand van dit model zullen de trailers vergeleken worden. De theorieën en de wijze waarop deze het analysemodel dienen, staan uitgebreider beschreven in het hoofdstuk *Overzicht theoretici en andere filmtrailerexperts*. Op basis van deze vergelijking wordt er een beeld gevormd van welke elementen in elke trailer terug lijken te komen en of deze kenmerkende elementen ook een vaste volgorde en plaats op de tijdlijn hebben. De trailers die vergeleken zullen worden zijn die van de films GANGSTER SQUAD (Ruben Fleischer, 2013), HANSEL AND GRETEL WITCH HUNTERS (Tommy Wirkola, 2013), IDENTITY THIEF (Seth Gordon, 2013), DARK SKIES (Scott Stewart, 2013), BEAUTIFUL CREATURES (Richard LaGravenese, 2013) en SIDE EFFECTS (Steven Soderbergh, 2013). De keuze om deze trailers te analyseren is gebaseerd op vijf selectiecriteria: de tijdsperiode waarin de film en trailer uitkwamen, het land van herkomst, het genre (verschillende genres in dit geval), afkomst van een filmstudio van een groot kaliber en het verwachte succespotentie. Op de reden van deze keuzes wordt verder ingegaan in het hoofdstuk *Methode*.

Deze scriptie vertrekt vanuit de kennis van Lisa Kernan, een filmwetenschapper die zich heeft gespecialiseerd in filmtrailers. Zij schreef *Coming Attractions* (2004) en is daarmee één van meest prominente auteurs in de filmwetenschap met betrekking tot trailers. Ter ondersteuning van de trailer analyse in deze scriptie, worden de analysemethode uit *Theatre as a Sign-System*⁷ (Aston en Savona, 1992) en de filmanalysemethode uit *Narration in the Fiction Film* (Bordwell, 2008) toegepast. Zowel *Theatre as a Sign* en *Narration in the Fiction Film* spelen een belangrijke rol bij het bepalen van het narratief in verhouding tot de tijdlijn. Deze beide werken bevatten canonieke analysestructuren. Deze analysevorm zal daarom later in deze tekst verder worden uitgediept. De narratieve keuzes die voor trailers kenmerkend lijken te zijn, kunnen in verband worden gebracht met de overtuigingskracht die trailers nodig hebben om hun doel te dienen. Naar de combinatie van marketing en trailers is al vaak onderzoek gedaan, maar puur naar de kunst van het overtuigen in combinatie met trailers nog niet. Daarom komt ook overtuigingskunst aan bod. Hiervoor dient *Persuasion* (Gass en Reiter, 2003) als

⁷ Elaine Aston & George Savona, *Theatre as a Sign-System*, 36.

aanvullende literatuur. De theorieën en theoretici zullen later in deze tekst uitgebreider worden behandeld, nadat er een duidelijker beeld van de wetenschappelijke context rondom filmtrailers is geschetst. Tevens zullen deze theorieën fungeren als onderdelen van het trailer-analysemodel dat wordt opgezet in dit onderzoek.

Uitgaande van de opvattingen van de verschillende theoretici, een ervaringsdeskundige en de opzet van het analysemodel is het aannemelijk dat er narratieve structuren te herkennen zijn die kenmerkend zijn voor trailers. Vluchtige observaties doen vermoeden dat de presentatie van actanten, componenten en overige trailer-informatie in een vaste volgorde op de tijdlijn (*sequence*) zijn te vinden. Waarschijnlijk is dit in samenhang met het desbetreffende genre dat wordt gerepresenteerd. Dat betekent dat eventuele blauwdrukken in te delen zijn in genres. Een andere mogelijkheid is dat er verschillende invalshoeken zijn, waarmee de trailer de aandacht moet trekken. Hierbij moet worden gedacht aan een presentatie vanuit een alwetende verteller, of van de hoofdpersoon of bijvoorbeeld van de kijker als medereiziger. Ook in dit geval is er sprake van verschillende blauwdrukken. Ondanks deze verschillende mogelijke blauwdrukken is het schappelijk als er daarnaast sprake is van een overkoepelende blauwdruk. Deze blauwdruk ontstijgt het niveau van de verschillende genres of invalshoeken.

Positie in de filmwetenschappen

In en binnen de context van de filmwetenschappen is er weinig over trailers geschreven. Niet alleen is er weinig filmwetenschappelijke literatuur over trailers beschikbaar, in de literatuur die er over trailers beschikbaar is wordt slechts een beperkt aantal aspecten belicht. Zo richt Keith Johnston zich in *Coming Soon* (2009) voornamelijk op de geschiedenis en ontwikkeling van de trailers. Hij doet dit met name met betrekking tot technische innovaties die in de trailer als promotiemateriaal worden ingezet.⁸ Lisa Kernan schenkt in *Coming Attractions* hoofdzakelijk aandacht aan de wijze waarop de trailer de film promoot door gebruikmaking van genre, verhaal en beroemdheden. Deze elementen verbindt zij met wat de filmindustrie

⁸ Keith Johnston, *Coming Soon*, 12.

veronderstelt dat het publiek van de trailers verwacht.⁹ Haralovich en Klaprat schenken op hun beurt aandacht aan het vraagstuk of de weergave van de trailer overeenkomt met het verhaal van de desbetreffende film.¹⁰ Echter, het merendeel van de literatuur dat over trailers is verschenen, is geschreven vanuit marketingtechnisch oogpunt. Vaak wordt in deze literatuur uitgegaan van wat de consument (in dit geval het filmpubliek) wenst te zien in het product (in dit geval de trailer). Een voorbeeld hiervan is *The Effects on Film Trailers on Shaping consumer Expectations* (Finsterwalder, Jörg. Et al., 2012). Opmerkelijk is dat bijna alle literatuur over trailers na het jaar 2000 is geschreven, waarvan de meeste literatuur afkomstig is uit de marketingbranche. De ‘filmtrailerwetenschap’ staat dus nog in de kinderschoenen.

Zoals film zichzelf heeft moeten bewijzen als zelfstandig, esthetisch medium, zo lijken trailers zichzelf nu als volwaardige filmvorm te laten zien. Het medium film heeft al vele soorten analyses moeten ondergaan. Deze analyses gingen bijvoorbeeld in op de zelfstandigheid van het medium, of juist op de verhouding tussen film en schrift. Alle elementen van film zijn aandachtig onderzocht en dit heeft ervoor gezorgd dat film nu een erkend individueel medium is. Trailers, op hun beurt, hoeven naar mijn idee niet perse als zelfstandig medium erkend te worden. Deze mening is gebaseerd op het feit dat filmtrailers een onderdeel van het medium film blijven, omdat zij dit medium promoten. Het is echter wel van belang om trailers meer als een unieke vorm van film te zien. Tot op heden worden trailers namelijk slechts als een aftreksel van de desbetreffende film gezien. Wellicht is deze visie ten onrechte, omdat trailers een zeer afwijkende narratieve constructie hebben ten opzichte van de klassieke verhaalvorm die in de mainstream films vaak voorkomt. Denk bij de klassieke verhaalvorm bijvoorbeeld aan canonieke narratologische schema (afkomstig van de Greismasiaanse semiotiek). Keith Johnston pleit er bijvoorbeeld zelfs voor om filmtrailers als unieke, individuele studieobjecten te behandelen.¹¹ Voordat trailers daadwerkelijk op deze manier erkend zullen worden, is het van belang dat de narratieve structuren die voor trailers kenmerkend zijn worden geanalyseerd. Als de specifieke kenmerken van trailers worden vastgesteld, zullen

⁹ Lisa Kernan, *Coming Attractions*, 15.

¹⁰ Mary Beth Haralovich en Cathy Root Klaprat, *Marked Woman and Jezebel*, 32.

¹¹ Keith Johnston, *Coming Soon*, 3.

trailers vervolgens als unieke, individuele films worden gezien. Zij zijn niet langer slechts een bijproduct van de desbetreffende film. Omdat de trailerstructuur een systeem is van verschillende elementen die onderling afhankelijk van elkaar zijn, maar tegelijkertijd elkaar wederzijds definiëren, sluit een structuralistische benaderingswijze goed aan bij dit onderzoek. Met losse elementen worden de shots, de teksten en de muziek bedoeld die uit verschillende momenten uit de plot van de film zijn gehaald. Alles hangt met elkaar samen in de trailerstructuur en daarom kan niets op zichzelf bestudeerd worden. Alle elementen krijgen alleen betekenis als zij in relatie tot iets anders worden gezien. Deze studie onderzoekt een eventuele universele grammatica voor deze filmvorm. Deze zoektocht naar het verband tussen de losstaande elementen in een trailer worden gedaan aan de hand van *Theatre as a Sign-System* en *Narration in the Fiction Film*. Beide teksten hebben een structuralistische inslag. Naast dat het vaststellen van de narratieve structuren van trailers een nieuwe stap is in de filmwetenschappen, moet er bij het analyseren ook rekening worden gehouden met het doel van de trailers. Het doel van trailers is het publiek trekken naar de bioscoop. Daardoor zijn de losse, onderling afhankelijke elementen van een trailers met de grootste zorg gekozen. Al deze korte elementen moeten de kijker over de streep trekken om de film te gaan kijken. Het is derhalve zeer belangrijk dat elk losstaand element in een trailer al op zich het doel dient om te overtuigen. Als geheel moeten alle elementen dus nog overtuigender zijn. De filmwetenschap heeft er bij dit onderzoek baat bij om gecombineerd te worden met kennis van de overtuigingswetenschap. Dit onderzoek gebruikt daarom ook de kennis uit *Persuasion*. *Persuasion* gaat in op de wijze waarop het overtuigen werkt en gaat voor een deel ook in op de wijze waarop audiovisuele media overtuigen.

Methode

De wijze waarop deze methodes gecombineerd worden zal nu beschreven worden in samenhang met hoe deze combinatie wordt toegepast als analysemethode op de filmtrailers. De kennis van de theoretici en ervaringsdeskundige bieden de handvatten voor het analysemodel voor trailers. De basis van deze handvatten wordt uitgebreider behandeld in het hoofdstuk Overzicht Theoretici.

Er zijn twee soorten trailers. De ene soort is erg kort (ongeveer dertig seconden) en wordt een *teaser* genoemd. De teaser dient ertoe het publiek slechts een hint over de film te geven. De tweede trailer wordt als de standaard gezien en duurt ongeveer twee tot drie minuten. Hoewel deze trailer net zo snel is gemonteerd als de teaser, moet het publiek aan de hand van deze trailer een uitgebreidere indruk krijgen van de film. In deze paar minuten worden filmsterren aangeprezen, het genre is duidelijker en de verhaallijn wordt in lichte mate onthuld.¹² De laatst genoemde trailervorm zal in deze analyse als casusobject fungeren. De selectiecriteria waarop de keuze van de casusobjecten is gebaseerd, bestaat uit vijf elementen. Het eerste element is de tijdsperiode waarin de trailer en film zijn uitgekomen. Het tweede is het land van herkomst. Het derde is het genre van de film. Het vierde element is de grootte van de filmstudio waar de film door is geproduceerd. Het laatste element is de verwachte potentie tot succes van de film. De tijdlijn van trailers die gemiddeld tussen de twee en drie minuten duurt, zal in deze analyse aangeduid worden als *sequence*. In deze analyse zal de *sequence* als leidraad dienen voor het toepassen van de verschillende analysemethodes.

Met behulp van Aston en Savona wordt de plaats in de *sequence* bepaald waar de personages worden geïntroduceerd. Daarnaast wordt er op diezelfde manier gezocht naar wanneer er meer informatie over personages wordt vrijgegeven. Daarbij wordt ook gekeken naar herkenningspunten die tot de vijf componenten behoren van het *canonical narrative schema*. Als de plaatsing van de componenten op de *sequence* is vastgesteld kan deze waarneming worden vergeleken met de klassieke narratieve structuur. Indien er verschillen zijn, is dat wellicht een aanwijzing voor een narratieve structuur die kenmerkend is voor trailers. Voor een klassieke narratieve structuur zijn er verschillende personages met een specifieke rolverdeling nodig (die eerder in deze scriptie beschreven zijn). Door de plaatsing van personages op de *sequence* te analyseren, wordt er vastgesteld of alle 'benodigde' personages van een klassiek narratief in de trailer aanwezig zijn. Indien dat niet het geval is, wordt er gekeken naar welke personages er dan wel aanwezig zijn en wat hun nut is in de trailer.

¹² Bordwell, *Film Viewers Guide*, 6.

Zoals al eerder is aangegeven is de montage van trailers discontinu en erg snel. De syuzhet onthult zo min mogelijk van de fabula, omdat de kijkers nieuwsgierig gemaakt moeten worden en de kijkers verrast willen worden. Het bewustzijn van de chronologische tijdspelingen die het syuzhet bepaald, wordt in *Narration of the Fiction Film* beschreven en de nadruk op gelegd. Daarbij komt dat Bordwell in zijn methode meer ingaat op montage, wat een belangrijk onderdeel is voor de snelle structurering van de syuzhet van de trailer. Door de inhoud deels als individuele onderdelen van een trailer te zien en deels als een geheel, sluit deze benaderingswijze aan op de punten waar in *Coming Attractions* de aandacht op wordt gevestigd.

Kernan heeft al veel trailerkenmerkende eigenschappen in *Coming Attractions* vastgesteld. Zij heeft deze in de filmwetenschap een plaats gegeven aan de hand van genre, verhaal en filmsterren. Hierbij blijft zij benadrukken dat trailers een advertentievorm zijn. Gecombineerd met de kennis van overtuigingstactieken geeft Kernan deze analyse de eerste handvatten om filmtrailers nader te bestuderen.

Al deze aspecten zullen per trailer worden vastgesteld in relatie tot elke bijbehorende sequence. Op deze manier ontstaat er per trailer een narratief schema, waarin de componenten, personages en overige informatie (denk hierbij aan namen van regisseurs, acteurs, verwijzingen naar websites en de welbekende datumaanduidingen) worden weergegeven. Deze schema's worden aangeduid als een blauwdruk. In eerste instantie zal elke geanalyseerde trailer dus een eigen blauwdruk krijgen. Deze blauwdrukken zullen met elkaar worden vergeleken, waarbij de verschillen en overeenkomsten benoemd worden. Hierbij wordt rekening gehouden met het verschil in genres dat wordt vergeleken.

De casusobjecten zijn filmtrailers waar diverse genres aan worden toegeschreven. Toch heb ik trailers gekozen met overlappings in genres, zodat er de mogelijkheid is tot vergelijking. Tegelijkertijd worden op deze manier alle genres gerepresenteerd. Alle casusobjecten zijn in het najaar van 2012 gepubliceerd. Alle bijbehorende films hebben in de eerste drie maanden van 2013 in de bioscoop gedraaid. Deze keuze is gemaakt zodat er zo min mogelijk variabelen in de verschillende trailers qua technische mogelijkheden zijn of veranderingen in de maatschappelijke verwachtingen van films (en dus ook trailers). Op deze manier

worden de gemiddelde films van grote filmstudio's weergegeven met een gemiddelde potentie van succes. Deze keuze is gemaakt omdat trailers voor een film met een specifieke doelgroep het gemiddelde publiek misschien niet aanspreken.

Door middel van het identificeren van de verschillende actanten, componenten en overige informatie (zoals de release-datum) worden alle gebeurtenissen in de trailers gelabeld. Deze labels bieden een overzicht van de wijze waarom de desbetreffende trailer is opgebouwd. De labels worden in een schema weergegeven, zodat de volgorde van presentatie van de actanten, componenten en overige informatie bloot gelegd worden. Voor elke trailer wordt een dergelijk schematische weergave gemaakt, zodat zij puur op basis van de actanten, componenten en overige informatie met elkaar kunnen worden vergeleken. Op deze manier is er ook een duidelijker beeld te creëren van de fabula en het syuzhet van de trailers en is de samenhang van interpretatie van discontinuity editing te analyseren. In het volgende hoofdstuk wordt dieper ingegaan op de theoretische elementen die als handvatten dienen voor de traileranalyse.

Overzicht theoretici en andere filmtrailerexperts

Zoals al eerder was aangegeven, spelen een aantal verschillende theoretici een cruciale rol bij het analyseren van de narratieve kenmerken van trailers. Allen hebben zij zich in verscheidene aspecten verdiept die van betekenis zijn voor deze analyse. Om een helder en overzichtelijk beeld te krijgen van welke methode afkomstig is van welke auteur, introduceer ik deze eerst. Ook bespreek ik daarbij hun ideeën met betrekking tot trailers.

Coming Attractions

Lisa Kernan was een filmwetenschapper die zich gedurende de laatste jaren van haar carrière bezig hield met het analyseren van trailers. Zij is nog steeds een van de meest toonaangevende auteurs op het gebied van de specialisatie in trailers binnen de filmwetenschap. In *Coming Attractions* behandelt zij de vraag tot wie de

filmindustrie zich richt met trailers.¹³ Hierbij neemt zij in overweging dat trailers een vorm van marketing zijn en daarmee dus ook een unieke narratieve vorm bevatten binnen het filmgebied.¹⁴ Kernan was de eerste die deze waarneming meenam bij het analyseren van trailers. Met name besteedde zij aandacht aan de invloed die genre, story en faam spelen in trailers.¹⁵ Bij genre merkte Kernan op dat de trailers van begin jaren 1930 al de structuur hadden die de trailers zouden behouden tot aan het eind van de jaren 1940. De weergave van genre was een routine geworden waarbij de structuur en het adresseren tot het publiek herkenbaar was voor ieder die bekend was met trailers. Opvallende titels en *voice-overs* prijzen het verhaal aan en overtuigen daarmee het publiek ervan dat ze deze film echt niet mogen missen. En als dat niet werkt, overtuigen de visuele traktaties wel die gelinkt worden aan *“romantische verhaallijnen, exotische omgevingen en het identificatieproces met de filmsterren waarbij de kijker de link legt met eerdere succesvolle films.”*¹⁶ Vanaf het begin van 1950 werden de vaste formules voor trailers losgelaten. Hoewel er met trailers altijd gestreefd bleef worden naar het aantrekken van een zo breed mogelijk publiek, experimenteerde men wel met trailers en zocht men naar nieuwe formules tot in de midden jaren '70.¹⁷ Toen de televisie een steeds prominentere rol in de samenleving kreeg, was het noodzakelijk dat de trailer zich aanpaste. Immers, er ontstond nu ruimte om trailers niet alleen in de bioscoop te tonen. Daarnaast waren trailers altijd al onderdeel van een grotere marketingstrategie.¹⁸ Kernan haalt Vinzens Hediger aan wanneer hij stelt: *“(…) trailers are very cost-effective since they utilize approximately 4.5 percent of the advertising budget of the film’s box-office revenue.”*¹⁹ Om deze opzet te behouden, moeten trailers worden aangepast. Met de opkomst van het internet, hoeven trailers niet altijd gericht te zijn op een zo breed mogelijk publiek omdat het publiek zelfstandig gericht kan zoeken.²⁰

Door deze ontwikkeling kan men vraagtekens zetten bij het gegeven of het gebruik van genres nog wel nuttig is. Genres zijn lange tijd gebruikt om het verschil in filmtypes aan te duiden, terwijl er tegelijkertijd nadruk wordt op de overeenkomsten

¹³ Lisa Kernan, *Coming Attractions*, 44.

¹⁴ *Ibidem*, 11.

¹⁵ *Ibidem*, 24.

¹⁶ *Ibidem*, 34.

¹⁷ *Ibidem*, 35.

¹⁸ *Ibidem*, 40.

¹⁹ *Ibidem*, 40.

²⁰ *Ibidem*, 35.

tussen de films van hetzelfde genre. Deze vorm van herkenning door generalisatie werkt positief voor de filmindustrie.²¹ Toch wil Hollywood de films ook aanprijzen door middel van product verscheidenheid. Om product verscheidenheid vol te kunnen houden worden daarom genres steeds weer vermengd en worden er nieuwe genres verzonnen. Op deze manier is er een vorm van herkenning bij het publiek door ervaring, maar wordt er interesse gewekt door het nieuwe.²² Montage is onmisbaar bij het geven van een snelle impressie van het genre waartoe een film behoort. In de meeste trailers worden daarom de mooiste plaatjes en de indrukwekkendste gebeurtenissen getoond. Kernan zegt hierover:

“Narrative, however, does not disappear in this process. Trailers are themselves little stories constructed within the anticipatory dimension of capitalist realism in which carefully selected individual cinematic images dynamically combined in highly teleological editing structures, shine with a surface gloss of exaggerated spectacularity.”²³

Zij vervolgt later in haar boek:

“(...)their logic is backed up by selections of particular images in the promotion of a given film, through a ‘discontinuity editing’ that makes connections between scenes, demonstrating the enthymeme’s assumptions about emphases the audience may want to see in the film, and through further titles and narration that posit what the audience will want to see as well as other ideas and assumptions about the social world.”²⁴

Deze vorm van montage vraagt om een actieve houding van het publiek. Kijkers moeten de losse elementen, die de inhoud van trailers vormen, als geheel kunnen interpreteren. Dit zorgt ervoor dat de kijkers kunnen overwegen of zij de film interessant vinden. Het publiek wordt aangemoedigd om met hun kritische blik de

²¹ Lisa Kernan, *Coming Attractions* ibidem, 62.

²² Ibidem, 58.

²³ Ibidem, 20.

²⁴ Ibidem, 48.

keuze te maken of zij de film gaan zien of niet.²⁵ Het vermogen van het publiek om de trailer associatief te bekijken, wijkt daarmee dus af van de klassieke Hollywoodstijl van montage (wat gebaseerd is op *continuity editing* en psychologische motivaties).²⁶ Deze 'metamontage' van trailers is gebouwd op grenzen en 'verloren' stukken, die het publiek in moet vullen door er zelf betekenis aan te geven.²⁷ In de jaren '50 was het al zo dat trailermakers zoveel mogelijk elementen van het verhaal weglieten in de trailer. Liever werden er vragen gesteld die het publiek nieuwsgierig moesten maken. Later werd deze formule veranderd in een vorm waarbij twee derde van de film werd onthuld, behalve de finale.²⁸ Het discours rondom een film leek en lijkt een uitnodiging voor het publiek te zijn, om met de personages mee op reis te gaan. De trailer is daar een klein voorproefje van.²⁹ Hoe meer het publiek van de *key elements* van deze reis wordt onthouden, hoe meer spanning dat oproept.³⁰

De hedendaagse trailer lijkt, net als trailers uit het verleden, als een formule in elkaar te zitten. Kernan kaart aan dat de *discontinuity editing*, het associatieve waarnemen van de trailer door de kijker, genre en de faam van de acteurs een belangrijke rol spelen in elke trailer. De waarde die zij geeft aan *discontinuity editing* en het associatieve waarnemen van het publiek leent zich voor een structuralistische analyse van trailers. Echter, door de erkenning die zij geeft aan de rol die genre en acteurs spelen, zou een analyse niet compleet zijn zonder de analysemethode van Aston en Savona. Daarbij komt dat Kernan de verwachting wekt dat trailers nu nog steeds een structuur hebben die als een formule te benaderen is, net zoals elk narratief dat heeft zoals dat wordt weergegeven in *Theatre as a Sign-System*. Aston en Savona behandelen in hun werk tevens de formule die wordt toegekend aan de klassieke verhaalstructuur. Kernan gaf al aan dat trailers geen klassieke verhaalopbouw hebben, maar het is logischerwijs aan te nemen dat de belangrijkste elementen uit deze klassieke verhaalopbouw (met aanpassing) ook toe te passen zijn op trailers.

²⁵ Lisa Kernan, *Coming Attractions*, 43.

²⁶ *Ibidem*, 50.

²⁷ *Ibidem*, 52.

²⁸ *Ibidem*, 60.

²⁹ *Ibidem*, 64.

³⁰ *Ibidem*, 65.

Theatre as a Sign-System

In *Theatre as a Sign-System* gaan Aston en Savona uitgebreid in op de klassieke verhaalopbouw. Beide auteurs zijn (onder andere) gespecialiseerd in theater en koppelen daarom in hun tekst geregeld terug naar theaterstukken. Desalniettemin is hun werk, met enige vertaling van het medium theater naar het medium film, ook toepasbaar voor deze analyse. Aston en Savona behandelen in *Theatre as a Sign-System* onder andere het werk van Vladimir Propp. Propp analyseerde sprookjes, waarbij hij functies binnen een verhaal in verband kon brengen met bepaalde 'sferen'. Deze sferen hebben op hun beurt weer interacties met de respectievelijke performers. Zij zijn de 'spheres of action'.³¹ Propp definieerde zeven 'spheres of action'³²:

- 1 De schurk
- 2 De voorziener
- 3 De helper
- 4 De prinses (of iemand anders waar naar gezocht moet worden) en haar vader
- 5 De verdeler
- 6 De held
- 7 De nep held

Propp constateerde dat de personages aan de ene kant interactie kunnen vertonen die logischerwijs met de actie in het verhaal meegroeien. Een tweede mogelijkheid is dat de personages veranderen en met hun verandering de voortgang van het verhaal dienen.³³

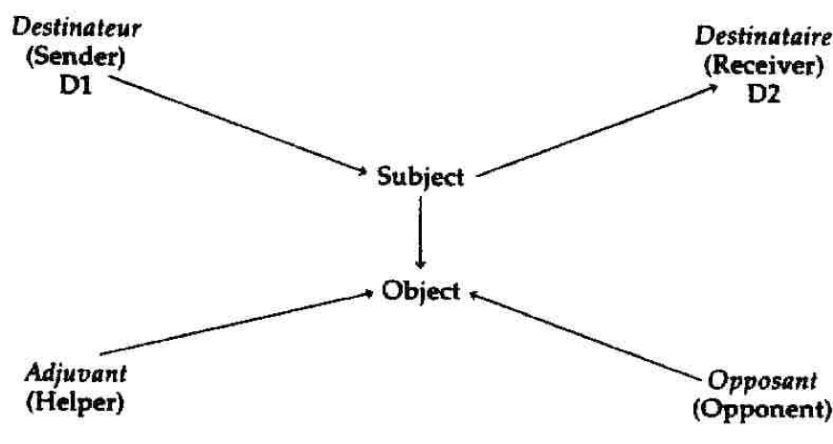
Op basis van het werk van Propp heeft A.J. Greimas het *Canonical Narrative Schema* en het *Actantial Model* ontworpen. De essentie van het actantiële model is dat door middel van semiotiek en de structuren van betekenis de motivatie van acties in het verhaal verklaard kunnen worden. Het volgende figuur toont een schematische weergave van het model. Dit actantiële model bestaat uit zes functies

³¹ Eliane Aston en John Savona, *Theatre as a Sign-System*, 36.

³² *Ibidem*, 36.

³³ *Ibidem*, 36.

waarin het verhaal te verdelen is. Hier is D1 bijvoorbeeld de motivatie voor het subject om de reis naar het object te gaan maken. Het subject doet dit in het belang van D2. Het subject wordt tijdens de reis naar het object geholpen en tegengewerkt.³⁴ Om het wat concreter te maken betrekken we er een prins, een draak en nog een aantal bekende sprookjesfiguren bij. Het subject (de prins) wordt door een koning (D1) van en ver, ver land gevraagd om zijn dochter (object) te redden. Zij is gevangen door een draak. Als de prins haar redt, mag hij met haar trouwen. Het gaat hier om een hele slimme, mooie en lieve prinses, dus trouwen is een mooi doel voor de prins om naar te streven en is daarmee D2 in het schema.



Figuur 1: Actantiële model: Greimas

Aston en Savona geven aan dat het kortzichtig zou zijn om dit model op alle verhalen toe te passen: *“A further value of attention paid to the function of characters, however, is that it steer us productively away from the negative and misleading approaches encouraged by the method of analysing characters as real people.”*³⁵ In *Theatre as a Sign-System* wordt verder ingegaan op de semiotiek van personages. Deze verdieping draagt niet bij aan de analyse naar trailers, omdat de personages in trailers slechts oppervlakkig aan bod komen. Aston en Savona geven wel aan dat het van belang is dat de kijker de personages in relatie moet kunnen zien tot de echte wereld.³⁶ Het moet voor de kijker dus geloofwaardig zijn dat de kijker dit zelf ook kan overkomen. Indirect spelen bij deze vorm van identificatie met personages ook de imago's van de betrokken acteurs mee. Want ook met hen kan de kijker zich

³⁴, Eliane Aston en John Savona, *Theatre as a Sign-System* 37.

³⁵ Ibidem, 40.

³⁶ Ibidem, 43.

identificeren en dat is precies waar Hollywood met de trailers gebruik van wil maken volgens Kernan:

“The ideological function of the promotion of desire for and identification with stars feeds into the rhetoric of stardom’s maintenance of a contradictory balance between inviting audiences to feel close to stars and sustaining the mystique and allure of their distance from everyday life.”³⁷

Aston en Savona sluiten zich hierbij aan door te stellen dat: “De acteur een tussenpersoon is die het personage kenbaar maakt aan het publiek.”³⁸ Aanvullend op deze overtuiging stelt Kernan dat filmsterren de meest effectieve promotors zijn voor de filmindustrie.³⁹ Acteurs kunnen in trailers films promoten als het personage (en daarmee wordt dus de cast ingezet om de film aantrekkelijk te maken).⁴⁰ Het personage kan zich op ongebruikelijke plaatsen in de verhaalstructuur presenteren en daarmee de kijker dus ook selectief van informatie voorzien. Een andere manier waarop acteurs in trailers als promotor gebruikt kunnen worden is als (directe of indirecte) verwijzing naar het werk van acteurs in vorige films.⁴¹ De verhouding van de personages onderling is echter niet voldoende om de narratieve structuur die trailers kenmerkt te verklaren. Daarom is het actantiële model voor deze traileranalyse slechts deels bruikbaar.

Het *canonical narrative schema* vult het actantiële model aan wat betreft het analyseren van de narratieve structuur in trailers. Het *canonical narrative schema* gebruikt logica, temporaliteit en semiotiek om de elementen van een actie in een verhaal, aan te duiden als een structuur.⁴² Dit schema is in het volgende figuur afgebeeld. De elementen van het verhaal worden aangeduid als componenten. Het eerste component is de actie (dit component kan op zich ook in twee componenten worden verdeeld). Hier hebben we onze prins weer even nodig: De prins gaat op reis naar de draak (maar maakt eerst een tussenstop bij de koning om te horen wat het doel eigenlijk is en tikt ergens een zwaard op de kop (wat hieronder verder wordt

³⁷ Lisa Kernan, *Coming Attractions*, 73.

³⁸ Eliane Aston en John Savona, *Theatre as a Sign-System* 46.

³⁹ Lisa Kernan, *Coming Attractions*, 73.

⁴⁰ *Ibidem*, 62.

⁴¹ *Ibidem*, 78.

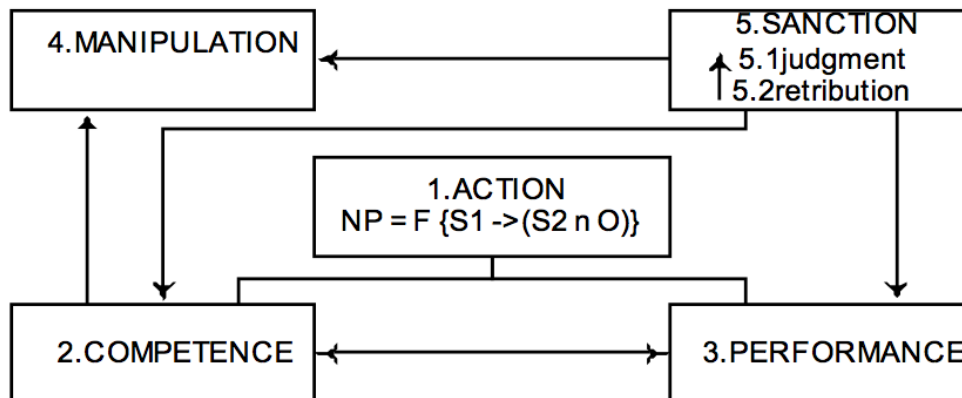
⁴² Louis Hébert, *Tools for Tekst and Image Analysis*, 68.

uitgelegd)). Het tweede component is bekwaamheid (wat een aantal voorwaarden met zich meebrengt: het 'willen doen', het 'moeten doen', het 'weten hoe het te doen' en het 'in staat zijn te doen'). Toen de prins hoorde dat hij met de prinses mocht trouwen, *wilde* hij inderdaad wel de draak verslaan. De kans bestaat dat zijn toekomstige bruid door de draak wordt opgegeten, dus enige haast is geboden. De prins *moet* dus ook wel de prinses gaan bevrijden. De draak kan uiteraard alleen met een speciaal zwaard worden verslagen. Als de prins *weet hoe* hij de draak kan verslaan, moet hij dit speciale zwaard in handen krijgen om *in staat* te zijn de draak te verslaan. Het derde component is uitvoering, waarbinnen de actie ook daadwerkelijk wordt uitgevoerd. De prins gaat op zoek naar het zwaard en reist vervolgens verder naar de draak. Het vierde component is manipulatie, waarbij het 'willen doen' en 'moeten doen' heroverwogen worden. De prins is bedrogen door de koning, want de prinses blijkt blij te zijn bij de draak. Het vijfde en laatste component is de sanctie. In dit gedeelte wordt de actie geëvalueerd en vergelding toegewezen. (De prins en de prinses trouwen en hebben de draak als huisdier). De vergelding kan een beloning of een straf zijn.⁴³ Al deze componenten kunnen als een samenhangend geheel gezien worden. Tegelijkertijd kan iedere component als een individuele actie worden beschouwd en dus als een opeenvolging van acties.⁴⁴ Dat betekent dat component 1 het verhaal voortstuwt en sowieso leidt tot component 2. Deze componenten staan in verbinding met de actanten uit het actantiële model.

⁴³ Louis Hébert, *Tools for Tekst and Image Analysis*, 68.

⁴⁴ *Ibidem*, 68.

Representation of the canonical narrative schema



Figuur 2: Canonical Narrative Schema

Het manipulatie-component (*manipulation*) zorgt voor verandering in het ‘willen doen’ en/of het ‘moeten doen’. De manipulatie kan er ook voor zorgen dat het ‘willen doen’ en/of het ‘moeten doen’ voortgezet wordt, indien deze ontwikkelingen al van start zijn gegaan. Manipulatie kan ten positieve worden ingezet (in dat geval leidt het tot ‘het doen’ en raakt onze prins bijvoorbeeld geïnspireerd) of ten negatieve (in dat geval leidt het tot ‘het niet doen,’ waarbij onze prins opgeeft). Veelal wordt het subject gemanipuleerd door de ‘zender’ (koning), die ervoor zorgt dat de ‘receiver’ van het subject iets ontvangt (huwelijk waarbij het koninkrijk veilig wordt gesteld). Veelal hangt deze driehoeksverhouding samen door een contract. Dit contract staat voor een beloning of een straf als de actie wel of niet wordt afgerond.⁴⁵

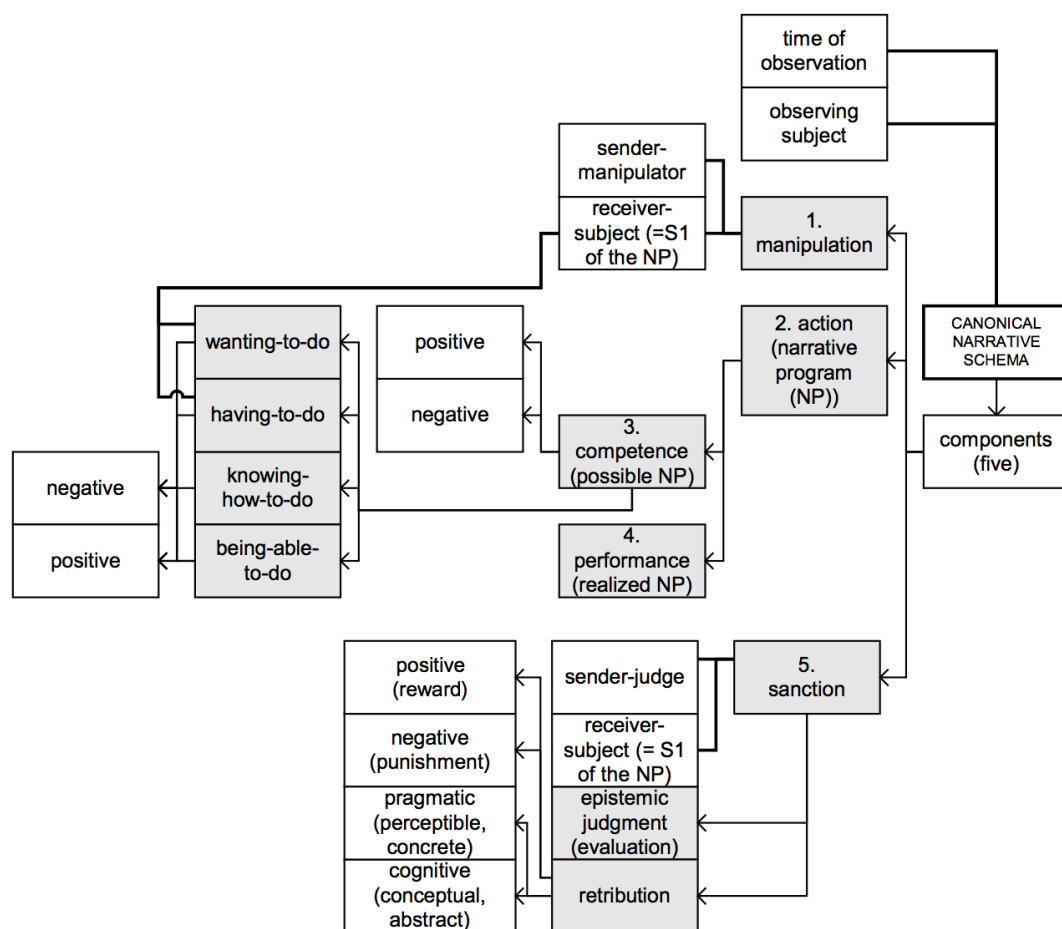
De actie (action) staat centraal in het *canonical narration schema*. Dit component kan worden onderverdeeld in twee aspecten: bekwaamheid en uitvoering (*competence* en *performance*). Aan actie is altijd manipulatie vooraf gegaan. Dit betekent niet dat manipulatie automatisch de reden is tot het overgaan tot actie. De bekwaamheid omvat de benodigheden die de uitvoering mogelijk maakt. Denk hierbij bijvoorbeeld aan iets maken, iets behouden of iets verliezen. Als de actie daadwerkelijk wordt uitgevoerd, valt dat onder het subcomponent

⁴⁵ Louis Hébert, *Tools for Tekst and Image Analysis*, 70.

‘uitvoering’. Dit sub component volgt na de succesvolle afronding van het sub component ‘bekwaamheid’.

Het laatste en afsluitende component is dat van de sanctie (*sanction*). Hierin wordt geëvalueerd hoe de uitvoering van de actie is gegaan en of de afgesproken vergelding (van het contract) inderdaad naar genoegten heeft plaatsgevonden. Deze evaluatie speelt zich af tussen de drie actanten die een contract met elkaar zijn aangegaan.⁴⁶ Een duidelijk overzicht is te zien in de volgende figuur.

Summary diagram of the canonical narrative schema



Figuur 3: Canonical Narrative Schema

De volgorde van de acties in het verhaal worden in het *canonical narration schema* uitgebreid behandeld. Deze uiteenzetting van de structuur is echter niet specifiek van toepassing voor film. Daarom is een aanvulling nodig. In *Narration in the Fiction Film*

⁴⁶ Louis Hébert, *Tools for Tekst and Image Analysis*, 72.

gaat David Bordwell wel specifiek in op de volgorde van acties in een verhaal in film.

Narration in the Fiction Film

David Bordwell is onder andere gespecialiseerd in de geschiedenis van de filmstijl en de narratieve theorie. Bordwell is met name bekend wegens zijn introductie van de “cognitieve filmtheorie”. (Deze benadering gaat uit van cognitieve psychologie bij het interpreteren van film.) In *Narration of the Fiction Film* gaat Bordwell in op de termen *fabula* en *syuzhet*. Deze wijze van benadering van een narratief toont veel overeenkomsten met de benadering van het *canonical narrative schema*. Zo omvat de fabula de acties in het verhaal in de chronologische volgorde.⁴⁷ Het syuzhet is de volgorde zoals de acties in de film zijn weergegeven. Deze weergave hoeft dus niet chronologisch te zijn. In de meeste gevallen worden de acties in een film niet chronologisch getoond. Naar de fabula kan het publiek dus alleen maar raden.⁴⁸ Het syuzhet (wat vaak vertaald wordt als ‘plot’) is volgens Bordwell een systeem: “*The syuzhet is a system because it arranges components – the story events and states of affairs – according to specific principles.*”⁴⁹ In sommige gevallen zal het syuzhet delen van het materiaal niet prijsgeven, zodat de kijker de fabula niet kan construeren voor zichzelf. In dit geval moet de syuzhet gezien worden als interpretatie of toevoeging op de fabula.⁵⁰

Over het toepassen van zijn analysemethode is Bordwell duidelijk. Het analyseren van het narratief begint met het herkennen van de wijze waarop het syuzhet de informatie van de fabula weergeeft. Zo stelt Bordwell dat men altijd in gedachten moet houden wat de taak is van het syuzhet. Dat is namelijk het logischerwijs weergeven van het verhaal, de tijd en ruimte. Tegelijkertijd moet er altijd rekening mee worden gehouden dat men nooit de volledige toegang heeft tot de complete fabula. Over het algemeen geeft het syuzhet onze interpretatie vorm door drie factoren. De eerste factor is de hoeveelheid aan informatie die de kijker

⁴⁷ David Bordwell, *Narration in the Fiction Film*, 49.

⁴⁸ Ibidem, 50.

⁴⁹ Ibidem, 50.

⁵⁰ Ibidem, 52.

over de fabula krijgt. Ten tweede de mate van waarop we als kijker mee kunnen gaan in de weergegeven informatie. De derde factor is de wijze waarop het syuzhet de gegevens van de fabula presenteert.⁵¹

In de klassieke fabula constructie is causaliteit de primaire verbindende factor. Hier is het meest gespecificeerde personage meestal de protagonist, die de causaliteit van het verhaal leidt. Hiermee beheerst dit personage dus de narratieve voorwaarden en dient hij ook ter identificatie voor het publiek. Meestal zijn er twee causale structuren in een klassieke representatie van het syuzhet verweven. De eerste plotlijn gaat vaak over een heteroseksuele romance, en de tweede heeft te maken met werk, oorlog, een missie of een queeste, of persoonlijke relaties. Elk plot heeft zijn eigen doel, eigen obstakels en climax.⁵² De twee verschillende plots komen volgens Bordwell aan het eind van het narratief samen: *“The plot may close off one line before the other, but often the two lines coincide at the climax: resolving one triggers the resolution of the other.”*⁵³ Bordwell geeft een duidelijke indicatie van de wijze waarop het narratief van films geanalyseerd kunnen worden. Het is dan ook logisch dat zijn methode is ingespeeld op een volledig verhaal. Zoals al eerder is aangegeven, wekken trailers juist de interesse van het publiek door zo min mogelijk van het verhaal te onthullen. Hoe halen de trailermakers met zo min mogelijk informatie dan toch zo veel mogelijk mensen over de film te gaan bekijken?

Overige literatuur

In *Persuasion* (Gass en Seiter, 2003) wordt er ingegaan op de kunst van het overtuigen. De auteurs stellen dat deze kunst niet alleen toegekend moet worden aan oplichters, valspelers en charlatans: *“In fact, most ‘professional’ persuaders are engaged in socially acceptable, if not downright respectable, careers.”*⁵⁴ Onder andere stellen de schrijvers dat er ook overtuigkunsten in de kunsten zelf zijn te vinden. Een van deze kunstvormen is film: *“Movies (...) demonstrate the power of the camera to increase awareness, change attitudes, alter beliefs, and shape opinions.”*⁵⁵

⁵¹ David Bordwell, *Narration in the Fiction Film*, 54.

⁵² Ibidem, 157.

⁵³ Ibidem, 158.

⁵⁴ Robert Gass en John Seiter, *Persuasion*, 3.

⁵⁵ Ibidem, 7.

Wat Gass en Seiter onder andere behandelen als overtuigingstactiek is humor als een indirecte maar invloedrijke factor. Iedereen die een trailer heeft gezien kan zich wel herinneren dat er bijna altijd een grap in de trailer verwerkt is. Een van de meest primaire functies van humor is het verkrijgen van de aandacht. Veel adverteerders gebruiken humor om het publiek te bereiken, ondanks de grote hoeveelheid aan andere media waarmee het publiek per dag wordt overspoeld. Het is algemeen geaccepteerd dat humor een vorm heeft van overtuigingskracht, maar meestal bevat het niet de overtuigingsfactor die nodig is om van potentieel publiek daadwerkelijk publiek te maken. Humor werkt zeer indirect, maar wordt vaak wel met overtuigingskracht in verband gebracht.⁵⁶ Naast humor kan ook *sexappeal* als overtuigende factor fungeren. Het tonen van sexappeal zorgt ervoor dat het publiek gestimuleerd wordt tot een emotionele reactie. Het wekt het verlangen bij het publiek om bij het getoonde betrokken te zijn. Daarom werkt sexappeal het beste op visueel niveau.⁵⁷ Dit zijn slechts een paar concrete voorbeelden van overtuigingstactieken die in trailers worden toegepast. Trailers zijn aan overtuigingstactieken onderhevig omdat zij een adverterende functie hebben. Trailers hebben daarom een unieke narratieve vorm, die past in het discours van aanprijzing.⁵⁸ Filmtrailers zijn voor de filmindustrie het meest effectieve medium om voor films te adverteren. Daarbij komt dat trailers de meeste invloed uitoefenen op het beïnvloeden van de verwachtingen van de klanten. Daarom is het zeer belangrijk dat een filmtrailer een zo groot mogelijk publiek bereikt.

John Piedot (creatief directeur Edit Pool) heeft jaren lange ervaring met het maken van trailers. Een trailer dient een structuur te hebben die gebaseerd is op wat voor soort verhaal er verteld moet worden en vanuit welke hoek. Piedot geeft aan dat trailers per genre verschillen, maar dat er wel degelijk een overkoepelende structuur te herkennen is.⁵⁹ De structuur van een trailer bestaat uit een begin, kern en eind. Hierbij wordt er in het begin een korte uitleg gegeven, vervolgens is er een korte pauze, waarna alle ellende uitbreekt. De selectie van dialoog die in een trailer wordt gebruikt, ondersteunt daarbij. Vaak is deze niet afkomstig uit een en hetzelfde

⁵⁶ Robert Gass en John Seiter, *Persuasion*, 280.

⁵⁷ *Ibidem*, 281.

⁵⁸ Lisa Kernan, *Commings Attractions*, 24.

⁵⁹ John Piedot, *30th Imagine Film Festival: Masterclass Filmtrailers*, 14-04-2014.

dialogoog. De keuze van de tekst is gebaseerd op efficiëntie. Dialogoog wordt gebruikt om spanning op te bouwen en het verhaal technisch interessant te maken. Verder geeft Piedot aan dat de keuze van het tonen van de acteurs in een trailer in verhouding staat tot de relevantie van de rol die zij in de film vervullen. Hetzelfde geldt voor de verhaallijnen. De hoofdlijn van het verhaal van de film zal het merendeel van de trailer vullen. Maar nooit mag er vergeten worden dat een trailer het publiek nieuwsgierig moet maken. Daarom wordt er gewerkt met het concept van vragen oproepen, maar geen antwoorden geven. Er wordt een glimp van iets getoond, maar te weinig voor een duidelijke indruk. Visueel gezien betekent dat, dat de sterkste *cuts* uit de film in de trailer belanden.⁶⁰ Maar hoe is de kennis van Piedot te vertalen naar een daadwerkelijke formule en is deze wijze van weergave daadwerkelijk zo structureel?

De verwachting is dat er een narratieve structuur bestaat die kenmerkend is voor filmtrailers. Ondanks deze unieke structuur kunnen trailers niet als individuele films worden gezien, omdat zij altijd in relatie gezien moeten worden van de gepromote film. Dat betekent dat de componenten uit het *canonical narrative schema* in de trailer te herkennen zijn, omdat deze componenten onderdeel zijn van de klassieke narratieve structuur van de film. In combinatie met de stelling van Piedot over de kunst van het weglaten, zou het logisch zijn als er in de trailer steeds slechts gehint wordt naar de componenten. Het syuzhet onthult dus bijzonder weinig over het verhaal. Het spelen met de mate van informatie die de kijker ontvangt, wordt versterkt door extreem gebruik te maken van *discontinuity editing*.

Trailers wordt vaak een formule-achtige structuur toegekend. Daarom is te verwachten dat een eventuele narratieve structuur die kenmerkend is voor trailers, op formulebasis is opgebouwd. Deze structuur kan ook als blauwdruk voor trailers worden gezien. Dat houdt in dat bijvoorbeeld de componenten op een vaste plaats en volgorde in de sequence worden gepresenteerd. Hetzelfde geldt voor de introductie van de personages en de overige informatie. Wat betreft de personages is er waarschijnlijk een balans te herkennen tussen het goed en kwaad en de bijbehorende capaciteiten van de personages. Deze balans versterkt het vraagconcept (Piedot) en wekt interesse bij de kijker ("zal de protagonist het redden

⁶⁰ John Piedot, *30th Imagine Film Festival: Masterclass Filmtrailers, 14-04-2014*.

of niet?”). Niet alle componenten zullen in de trailer aan bod komen, om het verrassingseffect voor de kijker te behouden. Er dient in acht te worden genomen dat er wellicht niet slechts één blauwdruk bestaat voor filmtrailers. De mogelijkheid bestaat dat er meerdere blauwdrukken te ontdekken zijn. Dat wil zeggen dat de componenten, personages en informatie op een verschillende manieren gestructureerd op de sequence te herkennen zijn. Als een specifieke volgorde frequent te herkennen is in verscheidene trailers, kan er gesteld worden dat er meerdere blauwdrukken voor trailers bestaan. Als alle blauwdrukken sterke structurele overeenkomsten vertonen, is het zelfs mogelijk dat er een overkoepelende blauwdruk is voor de narratieve structuur van trailers.

Naar verwachting is de formule van trailers dus een verkorte versie van het *canonical narrative schema*, waarin bijna alle componenten kort worden aangereikt. Ook worden de meest relevante actanten waarschijnlijk op een redelijk vaste plaats op de sequence voorgesteld aan de kijker. Het syuzhet is in extreme mate gebouwd op *discontinuity editing*. Vanwege deze combinatie is de interpretatie van de trailer door de kijker dus sterk afhankelijk van associatieve waarneming.

Zowel verschillende theoretici als ervaringsdeskundigen geven aan dat het bereiken van een zo groot mogelijk publiek een eigenschap is die de filmtrailer zich door de geschiedenis heen eigen heeft gemaakt. De sleutel tot dit succes lijkt te bestaan uit een formule. Toch diepen zij dit gegeven van een formule niet verder uit in hun werk. Een aantal van deze auteurs is in deze scriptie al ter sprake gekomen. Waarom is hun werk dan toch bruikbaar voor een filmtraileranalyse als zij de narratieve structuur van trailers niet expliciet beschrijven?

Theoretische relevantie

De verschillende werken van de hierboven genoemde auteurs lenen zich allemaal om film mee te analyseren. Elke methode bevat een of meerdere elementen die bruikbaar zijn voor het analyseren van filmtrailers. Geen van deze methodes biedt de mogelijkheid om alle aspecten van trailers te analyseren voor de analyse in dit

onderzoek. Wel bevatten de werken van de auteurs overeenkomsten, waardoor de methodes goed te combineren zijn. Het vertrekpunt van deze analyse is het werk van Lisa Kernan. Haar werk sluit bij deze analyse aan omdat Kernan de filmtrailer als een geheel beschouwd, waarin genre, verhaal en filmsterren een belangrijke rol spelen bij het versterken van het hoofddoel van de trailer. Deze aspecten behandelt zij tevens ook als individuele kenmerken van een trailer. In zekere zin biedt zij dus al een basis voor een structuralistische benaderingswijze van de trailer.

Een manier om filmtrailers structuralistisch te analyseren is aan de hand van de methode die Aston en Savona behandelen in *Theatre as a Sign-System*. Voor deze analyse is het actantiële model bruikbaar omdat de personagebenoeming in deze methode zeer nauwkeurig wordt beschreven. Bij het interpreteren van films moet de kijker snel door hebben met wat voor soort personage hij of zij te maken heeft. Deze interpretatie is nodig om de verhaallijn te kunnen volgen, die gebaseerd is op psychologische motivaties.⁶¹ Dit is echter vooral het geval bij films en *continuity editing*. Zoals Kernan al aangaf wordt er in trailers gewerkt met *discontinuity editing*. Deze verbindingen kan de kijker leggen met behulp van aannames en ervaring op basis van welke kennis de kijker al heeft over verhaalstructuren. Hoewel de klassieke verhaalstructuur niet in trailers aanwezig lijkt te zijn, wordt deze structuur wel gehanteerd voor de mainstream Hollywood films. Deze twee verschillende vormen van films zijn met elkaar verbonden. Dat betekent dat er wel elementen van een klassieke narratieve structuur in een trailer verwerkt moeten zijn. Daarom is voor de analyse van filmtrailers ook het *canonical narrative schema* nodig. Hierin worden de gebeurtenissen van een verhaal beschreven. Deze gebeurtenissen zijn waarschijnlijk ook in de trailer terug te zien. De vraag is alleen tot in hoeverre? En biedt de snelle montage van trailers genoeg ruimte voor de kijker om alle informatie te plaatsen?

In *Narration in the Fiction Film* gaat Bordwell ervan uit dat kijkers aan de hand van het syuzhet de fabula in zoverre kunnen reconstrueren, dat zij grip hebben op het verhaal. Hij benadrukt dat als het syuzhet niet volledig is in het verschaffen van informatie over de fabula, de kijker deze 'lege plekken' zelf invult. Bordwell gaat echter wel uit van een volledige klassieke narratieve structuur. Piedot gaf echter al aan dat de kracht van een trailer ligt in de kunst van het weglaten. Indien de kennis

⁶¹ David Bordwell en Kirstin Thompson, *Film Art*, 78.

van Piedot wordt meegenomen bij het toepassen van de methode van Bordwell, is de methode van *Narration in the Fiction Film* ook toepasbaar op filmtrailers.

Trailers mogen gezien worden als korte films - al dan niet met een narratieve structuur. Hoewel auteurs die gespecialiseerd zijn in trailers over het algemeen in overweging nemen dat trailers het doel hebben om te promoten, nemen zij vaak niet de noodzakelijke overtuigingsstrategieën mee in hun analyse. Dat is vreemd, want elk shot in een trailer wordt volgens Piedot met de grootste precisie gekozen op basis van overtuigingskracht. Daarom zal *Persuasion* een kostbare aanvulling zijn op deze filmanalyse.

Analyse, vergelijking en blauwdruk

Aan de hand van de elementen van een klassieke narratieve structuur zijn er zes filmtrailers geanalyseerd, die elk tot een ander genre behoren. De trailers hebben wel dezelfde kenmerken uit de selectiecriteria. De analyses zijn terug te vinden in de bijlagen van deze scriptie. In dit hoofdstuk zijn de verschillende componenten, actanten en de overige informatie gelabeld aan de hand van de reeds geïntroduceerde termen. Als hierbij gedacht wordt aan het verhaal over de prins en de draak, dan wordt met dit analysemodel het hele sprookje in stukjes geknipt met betrekking tot gebeurtenissen, motivaties, personages en overige informatie. De prins wordt een op zichzelf staand label, evenals de koning, de prinses en de draak. Zij zijn allen voorbeelden van actanten. Als de logica van de klassieke narratieve structuur wordt aangehouden worden de actanten in bovenstaande volgorde geïntroduceerd. Het analysemodel voor trailers biedt de mogelijkheid deze logische volgorde los te laten en helemaal overhoop te gooien. Op deze manier krijgen alle labels een individuele plek, die dankzij de kennis over de verhouding van de fabula en het syuzhet, weer met elkaar in verbinding zijn te brengen.

Hoewel zes traileranalyses te weinig zijn om daadwerkelijke blauwdrukken of een daadwerkelijke blauwdruk op te kunnen baseren, zijn er wel een aantal opmerkingen te constateren.

De structuur van GANGSTER SQUAD (crime/drama):

Opponent → subject → filmstudio → 'willen doen' → zender → ontvanger → manipulatie → object → 'moeten doen' → 'weten hoe' → 'het in staat zijn' → tussentitel → manipulator 2 → tussentitel → performance → tussentitel → performance → tussentitels: acteurs → performance → filmtitel

De trailer opent met het portretteren van de schurk van dit verhaal. Daar tegenover worden twee jonge politiemannen aan de kijker voorgesteld en de filmstudio die deze film heeft gemaakt. De politiemannen krijgen van de burgemeester van hun stad te horen dat er iets aan de onveilige situatie moet worden gedaan. De twee mannen wordt deze taak opgedragen en zij zich zo goed mogelijk voor. Ze verzamelen een team van vaardige mensen om zich heen, die kunnen helpen bij het in de boeien slaan van de schurk. Een tweede manipulator is een jonge dame, waarin een van de politiemannen relationeel geïnteresseerd is. Deze prille liefde kan zich alleen verder ontluiken als het tweetal zich bevindt in een veilige omgeving. Daarna wordt getoond hoe de politiemannen te werk gaan en hoe groot de uitdaging eigenlijk is.

De structuur van IDENTITY THIEF (comedy):

Filmstudio → Subject → 'het willen doen' → zender → ontvanger → manipulatie → object → 'weten hoe het te doen' → 'het in staat zijn te doen' → manipulator 2 → 'het moeten doen' → tussentitel: regisseur → opponent → tussentitel: producers → performance → tussentitel: datum → performance → tussentitel: acteurs → performance → filmtitel

Nadat de filmstudio's zijn getoond wordt de hoofdpersoon met zijn probleem geïntroduceerd. Zijn bankpassen zijn geblokkeerd. Als hij met dit probleem naar de politie gaat, kunnen zij niets voor hem betekenen tenzij de hoofdpersoon zelf op zoek

gaat naar de boosdoener en die bij de politie aflevert. De hoofdpersoon traceert de boosdoener en gaat haar vervolgens opzoeken om aan de politie over te leveren.

De structuur van HANSEL AND GRETEL: WITCH HUNTERS (action/fantasy):

Filmstudio → Manipulatie → subjecten → zender → 'het willen doen' → 'het in staat zijn te doen' → Filmstudio → tussentitel → opponent → 'het moeten doen' → Tussentitel → 'het weten hoe het te doen' → filmtitel

De filmstudio presenteren twee kinderen met wie bijna iedereen bekend is. Hansel en Gretel. In deze film is het tweetal echter volwassen en heeft zich ontpopt tot heksenjagers. Na de aankondiging van de filmstudio en dat het verhaal anders loopt dan de kijkers aanvankelijk dachten, wordt de tegenstander geïntroduceerd. Deze opponent bedreigt het bestaan van Hansel en Gretel zoals het nu is en moet dus ook worden verslagen. Hansel en Gretel waren al gespecialiseerd in het jagen naar heksen, maar verdiepen zich nog meer in deze vaardigheid door betere spullen aan te schaffen, meer kennis te vergaren en beter te leren vechten.

De structuur van DARK SKIES (horror/science-fiction/thriller):

Filmstudio → subject → manipulator → 'iets willen doen' + zender + ontvanger → opponent → tussentitel: producers → 'het moeten doen' → helper → tussentitel: datum → 'weten hoe te doen' → tussentitel: overig → 'in staat zijn om te doen' → tussentitel: titel en datum

De filmstudio's worden vertoond alvorens de hoofdpersonen in beeld zijn gebracht. Een gelukkig gezinnetje wordt geteisterd door onverklaarbare gebeurtenissen in en rondom hun huis. Door de onverklaarbaarheid lijkt niemand hen te kunnen helpen, omdat er geen opponent is... of toch wel? Na een tussentitel worden de problemen van het gezin van steeds grotere omvang, waardoor zij wel actie moeten ondernemen. Zo gaan zij onder andere op zoek naar iemand die ervaring heeft met

soortgelijke problemen. Deze persoon verschaft het gezin de informatie die zij nodig hebben om hun opponent te ontmaskeren en zich te ontdoen van hun problemen.

De structuur van BEAUTIFUL CREATURES (fantasy/drama/romance):

Filmstudio → opponent → subject → manipulator → zender → tussentitel → 'willen doen' → ontvanger → tussentitel → helper → tussentitel → tussentitel → 'moeten doen' → manipulator 2 → tussentitel: boek → performance → tussentitel: titel → tussentitel: datum

Nadat de filmstudio in beeld is gebracht wordt er benadrukt door de opponent dat er een probleem is in het desbetreffende dorpje. Het dorpje heeft te maken met een heks. De heks blijkt echter het personage te zijn met wie de kijker zich moet gaan identificeren. Deze heks wordt bedreigd door de bewoners van haar dorp en moet daarom haar eigen identiteit ontdekken, zodat zij weet waar ze eigenlijk thuis hoort. De trailer wordt verteld vanuit het oogpunt van een vriend van de heks. Hij is net zo onwetend als de kijkers en neemt daardoor de kijker mee op zijn reis, waarbij hij tussen de gewone dorpingen en de tradities van de heksengemeenschap staat.

De structuur van SIDE EFFECTS (crime/drama/thriller):

Subject → helper → filmstudio's → 'willen doen' → helper 2 → manipulator → zender → manipulator 2 → 'moeten doen' → ontvanger → tussentitel: makers → tussentitel → opponent → tussentitel → performance → tussentitel: acteurs → performance → titel → titel: regisseur en schrijver → titel: datum

Deze trailer stelt het subject meteen centraal en introduceert vervolgens zoveel mogelijk andere actanten. Deze actanten lijken allemaal invloed te hebben op het 'willen doen' van het subject. In dit geval gaat het om een jonge vrouw, die herinneringen probeert te herproduceren. Dit lukt niet en het blijkt steeds belangrijker te worden dat zij wel weer grip krijgt op deze herinneringen omdat er in het verleden iets vreselijk is mis gegaan. Er moet worden uitgeplozen wat er is mis

gegaan, maar elk personage lijkt een motivatie te hebben om de herinneringen te willen manipuleren. Wat de motivatie is en hoe de herinneringen worden gemanipuleerd wordt bijna niet getoond. In deze trailer worden er vooral veel vragen opgeroepen over welke actant welk component activeert en vice versa. Daardoor lijken sommige componenten dubbel te worden geïntroduceerd en lijken actanten dubbelen rollen te spelen.

Als de zes verschillende structuren met elkaar worden vergeleken, valt het op dat geen van de zes een soortgelijke structurele narratieve opbouw lijkt te hebben. Dat is opvallend, omdat verschillende trailerexperts aangaven dat trailers haast volgens een vaste formule zijn opgebouwd.⁶²

Hoewel er van het *canonical narrative schema* kan worden gesteld dat deze ook een vaste en formuleachtige opbouw heeft, lijkt ook deze afwezig te zijn in de trailers. Daar waar de componenten in *het canonical narrative schema* elkaar causaal opvolgen, is dat in deze trailers gedeeltelijk het geval. Een concreet voorbeeld hiervan is dat Sandy (*IDENTITY THIEF*) al voor de feitelijke manipulatie had besloten dat hij zijn probleem wilde oplossen. Daarnaast was Sandy al lang in staat om zijn probleem aan te pakken, voordat hij ook daadwerkelijk actie ondernam. Hij had echter nog een extra zetje nodig voordat hij daadwerkelijk overging tot actie.

Verder is het opvallend dat er weinig informatie leek te worden achtergehouden voor de kijker. Het was aannemelijk dat trailers bijzonder weinig prijsgeven over de inhoud en het verloop van het verhaal van de film. Toch, als er puur op analytisch niveau naar de trailers wordt gekeken, zijn veel componenten van het *canonical narrative schema* redelijk volledig in te vullen. Alleen het einde van de 'uitvoering' werd in geen van deze trailers onthuld. De sanctie werd ook in geen van deze trailers prijsgegeven.

Als er wordt gekeken naar de plaatsing van de 'overige informatie' van de trailers, lijkt ook daar geen vaste structuur in te herkennen. Logo's van studio's worden bijvoorbeeld niet standaard na het introduceren van het subject getoond en de tussentitels zijn niet per se te vinden na een plotwending in de trailer. Tot zover

⁶² John Piedot, *30th Imagine Film Festival: Masterclass Filmtrailers, 14-04-2014*.

kan er alleen gesteld worden dat de titels van de films allemaal aan het einde van de trailer werden getoond. In drie van de zes trailers werd ook de presentatie van de acteurs verweven met de 'uitvoering'.

Wat betreft de overtuigingskracht lijken Gass en Seiter met hun stelling over de kracht van het medium film gelijk te hebben: *"Movies (...) demonstrate the power of the camera to increase awareness, change attitudes, alter beliefs, and shape opinions."*⁶³ In relatie tot de analyse van de narratieve structuur zijn er zeker verwachtingen van het daadwerkelijke narratief van de film gecreëerd. Het *canonical narrative schema* kon in alle zes de gevallen voor een groot deel worden ingevuld. Het gevolg is dat er verwachtingen worden geschept aan de hand van deze gegevens. Wellicht is het zo dat het slechts een illusie is dat het *canonical narrative schema* kan worden ingevuld en dat de kijker inzicht verkrijgt in de verschillende componenten (en daarom indirect ook in de rolverdeling van de personages). Als dat het geval is, wekt het syuzhet sterk de indruk dat de kijker grip kan krijgen op de fabula. Is de illusie van het begrijpen van syuzhet en de fabula zo fascinerend, dat kijkers alleen hierdoor al besluiten de film te gaan zien?

Daarnaast werd er ook door Gass en Seiter beweerd dat acteurs onder meer de meest effectieve verkopers zijn van de filmindustrie. In twee van de drie films werden de acteurs inderdaad aan het eind van de trailer aangeprezen en werden zij tevens in relatie gebracht met het personage dat zij vertolkten. De presentatie van acteurs hangt vrij nauw samen met het tonen van *sexappeal*. Volgens Seiter en Gass wekt dat het verlangen bij het publiek om bij het getoonde betrokken te zijn.⁶⁴ Kernan vult deze aanname aan met haar bewering: *"Often, the rhetoric of trailers combines all three appeals – genre, story, and stars – each of which has its own conventions. (These three are not the only types of appeal, but are trailers' primary rhetorical appeals (...))."*⁶⁵

Echter, ondanks deze voorbeelden die suggereren dat er geen formule voor trailers bestaat, zijn er ook veel overeenkomsten. Deze overeenkomsten hebben een minder exacte, vaste plaats op de sequence dan in de hypothese is aangenomen, maar ze zijn toch in elke trailer ongeveer op dezelfde plaats terug te vinden.

⁶³ Robert Gass en John Seiter, *Persuasion*, 7.

⁶⁴ *Ibidem*, 281.

⁶⁵ Lisa Kernan, *Coming Attractions*, 23.

Zo kan er duidelijk worden gesteld dat in elke trailer, binnen de eerste vijftien seconden, het subject wordt voorgesteld aan de kijker. Met het bekend maken van het subject wordt ook vrijwel meteen duidelijk gemaakt dat het subject 'iets wil doen' en wat het doel is waar het subject naar streeft. Daarmee zijn dus ook al de ontvanger en de zender bekend gemaakt. De motivatie voor het subject om over te gaan tot actie wordt in gang gebracht door de manipulator. Vaak zijn er meerder manipulators nodig om het 'willen doen' en 'moeten doen' met elkaar in verbinding te brengen. De eerste manipulator is in de trailer veelal dicht in de buurt van de introductie van het subject te vinden. De tweede manipulator is te vinden na een aantal voorbeelden van problemen, waardoor het subject wel over moet gaan tot 'het moeten doen'. De tweede manipulator benadrukt de urgentie van het handelen van het subject.

De opponent heeft twee plaatsen op de sequence waar deze wordt geïntroduceerd. De eerste mogelijkheid is, net als het subject, in de eerste vijftien seconden. In dat geval is het vaak nog niet duidelijk of de opponent daadwerkelijk de opponent is. Daarbij draagt de opponent meestal ook de functie van manipulator. Zo introduceert GANGSTER SQUAD vrijwel meteen de opponent Mr. Cohen. Hij bedreigt tevens de veiligheid van de stad. De tweede mogelijke plaatsing van de opponent is nadat het subject en 'het willen doen' zijn geïntroduceerd. Alle problemen zijn opgesomd en vervolgens moeten deze problemen aan een actant worden gekoppeld. Daarom is dit tevens een logische plaatsing om de opponent te introduceren. Zo hebben Hansel en Gretel al voor de introductie van hun opponent duidelijk gemaakt wat zij willen doen; heksen doden. Problemen die heksen kunnen veroorzaken worden getoond, evenals de oplossingen voor deze problemen die broer en zus bedenken. Een peulenschilletje. Totdat de heks opduikt die Hansel en Gretel te slim af lijkt te zijn.

Muziek/geluidsmixage speelt een zeer relevante rol in trailers. Hierbij zijn dialogen nog buiten beschouwing gelaten. Ondanks dat, hebben de muziek en het geluid een verbindende werking tussen de componenten van de trailer. Zoals al eerder is gesteld zijn trailers in grofweg drie blokken in te delen (de presentatie van

de acteurs buiten beschouwing gelaten).⁶⁶ De muziek benadrukt deze indeling, maar verbindt deze delen ook.⁶⁷ Tijdens de introductie is de muziek rustig en begeleid de kijker naar een ingetogen climax. Tijdens de eerste tussentitels valt de muziek stil en zet weer in zodra het doel en de reis van het subject worden aangekondigd. Dit keer is de muziek opzweperder dan de introductiemuziek. Gedurende de tweede tussentitels is er wederom een pauze en een wisseling van muziek. Dit keer leidt de muziek naar een waarlijke climax. Tijdens de afsluitende titels is de muziek ingewisseld voor pulserende geluidseffecten. Uitgebreidere beschrijvingen van de muziek en het geluid zijn in de bijlagen terug te lezen.

De titels in de trailers hebben ook redelijk vaste plaatsen. Het begin van de trailer biedt vaak de ruimte om de filmstudio's te tonen. Opvallend is dat meestal na het tonen van de filmstudio's een *establishing shot* te zien is. Het niveau van zo'n overzichtsshot laat zien op welk niveau de film zich afspeelt. Hiermee wordt bedoeld of de *setting* van een verhaal zich bijvoorbeeld op mondiaal niveau afspeelt, in een grote stad, of slechts in één straatje. Zo toont *GANGSTER SQUAD* een stadsoverzicht (waar de hoofdpersonen de stad van een schurk moeten bevrijden) en *DARK SKIES* een straat (waar een gezin ongestoord wil leven). De tweede plaatsing van de titels is na de introductie van het subject en 'het willen doen'. De derde plaatsing is aan het eind van de trailer. Hier worden vaak de release datum en de titel van de film getoond. Tijdens de opsomming van de performance bestaat ook de mogelijkheid om tussentitels te verweven, maar dit is optioneel als deze informatie wordt vergeleken met de zeer relevante informatie. Deze tussentitels bevatten vaak verduidelijkende teksten zoals: "Een eerste ontmoeting..." of "ontrafel het mysterie...". Deze teksten dienen ertoe om de kijker uit te nodigen om mee op reis te gaan in de film en insinueren een verband tussen de 'losse' beelden.⁶⁸ Hierbij moet in acht worden genomen dat de plaatsing op de sequence van verduidelijkende teksten, promotie van makers en het aangeven van de release datum niet uitmaakt. Deze informatie kan in mogelijkheid 1, 2 of 3 worden gepresenteerd. Als de acteurs ook worden gepresenteerd in de trailer, heeft deze presentatie wel een vaste plaats op de sequence. Het promoten van de acteurs wordt verweven in de performance en vindt

⁶⁶ Lisa Kernan, *Coming Attractions*, 18.

⁶⁷ *Ibidem*, 65.

⁶⁸ *Ibidem*, 64.

meestal vlak voor een compilatie van heel indrukwekkende beelden plaats. Dit zijn voorbeelden van keuzes van plaatsing in trailers.

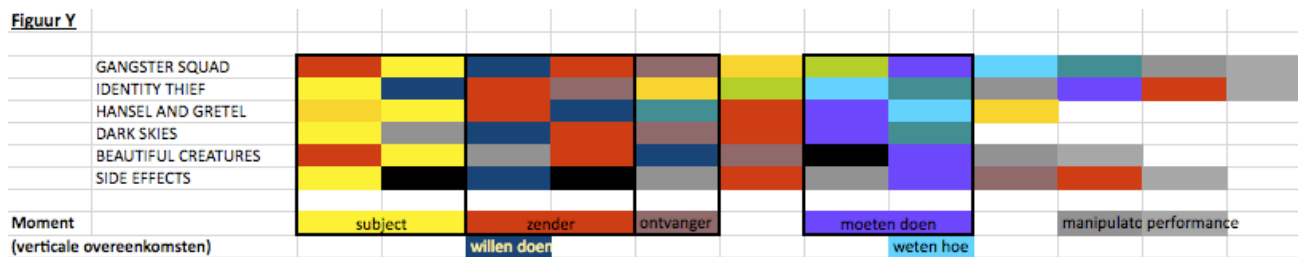
Als er op het niveau van het *canonical narrative schema* wordt geanalyseerd zijn er ook overeenkomsten tussen de trailers op te merken. Elke trailer bevat alle componenten van het *canonical narrative schema*, behalve het component sanctie. De componenten die wel in de trailer aan bod komen, hoeven alleen niet in de causale volgorde van het schema gepresenteerd te worden. Zoals al eerder is gesteld, worden in de eerste vijftien seconden het subject, 'het willen doen' en de zender en ontvanger bekend gemaakt. Wie en wat welke rol vervult is in eerste instantie nog onduidelijk. Dit is een puzzel die de kijker meestal op kan lossen door meer informatie te vergaren gedurende de rest van de trailer. Deze informatie wordt pas vrijgegeven na de tweede plaatsing van tussentitels. Een trailer dient gedragen te worden op basis van suspense en onthoudt daarom juist de *key elementen* van de kijker.⁶⁹ Meestal lijken de key elementen te worden achtergehouden. In werkelijkheid zijn veel key elementen te ontdekken als de kijker aandachtig zou gaan puzzelen met de fabula en het syuzhet. Als uitgangspunt van de *hoeveelheid* van informatie die er in een trailer wordt vrijgegeven, wordt wel de oorspronkelijke opzet van het *canonical narrative schema* gebruikt. Des te verder in het oorspronkelijke *canonical narrative schema* de informatieverzanding van de trailer vordert, des te minder inhoudelijke informatie er wordt gegeven. Dat wil zeggen dat de inhoudelijke informatie over de eerste drie componenten aanzienlijk uitgebreider is, dan de inhoudelijke informatie over de *performance* en de *sanction*. Het feit is dat alles dat met betrekking tot het verhaalverloop van de film dat zou kunnen slagen of mislukken onder de aandacht wordt gebracht. *Of* en *hoe* er wordt geslaagd of gefaald blijft een vraag voor de kijker.

Als alle trailers in schematische weergave naast elkaar worden gelegd zou dat er als volgt uit komen te zien. Hierbij is de verhouding van tijd en sequence nog niet relatief.

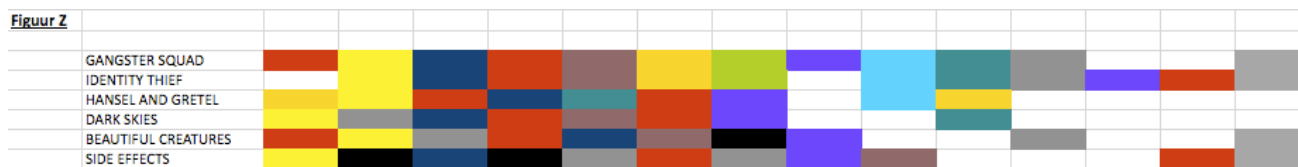
⁶⁹ Lisa Kernan, *Coming Attractions*, 65.

Titel	Genre	lengte in tijd													
GANGSTER SQUAD	crime/drama	2,32	opponent	subject	willen doen	zender	ontvanger	manipulatie	object	moeten doen	weten hoe	het in staat zijn	manipulator 2	performance	
IDENTITY THIEF	comedy	2,3	subject	willen doen	zender	ontvanger	manipulatie	object	weten hoe	het in staat zijn	manipulator 2	moeten doen	opponent	performance	
HANSEL AND GRETEL	action/ fantasy	2,17	manipulatie	subject	zender	willen doen	het in staat zijn	opponent	moeten doen	weten hoe	manipulatie				
DARK SKIES	horror/science-fiction/thriller	2,31	subject	manipulator	willen doen	zender	ontvanger	opponent	moeten doen	het in staat zijn					
BEAUTIFUL CREATURES	fantasy/drama/romance	1,48	opponent	subject	manipulator	zender	willen doen	ontvanger	helper	moeten doen	manipulator 2	performance			
SIDE EFFECTS	crime/drama/thriller	1,55	subject	helper	willen doen	helper	manipulator	zender	manipulator 2	moeten doen	ontvanger	opponent	performance		

Opmerkelijk is dat, hoewel er slechts zes trailers met elkaar worden vergeleken, er al clusters in labels lijken te vormen. In het volgende figuur wordt de clustervorming benadrukt.



In het bovenstaande figuur is er nog geen rekening gehouden met de tijdsduur van elke trailer. De labels van actanten en componenten zijn simpelweg achter elkaar geplaatst zoals in de eerdere schematische weergaves met de pijltjes. Als de tijdsduur wel bij deze schematische weergave wordt betrokken en de trailers tijdsstechnisch relatief met elkaar worden vergeleken, komt het schema er als volgt uit te zien.



Nu de trailers ook relatief met betrekking tot tijdsduur met elkaar zijn vergeleken zijn in het kleurenschema subtiele verschuivingen te zien. De presentatie van componenten en actanten vormen steeds meer een geheel als het schema verticaal gelezen wordt. Dat betekent dat het merendeel van de trailers hun informatie op een

echter vrijer worden geïnterpreteerd. Als het *canonical narrative schema* zou worden aangepast voor trailers (bijvoorbeeld door het weglaten het gehele vijfde component en het merendeel van het vierde component), zou er een narratief schema voor trailers kunnen worden gemaakt. Een analyse die kwantitatief groter is opgezet, zou een beter en meer overkoepelend overzicht van de narratieve structuur van filmtrailers kunnen geven.

Verder is het vermoeden gewekt dat de volgorde van plaatsing van de componenten en actanten minder met de genres te maken heeft dan gedacht. Als er naar de schematische weergaves van de trailers wordt gekeken, zijn er veel overeenkomsten te zien in de presentatieplaatsing van actanten en componenten. Het vermoeden dat de volgorde van plaatsing wel genre gebonden is, kan aan de hand van deze scriptie niet worden bevestigd. Daarvoor zijn er te weinig overeenkomsten te vinden in de narratieve structuren van de trailers op zichzelf.

Betekent dat, nu is vastgesteld dat trailers veel inhoudelijke informatie van de film bekendmaken, trailers het hele verhaal van de film verklappen? Theoretisch gezien wel. Als deze vraag aan de hand van de praktijk wordt beantwoord, zou de conclusie zijn dat de *discontinuity editing* te snel is om de kijker de ruimte te geven om uitgebreide associatieve verbindingen te leggen. De gemiddelde duur van een trailer is te kort voor de kijker om de fabula en het syuzhet uit te vogelen. Bovendien kan er alleen een voorspelling over de film worden gedaan als de informatie van de film structureel in een trailer verwerkt wordt (bijvoorbeeld aan de hand van een narratief schema). Hoewel filmtrailers het verhaal van de daadwerkelijke film al grotendeels lijken weer te geven, stelt Kernan dat filmtrailers valse verwachtingen kunnen scheppen. Zo beschrijft zij dat dit onder andere wordt gedaan aan de hand van het creëren van conversaties die nooit in de film plaatsvinden. Deze conversaties zijn combinaties van selecties van allerlei verschillende dialogen uit de film.⁷¹ Toch is het de taak van de trailermakers om de kijker niet teveel op het verkeerde spoor te brengen. Bij een te sterke afwijking tussen trailer en film, zullen de kijkers zich bedrogen voelen. Een filmtrailer is een zorgvuldig samengesteld visitekaartje en niemand wil een visitekaartje ontvangen dat valse verwachtingen schept.

⁷¹ Lisa Kernan, *Coming Attractions*, 21.

Literatuur

Aston, Elaine. & George Savona. *Theatre as a Sign-System; a semiotic of text and performance*. Londen: Routledge: 1992.

Beautiful Creatures. Reg. LaGravenese, Richard. Scen. LaGravenese, Richard. Act. Ehrenreich, Alden, et. al. Alcon Entertainment, 2013.

Bordwell, David. *The McGraw-Hill Film Viewer's Guide*. New York: McGraw-Hill, 2006.

--. *Narration in the Fiction Film*. Londen: Routledge, 2008.

Bordwell, David. & Kirstin Thompson. *Film Art: An Introduction*. New York: McGraw-Hill, 2008.

Caldwell, John T. *Production Culture: Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*. Durham: Duke University Press, 2008.

Cohn, Neil. 2013. Visual narrative structure. *Cognitive Science* 37 (3): 413 – 452.

C. Vogler, "A Practical Guide to Joseph Campbell's The Hero With a Thousand Faces." *Storytech Literary Consulting* (1985): Z.p. toegepast 14 juni 2014. Beschikbaar op: www.thewritersjourney.com.

Dark Skies. Reg. Stewart, Scott. Scen. Stewart, Scott. Act. Russell, Keri, et. al. Entertainment One & Blumhouse Productions, 2013.

Eliashberg, Jehoshua., Elberse, Anita. & Mark Leenders. "The Motion Picture Industry: Critical Issues In Practice, Current Research & New Research Directions." PhD diss., University of Pennsylvania, 2005.

Eliashberg, Jehoshua. & Steven M. Shugan. "Film Critics: Influencers or Predictors?" *Journal of Marketing*. 61 (1997): 68.

Finsterwalder, Jörg. Et al. *The Effects on Film Trailers on Shaping consumer Expectations in the Entertainment Industry: A Qualitative Analysis*. 2012

Gangster Squad. Reg. Fleischer, Ruben. Scen. Beall, Will. Act. Brolin, Josh, et. al. Warner Bros. Pictures, 2013.

Gass, Robert. & John Seiter. *Persuasion: social influence and compliance gaining*. GP: Pearson Education Inc., 2003.

Hansel and Gretel: Witch Hunters. Reg. Wirkola, Tommy. Scen. Wirkola, Tommy. Act. Renner, Jeremy, et. al. Paramount Pictures & Metro-Goldwyn-Mayer, 2013.

Haralovich, Mary Beth., and Cathy Root Klapat. "Marked Woman and Jezebel: The Spectator-in-the-Trailer." *Enclitic*. (1982): 66-74.

Hebert, Louis. *Tools for Text and Image Analysis: An Introduction to Applied Semiotics*. Geraadpleegd: mei 2014, www.signosemio.com

Hediger, Vinzenz. *Verführung zum Film; Der Amerikanische Kinotrailer seit 1920*. Marburg: Schüren, 2001.

Identity Thief. Reg. Gordon, Seth. Scen. Mazin, Craig. Act. Bateman, Jason. & Melissa McCarthy. Universal Pictures, 2013.

Johnston, Keith. *Coming Soon: Film Trailers and the Selling of Hollywood Technology*. Jefferson: McFarland & Company, Inc., 2009.

Kernan, Lisa. *Coming Attractions: Reading American Movie Trailers*. Texas: University of Texas Press, 2004.

McMath, Robert. "Don't Make Empty Promises." *American Demographics* 20 (Februari, 1998): 64.

Livingstone, Paisley. & Carl Plantinga. *The Routledge Companion to Philosophy and Film*. New York: Routledge, 2009.

Mandler, Jean M, ed. *A code in the node: The use of a story schema in retrieval*. San Diego: Routledge, 2009.

Munoz, L. "Trailers: How a small time slot adds up to a big industry headache." *NewSource* 16 (2005):

http://seattletimes.nwsourc.com/html/movies/2002181046_trailers16.html
(accessed 17 April 2012).

Piedot, John. Lezing: *30th Imagine Film Festival: Masterclass Filmtrailers*, 14 – 04 – 2014.

Verstraten, Peter. *Handboek Filmnarratologie*. Nijmegen: Vantilt, 2006.

Side Effects. Reg. Soderbergh, Steven. Scen. Burns, Scott Z. Act. Law, Jude, et. al. Endgame Entertainment, FilmNation Entertainment & di Bonaventura Pictures, 2013.

Staiger, J. *Media reception studies*. New York: New York University Press: 2005.

Bijlagen

GANGSTER SQUAD (crime/drama)

GANGSTER SQUAD heeft een sequence van 2 minuten en 32 seconden waarvan de eerste 7 seconden zijn toegewijd aan de *rating* van de film. Het eerste personage dat wordt geïntroduceerd is een mannenstem die zich verontschuldigt tegenover een andere man. Een man wordt geïntroduceerd als hij bokst. De rolverdeling is hier nog onbekend, maar de combinatie van de gesproken tekst en het beeld van de boksende man doet vermoeden dat de boksende man niet iemand is om mee te sollen. Er kan worden aangenomen dat het hier de antagonist (opponent) betreft. Dit vermoeden wordt bevestigd als de man van de stem wordt getoond en hij te midden van een groep dreigende mannen blijkt te staan. De muziek bestaat uit een begeleiding van aanzwellende *drones*.

Er volgt een opeenstapeling van snelle, gewelddadige shots, waarbij de muziek zich tot een climax ontwikkeld. Na de climax is er een stilte. Daarna worden er twee agenten getoond, die met elkaar bespreken dat de stad met een onoplosbaar probleem kampt. Op dit kan er op basis van het beroep en de intonatie van de personages worden aangenomen dat er een onderdeel van het component *competence* te herkennen is, namelijk het 'willen doen'.

De logo's van de filmstudio's worden in beeld gebracht en de muziek begint onheilspellend, steeds versnellend van tempo. Het probleem van de stad wordt bevestigd door een personage die de burgemeester lijkt te zijn. Tegelijkertijd krijgt het publiek het probleem te zien. Het probleem is namelijk 'Mr. Cohen,' wiens status wordt bevestigd door de shots waarin Cohen omringt is met luxe. Cohen is daarmee dus de antagonist (opponent) Het politiekorps wordt als hulpeloos tegenover het probleem getoond, waarna het probleem door de burgemeester bij de twee agenten wordt neergelegd. Hiermee heeft de burgemeester zich dus als zowel de zender en de ontvanger gemaakt van het doel dat behaald moet worden. Het doel is het veilig maken van de stad, wat gedaan moet worden door de twee agenten. De twee

agenten zijn dus het subject en de stad is het object. Op dit moment wordt het onderdeel 'moeten doen' van het component *competence* gepresenteerd.

Kort wordt in stilte een overzichtsshot van de stad getoond. Een van de twee agenten begint met het zich voorbereiden op de strijd. Hij verzamelt een elite team van agenten, waarmee de uitdaging kan worden aangegaan. Van deze groep worden de vaardigheden getoond, terwijl de dreigingen en mogelijke consequenties op worden gesomd. De dreiging wordt benadrukt door de dreigende geluidseffecten. Hier kunnen de subcomponenten herkend worden van het component *competence*: het 'weten hoe te doen,' en 'het in staat zijn' om te doen.

Een korte tussentitel laat de kijker weten dat deze film gebaseerd is op een waargebeurd verhaal. Deze informatie valt te categoriseren onder 'overige informatie'. Het elite team wordt, onder begeleiding van opzweepende muziek, wederom voorgesteld. Dit keer hebben zij echter dezelfde luxe uitstraling als Mr. Cohen. Dit kan als bevestiging worden gezien van het 'weten hoe te doen' en het 'in staat zijn om te doen'. Dit keer zijn de protagonisten een eerlijke *match* tegenover de antagonist. De agent wordt voorgesteld aan een dame, die zich aan hem aanbiedt indien haar veiligheid wordt geboden. Deze gebeurtenis dient als manipulatie. Dit keer wordt de actie niet gestart door de (tweede) manipulator, maar voortgezet door de manipulatie. Echter, als deze verhaallijn over een romance als een tweede verhaallijn wordt gezien, kan er wel van een eerste manipulator worden gesproken. De dame brengt hun relatie op gang. De agent is geïnteresseerd, maar doet zijn interesse af met een grap (terwijl de muziek stilvalt), waaruit blijkt dat hij wellicht niet de brave borst is zoals de trailer tot dusver deed vermoeden.

De opzweepende muziek wordt herpakt, terwijl het vermoeden van de niet zo brave borst wordt bevestigd. Dit personage kan problemen namelijk ook op de hardhandige manier oplossen. Hiermee verandert de waarde van het contract dat is afgesloten met de burgemeester. De hoofdpersoon handelt niet meer volgens de afspraak.

Een tussentitel vertelt de kijker dat de film in januari te zien is. Deze informatie valt onder overige informatie. Er wordt een selectie van snelle shots getoond, waarin de successen op zakelijk gebied van het hoofdpersoon te zien zijn. Al deze shots zijn in deze syuzhet te interpreteren als het uitvoeren van de actie.

Echter, als publiek is niet met zekerheid te zeggen of de syuzhet van de trailer gelijk is aan de syuzhet van de film.

Wat betreft successen in het liefdesleven lijkt het wat moeizamer te gaan voor de hoofdpersoon. Zoals Bordwell al aangaf lopen er in een film vaak twee verhaallijnen naast elkaar. Een van de verhaallijnen richt zich op de missie en de andere op een heteroseksuele relatie. Ook de laatst genoemde verhaallijn ondervindt obstakels. Daarom kan er worden aangenomen dat deze verhaallijn zich nog in een ander component bevindt, namelijk die van *competence* en 'moeten doen'. Hiermee wordt de druk op het behalen van het doel vergroot.

Een tussen titel toont ons: 'To save the law'. Veel overweldigende shots vol geweld, achtervolgingen en explosies laten zien waar de hoofdpersoon mee te maken heeft.

Een tussentitel bevestigt dat niet alles volgens de wet kan: 'break it'. Nu is bevestigd dat de hoofdpersoon hetzelfde spelletje als Mr. Cohen kan spelen, begint Cohen zenuwachtig te worden. Dit alles is nog onder het component uitvoering te plaatsen.

Tegelijkertijd lijkt het liefdesleven van de held, ondanks alles, weer goed te lopen. Met het dichterbij komen van de held bij het doel, lijken er twee vliegen in één klap geslagen te worden in deze verhaallijn, namelijk het 'weten hoe het te doen' en 'het in staat zijn om te doen.' De uitvoering die volgt is dus één en dezelfde uitvoering als die van de andere verhaallijn.

De verschillende acteurs worden in tussentitels en *head shots* gepresenteerd. Mr. Cohen begint nu een wanhopig man te worden en laat merken dat hij nu alles uit de kast gaat halen om zijn positie te behouden. Een afwisseling van snelle shots toont waartoe Mr. Cohen in staat is. Cohen bevestigt nog een keer zijn dreigement. Zowel de held als de slechterik worden tegenover elkaar getoond, als teken van een gelijke strijd. De titel van de film sluit de trailer af.

Het eerste relevante personage dat wordt geïntroduceerd is de opponent. Hij is de aanzet tot de eerste manipulatie, omdat er zonder hem geen reden zou zijn tot manipulatie. Het tweede personage dat wordt geïntroduceerd is het subject. Tegelijkertijd wordt het subcomponent 'het willen doen' kenbaar gemaakt. Dan onthult de zender (die tevens de ontvanger is) zich, die verantwoordelijk is voor de

eerste manipulatie. Het object (de stad) dat het subject moet gaan bezorgen wordt hiermee ook duidelijk. Het contract dat tussen de zender, ontvanger en het subject is afgesloten wordt niet expliciet benoemd, maar is het subject is nu in de fase waar hij 'het moet doen'. Het subject bevindt zich nog in het *competence* component en bereid zich voor op het *performance* component door middel van het 'weten hoe het te doen' en 'het in staat zijn om te doen'. Op dat ogenblik voegt zich een extra verhaallijn aan het plot toe, namelijk de verhaallijn over een romance. Het subject ontmoet een dame, die tevens als manipulator gezien kan worden. Opvallend is dat er twee verschillende manipulators zijn, die hetzelfde object begeren (de veiligheid van de stad). De manipulators hebben echter verschillende redenen en zijn daarom ook in te delen in verschillende verhaallijnen. Op het niveau van de romance is de missie waarop de dame het subject stuurt zowel een representatie van 'het willen doen' en 'het moeten doen'. Als er op het niveau van de missie als verhaallijn wordt gekeken, is de dame slechts een herhaling van de manipulatie. Vervolgens is er de uitvoering (performance) te zien. Deze leidt naar een climax waar het subject en de opponent het tegen elkaar op zullen nemen. Deze daadwerkelijke confrontatie wordt niet getoond. Ook de sanctie wordt geheel buiten beschouwing gelaten. De kijker weet dus niet of het subject het object aan de ontvanger kan bezorgen. Tevens weet de kijker niet hoe het contract zal worden afgerond en daarmee dus ook de driehoeksverhouding tussen de zender, ontvanger en het subject.

In een overzicht zou de opbouw er als volgt uitzien:

Opponent → subject → 'willen doen' → zender → ontvanger → manipulatie → object → 'moeten doen' → 'weten hoe' → 'het in staat zijn' → manipulator 2 → performance
--

Als de overige informatie wordt toegevoegd ziet de opbouw er als volgt uit:

Opponent → subject → filmstudio → 'willen doen' → zender → ontvanger → manipulatie → object → 'moeten doen' → 'weten hoe' → 'het in staat zijn' →
--

tussentitel → manipulator 2 → tussentitel → performance → tussentitel →
performance → tussentitels: acteurs → performance → filmtitel

IDENTITY THIEF (comedy)

De sequence van deze trailer is 2 minuten en 30 seconden. De eerste vijf seconden zijn gewijd aan de 'rating'. Daarna wordt er een man geïntroduceerd die bij een tankstation wil tanken. Dit lukt niet omdat zijn pas geweigerd wordt. Tot nu toe wordt er geen gebruik gemaakt van muziek, maar als het logo van de filmstudio wordt getoond, wordt de muziek wel ingezet. Het zet de toon met de grappige manier waarop de naam van de man wordt geïntroduceerd (Sandy). Daarna is er een compilatie van shots waarin herhaaldelijk situaties worden geschetst waaruit blijkt dat de man in de problemen zit. Problemen waarvan hij zelf niets afweet. Sandy wil zijn problemen aan pakken en gaat daarom naar de politie. Dit zorgt ervoor dat het subject in het subcomponent 'het willen doen' geplaatst kan worden. Het probleem wordt bekend gemaakt op kantoor door de politie. Hij vertelt dat het probleem wordt veroorzaakt door een vrouw.

De vrouw wordt daarna als persoon geïntroduceerd. Er volgt tevens een aantal fragmenten van de wijze waarop zij de problemen veroorzaakt. Zij stal namelijk de identiteit van de eerste man en maakt nu gebruik van al zijn gegevens.

De politie geeft aan niets voor de man te kunnen betekenen, tenzij de desbetreffende vrouw voor hun neus staat. Deze opzet maakt de politie tot de zender en ontvanger en de vrouw tot het object dat bezorgd moet worden. Tevens zorgt de politie voor de eerste manipulatie. Daarop besluit het subject (Sandy dus) zelf de vrouw naar de politie te brengen. Hiermee wordt de *competence* weergegeven en bevindt het subject zich in de fase 'het weten hoe het te doen' en daarbij het 'in staat zijn om het te doen'. Op haar beurt belooft de politie dan met een oplossing te zullen komen. In wezen wordt op dat ogenblik het contract gesloten tussen de zender, de ontvanger en het subject. De vrouw die Sandy's identiteit stal is het object dat aan de politie bezorgd moet worden. Door de belofte die de politie maakt, wordt er ook een deel van het sanctie component prijsgegeven: de problemen van Sandy zullen namelijk opgelost worden. Het subject gaat naar huis en

komt er daar achter dat de problemen hem ook daar hinderen. Concreet gezegd blijkt de televisie niet meer te werken. Dit kan gezien worden als een tweede manipulator die Sandy's missie bevestigt. Nu de televisie ook niet meer werkt, bevindt het subject zich in het sub component 'het moeten doen'. Daarop kondigt het subject zijn reis aan.

Een titel laat zien wat eerder werk is geweest van de regisseur. Hierna volgt er een overzichtsshot van een stad. Waarschijnlijk is dit de stad waar het subject heen gaat en duidt dit erop dat het narratief nu de uitvoering laat zien. Het subject komt oog in oog te staan met het vrouwelijke object die zijn identiteit heeft gestolen, waarbij de muziek stil valt. Op dat moment is er de ruimte om op een grappige manier te laten blijken dat de vrouw niet met het subject mee gaat werken. Daarmee draagt dit vrouwelijk personage niet alleen de rol van object, maar ook dat van opponent.

Titels laten zien wat het eerdere werk is van de producers van deze film. De reis wordt daarna op gang geholpen als blijkt dat de naam van zowel het subject, als nu van de vrouw, aan iemand toebehoort die door criminelen wordt gezocht. Het subject slaat samen met de vrouw op de vlucht en reist terug naar de politie. Deze reis wordt weergegeven door korte grappige fragmenten uit de film. Tijdens deze fragmenten is de muziek niet of nauwelijks aanwezig.

Na de titel met de datumaankondiging start opzweepende muziek en wordt de reis terug door middel van snelle montage weergegeven. Deze compilatie wordt afgewisseld met grappige fragmenten en korte indrukwekkende beelden van explosies en achtervolgingen. De namen van de acteurs komen in beeld in afwisseling met een grappig fragment, waarin de desbetreffende acteur een prominente rol speelt. De trailer eindigt met de titel van de film.

Wederom worden bijna alle componenten en belangrijke actanten in deze trailer gerepresenteerd. Slechts de climax van het component de uitvoering en de gehele sanctie worden niet onthuld. Er wordt slechts door de zender en ontvanger gehint naar wat de sanctie zou kunnen zijn. Verder is het opvallend dat er in deze trailer geen gebruik wordt gemaakt van een tweede verhaallijn. Hieronder zal het narratief van deze trailer schematisch worden weergegeven.

Subject → 'het willen doen' → zender → ontvanger → manipulatie → object →
'weten hoe het te doen' → 'het in staat zijn te doen' → manipulator 2 → 'het
moeten doen' → opponent → performance

Filmstudio → Subject → 'het willen doen' → zender → ontvanger → manipulatie →
object → 'weten hoe het te doen' → 'het in staat zijn te doen' → manipulator 2 →
'het moeten doen' → tussentitel: regisseur → opponent → tussentitel: producers →
performance → tussentitel: datum → performance → tussentitel: acteurs →
performance → filmtitel

HANSEL AND GRETEL: WITCH HUNTERS (action/ fantasy)

Na de rating begint de sequence van de trailer, die 2 minuten en 17 seconden zal duren. De trailer begint onder begeleiding van niet te identificeren geluiden en een overzichtsshot van een bos. Er worden een man en twee kinderen getoond. Na een moment waarin de kijker niets krijgt te zien, zijn de kinderen alleen gelaten. Een mannenstem stelt hen voor als broer en zus. De kinderen vinden een snoephuisje in het bos, worden bedreigd door een heks, maar hebben het samen overleefd. Hier kan al worden aangenomen dat deze twee personages de subjecten zijn. Dit wordt echter pas later in de trailer bevestigd.

Dan zijn er twee jongvolwassenen te zien, terwijl de mannenstem verder vertelt over de heksenjachten waarmee ze zijn begonnen. Er wordt getoond wat de vaardigheden van de jongvolwassenen zijn en wat de gevaren zijn waarmee zij te maken hebben. Toch lijkt het de twee erg gemakkelijk af te gaan ('het in staat zijn'). In eerste instantie lijken de heksen de tegenstanders van de heksenjagers te zijn. Het logo van de filmstudio wordt getoond, waarna er een *establishing shot* van een dorpje volgt. Hier stellen de twee jongvolwassenen zich voor als Hansel en Gretel. Hier wordt hun stoere en onverslaanbare imago bevestigd door de dorpsbewoners, afgewisseld met shots waarin heksen worden verslagen.

Als de muziek stopt en er nieuwe muziek wordt gestart, wordt er ook een nieuw probleem geïntroduceerd. Er worden vijf kinderen ontvoerd door een heks en Hansel en Gretel zijn niet bekend met deze nieuwe soort heks. Broer en zus overwegen de mogelijkheden, terwijl deze shots worden afgewisseld met indrukwekkende shots van de schade die door heksen wordt aangericht. Alle muziek en geluiden zijn niet meer te horen als Gretel stelt dat zij en haar broer de vermiste kinderen moeten vinden. De ontvoerde kinderen zijn de manipulatie die Gretel motiveren tot 'het willen doen' en maakt haar automatisch ook de zender. Vanaf dit moment zijn Hansel en Gretel officieel de subjecten en dragen de kinderen een tweede functie, namelijk die van object. Het dorp waar de kinderen vandaan komen fungeert als de ontvanger. Dat Hansel en Gretel het subcomponent 'het in staat zijn tot' allang onder de knie hebben was al duidelijk in de voorgaande shots van de trailer.

De filmstudio's laten zien dat deze film hen representeert, terwijl er muziek wordt gebruikt die steeds sneller lijkt te gaan. Een *establishing shot* geeft aan waar Hansel en Gretel zich bevinden. Hierna vertelt een titel dat het hier gaat om een vervolg van een beroemd sprookje.

Veel explosies maken kenbaar dat Hansel en Gretel voor een uitdaging staan. Toch hebben zij de uitdaging onderschat als een andere vrouw zich voorstelt. Zij is ook een heks en weet Gretel te ontvoeren en speelt de rol van opponent. Hansel gaat op zoek naar zijn zus en is vastberaden haar te redden ('het moeten doen'). Een tussentitel laat zien dat het sprookje dit keer een nieuwe twist heeft gekregen. Dit keer hebben Hansel en Gretel namelijk niet alleen de handige foefjes om het gevecht te winnen. De heksen hebben zich net zo goed gewapend. Dit betekent dat Hansel en Gretel opnieuw moeten ontdekken 'hoe ze het' moeten doen. Naarmate de trailer het einde nadert, wisselen de shots waarin de vaardigheden van Hansel en Gretel en de heksen worden getoond, steeds sneller. Daarna zijn Hansel en Gretel te zien terwijl ze zeer onder de indruk zijn van een tegenstander die ze blijkbaar niet hadden verwacht. Dit betekent dat de subjecten nog steeds moeten uitvinden 'hoe ze het moeten doen'. De trailer sluit met de titel van de film.

Deze trailer heeft een lange inleiding in vergelijking met de andere geanalyseerde trailers. De trailer is op ongeveer op de helft als er expliciet duidelijk

wordt gemaakt wie de subjecten zijn, wat de manipulatie is en wat het object is. De componenten manipulatie en *competence* lijken in deze trailer met elkaar verweven te zijn, omdat de trailer zich al voor de manipulatie richt op de vaardigheden van Hansel en Gretel. De trailer lijkt te eindigen met een nieuwe tegenstander. Aan de reactie van Hansel en Gretel te zien, moeten zij wederom ontdekken hoe zij deze tegenstander gaan verslaan ('weten hoe het te doen'). Dat betekent dat de trailer het component *performance* nog niet aan bod heeft laten komen. Het component sanctie is sowieso/helemaal nog niet aan bod gekomen. Gedurende de trailer is er ook niet gehint naar wat de sanctie zou kunnen inhouden.

Manipulatie → subjecten → zender → 'het willen doen' → 'het in staat zijn te doen'
→ opponent → 'het moeten doen' → 'het weten hoe het te doen'

Filmstudio → Manipulatie → subjecten → zender → 'het willen doen' → 'het in staat zijn te doen' → Filmstudio → tussentitel → opponent → 'het moeten doen' → Tussentitel → 'het weten hoe het te doen' → filmtitel

DARK SKIES (horror/science-fiction/thriller)

De trailer van DARK SKIES duurt 2 minuten en 31 seconden, waarvan vijf seconden voor de rating van de film zijn bestemd.

Onder begeleiding van rustige muziek worden de filmstudio's geïntroduceerd, waarna er een overzichtsshot is van een straat. Er is een gezin in de tuin bezig. Een vader, een zontje en een moeder die een ontbrekend gezinslid belt omdat deze thuis moet komen.

Het is donker en een jongen fietst over straat. De muziek heeft plaats gemaakt voor storende geluiden. De jongen stopt en kijkt om zich heen. Dan gaan alle lampen in een vast ritme een voor een uit. Op hetzelfde ritme wordt er ingezoomd op een huis en vervolgens op het alarmsysteem in het huis. Het alarm gaat af, waardoor het hele gezin wakker wordt en in de keuken verzameld. In de keuken zijn alle spullen op een onverklaarbare manier vreemd neergezet. Het vermoeden dat er iets mis is, zorgt ervoor dat de ouders 'iets willen doen' aan het probleem. Automatisch

betekent dit dat het gezin het subject is. Het 'willen' oplossen van het probleem is een doel dat slechts van belang is voor het gezin zelf en alleen het gezin dient. Daarom vallen het 'willen doen' en de plaatsing van de zender en ontvanger samen in deze trailer. Het onbekende in deze scene wordt neergezet als de antagonist.

Dan is er een tussentitel waarin wordt vermeld welke films de producers al eerder hebben gemaakt. Dreigende muziek start en de politie komt onderzoek doen naar de vreemde verschijning in de keuken van het gezin. Er zijn geen sporen of tekens te vinden die naar de oorzaak zouden kunnen leiden. Een vriend van het gezin vraagt of alles goed gaat, waarna hij slechts krijgt te horen dat alles prima is. Er worden steeds meer onverklaarbare gebeurtenissen getoond. Het feit dat steeds meer omstanders vragetekens zetten bij de gebeurtenissen, zorgt ervoor dat het gezin in actie moet komen. Zij moeten erachter zien te komen wat ze 'moeten doen.' Dit zorgt ervoor dat de omstanders de manipulators zijn en het gezin de ontvangers. Het doel van het gezin is duidelijkheid en veiligheid. Het onverklaarbare probleem is daarmee de tegenstander van het gezin.

Na een zwart beeld worden er ritmisch verschillende onverklaarbare ravages getoond die het gezin teisteren. Tegelijkertijd is er iemand aan de telefoon met de moeder die een oppervlakkige uitleg geeft van wat er aan de hand zou kunnen zijn. In dit gedeelte wordt de nadruk gelegd op 'het moeten doen' als herhaling. Na nog een zwart beeld constateert de moeder dat het gezin een probleem heeft. Hierna worden er ter illustratie nog een aantal voorbeelden getoond, die ertoe leiden dat ook professionele hulpinstanties constateren dat het gezin een probleem heeft. Niemand lijkt het gezin te kunnen helpen. Nogmaals wordt hier dus de nadruk gelegd dat het gezin aan het probleem 'iets wil doen' en ook 'iets moet doen'. Het gezin gaat op zoek naar informatie over hun probleem. Ze vinden iemand die hen misschien kan helpen.

Een tussentitel kondigt aan vanaf welke datum de film te zien is. Daarna volgen er nog meer voorbeelden van problemen waar het gezin tegenaan loopt. Ondertussen vertelt de expert wat het gezin nog meer staat te wachten en dat er geen ontsnappen aan is. Uit deze tekst is af te leiden dat het gezin zowel de ontvangers, de zenders als de subjecten zijn. Nu 'weet' het gezin ook 'wat te doen' tegen het probleem.

De tussentitel die volgt bevestigt deze stelling. Hierna volgt er een snelle opeenstapeling van wat er allemaal dreigt te gebeuren. Het gezin bereidt zich zo goed als mogelijk voor op dat wat komen gaat. Op deze manier wordt er weergegeven hoe het gezin 'in staat is iets te doen' tegen de hen onbekende tegenstander. De trailer eindigt met de titel van de film en de datum van release.

Het eerste dat in deze trailer wordt getoond zijn de logo's van de filmstudio's. Het subject wordt daarna getoond en bestaat in dit geval uit een heel gezin, omdat zij als geheel worden bedreigd door iets onbekends (de antagonist). Hun zoektocht (of reis) bestaat dan ook uit het uitvinden wat hen bedreigt en hoe dit probleem is op te lossen. Het moment dat het probleem zich voordoet aan het hele gezin (het alarm), kan daarom worden gezien als de eerste manipulator (welke nog een aantal keer herhaald wordt). Op dat moment is het gezin tevens de zender en ontvanger, omdat zij hun eigen veiligheid willen waarborgen. Het gezin 'wil' op dit moment 'iets aan het probleem doen'. De tussentitel over eerder werk van de makers kondigt iets nieuws aan. Professionele hulpinstanties geven namelijk ook aan niet te weten wat ze moeten doen. Dit is een sterkere herhaling van de manipulatie. Tevens omdat de onverklaarbare bedreigingen steeds groter worden en frequenter voorkomen 'moet' het gezin er 'iets aan doen'. Als het gezin op zoek gaat naar speciale hulp, krijgen ze informatie over hun probleem. Deze informatie zorgt ervoor dat de familie 'weet wat ze moeten doen,'. Hierdoor kan het gezin zich voorbereiden en is daarmee ook 'in staat om te doen' wat zij moeten doen.

Ook in deze trailer lijkt het alsof bijna alle componenten worden onthuld. Ook de meest relevante actanten worden voorgesteld. Er kunnen vraagtekens worden gezet bij de dubbele rol van de personages in relatie tot het *canonical narrative schema*. Een schema van dit narratief ziet er als volgt uit:

Subject → manipulator → 'iets willen doen' + zender + ontvanger → opponent → 'het moeten doen' → helper → 'weten hoe te doen' → 'in staat zijn om te doen'
--

Als de presentatie van overige informatie aan het schema wordt toegevoegd, ziet het schema er als volgt uit:

Filmstudio → subject → manipulator → 'iets willen doen' + zender + ontvanger →
opponent → tussentitel: producers → 'het moeten doen' → helper → tussentitel:
datum → 'weten hoe te doen' → tussentitel: overig → 'in staat zijn om te doen' →
tussentitel: titel en datum

Opvallend aan dit schema is dat veel actanten zijn samengevoegd. Daarnaast wordt in deze trailer voor het eerst een externe helper gepresenteerd. Daarmee wordt bedoeld dat deze helper expliciet wordt opgezocht als helper. In *GANGSTER SQUAD* had het subject ook een partner die hielp, maar deze personages waren al vanaf het begin een team. Pas later in de trailer wordt de focus op een van de twee gelegd. In *DARK SKIES* zorgt de helper ervoor dat het gezin 'weet wat ze moeten doen'. Dit is een belangrijk component om 'het in staat zijn' te kunnen weergeven. Ook in deze trailer is er slechts een klein deel van de daadwerkelijke *performance* te zien. Er is wederom helemaal niets te zien van het vijfde component *sanction*.

BEAUTIFUL CREATURES (fantasy/drama/romance)

De sequence van *BEAUTIFUL CREATURES* is 1 minuut en 48 seconden lang. Hiervan zijn vijf seconden bestemd voor de rating. De trailer opent met het tonen van de filmstudio's, wat relatief lang duurt in vergelijking met de andere trailers. De andere trailers toonden de filmstudio's (aantal maakte niet uit) slechts één seconde, terwijl deze trailer de filmstudio's vijf seconden de ruimte geeft. Deze presentatie wordt niet begeleid door muziek en de muziek blijft ook uit als er een poort en een landhuis worden getoond. Tegelijkertijd is er een stem te horen die een probleem aanklaagt. Daarbij is er een meisje op een middelbare school te zien. Vervolgens is te zien van wie de stem is. Een vrouw staat in een zaal een gemeenschap te overtuigen van de mate waarop het meisje een probleem is. Eén van deze twee actanten is dus een opponent. Er is alleen nog niet duidelijk wie dat is. De wijze waarop het probleem (het meisje) wordt besproken lijkt geheel tegenstrijdig te zijn ten opzichte van het meisje dat tegelijkertijd te zien is. De toesprekende vrouw benadrukt niet bang te zijn voor het soort mensen dat tot de probleemgroep behoort. Dan is er kort te zien wat

voor soort problemen deze groep kan aanrichten. Alle ramen van een lokaal van de middelbare school gaan onverklaarbaar kapot.

Een tussentitel laat zien vanaf wanneer de film te zien is. De muziek begint en een jongen (die ook in de school te zien was) loopt door de poort van het landhuis. Een tussentitel nodigt de kijker uit om mee te gaan ontdekken. Eenmaal bij het landhuis aangekomen, ontmoet de jongen het meisje, waar zij hem vertelt een geheim te hebben. Een tussentitel bevestigt dit. Het meisje geeft zelf aan ook niet precies te weten wat er met haar aan de hand is. Hoewel het minder expliciet wordt genoemd dan in andere trailers, is het meisje vanaf nu duidelijk het subject. Zij gaat op zoek naar wie ze is. De jongen vergezelt haar bij deze zoektocht. De antwoorden die het meisje hoopt te vinden, zijn antwoorden voor haarzelf. Het meisje is daarom tevens de ontvanger. De zender is de vrouw van de toespraak. Als zij het meisje niet als anders en als een probleem had bestempeld, was er niets aan de hand geweest. De toespraak diende dus tevens als manipulatie en zorgde ervoor dat het meisje op zoek 'wilde' gaan naar antwoorden. Doordat deze vrouw het meisje als een probleem ziet, is zij de opponent van het subject. Een tussentitel wekt de indruk dat het te maken heeft met magie. Een exotisch uitziende dame legt uit dat sommige mensen inderdaad anders zijn, maar wekt de indruk dat dit niet verkeerd is. Een tussentitel benadrukt dit ("and beautiful creatures").

Dan kondigt het meisje een probleem aan. Zij bezit krachten die binnen een bepaalde tijd door iets of iemand zullen worden beïnvloed. Hiermee wordt duidelijk gemaakt dat het meisje ook echt 'iets moet gaan doen'. Er wordt een groep mensen geïntroduceerd die hier blijkbaar meer van weten. Zij kondigen aan dat het meisje (Lena) waarschijnlijk slecht zal worden. Deze groep dient als tweede manipulator, omdat de angst voor het onbekende wordt aangewakkerd. Dit motiveert het meisje op zoek te gaan naar antwoorden.

Er volgt een snelle opsomming van indrukwekkende gebeurtenissen. Daarna is er een tussentitel te zien, waaruit blijkt dat de film gebaseerd is op een boek. De jongen en Lena lijken daarna ruzie te maken en elkaar niet meer te willen zien. De titel van de film wordt getoond. Hierna is er een kort stukje waarin de jongen en Lena samen te zien zijn, waaruit blijkt dat ze veel om elkaar geven. De trailer eindigt met de datum van de release van de film.

In deze trailer is het opvallend dat er geen aandacht wordt besteed aan de onderdelen 'weten hoe het doen' en 'in staat zijn om te doen'. Ook wordt niet direct duidelijk wie de opponent is, de helper, de manipulator en het subject. Dit is pas met zekerheid te zeggen als de trailer al bijna op de helft van de sequence is en de kijker dus moet terugblikken op de gegeven informatie. Het onderdeel *performance* is amper in de trailer te herkennen. Het onderdeel *sanction* is helemaal afwezig en blijft daarmee dus voor de kijker onbekend. Als alle bekende elementen in een schema worden gezet, ziet deze er als volgt uit:

Opponent → subject → manipulator → zender → 'willen doen' → ontvanger → helper → 'moeten doen' → manipulator 2 → performance

Als de overige informatie wordt toegevoegd, komt het schema er zo uit te zien:

Filmstudio → opponent → subject → manipulator → zender → tussentitel → 'willen doen' → ontvanger → tussentitel → helper → tussentitel → tussentitel → 'moeten doen' → manipulator 2 → tussentitel: boek → performance → tussentitel: titel → tussentitel: datum

SIDE EFFECTS (crime/drama/thriller)

De trailer van SIDE EFFECTS duurt 1 minuut en 55 seconden, waarvan de eerste vijf seconden bestemd zijn voor de rating. De trailer opent met rustige muziek en laat de kijker een man en een vrouw zien. De vrouw vertelt dat ze alles aan de man fantastisch vindt. De kleurteint van de beelden is warm en kleurrijk.

Dan worden de filmstudio's getoond, wat tevens een omwenteling is. De man vertelt namelijk dat hij alles weer wil maken zoals dat het was. Blijkbaar had dit koppel het erg goed, maar is er nu iets mis. Na een overzichtsshot van een stad verandert de kleurteint van de beelden. De beelden waren eerst warm en kleurrijk, nu zijn ze kil en grijs. De kijker krijgt medicatie te zien, terwijl er door iemand wordt gevraagd hoe het met de vrouw gaat. De setting geeft aan dat zowel de man als de

vrouw bij een therapeut zitten. Zij vertelt wat de problemen zijn en dat deze problemen al langer spelen. Vanaf dit punt is het duidelijk dat de film over deze vrouw gaat. Zij is dus het subject. Het feit dat het koppel bij een therapeut is, geeft aan dat er iets mis is, waar het koppel 'iets aan wil doen'. De therapeut bevestigt hun vermoeden dat het koppel iets aan hun problemen moet doen. De therapeut kan daarom worden gezien als de manipulator en de zender.

Na een zwart beeld verandert de muziek van rustig naar onrustiger. Er is te horen dat een telefoonnummer wordt ingetoetst om hulpinstanties te bellen. De reden daarvoor is dat er iemand vermoord is. Deze gebeurtenis kan als manipulator 2 worden gezien en zorgt ervoor dat de vrouw nu ook echt 'iets moet gaan doen'. Wat zij moet gaan doen, blijft onduidelijk.

Een tussentitel laat zien welke films de makers al eerder hebben gemaakt. Daarna is de therapeut wederom te zien, die bevestigt dat er een ongeluk is gebeurd. Een *close-up* van pillen insinueert dat deze iets met het ongeluk te maken hebben. De man van het koppel vraagt wat er aan te doen is. Blijkbaar staat het koppel voor een raadsel, want ook de politie weet niet wat ze met deze moord aan moeten. De vrouw blijkt gearresteerd te zijn, als de therapeut aan de politie vraagt wie de advocaat van de vrouw is. De vrouw is helemaal in de war, weet niets meer, heeft geen advocaat en kan alleen maar verwijzen naar de therapeut, die haar kan helpen. Zowel de man als de therapeut lijken de vrouw bij te willen staan in de zoektocht naar antwoorden.

Een tweede vrouw vraagt de therapeut of hij de vrouw in kwestie wel kent. Na een tussentitel wordt de therapeut beschuldigd van het misbruiken van de vrouw in kwestie. Dit zou hij met behulp van medicatie hebben gedaan. Hierdoor is er niet meer met zekerheid te zeggen of de therapeut een helper is. De man van de vrouw in kwestie wil weten wat er aan de hand is. Hij is kwaad en ook bij hem kan er worden gevraagd of hij nog langer een helper zal zijn. Na nog een tussentitel, wordt er een tweede therapeut geïntroduceerd. Zij geeft aan dat ze de vrouw in kwestie medicatie heeft voorgeschreven. Hierdoor wordt deze therapeut als opponent neergezet omdat zij wellicht de aanstichter is van alle onduidelijke problemen. De vrouw zelf herinnert zich van alles niets meer.

Een tussentitel bevestigt de zoektocht die wordt gestart. Iemand moet van dit alles als schuldige worden aangewezen en de reden tot deze misdaad moet worden

onderzocht. Er volgt een opsomming van de relevante personages die stuk voor stuk niets schijnen te weten, behalve de vrouwelijke therapeut. Van haar wordt de indruk gewekt dat zij een reden heeft om de vrouw te drogeren.

Na deze opsomming worden alle relevante acteurs getoond, waarna er indrukwekkende shots volgen. De trailer sluit met de titel van de film, daarna de regisseur en de schrijver en uiteindelijk de datum waarop de release van de film is.

Subject → helper → 'willen doen' → helper 2 → manipulator → zender → manipulator 2 → 'moeten doen' → ontvanger → opponent → performance

Subject → helper → filmstudio's → 'willen doen' → helper 2 → manipulator → zender → manipulator 2 → 'moeten doen' → ontvanger → tussentitel: makers → tussentitel → opponent → tussentitel → performance → tussentitel: acteurs → performance → titel → titel: regisseur en schrijver → titel: datum

In deze trailer blijft het de vraag wie de helper en wie de opponent is van het subject. Tevens wordt niet duidelijk gemaakt hoe het subject erachter moet komen 'hoe ze het probleem moet oplossen' en wanneer ze 'ertoe in staat is'. Sterker nog, er kunnen ook vraagtekens worden gezet bij wie van de personages eigenlijk het probleem moet gaan oplossen en welk probleem. Moet de moord worden opgelost, of het geheugenverlies van het subject? De nadruk in deze trailer wordt gelegd op wie welke rol zal gaan vervullen. De performance blijft daardoor minimaal behandeld en de *sanctie* blijft helemaal onderbelicht.