

Gina de Wit, 5500737

Media en Cultuur

Halbe Kuipers

Studiejaar 2017-2018, Blok 2

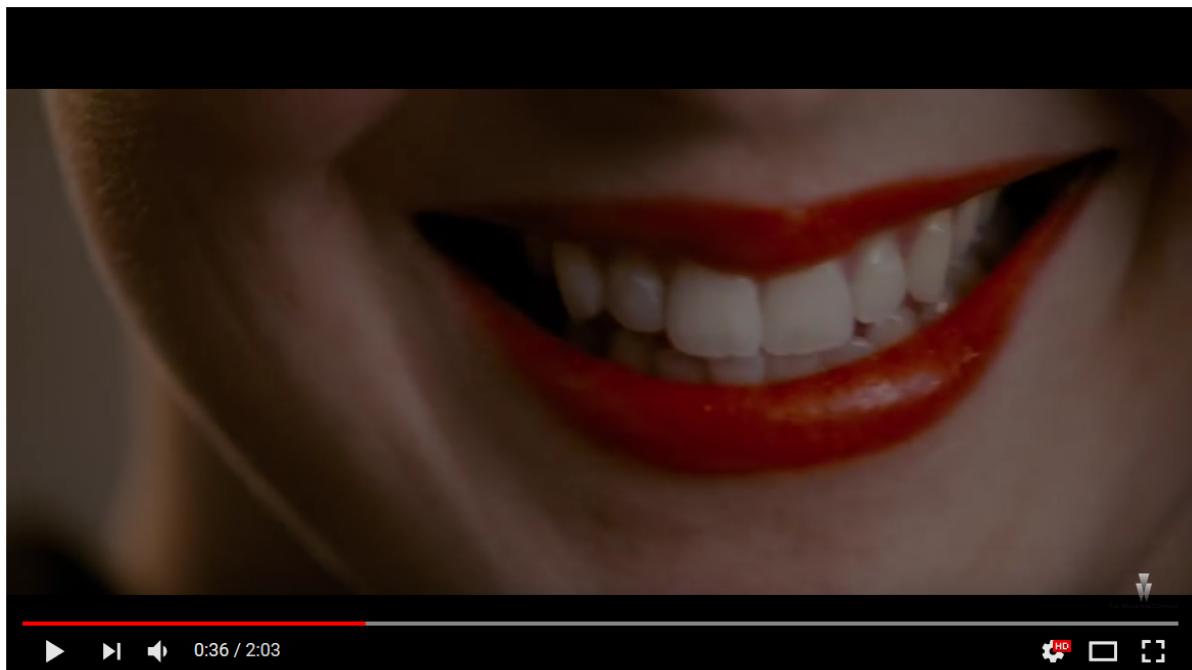
20 februari 2018

Bachelorscriptie Media en Cultuur

8051 Woorden

## 120 SECONDEN FILM

*Narratieve elementen en het huidige medialandschap in de trailer van A SINGLE MAN*



## SAMENVATTING

---

In dit onderzoek staat de theorie van mediawetenschapper Keith M. Johnston centraal. Hij stelt onder andere dat de hedendaagse trailer, als gevolg van het convergeren en het daarbij veranderde medialandschap, sterk inspeelt op de 1-op-1 relatie tussen kijker van de trailer en de trailer zelf. Johnston besteedt hierbij hoofdzakelijk aandacht aan de rol van stilistische elementen bij het inspelen op deze 1-op-1 relatie. In dit onderzoek wordt er gekeken naar de rol van narratieve elementen bij dit proces, waarbij de speelfilm *A SINGLE MAN* als casus wordt gebruikt – deze film sluit qua stilistische elementen sterk aan op Johnstons theorie, en leent zich daarom goed als object om te kijken naar narratieve elementen. De hoofdvraag luidt dan ook als volgt: *Hoe worden de narratieve elementen uit Tom Fords A SINGLE MAN, in relatie tot de structuur van de hedendaagse trailer, zichtbaar in de bijbehorende trailer?* Om duidelijkheid te krijgen over de rol van narratieve elementen in de trailer van de speelfilm in kwestie, wordt er in dit onderzoek gebruik gemaakt van een neo-formalistische analyse. Aan de hand van een segmentatie worden narratieve patronen in de film benoemd, om vervolgens vast te stellen in hoeverre en op welke wijze deze patronen zichtbaar zijn in de bijbehorende trailer. Uiteindelijk beargumenteert dit onderzoek dat de stilistische en narratieve elementen in de hedendaagse trailer samenwerken om een zo sterk mogelijke 1-op-1 relatie tussen kijker en trailer te bewerkstelligen, met daarbij – aan de hand van verschillende mediatheorie – de voetnoot dat dit niet voor het eerst in de geschiedenis het geval is.

# INHOUD

---

1	Inleiding .....	4
2	Theoretisch Kader .....	6
2.1	Uiteenzetting theorie Keith M. Johnston .....	6
2.2	Convergence .....	7
2.3	Suspense, surprise en curiosity .....	9
2.4	Trailers als (A Cinema Of) Attractions .....	9
3	Methode .....	12
3.1	Neoformalistische analyse .....	12
3.2	Corpus .....	13
4	Analyse – A Single Man .....	14
4.1	Verhaallijn .....	14
4.2	Segmentatie van de film .....	15
4.3	De trailer als object .....	15
4.4	De patronen .....	16
4.5	Trailer vs. Film – de chronologie .....	17
4.6	Trailer vs. Film – patronen en de narratieve elementen .....	18
4.7	Convergence en daarvoor .....	19
5	Conclusie .....	22
6	Bronnenlijst .....	24
	Bijlage A. Populaire reacties onder de YouTube-trailer van A SINGLE MAN .....	25
	Bijlage B. Segmentatie van A Single Man .....	27
	Bijlage C. Zichtbaarheid deelsegmenten in trailer .....	31
	Bijlage D. Patronen in de segmentatie .....	33

# 1 INLEIDING

---

De filmtrailer heeft een lang traject afgelegd: van een begin in theaters waar hij eenmalig werd vertoond, tot de huidige wijze waarbij iedereen op ieder moment een trailer kan opzoeken en zo vaak kan kijken als hij of zij wil. Volgens mediawetenschapper Keith M. Johnston faciliteert deze verschuiving een vernieuwde structuur van de trailer, waarbij de wijze van het kijken en bespreken van een trailer ervoor gezorgd heeft dat de trailer sterker kan inspelen op de 1-op-1 relatie tussen trailer en kijker. Johnston stelt dat deze relatie onder andere wordt bereikt door abruptere montage en het in beeld brengen van meer *close-ups* en gezichtsuitdrukkingen.<sup>1</sup> In zijn stelling laat Johnson het narratief van de film en zijn zichtbaarheid in de trailer onbesproken – maar is dit wel terecht? Zou deze vernieuwde structuur van de trailer niet ook gevolgen kunnen hebben voor niet alleen de *stilistische*, maar ook de *narratieve* elementen? En is het inspelen van een trailer op de 1-op-1 relatie tussen kijker en trailer iets nieuws, of is hiervan (weliswaar in een andere vorm) al veel langere tijd sprake?

Niet iedere film liefhebber is te spreken over het fenomeen trailer – sommigen gaan zelfs zo ver dat zij beweren dat het kijken van de trailer een filmervaring kan verpesten. In dit geval zou de trailer belangrijke elementen van het plot voorafgaand aan de film vrijgeven, waardoor de film tijdens het kijken minder verrassend is. Maar ook voor het tegenovergestelde valt iets te zeggen. Wanneer een trailer interesse opwekt bij het publiek zonder iets te verraden, wordt dit geprezen – onder andere op YouTube is dit goed zichtbaar. Een voorbeeld hiervan is de commentaarsectie onder de officiële trailer van Tom Fords speelfilmdebuut *A SINGLE MAN* (2009)<sup>2</sup>. De reacties zijn positief, en prijzen het niet onthullende, maar wel nieuwsgierig makende karakter van de trailer (zie hiervoor Bijlage A).<sup>3</sup>

Aangezien trailers een belangrijk deel zijn van de hype rondom een film, kan de trailer als fenomeen niet onbesproken blijven<sup>4</sup>. Uiteraard is er veel onderzoek gedaan naar trailers op verschillende gebieden – er is niet alleen gekeken naar de trailer als promotiemiddel<sup>5</sup>, maar ook naar de trailer als middel om publiek te laten fantaseren over de film en daarmee de film als het ware al te laten beginnen<sup>6</sup>, of naar de (weliswaar *remade*) trailer als object in relatie tot *fandom*<sup>7,8,9</sup>. Ook de

---

<sup>1</sup> Keith M. Johnston, "The Coolest Way to Watch Movie Trailers in the World," *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 14, nr. 2 (mei 2008): 146. <https://doi.org/10.1177/1354856507087946>.

<sup>2</sup> Tom Ford, *A SINGLE MAN*, 2006: Fade to Black Productions.

<sup>3</sup> The Weinstein Company. "A SINGLE MAN - Trailer". Gefilmd op [November 2009]. YouTube video, 00:02:04. Geplaatst op [November 2009]. <https://www.youtube.com/watch?v=sC9Zm1UJ7zs>.

<sup>4</sup> F.L. Greene, Keith M. Johnston, en E. Vollans, "Would I lie to you? Researching audience attitudes to, and uses of, the promotional trailer format," *International Journal of Media and Cultural Politics* 10, nr. 1 (2014), 109-116.

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Lisa Kernan, *Coming Attractions: Reading American Movie Trailers* (Austin: University of Texas Press, 2004).

<sup>7</sup> Kathleen Amy Williams, "Never coming to a theatre near you: Recut film trailers," *M/C Journal* 12.2 (2009).

<sup>8</sup> Kathleen Amy Williams, "Fake and fan film trailers as incarnations of audience anticipation and desire," *Transformative Works and Cultures* 9 (2012): , doi:10.3983/twc.2012.0360.

<sup>9</sup> James Deaville, "Re-cut and Retuned: Fan-produced parody trailers," *Journal of Fandom Studies* 4, nr. 2 (2016), 209 – 223.

narratieve elementen in een trailer blijven niet onbesproken<sup>10,11</sup>. Zoals eerdergenoemd heeft Johnston in zijn onderzoek gekeken naar de structuur van de trailer op stilistisch gebied als gevolg van de opkomst van het internet en haar mogelijkheden. Deze opkomst is in Johnstons theorie nauw verbonden met de term *convergence*, waar ik later op terug zal komen. In dit onderzoek neem ik Johnstons bevindingen als uitgangspunt, en zal ik kijken naar de structuur van de trailer van A SINGLE MAN in het licht van *convergence*, op narratief gebied. Ook zal ik hierbij kijken naar de veronderstelde ‘nieuwheid’ van de structuur van de hedendaagse trailer en de mate waarin hij inspeelt op de 1-op-1 relatie tussen kijker en trailer, en naar hoeverre dit daadwerkelijk samenhangt met *convergence*. Mijn hoofdvraag luidt dan ook als volgt: *Hoe worden de narratieve elementen uit Tom Fords A SINGLE MAN, in relatie tot de structuur van de hedendaagse trailer, zichtbaar in de bijbehorende trailer?*

Ik heb hierbij specifiek gekozen voor de speelfilm en bijbehorende trailer van A SINGLE MAN om verschillende redenen. In de officiële trailer van A SINGLE MAN is een groot aantal stilistische elementen te herkennen dat aansluit op Johnstons theorie, waardoor specifiek deze trailer geschikt is voor dit onderzoek (dat zoals genoemd vertrekt vanuit Johnstons’ stelling). Daarnaast is de trailer geprezen om hoe ze het narratief van de films niet verradt, maar tegelijkertijd wél interesse opwekt - wat de trailer voor dit vraagstuk, waarbij de narratieve elementen van zowel de film als de trailer centraal staan, tot een interessante casus maakt.

---

<sup>10</sup> Jonathan Gray en Jason Mittell, "Speculation on spoilers: Lost fandom, narrative consumption and rethinking Textuality," *Particip@tions* 4.1 (2007): 1-35.

<sup>11</sup> Kernan, *Coming Attractions*.

## 2 THEORETISCH KADER

---

Binnen dit onderzoek is een aantal theoretische concepten van belang. Alvorens de analyse op juiste wijze kan worden uitgevoerd en geïnterpreteerd, zal ik deze concepten toelichten. Allereerst bespreek ik de eerdergenoemde stelling van Keith M. Johnston, om een concreet beeld te geven van het startpunt waaruit dit onderzoek vertrekt. Vervolgens bespreek ik het concept convergence. Aangezien Johnston zijn opvatting van convergence baseert op de theorie van mediawetenschapper Henry Jenkins, zal ik convergence toelichten vanuit Jenkins' definitie. Ook zal ik het debat rondom convergence deels uiteenzetten, waarbij ik de focus leg op het *participatory* karakter van convergence, en de aansluiting hiervan op dit onderzoek.<sup>12</sup> Vervolgens worden de narratieve concepten *suspense*, *surprise en curiosity* toegelicht, als gedefinieerd door filmwetenschappers David Bordwell en Kristin Thompson. Met het verschaffen van een theoretische achtergrond van deze narratieve elementen, tracht ik een goede basis te vormen voor de uiteindelijke analyse. Tot slot wordt het werk van filmwetenschapper Lisa Kernan besproken. Kernan heeft geschreven over de structuur van trailers, waarbij Tom Gunnings concept *a cinema of attractions* in haar theorie een belangrijke positie inneemt.<sup>13</sup> Beide dit concept en de relevantie hiervan voor dit onderzoek zal ik toelichten. Hierop aansluitend zal tevens de benodigde aandacht worden besteed aan de positie van dit concept in het huidige wetenschappelijk veld, waarbij ik Frank Kessler's theorie van *a cinema of attractions* als dispositief als uitgangspunt neem.<sup>14</sup>

### 2.1 Uiteenzetting theorie Keith M. Johnston

Een deel van dit onderzoek bouwt voort op Johnston, die stelt dat de structuur van de trailer zich heeft aangepast aan de nieuwe manier waarop zij bekeken en besproken (namelijk: YouTube).<sup>15</sup> Hierbij bespreekt Johnston voornamelijk het gebruik van stilistische elementen van de trailer, waarbij hij het narratief (of eerder de zichtbaarheid hiervan) in de trailer onbesproken laat. Aan dit narratief, en daarbij de zichtbaarheid hiervan, zal ik in dit onderzoek niet voorbij worden gegaan.

Johnston zet zijn theorie uiteen aan de hand van een voorbeeld: de online trailers VAN FIGHT CLUB (1999)<sup>16</sup>. Met een hyperactieve wijze van editen, waarbij optische effecten en *jump cuts* sterk aanwezig zijn, wordt de kijker van deze trailer volgens Johnston direct aangesproken. Maar het direct aanspreken is niet pas aanwezig sinds de komst van het internet, stelt Johnston – ook daarvoor, bij de

---

<sup>12</sup> Anders Ekström et al., "Participatory Media in Historical Perspective: An Introduction," in *History of Participatory Media*, ed. Anders Ekström et al. (New York: Routledge, 2011), 1 – 9.

<sup>13</sup> Kernan, *Coming Attractions*.

<sup>14</sup> Frank Kessler, "The Cinema of Attractions as Dispositif," In *The Cinema of Attractions Reloaded*, ed. Wanda Strauven (Amsterdam University Press, 2006), 57-70.

<sup>15</sup> Johnston, *The Coolest Way*, 145 – 160.

<sup>16</sup> David Fincher, *FIGHT CLUB*, 1999: Fox 2000 Pictures.

opkomst van televisie, werd deze aanpak toegepast. Wél is er een verandering zichtbaar sinds trailers online beschikbaar zijn. In het geval van de online trailers van FIGHT CLUB worden de karaktereigenschappen van het meer mobiele en het significant kleinere scherm (dan het bioscoop- of televisiescherm) volgens Johnston als voordelen gebruikt: ieder van de online trailers bevat korte beelden van de film en veel close-ups van de hoofdrolspeler die direct in de camera spreekt.<sup>17</sup>

Naast dat hij de esthetische waarde van de trailer erkent, ziet Johnston de trailer ook als promotioneel product. Wanneer Johnston enkel naar de esthetische waarde kijkt, merkt hij het volgende op: “Aside from this strand of online promotion, the internet-only trailers have developed unique aesthetic options that have impacted back on the cinema previews that spawned them: the fast paced montage that encourages (often requires) multiple viewings, the importance of the soundtrack to structure modern trailer messages, and the use of behind-the-scenes sequences.”<sup>18</sup> Waar in dit onderzoek naar gekeken wordt, is of deze stilistische veranderingen sinds de komst van het online karakter van de trailer ook samenhang hebben met veranderingen op narratief gebied, wat Johnston onbesproken laat.

## 2.2 Convergence

Johnston haalt in zijn theorie herhaaldelijk verschillende bevindingen van Jenkins aan. Hierbij hanteert Johnston Jenkins’ definitie van *convergence media*: “the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences who would go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they wanted.”<sup>19</sup> Wanneer Jenkins spreekt over convergence, doelt hij niet specifiek op één medium of één specifieke wijze van informatieoverdracht. Eerder spreekt hij over een verschuiving van medium specifieke content naar content die zich beweegt over verschillende vormen van media – deze verschuiving hangt samen met de afhankelijkheid die communicatiesystemen onderling hebben, de samenwerking, de meerdere manieren waarop media content verkregen kan worden, en de steeds meer ingewikkelde relaties tussen de toplaag van de media en de zogezegde *participatory culture*. Deze verschuiving van medium specifieke content naar content die zich beweegt over verschillende vormen van media is goed zichtbaar wanneer we kijken naar de trailer: waar de trailer eerder specifiek in het theater zichtbaar was, is de trailer nu zowel te zien in het theater als in reclameblokken op televisie als op YouTube en andere socialmedia kanalen. De toegankelijkheid van deze kanalen zorgt ervoor dat de

---

<sup>17</sup> Johnston, *The Coolest Way*, 149.

<sup>18</sup> Ibidem.

<sup>19</sup> Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (New York: New York University Press, 2006), 282.

trailer veel meer vatbaar is voor de *participatory culture* dan voorheen: iedere trailer is te downloaden, te delen en te bewerken waar én wanneer de gebruiker zou willen.<sup>20</sup>

Uiteraard is Jenkins' opvatting van het medialandschap en de bijbehorende geschiedenis hiervan niet voorbij gegaan zonder enige kritiek op te roepen. Een van de grootste kritieken op Jenkins' theorie is het punt dat Jenkins in zijn theorie te stellig vast zou houden aan het idee dat convergence, en daarbij de participatory culture, als het ware als een revolutie gezien zou kunnen worden. Mediawetenschappers Anders Ekström, Solveig Jülich, Frans Lundgren en Per Wisselgren verwoordden dit kritiek punt duidelijk als volgt: 'Has there ever really been such a thing as a passive audience?'<sup>21</sup> Hiermee doelen ze op de manier waarop er in het wetenschappelijk veld vaak gesproken wordt over *participatory media* – als iets revolutionairs. Echter, benadrukken de auteurs, is het niet met zekerheid te stellen dat participatory media iets nieuws is, maar dat het een andere vorm heeft aangenomen dan in het verleden. Om deze stelling kracht bij te zetten, spreken ze over de twee verschillende benaderingen van *participation* die volgens hen aanwezig zijn: de mediaspecifieke benadering van McLuhan (waarin de materialiteit van het medium centraal staat en waarin het medium bepaald hoeveel participatie er mogelijk is), tegenover de meer cultureel-politieke benadering van Jenkins (waarbij de participatie eerder gedefinieerd wordt door de gebruiker van het medium dan door het medium zelf). Jenkins maakt hierbij nog onderscheid tussen participation en *interactivity*, waarbij interactivity verwijst naar de mogelijkheden en belemmeringen die de media op technologisch vlak met zich meedragen, terwijl participation verwijst naar een meer sociaal en cultureel karakter van participatie, en naar wat dit met zich mee kan brengen (een convergence culture).<sup>22</sup>

Participatie bij media, op welke manier dan ook, is niet nieuw – maar er kan wel met zekerheid gesteld worden dat de trailer veertig jaar geleden niet het mobiele karakter had dat hij nu heeft. Het massaal opnieuw bekijken, terugspoelen, doorsturen, pauzeren én bewerken zijn eigenschappen van de trailer die mogelijk worden gemaakt door de platformen waarop de trailer de afgelopen jaren wordt getoond. Dit proces is weliswaar geleidelijk aan gegaan (het delen is makkelijker nu YouTube ook beschikbaar is op telefoons, en niet enkel op een 'vaste' computer) – maar het is wel een proces dat ongetwijfeld van grote invloed kan zijn geweest op de structuur van de trailer. Jenkins' theorie is misschien niet waterdicht, maar dit zegt niet dat het karakter van de trailer geen grote verandering heeft doorgemaakt. Een zodanig grote verandering dat deze daadwerkelijk invloed zou kunnen hebben op niet alleen de stilistische, maar ook de narratieve elementen die in deze trailer zichtbaar zijn – iets waar in dit onderzoek naar gekeken wordt.

---

<sup>20</sup> Jenkins, *Convergence Culture*, 243.

<sup>21</sup> Ekström et al, "Participatory Media in Historical Perspective," 1.

<sup>22</sup> Idem, 2.



### 2.3 Suspense, surprise en curiosity

Om mijn hoofdvraag te beantwoorden, zal ik de narratieve elementen analyseren op basis van theorie van David Bordwell en Kristin Thompson. Hoe ik dit precies zal aanpakken, komt in het volgende hoofdstuk (over mijn methode) aan bod. In hun definitie van narratieve vorm stellen Bordwell en Thompson dat ieder component van een film functioneert binnen het overkoepelende patroon in de film.<sup>23</sup> Wanneer een film gekeken wordt, creëert de narratieve vorm volgens hen een idee dat alles binnen het systeem van de film compleet is.<sup>24</sup> Zodoende suggereren de relaties tussen componenten van een film gezamenlijk een bepaald systeem dat voor de film in kwestie eigen is, waardoor er bij de kijker verwachtingen over het narratief ontstaan.<sup>25</sup> Narratie bestaat uit vele verschillende componenten, maar de drie concepten die hierbij volgens Bordwell en Thompson een grote rol spelen zijn suspense, surprise en curiosity.<sup>26</sup> Suspense doelt hierbij op de vertraging in het voldoen aan een verwachting. Wanneer er niet aan deze verwachting voldaan wordt, is er sprake van surprise. Wanneer de kijker het gevoel heeft niet op de hoogte te zijn van gebeurtenissen (waarbij een bepaalde nieuwsgierigheid wordt aangewakkerd), is er sprake van curiosity.<sup>27</sup> Deze drie termen hangen nauw samen met plottwists: wanneer het plot (onverwachts) van richting verandert. Aangezien er vaak over trailers wordt gezegd dat ze de film ‘verraden’ wat betreft belangrijke punten in het plot (waaronder plottwists), zijn deze concepten geschikt als instrumenten om zowel de narratieve vorm van de films mee te analyseren, als de narratieve structuur van de trailer. Hoe en in welke mate worden deze aspecten van de film zichtbaar in de trailer? Wordt er een narratieve vorm gesuggereerd? En zo ja, op welke wijze?

### 2.4 Trailers als (A Cinema Of) Attractions

In de literatuur rondom trailers wordt onder andere het werk van Lisa Kernan veel aangehaald. In haar boek *Coming Attractions* bestudeert zij de trailer als een ‘*promotional narrative*’, waarbij de trailer als doel heeft om een filmnarratief zowel te verkopen als te vertellen.<sup>28</sup> Hierbij vertrekt zij vanuit de stelling van filmwetenschapper Tom Gunning, die de pre-1906 film heeft omschreven als ‘a cinema of attractions’. Hiermee doelde Gunning op het idee dat film toentertijd voornamelijk draaide om de ‘illusory power’, om het spectaculaire karakter, om de ervaring, eerder dan om het verhaal dat verteld werd.<sup>29</sup> Kernan sluit zich hierbij aan, en benadrukt haar visie dat dit principe van a cinema of attractions nog steeds geldt in het fenomeen van de trailer – in trailers, stelt Kernan, zijn beelden op

---

<sup>23</sup> David Bordwell en Kristin Thompson, *Film Art: An Introduction* (New York: McGraw-Hill, 2008), 56.

<sup>24</sup> Bordwell en Thompson, *Film Art*, 104.

<sup>25</sup> Idem, 105.

<sup>26</sup> Idem, 106 – 107, 152.

<sup>27</sup> Bordwell en Thompson, *Film Art*, 58.

<sup>28</sup> Kernan, *Coming Attractions*, 4.

<sup>29</sup> Idem, 7.

zo'n wijze geselecteerd en gecombineerd dat het trekken van de aandacht van de kijker meer een prioriteit is dan het behouden van een duidelijk narratief. Desondanks betekent dit volgens Kernan niet dat het narratief volledig verloren gaat – juist het verband tussen het promotionele karakter van de trailerbeelden gecombineerd met een duidelijk narratief staat centraal binnen de trailerretoriek.<sup>30</sup> Of ookwel: 'Trailers are a specific, persuasive kind of attraction: while they continually invoke a heightened presence through display of spectacular images, essentially the announcement (of a not-yet-seen film) *is* the event.'<sup>31</sup>

Niet alleen Kernan bouwt haar theorie voort op het concept van cinema of attractions. Ook filmwetenschapper Frank Kessler reageert op de visie van Gunning (dat film voor 1906 voornamelijk draaide om *attraction*, in plaats van narratief) door te benoemen dat attraction en narratie elkaar niet uitsluiten, maar dat de twee termen wijzen naar verschillende *modes of address* – naar de wijzen waarop het publiek benadert wordt.<sup>32</sup> Hierbij maakt Kessler onderscheid tussen de *cinema of narrative integration* (waarbij de narratieve mode of address centraal staat) en *a cinema of attractional display* (waarbij de *attractional* mode of address centraal staat).<sup>33</sup> Kessler vult deze verschillende opvattingen van cinema of attractions aan door te stellen dat dit fenomeen ook als *dispositif* gezien kan worden, waarbij hij verder kijkt the cinema of attractions als een periode in de filmgeschiedenis (voorafgaand aan 1906), als een mode of address of als een *mode of representation* (waarbij visuele componenten overheersen). Dit verduidelijkt Kessler met de volgende woorden: '[...] the *dispositif* of the cinema of attractions hints at the fact that this interrelationship between a technology, a specific film form with its mode of address, and a specific positioning of the spectator can and should be historicized. At different moments in history, a medium can produce a specific and (temporarily) dominating configuration of technology, text and spectatorship.' Hierbij, stelt Kessler, kunnen (of eerder: moeten) technologische keuzes geanalyseerd worden met oog op de wijze waarop de kijker benaderd worden (de *spectatorship*), en op de zogezegde *exhibition context*.<sup>34</sup> Maar in zijn benadering omschrijft Kessler cinema of attractions als dispositief niet alleen als theoretisch concept – eerder draagt hij het aan als een toepasbaar aan de hand waarvan bekeken kan worden hoe de functie en het functioneren van verschillende media historische veranderingen ondergaan. Dat de benaming van het medium onveranderd blijft, denk bijvoorbeeld aan televisie dat decennia later nog altijd televisie heet, draagt niet met zich mee dat deze functie en het functioneren van het medium ook onveranderd blijft.<sup>35</sup> Hierbij, stelt Kessler moeten technologische keuzes geanalyseerd worden met oog op de wijze waarop

---

<sup>30</sup> Ibidem.

<sup>31</sup> Idem, 17.

<sup>32</sup> Kessler, "The Cinema of Attractions as Dispositif," 58.

<sup>33</sup> Idem, 58 – 59.

<sup>34</sup> Idem, 61.

<sup>35</sup> Idem, 62.

de kijker benaderd worden (het eerder genoemde *spectatorship*), en op de zogezegde *exhibition context*.<sup>36</sup>

Deze opvatting van cinema of attractions als dispositief, waarbij het medium als gevolg van de tijd zijn omgeving met zich meeneemt (op het gebied van technologie, text en wijze van bekeken worden), zal in dit onderzoek niet achterwege gelaten worden. In combinatie met Kernans opvatting dat een trailer gezien kan worden als een ‘specific, persuasive kind of attraction’, is het idee van cinema of attractions als dispositief, dat met de tijd mee verandert, erg bruikbaar bij het beschouwen van de resultaten die voortkomen uit de analyse van A SINGLE MAN en zijn bijbehorende trailer.

---

<sup>36</sup> Idem, 61.

### 3 METHODE

---

Om antwoord te krijgen op mijn hoofdvraag zal ik verschillende stappen ondernemen. Allereerst zal ik een narratieve analyse maken van A SINGLE MAN. Vervolgens zal ik kijken hoe de narratieve elementen, die ik uit de segmentatie concludeer, zichtbaar worden in de bijbehorende trailer. Bij het uitvoeren van de analyse zal ik voornamelijk aandacht besteden aan de besproken narratieve concepten suspense, surprise en curiosity – hoe worden deze zichtbaar in de trailer?

Vervolgens worden de bevindingen uit de eerste twee stappen (het analyseren van de film en zijn trailer) verbonden met de veranderingen die tot het huidige medialandschap hebben geleid (en nog steeds leiden) – een landschap waarin de trailer niet een eenmalige vertoning is, maar continue opnieuw bekeken kan worden. Dit zal ik doen door de conclusies uit de analyse (van zowel de film als de trailer) naast de theorie van Johnston te leggen. Hierbij zal ik niet enkel kijken op welke punten mijn resultaten wel of niet aansluiten op Johnston theorie, maar zal ik ook kijken naar hoe de resultaten zich verhouden tot het besproken concept cinema of attractions, zowel binnen Kernans theorie als binnen de beschouwing van cinema of attractions als dispositief, waarmee aandacht wordt besteedt aan het veranderde karakter van een medium. Dit veranderde karakter van een medium, afhankelijk van de tijd waarin zij zich bevindt, is van groot belang bij de beschouwing van een trailer – een medium dat zich door de tijd heen over verschillende media heeft bewogen.

Met deze drie stappen worden de volgende drie deelvragen, die het onderzoek zullen vormgeven, beantwoord. Allereerst zal ik kijken naar welke narratieve patronen er herkend kunnen worden in A SINGLE MAN (1), vervolgens zal ik kijken hoe deze zichtbaar worden in de bijbehorende trailer (2), om uiteindelijk te onderzoeken hoe deze zichtbaarheid aansluit op Johnstons theorie omtrent de hedendaagse trailer (3).

#### 3.1 Neoformalistische analyse

Met de wijze van analyseren sluit ik me aan bij het neo-formalisme. Hierin vormt Thompsons *Breaking the Glass Armor: Neoformalist Film Analysis* mijn uitgangspunt – in dit boek definieert Thompson de neoformalistische filmanalyse.<sup>37</sup> Binnen deze methode wordt de film gezien als een kunstwerk op zichzelf, waarbij niet wordt geredeneerd vanuit de routine die buiten de wereld van de film van toepassing is.<sup>38</sup> Aangezien er gekeken wordt naar de zichtbaarheid van narratieve elementen uit een film in zijn bijbehorende trailer, zal ook de trailer zo objectief mogelijk geanalyseerd worden alvorens deze te verbinden met de film – zo is er een helder en concreet startpunt van waaruit de hoofdvraag beantwoord kan worden.

---

<sup>37</sup> Kristin Thompson, *Breaking the Glass Armor* (New Jersey: Princeton University Press, 1988).

<sup>38</sup> Thompson, *Breaking the Glass Armor*, 11 – 46.

De neo-formalistische traditie is geen volledig objectieve wijze van analyseren – wel wordt hier zoveel mogelijk naar gestreefd. Dit wordt gedaan door het maken van een segmentatie voorop te stellen – deze segmentatie wordt gezien als een *blue print* van de film, een overzichtelijk startpunt van waaruit verder gewerkt kan worden. Daarnaast is het belangrijk om opvallendheden, die je waarneemt bij het kijken van de film, te noteren. Door deze opvallendheden vervolgens samen met de segmentatie te analyseren, kunnen patronen en functies goed herkend worden.<sup>39</sup>

Aan de hand van de segmentatie kan ik duidelijk aangeven welke delen van het narratief in de film getoond worden in de trailer. Een segmentatie zorgt zodoende voor overzicht en transparantie in mijn werkwijze. Aan de hand hiervan hoop ik inzicht te kunnen geven in de stappen die ik zet om tot een uiteindelijke conclusie te komen.

### 3.2 Corpus

Aangezien ik een uitgebreide narratieve analyse zal uitvoeren van zowel een film als de bijbehorende trailer, en aangezien dit onderzoek binnen een beperkt aantal maanden afgerond zal moeten worden, is er in mijn onderzoek enkel ruimte voor één film en zijn bijbehorende trailer. In mijn eindconclusie zal ik niet beweren dat de uitkomst bindend is voor meerdere films – wel hoop ik met mijn bevindingen een startpunt te presenteren voor verder onderzoek naar de zichtbaarheid van narratieve elementen in trailers als gevolg van het huidige medialandschap.

Ik heb specifiek gekozen voor *A SINGLE MAN* en zijn bijbehorende trailer om verschillende redenen. Allereerst wordt deze trailer, zoals eerdergenoemd, op YouTube veel geprezen om het feit dat hij de kijker nieuwsgierig zou maken zonder het verhaal te onthullen. Ondanks dat dit geen *fan base* is zoals bijvoorbeeld bij *STAR WARS* (waar Johnston over spreekt), laat dit wel zien op welke wijze de trailers uitnodigen tot participatie (zoals ik in het vorige hoofdstuk over mijn theoretisch kader heb benoemd).

Daarnaast sluit de trailer aan op de bevindingen die Johnston heeft gedaan betreffende stilistische elementen in de hedendaagse trailer. De trailer van *A SINGLE MAN* is abrupt gemonteerd, bevat veel (soms erg abstracte) shots die uit hun verband getrokken zijn, en maakt sterk gebruik van muziek. Om deze is deze trailer en zijn bijbehorende film op zijn minst geschikt voor analyse die deels vertrekt vanuit Johnstons theorie.

---

<sup>39</sup> Bordwell & Thompson, *Film Art*, 747.

## 4 ANALYSE – A SINGLE MAN

---

Voorafgaand aan het uitvoeren van deze analyse is er allereerst een segmentatie van de film gemaakt. Deze segmentatie, waarin de narratieve patronen uit de film naar voren kwamen, zal in de komende analyse worden beschouwd in het licht van de narratieve elementen suspense, surprise en curiosity. Het uitwerken van een segmentatie lijkt misschien in eerste instantie overbodig (waarom zou je simpelweg opschrijven wat je gewoon op het scherm ziet?), maar zoals Bordwell en Thompson herhaaldelijk hebben toegelicht, geeft het een goed overzicht van het narratieve patroon van de te analyseren film.<sup>40</sup>

In deze analyse worden de film en trailer eerst individueel besproken, om vervolgens een verbinding te leggen tussen de narratieve elementen en patronen die zichtbaar zijn in zowel de trailer als de film. Hierbij wordt specifiek aandacht besteed aan de shots uit de film die zichtbaar zijn in de trailer, en welke plaats (en daarbij rol) deze shots innemen in de algehele structuur van de trailer en de film. Aansluitend zullen deze bevindingen beschouwd worden in het licht van de eerder besproken narratieve concepten. Hieropvolgend worden de conclusies in verband gebracht met de verschillende theoretische concepten die in het vorige hoofdstuk uiteen zijn gezet.

### 4.1 Verhaallijn

Ondanks dat deze analyse geen bespreking van A SINGLE MAN is, maar eerder van de wijze waarop deze film samenhangt met zijn bijbehorende trailer, is het voor het overzicht wel van belang op de hoogte te zijn van de verhaallijn. A SINGLE MAN is het regiedebuut van modeontwerper en regisseur Tom Ford. De film vertelt het verhaal van professor George Falconer, die na het verlies van zijn partner Jim niet langer gelukkig is. Het plot van de film speelt zich af binnen de tijdlijn van één dag – los van de flashback van moment tussen George en Jim die George gedurende deze dag heeft. Wanneer George opstaat wordt snel duidelijk dat dit George's laatste dag zal zijn – hij maakt alles gereed en is van plan zelfmoord te plegen. George gaat de dag in met het idee dat hij alles voor de laatste keer ziet.

Gedurende de dag gebeuren er verschillende dingen – een van George's studenten, Kenny, zoekt toenadering en voert een diep gesprek met George. Ook bij het benzinstation heeft George een conversatie met een jonge jongen die geïnteresseerd is in George. Rond het avonduur spreekt George af met zijn beste vrienden, Charley. Tijdens het diner laat Charley weten al lange tijd verliefd te zijn op George, wat resulteert in een ruzie. George zoekt troost in een bar, waar Kenny hem opzoekt. Uiteindelijk gaan George en Kenny, na opnieuw een diep gesprek over leven en dood, samen zwemmen in de zee. George verwondt zich, en samen met Kenny gaat hij naar zijn eigen huis. Na een

---

<sup>40</sup> Idem, 747.

gesprek valt George in slaap. Wanneer hij vervolgens wakker wordt, ziet hij Kenny op de bank liggen, met het pistool in zijn armen (vermoedelijk om George ervan te weerhouden zelfmoord te plegen). Aan de hand van een voice-over laat George weten dat hij over de dag heen tot een hoop inzichten is gekomen. George verbrandt de zelfmoordbrieven en maakt zijn voorbereidingen ongedaan. Vervolgens krijgt hij een hartaanval, waaraan hij ter plekke overlijdt.

## **4.2 Segmentatie van de film**

Zoals ik eerder heb genoemd is het allereerst van belang een duidelijk overzicht te hebben van de narratieve structuur van de film, alvorens ik een verbinding kan leggen tussen de film en de structuur van de bijbehorende trailer. Voor een segmentatie van A SINGLE MAN, verwijs ik naar Bijlage B.

In de segmentatie zijn de deelscenes waarin shots uit de trailer voorkomen dikgedrukt, waarbij het shot uit de trailer met zijn nummer staat aangegeven. De nummering van shots is in chronologische volgorde. Dit betekent dat bijvoorbeeld zowel het 8<sup>e</sup> als het 38<sup>e</sup> shot uit de trailer van A SINGLE MAN in de film in beeld komt in deel 2D, binnen het timeslot (0:15:37 – 0:20:35). Daarnaast wordt het bij de momenten vermeld wanneer het een flashback of een zogenoemd ‘droombeeld’ betreft. Het droombeeld is iets waarvan de kijker niet zeker kan weten of het echt is gebeurd: vaak vindt het droombeeld plaats als George in gedachten wegzinkt. Voor de volledigheid heb ik ervoor gekozen deze ‘afwijking’ te benoemen in de segmentatie. Hetzelfde geldt voor de flashbacks, die in een ander moment plaatsvinden dan de rest van de film.

## **4.3 De trailer als object**

Voordat ik de film en de trailer met elkaar zal verbinden en vergelijken om een conclusie te kunnen trekken over de zichtbaarheid van het narratief in de trailer, is het van belang dat ik de trailer als los object beschouw. Evenals bij de beschouwing van de film als los object, is het voor deze analyse van belang dat ik opvallendheden van de trailer benoem. Echter, zoals ik dit bij de beschouwing van de film aan de hand van een segmentatie heb gedaan, is het maken van een segmentatie bij de trailer minder gunstig. Aangezien de trailer in kwestie een object is van 2 minuten en 4 seconden, zal ik simpelweg de opvallendheden benoemen in het licht van de theorie van Johnston.

Bij het kijken van de trailer vallen er meerdere dingen op. Allereerst is er geen geluid dat bij de beelden aansluit: van de personages die in beeld komen, hoor je niemand praten. Het enige geluid in de trailer is opbouwende, klassieke muziek. Hierdoor wordt er qua tekst niets onthuld van het narratief – dan blijven enkel de beelden over. Wat betreft de beelden worden deze snel afgewisseld: in het totaal van 2 minuten en 4 seconden, zijn er 55 shots uit de film zichtbaar (exclusief de beelden die niet uit de film afkomstig zijn, zoals teksten uit recensies, etc). Deze snelle montage valt tegelijkertijd samen met erg abstracte shots: een groot deel van de shots is een extreme close-up, van zowel gezichten als objecten. Ieder van deze opvallendheden (de snelle, abrupte montage, de close-up shots,

de sterke aanwezigheid van muziek) valt samen met de eerder besproken theorie van Johnston waarin hij deze kenmerken noemt als kenmerken van de vernieuwde structuur van de hedendaagse trailer.<sup>41</sup> Dit betreft, stelt Johnston, een trailer die inspeelt op het vernieuwde medialandschap, een trailer die doelt op een sterke 1-op-1 relatie tussen de kijker van de trailer en de trailer zelf.

De trailer lijkt dus in te spelen op een 1-op-1 relatie tussen kijker en trailer, maar lijkt daarbij aan de hand van de beelden geen narratief te suggereren. Het belangrijkste element in de verhaallijn, namelijk dat George aan het begin van de dag zijn zelfmoord voorbereidt en die dag zelfmoord lijkt te gaan plegen, wordt überhaupt niet zichtbaar gemaakt in de trailer. Het shot van het pistool in een lade komt voor in de trailer, maar de functie van dit pistool in de plot wordt nergens in de trailer duidelijk, evenals dat er nergens zichtbaar wordt dat het pistool bij George hoort. Echter, de conclusie dat de trailer helemaal geen narratief suggereert, kan uiteraard niet zo eenvoudig getrokken worden. Om deze reden zal ik de trailer in de komende paragrafen, nadat ik de segmentatie van de film interpreteer, tegenover de film zetten. Zo zal ik ook de zichtbaarheid van chronologie en de zichtbaarheid van de patronen in de trailer bespreken, om verder in te gaan op de samenhang tussen de trailer en de film dan op de trailer en de film als losse objecten.

#### 4.4 De patronen

Aan de hand van de segmentatie is er in *A SINGLE MAN* een aantal verschillende patronen te herkennen, die individueel toegelicht zullen worden. Later in dit hoofdstuk zullen deze patronen verbonden worden aan de relevante theorie.

Een eerste patroon dat duidelijk naar voren komt in de segmentatie is het patroon van **een ander verloop van de dag dan normaal**. Wanneer George bijvoorbeeld een compliment geeft aan de schoonmaakster (1K), reageert zij verbaast, alsof hij dit niet vaker doet. Ook wanneer de receptiemedewerkster een compliment krijgt (2D), lijkt dit niet vanzelfsprekend te zijn. En wanneer George zijn studenten toespreekt over angst en de rol daarvan in het leven, wordt hij naderhand aangesproken met de vraag waarom hij de lessen niet vaker een persoonlijke noot geeft (3F). Dit alles bij elkaar speelt zich af in de eerste dertig minuten van de film en suggereert een veranderde houding van George ten opzichte van eerdere dagen (die in de film zelf niet aan bod komen, los van de flashbacks waar ik later op terug zal komen).

Het tweede, opvallende patroon is het patroon van **observatie**. Op meerdere punten in het verhaal, in meerdere scènes, wordt er in beeld gebracht hoe George zijn aandacht vestigt op een bepaalde handeling van anderen. Vervolgens wordt deze handeling uitgebreid in beeld gebracht – de achtergrondgeluiden vervagen, er wordt ingezoomd en in sommige gevallen is er sprake van een slow motion. Dit gebeurt op acht punten in de film – George observeert zijn studenten (2F, 3D), zijn burens

---

<sup>41</sup> Johnston, *The Coolest Way*, 152.



(1H, 2A, 5G, 7I), de jongen die hij ontmoet bij het tankstation (6F, 6H). Aan de hand van deze observaties ervaart de kijker de wereld vanuit George – bij ieder van de observaties wordt er voorafgaand door de camera zelf laten zien dat de mensen (en hun handelingen) door George geobserveerd worden (eerst wordt er ingezoomd op George's blik, vervolgens verschuift het beeld naar hetgeen dat door George geobserveerd wordt). De observaties maken op deze wijze mogelijk dat de kijker zich beter kan verplaatsen in de belevingswereld van George – de kijker ziet wat George ziet en wordt gedwongen hier evengoed bij stil te staan, om de details evengoed op te merken.

Ook is er een patroon van **flashbacks** aanwezig. Uit de segmentatie valt op te maken dat er in totaal zeven flashbacks zijn. Ieder van deze flashbacks is een herinnering van George aan Jim, en wordt als het ware 'getriggerd' door iets wat zich op de dag van de film afspeelt. De zesde flashback bijvoorbeeld (8B), vindt plaats wanneer George aanbelt bij Charlotte voor hun dineerafspraak. Wanneer Charlotte de deur opendoet, wordt er teruggekoppeld naar het moment dat George bij Charlotte aanbelde wanneer hij had gehoord dat Jim was overleden. Aan de hand van de flashbacks kom je als kijker meer te weten over de relatie tussen Jim en George – los van de flashback praat George hier enkel eenmalig over met Charlotte.

Het laatste patroon dat uit de segmentatie naar voren komt is het patroon van de **droombeelden**. Dit patroon is minder sterk aanwezig dan bijvoorbeeld de momenten van observatie of dan de flashbacks, maar desalniettemin nemen deze momenten belangrijke posities in de verhaallijn in. De film opent met de eerste van de vier droombeelden (1A), een droombeeld over het auto-ongeluk van Jim, waaruit George wakker schrikt. Het tweede en derde droombeeld zijn beelden van George die onderwater zwemt (3C, 10aF) – deze beelden zijn zichtbaar wanneer George zijn aandacht verliest voor respectievelijk het college dat hij geeft en het gesprek met Kenny dat hij voert. Het laatste droombeeld sluit niet alleen de opvolging van de droombeelden af, maar daarmee ook de film (10bH): in de 94<sup>e</sup> minuut ziet George Jim en kust hij hem. Vervolgens overlijdt George en is de film daarbij afgelopen.

#### **4.5 Trailer vs. Film – de chronologie**

Aangezien er uit de segmentatie naar voren is gekomen dat A SINGLE MAN zich in chronologische volgorde afspeelt, los van de zeven flashbacks, is de chronologische volgorde een belangrijk aspect van de film. Om deze reden zal ik bij de trailer kijken naar de volgorde in tijd.

Om te kijken naar de chronologische volgorde van de beelden in de trailer, en dus naar de wijze waarop de chronologie van het verhaal in de film wordt gerepresenteerd in de trailer, heb ik de shots van de trailer genummerd en deze verwerkt in mijn segmentatie. Ieder shot uit de trailer, die in totaal uit 55 filmshots bestaat, is op deze manier te vinden in de segmentatie. Uit de segmentatie (zie Bijlage B) valt bijvoorbeeld op te maken dat shot 23 en shot 26 uit de trailer in de film zichtbaar zijn in deelsegment 2A. Nadat ik de shots uit de trailer in de segmentatie heb verwerkt, heb ik een overzicht gemaakt van de volgorde waarin de deelsegmenten zichtbaar worden in de trailer. Shots 1, 2

en 3 uit de trailer horen bijvoorbeeld bij deelsegment 3C, terwijl shots 4, 5 en 6 bij deelsegment 1B horen – dit overzicht is te vinden in Bijlage C.

In dit overzicht valt voornamelijk één ding op: de volgorde waarop shots uit de film in de trailer zichtbaar worden gemaakt, lijkt compleet willekeurig. De beelden uit de film worden niet op chronologische volgorde getoond – dit geldt voor alle shots, waaronder alle patronen (waar ik in de volgende paragraaf verder op in zal gaan). Op het gebied van tijd wordt het narratief dus niet overeenkomstig met de film gerepresenteerd in de trailer – als er al een narratief in de trailer zichtbaar is, moet dit zodoende samenhangen met andere elementen dan de volgorde in tijd.

#### **4.6 Trailer vs. Film – patronen en de narratieve elementen**

De vier hierboven besproken patronen structureren zoals genoemd het systeem van de film – ze geven het narratief van de film vorm. Aangezien ik kijk naar de wijze waarop het narratief uit de film zichtbaar wordt gemaakt in zijn bijbehorende trailer, zal ik kijken naar de rol die deze patronen spelen in de trailer. Allereerst zal ik de patronen beschouwen in het licht van suspense, surprise en curiosity – aangezien dit, zoals eerder besproken, belangrijke narratieve elementen zijn bij de interesse van de kijker voor een film. Deze interesse voor de film is op zijn beurt weer van belang in een trailer, die uiteraard deels als doel heeft om de kijker van de trailer te enthousiasmeren voor de film.

Allereerst is er het patroon dat laat zien dat de dag waarop de film zich afspeelt geen gewone dag is voor George – zijn omgeving reageert verbaasd op veel dingen die hij doet. Dit patroon hangt nauw samen met curiosity, aangezien er een bepaalde nieuwsgierigheid wordt aangewakkerd bij de kijker – wat doet George anders dan normaal? Welke redenen heeft hij hiervoor? Ook het patroon van de flashbacks sluit aan op deze curiosity – ieder van de flashbacks onthult informatie over de relatie die George en Jim hadden. Aan het begin van de film wordt duidelijk dat Jim is overleden, maar meer details over hun relatie krijgt de kijker pas in de loop van de film. De laatste van de zeven flashbacks onthult hun ontmoeting, en vindt redelijk aan het einde van de film plaats. De nieuwsgierigheid over hun relatie wordt langzaam, gedurende de hele film, tegemoetgekomen. Ook het patroon van de droombeelden hangt samen met curiosity, maar op een ander niveau dan de andere patronen. De droombeelden zijn erg abstract – het is niet duidelijk wanneer ze zich afspelen, of ze zich afspelen in de realiteit of in een gedachtewereld, of dat ze enkel in de film zitten om een bepaalde sfeer neer te zetten. Het patroon van de droombeelden wekt dus niet per se nieuwsgierigheid op over het verhaal zelf, maar eerder over de functie van de beelden zelf, binnen het verhaal. Tot slot is er het patroon van de observatie. Dit patroon hangt als enige niet duidelijk samen met een van de narratieve elementen, eerder is het een patroon dat vooral heel belangrijk is wanneer je je als kijker wilt verplaatsen in de belevingswereld van George.

Zoals hierboven zichtbaar wordt, komt vooral het narratieve element curiosity sterk naar voren in de patronen van *A SINGLE MAN*. Dit narratieve element is volgens Bordwell & Thompson belangrijk voor het creëren van een emotionele betrokkenheid bij de kijker, met als een doel om de

kijker in het verhaal van de film te brengen.<sup>42</sup> Nu is de vraag die hierdoor opgeroepen wordt uiteraard van belang voor mijn analyse: als er een emotionele betrokkenheid tussen kijker en film ontstaat vanwege de patronen, zijn deze patronen dan ook zichtbaar in de trailer? En zo ja, in welke mate?

Om te kijken naar de positie van de patronen in de trailer, en naar wat dit zegt over de zichtbaarheid van het narratief in de trailer, is het van belang om te kijken in welke hoeveelheid beelden uit de patronen in de trailer verwerkt zijn. Wat zichtbaar wordt in de segmentatie waarin de patronen zijn onderstreept (zie bijlage D), is dat een groot aantal van de deelsegmenten van de patronen getoond wordt in de trailer. Van de observatiemomenten, de moment waarop duidelijk wordt dat de dag een andere dag is dan normaal en van de flashbacks wordt zeker de helft van het aantal deelsegmenten in de trailer getoond. De droombeelden daarentegen worden nog sterker zichtbaar in de trailer: van alle vier de droombeelden worden er shots in de trailer getoond. Op het totaal van de volledige film hebben de patronen zodoende een centrale rol in de trailer. Zoals eerder besproken hangt ieder van de patronen samen met het creëren van een emotionele betrokkenheid bij de kijker – zowel bij de relatie tussen Jim en George, als bij het plan waarmee George zijn dag begint, als de relaties die George gedurende de film ontwikkelt. Dit is een betrokkenheid op narratief gebied, die samenhangt met voornamelijk de narratieve elementen curiosity en surprise. Ook de trailer doelt op een bepaalde betrokkenheid tussen object (de trailer zelf) en de kijker, de 1-op-1 relatie die wordt bereikt door close-ups, muzikale ondersteuning en abrupte montage. In het geval van de trailer wordt er niet op narratief maar juist op stilistisch gebied gedoeld op deze 1-op-1 relatie tussen object en kijker.

Echter, in de trailer van *A SINGLE MAN* worden deze twee tactieken van het inspelen op de 1-op-1 relatie gecombineerd: zowel de stilistische elementen als de *zichtbaarheid* van de narratieve elementen dragen hieraan bij. De montage en de muziek versterken deze 1-op-1 relatie op stilistisch gebied, terwijl de zichtbaarheid van de patronen uit de film in de trailer deze relatie juist versterken op narratief gebied. In de trailer van *A SINGLE MAN* werken stilistische en narratieve aspecten zodoende samen om de emotionele betrokkenheid van de kijker bij het object (zowel trailer als film) te vergroten – ondanks dat er geen chronologische volgorde of duidelijk narratief in de trailer te herkennen valt, worden belangrijke patronen uit de film wél in de trailer getoond. Door de wijze waarop, door de stilistische aspecten, werken de patronen en de stijl dus samen om een interesse bij de kijker te creëren.

#### **4.7 Convergence en daarvoor**

Waar de trailer voorheen nog enkel eenmalig in filmtheaters werd getoond, is hij nu ieder moment, op ieder apparaat en op iedere locatie en in iedere mate te kijken. Dit betekent echter niet dat de context

---

<sup>42</sup> Bordwell & Thompson, *Film Art*, 104-105.

volledig anders is – ook bij de vroege trailer, zoals Kernan aankaart, wordt er in de trailer al veel meer ingespeeld op de 1-op-1 relatie tussen trailer en kijker dan de film zelf doet.<sup>43</sup> De toegankelijkheid van de trailer maakt de trailer vatbaar voor de *participatory culture*: de gebruiker kan doen met de trailer wat hij wil, waarbij zelfs het persoonlijk bewerken en *remaken* van een trailer een optie is.<sup>44,45</sup> Deze verhoogde toegankelijkheid faciliteert vervolgens dat een op het eerste gezicht op narratief niveau abstracte trailer (zoals in het geval van de trailer van A SINGLE MAN) niet per se minder persoonlijk aanspreekt – om de trailer goed te kunnen begrijpen, moet hij simpelweg vaker gepauzeerd of bekeken worden. Johnston beaamt dat deze situatie als gevolg heeft dat de trailer daadwerkelijk een meer abstract karakter aanneemt, waarbij hij doelt op stilistische aspecten. Zoals de analyse in dit onderzoek heeft laten zien, komt in de casus van A SINGLE MAN en de bijbehorende trailer naar voren dat dit evengoed gepaard kan gaan met abstractie op narratief gebied. Deze stilistische en narratieve aspecten werken juist samen, ondersteunen elkaar, spelen op elkaar in – met als doel om een grotere betrokkenheid bij de kijker te creëren. Hiermee ontstaat een sterkere 1-op-1 relatie tussen object en kijker.

Maar, dit is niet een tactiek die pas in gang is gezet na de komst van het internet en platformen die trailers meer toegankelijk maken (zoals YouTube) – dit is een proces dat al lange tijd terug in de geschiedenis waargenomen kan worden, zoals duidelijk wordt wanneer Kernan spreekt over de vroege trailer, die op stilistisch niveau de kijker aanspreekt. Wel wordt er een groot verschil kenbaar wanneer Kernan spreekt over hoe beelden in trailers op zo'n wijze zijn geselecteerd en gecombineerd dat het trekken van de aandacht van de kijker meer een prioriteit is dan het behouden van een duidelijk narratief. Volgens Kernan houdt dit niet in dat het narratief verloren gaat, maar dat het verband tussen het promotionele karakter van de trailerbeelden gecombineerd met een duidelijk narratief centraal staat binnen de trailerretoriek.<sup>46</sup> Echter, de analyse van A SINGLE MAN toont iets anders aan: het narratief wordt wel degelijk op een bepaalde manier zichtbaar, maar *duidelijk* is hiervoor niet het juiste woord.

Dit hangt samen met het feit dat Kernan benadrukt dat trailers niet een representatie zijn van de film, maar dat zij ook op zichzelf een bepaalde ervaring suggereren – de cinema of attractions. Dit wordt bewerkstelligd door de afwezigheid van de causaliteit en tijd die in de film worden getoond.<sup>47</sup> Deze afwezigheid van causaliteit en tijd is sterk zichtbaar in de trailer van A SINGLE MAN, waarbij de chronologie in de trailer op geen enkele manier overeenkomt met de chronologie in de film. Het narratief wordt getoond, maar op zo'n abstracte wijze (aan de hand van patronen) dat het voor de kijker niet mogelijk is om het narratief van de film te kennen zonder de film daadwerkelijk gezien te hebben.

---

<sup>43</sup> Kernan, *Coming Attractions*, 2.

<sup>44</sup> Deaville, "Fan-produced parody trailers," 209 – 223.

<sup>45</sup> Jenkins, *Convergence Culture*, 243.

<sup>46</sup> Kernan, *Coming Attractions*, 7.

<sup>47</sup> Kernan, *Coming Attractions*, 208.



## 5 CONCLUSIE

---

De abstracte representatie van het narratief in de trailer is iets van alle tijden. Zoals Kernan heeft aangekaart, is er ook in het geval van de vroege trailer al sprake van het inspelen op een 1-op-1 relatie tussen trailer en kijker. Echter, nu er sprake is van de mogelijkheid om trailers vaker te zien, om terug te spoelen en om te pauzeren, lijkt het niet onaannemelijk dat deze abstractie (op zowel stilistisch als op narratief niveau) een meer centrale rol kan innemen in de trailer dan voorheen. Waar de trailer voorheen nog enigszins in eerste instantie te begrijpen moest zijn, is dit vandaag de dag niet het geval. Volgens Johnston spelen de stilistische elementen in de hedendaagse trailer hier expliciet op in, maar de trailer van *A SINGLE MAN* laat zien dat juist de samenwerking tussen de stilistische elementen en de zichtbaarheid van de narratieve elementen van belang is. De stilistische en narratieve aspecten werken hier samen op de emotionele betrokkenheid van de kijker bij het object (de trailer) te versterken – deze emotionele betrokkenheid wordt bewerkstelligd door de mate waarin narratieve elementen, zoals suspense en curiosity, van belang zijn bij de patronen (die op hun beurt weer van belang zijn in de trailer).

De kijker kan de fragmenten in de trailer niet direct in verband met elkaar plaatsen, maar wel suggereren de stilistische en narratieve elementen (en vooral de samenwerking hiertussen) een bepaald systeem. Binnen dit systeem wordt de kijker om emotioneel niveau, waardoor hij betrokken wordt bij de trailer. De trailer is hier niet simpelweg een bijeenraping van beelden uit de film, maar eerder een bewerking waarbij andere dingen van belang zijn dan in de film zelf: de chronologie speelt niet langer een centrale rol, evenals de plotlijnen en persoonlijke relaties die achterwege blijven. De hedendaagse trailer speelt hierbij in op dezelfde principes als de vroege trailer, maar wel is het aannemelijk dat de abstractie een meer centrale positie inneemt. Hiermee kan de hedendaagse trailer gezien worden in de traditie van de cinema of attractions – ook nu draait het, zoals Kernan in haar werk heeft aangetoond, om ‘aantrekkende’, nieuwsgierig makende beelden die gecombineerd worden met een bepaalde representatie van het narratief (voorheen minder abstract dan zichtbaar is in de trailer van *A SINGLE MAN*). Dit kan nog een niveau verder gezien worden door de hedendaagse trailer te bekijken vanuit Kessler's idee van cinema of attractions als dispositief. Deze dispositief hangt samen met de interrelatie tussen een bepaalde technologie, een bepaalde manier van de kijker benaderen, en een bepaalde positionering van de kijker. In het geval van *A SINGLE MAN* wordt zichtbaar dat de kijker individueel benaderd wordt, waarbij de adressering van de 1-op-1 relatie tussen trailer en kijker een centrale rol speelt – dit wordt bereikt door zowel bepaalde stilistische aspecten, als door de zichtbaarheid (of eerder abstractie) van het narratief.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Kessler, "The Cinema of Attractions as Dispositif," 61.

Echter, er is uiteraard nog wel een aantal kanttekeningen te plaatsen bij dit onderzoek. Voornamelijk vanwege het tijdsbestek zijn er verschillende dingen niet mogelijk geweest die het onderzoek ongetwijfeld tot een kwalitatief beter onderzoek hadden kunnen maken. Een van de punten waarop het onderzoek verbeterd zou kunnen worden, is in hoeverre het theoretische concept convergence uiteen wordt gezet. Vanwege de grootte van het onderzoek was het niet mogelijk om hierbij verder de diepte in te gaan, terwijl dat ongetwijfeld interessante inzichten zou kunnen geven, en daarbij het onderzoek vollediger zou kunnen maken. Ditzelfde geldt voor de uiteenzetting van Kessler's cinema of attractions als dispositief – ondanks dat deze opvatting redelijk uitgebreid toegelicht is, is er verder niet ingegaan op de definities van *text* en *spectatorship*, terwijl dit veelbesproken concepten zijn die wederom op hun beurt het onderzoek een vollediger karakter zouden kunnen geven. Daarnaast zou het onderzoek verbeterd kunnen worden wanneer het zou worden uitgevoerd op meerdere trailers die op stilistisch punt aansluiten op Johnstons theorie, en daarnaast op trailers die op stilistisch punt niet aansluiten op Johnstons theorie. Helaas was dat, vanwege de grootte van het onderzoek en het tijdsbestek waarin het onderzoek uitgevoerd diende te worden, helaas niet mogelijk. Door dit in de analyse mee te nemen, zouden de conclusies zich kunnen baseren op meer vergelijkingsmateriaal, waardoor de uitkomsten eventueel meer bindend zouden kunnen zijn. Vervolgonderzoek zou uitgevoerd kunnen worden met meer aandacht en ruimte voor deze theoretische concepten, en met een groter aantal objecten.

Aangezien ik mij wilde beperken tot puur de media-theoretische kant van de trailer, heb ik er bewust voor gekozen geen aandacht te besteden aan het promotionele karakter van de trailer (behalve dan door deze af en toe te benoemen). In het werk van Kernan, waar dit onderzoek deels op voortbouwt, neemt dit promotionele karakter een centrale rol in bij de definitie en betekenis van de trailer. Eventueel vervolgonderzoek zou zich kunnen focussen op dit promotionele karakter, waarbij als doel gesteld kan worden iets te zeggen over de samenhang van de structuur van de trailer met bijvoorbeeld de mate waarin de kijker van de trailer daadwerkelijk geprikkeld wordt de film te kijken. Al deze punten samengenomen zouden er meer sluitende uitspraken gedaan kunnen worden over de hedendaagse trailer (vanuit historisch of vanuit promotioneel perspectief). Kortom: een object waar nog veel over valt te zeggen.

## 6 BRONNENLIJST

---

### Wetenschappelijke bronnen

- Bordwell, David, en Kristin Thomsson. *Film Art: An Introduction*. New York: McGraw-Hill, 2008.
- Deaville, James. "Re-cut and Retuned: Fan-produced parody trailers." *Journal of Fandom Studies* 4, nr. 2 (2016): 209 – 223.
- Ekström, Anders, Solveig Jülich, Frans Lundgren en Per Wisselgren. "Participatory Media in Historical Perspective: An Introduction." In *History of Participatory Media*, edited by Anders Ekström, Solveig Jülich, Frans Lundgren en Per Wisselgren, 1 – 9. New York: Routledge, 2011.
- Gray, Jonathan, en Jason Mittell. "Speculation on spoilers: Lost fandom, narrative consumption and rethinking textuality." *Particip@tions* 4.1 (2007): 1-35.
- Greene, F.L., Keith M. Johnston, en E. Vollans. "Would I lie to you? Researching audience attitudes to, and uses of, the promotional trailer format." *International Journal of Media and Cultural Politics* 10, nr. 1 (2014): 109 – 116.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006.
- Johnston, Keith M. "The Coolest Way to Watch Movie Trailers in the World." *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 14, nr. 2 (mei 2008): 146. <https://doi.org/10.1177/1354856507087946>.
- Kernan, Lisa. *Coming Attractions: Reading American Movie Trailers*. Austin: University of Texas Press, 2004.
- Kessler, Frank. "The Cinema of Attractions as Dispositif." In *The Cinema of Attractions Reloaded*, edited by Strauven Wanda, 57 – 70. Amsterdam University Press, 2006.
- Thompson, Kristin. *Breaking the Glass Armor*. New York: Princeton University Press, 1988.
- Williams, Kathleen Amy. "Fake and fan film trailers as incarnations of audience anticipation and desire." *Transformative Works and Cultures* 9 (2012). doi:10.3983/twc.2012.0360.
- Williams, Kathleen Amy. "Never coming to a theatre near you: Recut film trailers." *M/C Journal* 12.2 (2009).

### Niet-wetenschappelijke bronnen

- Fincher, David. *FIGHT CLUB*. Fox 2000 Pictures (1999).
- Ford, Tom. *A SINGLE MAN*. Fade to Black Productions (2006).



The Weinstein Company, "A SINGLE MAN – Trailer," Gefilmd op [November 2009], YouTube video,

00:02:04, Geplaatst op [November 2009], <https://www.youtube.com/watch?v=sC9Zm1UJ7zs>.

## BIJLAGE A. POPULAIRE REACTIES ONDER DE YOUTUBE-TRAILER VAN A SINGLE MAN<sup>49</sup>

---



Paul Koenig 1 jaar geleden

This is how a trailer should be done!!!

BEANTWOORDEN 40



habstein 2 jaar geleden

That's what I call a great trailer, very intriguing, not at all too revealing like most trailers nowadays. Definitely gonna check this out.

BEANTWOORDEN 164

Alle 2 antwoorden bekijken



Cherry 1 jaar geleden

This is one of the best trailers I have ever seen- so well edited and brilliant cinematography, Hitchcockian and Almodovarian almost

BEANTWOORDEN 90



SuperScream4 3 jaar geleden

That's a good trailer!

BEANTWOORDEN 57



Andrew Clevenger 10 maanden geleden

phenomenal trailer, pulls you in leaving you wanting more.

BEANTWOORDEN 3



Douglas Conner 3 jaar geleden

Brilliant film, and trailer! Loved this movie!!

BEANTWOORDEN 1

---

<sup>49</sup> The Weinstein Company. "A SINGLE MAN - Trailer". Gefilmd op [November 2009]. YouTube video, 00:02:04. Geplaatst op [November 2009]. <https://www.youtube.com/watch?v=sC9Zm1UJ7zs>.



**MexicanPonchos** 3 jaar geleden

woah, even the trailer is cool

BEANTWOORDEN 1  

# BIJLAGE B. SEGMENTATIE VAN A SINGLE MAN

---

## C. Credits

### 1. In het huis van George Falconer (0:02:07 – 0:15:37)

- A. **Droombeeld - George droomt over het auto-ongeluk van zijn ex-partner Jim (10)**
- B. **George wordt wakker en maakt zich klaar voor werk (4, 5, 6) (11) (13)**
- C. Eerste flashback – George ziet Jim in de tuin
- D. Verder met ochtendritueel
- E. Tweede flashback – George koopt een huis met Jim
- F. Verder met ochtendritueel
- G. Derde flashback – George krijgt te horen dat zijn partner, Jim, is overleden
- H. **Verder met ochtendritueel, George observeert de burens (9)**
- I. **George wordt gebeld door Charlotte (47)**
- J. **George haalt een geweer uit een la, maakt deze gereed, en stopt deze in zijn tas (16)**
- K. George spreekt met zijn schoonmaakster, Alva, en becomplimenteert haar (wat haar lijkt te verbazen)

### 2. Richting werk en op het Werk (0:15:37 – 0:20:35)

- A. **George rijdt door de straat en observeert zijn burens (23) (26)**
- B. George parkeert op de parkeerplaats bij een school
- C. **George groet studenten Lois en Kelly in de tuin en observeert hen (32)**
- D. **George loopt richting zijn kantoor en becomplimenteert de receptioniste, de receptioniste en haar omgeving reageren verbaast (8)(38)(25)**
- E. George loopt rond over de campus met zijn collega
- F. George observeert mannen die tennissen op de campus

### 3. Het college (0:20:35 – 0:29:32)

- A. George geeft college in Engelse literatuur
- B. George verliest zijn aandacht voor het college
- C. **Droombeeld – George zwemt (1, 2, 3) (12)**
- D. **George observeert studenten (19)**
- E. George spreekt zijn klas toe over angst
- F. Student Kenny spreekt George aan op de andere insteek van de les dan normaal
- G. Kenny en George voeren een openhartig gesprek over drugs en angst
- H. Kenny koopt een puntenslijper voor George

#### **4. Op Werk (0:29:32 – 0:32:26)**

- A. George haalt een fles alcohol uit zijn lade en drinkt deze leeg (22)
- B. George belt Charlotte, enigszins overstuur
- C. Charlotte maakt zich op (29) (30) (42)
- D. George verlaat zijn kantoor, nog steeds enigszins van streek

#### **5. De Bank (0:32:26 – 0:40:28)**

- A. George stapt in zijn auto en pakt zijn pistool (34)
- B. Kenny klopt op het autoraam van George en voert een gesprek (28) (35)
- C. Kenny stelt voor een keer wat samen te drinken
- D. George bedankt Kenny voor de uitnodiging en het gesprek van eerder, en rijdt weg
- E. George haalt zijn kluis leeg bij een bank
- F. Vierde flashback – George is op het strand met Jim (50)
- G. George komt zijn buurmeisje tegen en observeert (31) (33) (36) (37)
- H. George spreekt met zijn buurmeisje
- I. George spreekt met zijn buurvrouw Susan, die hem uitnodigt voor een diner die avond (20) (27)

#### **6. De Winkel (0:40:28 – 0:47:51)**

- A. George koopt kogels in een winkel
- B. George rijdt een parkeerterrein op (41)
- C. George knuffelt met een hond en spreekt met het baasje van de hond
- D. George loopt tegen een jongen, Carlos, op en laat het pakje sigaretten van de jongen vallen
- E. George koopt sigaretten voor Carlos, Carlos vraagt of George een sigaret wil
- F. In eerste instantie zegt George nee, maar nadat George Carlos observeert zegt hij toch ja
- G. Carlos en George roken samen een sigaret
- H. George observeert Carlos opnieuw
- I. Carlos en George voeren een gesprek, George complimenteert Carlos
- J. George vertelt Carlos dat vandaag een serieuze dag voor George is, omdat hij over een oude liefde heen probeert te komen

#### **7. De poging (0:47:51 – 0:55:33)**

- A. George maakt zich thuis klaar voor de avond
- B. Vijfde flashback – George en Jim lezen een boek op de bank
- C. George legt zijn spullen klaar
- D. George gaat met zijn pistool in zijn mond in bed liggen

- E. George verschuift een aantal keer en pakt dan een deken
- F. George gaat opnieuw liggen met het pistool in zijn mond
- G. De telefoon rinkelt
- H. Charlotte belt, George gaat naar haar toe
- I. George loopt buiten over straat, hij observeert zijn buurjongetje en bedreigt hem

#### **8. Bij Charlotte (0:55:33 – 1:09:13)**

- A. Charlotte opent de deur
- B. Zesde flashback – George huult bij Charlotte om het verlies van Jim (24)**
- C. George en Charlotte voeren een gesprek (44)**
- D. George spreekt uit dat zijn goede voornemen voor het nieuwe jaar is om het verleden los te laten, volledig en voor altijd
- E. George en Charlotte eten en praten over hun verledens (21)**
- F. George en Charlotte dansen samen (17) (18) (39) (40) (52)**
- G. George en Charlotte vallen op de grond en praten over hun band samen (48)**
- H. George en Charlotte krijgen ruzie vanwege een opmerking die Charlotte over Jim maakt
- I. George en Charlotte maken het goed, George vertrekt
- J. George vertelt Charlotte dat hij een rustig weekend zal hebben
- K. Charlotte en George zoenen (43)**
- L. George vertrekt (7)**

#### **9. In de bar (1:09:13 – 1:21:17)**

- A. George zit aan zijn bureau met het pistool in zijn handen
- B. Zevende flashback - George ontmoet Jim in een café (45) (46)**
- C. George legt het pistool neer en rent naar buiten
- D. George gaat naar een café voor een fles Scotch
- E. Kenny loopt het café in, George en Kenny gaan samen aan een tafel zitten
- F. George en Kenny voeren een gesprek over de dood en het leven (49) (51)**
- G. George en Kenny gaan zwemmen in de zee
- H. George stoot ergens tegenaan tijdens het zwemmen en verwondt zijn hoofd (14, 15)**
- I. Kenny gaat met George mee naar huis

#### **10a. Bij George (1:21:17 – 1:28:56)**

- A. Kenny neemt een douche bij George thuis
- B. Kenny verzorgt een wond op George's hoofd
- C. Kenny kleedt zicht uit om te douchen
- D. Kenny en George voeren een gesprek over het liefdesleven van Kenny en over de

connectie tussen hen samen

E. George valt in slaap op de stoel

**F. Droombeeld – George zwemt onderwater (53)**

**10b. Bij George (1:28:56 - 1:34:25)**

**A. George schrikt wakker in bed, Kenny ligt op de bank (6)**

B. George ziet dat Kenny het pistool vastheeft in zijn slaap, George pakt het pistool af

C. George legt het pistool terug in de lade waar hij het eerder in de film vandaan haalde

D. George staat buiten en kijkt naar een uil

E. Voice over – George kijkt terug op zijn leven en de heldere momenten die hij heeft gehad

F. George verbrandt de brieven die hij eerder voor zijn omgeving heeft achtergelaten

G. George grijpt naar zijn hart, zakt op de grond en blijft daar stilliggen

**H. Droombeeld – George ziet Jim en wordt door hem gekust (54)**

I. George licht bewegingsloos op de grond

**E. End Credits**

## BIJLAGE C. ZICHTBAARHEID DEELSEGMENTEN IN TRAILER

---

Shotnummer Trailer	Deelsegment
1	3C
2	3C
3	3C
4	1B
5	1B
6	1B
7	8L
8	2D
9	1H
10	1A
11	1B
12	3C
13	1B
14	9H
15	9H
16	1J
17	8F
18	8F
19	3D
20	5I
21	8E
22	4D
23	2A
24	8B
25	2E
26	2A
27	5I
28	5B
29	4C

30	4C
31	5G
32	2C
33	5G
34	5A
35	5B
36	5G
37	5G
38	2D
39	8F
40	8F
41	6B
42	4C
43	8K
44	8C
45	9B
46	9B
47	1I
48	8G
49	9F
50	5F
51	9F
52	8F
53	10aF
54	10bH
55	10bA



## BIJLAGE D. PATRONEN IN DE SEGMENTATIE

---

Toelichting:

Andere dag

Observatie

Flashback

Droombeeld

### C. Credits

#### 1. In het huis van George Falconer (0:02:07 – 0:15:37)

- A. Droombeeld - George droomt over het auto-ongeluk van zijn ex-partner Jim (10)**
- B. George wordt wakker en maakt zich klaar voor werk (4, 5, 6) (11) (13)**
- C. Eerste flashback – George ziet Jim in de tuin
- D. Verder met ochtendritueel
- E. Tweede flashback – George koopt een huis met Jim
- F. Verder met ochtendritueel
- G. Derde flashback – George krijgt te horen dat zijn partner, Jim, is overleden
- H. Verder met ochtendritueel, George observeert de burens (9)**
- I. George wordt gebeld door Charlotte (47)**
- J. George haalt een geweer uit een la, maakt deze gereed, en stopt deze in zijn tas (16)**
- K. George spreekt met zijn schoonmaakster, Alva, en becomplimenteert haar (wat haar lijkt te verbazen)

#### 2. Richting werk en op het Werk (0:15:37 – 0:20:35)

- A. George rijdt door de straat en observeert zijn burens (23) (26)**
- B. George parkeert op de parkeerplaats bij een school
- C. George groet studenten Lois en Kelly in de tuin en observeert hen (32)**
- D. George loopt richting zijn kantoor en becomplimenteert de receptioniste, de receptioniste en haar omgeving reageren verbaast (8)(38)**
- E. George loopt rond over de campus met zijn collega (25)**
- F. George observeert mannen die tennissen op de campus

#### 3. Het college (0:20:35 – 0:29:32)

- A. George geeft college in Engelse literatuur
- B. George verliest zijn aandacht voor het college

**C. Droombeeld – George zwemt (1, 2, 3) (12)**

**D. George observeert studenten (19)**

E. George spreekt zijn klas toe over angst

F. Student Kenny spreekt George aan op de andere insteek van de les dan normaal

G. Kenny en George voeren een openhartig gesprek over drugs en angst

H. Kenny koopt een puntenslijper voor George

**4. Op Werk (0:29:32 – 0:32:26)**

**A. George haalt een fles alcohol uit zijn lade en drinkt deze leeg (22)**

B. George belt Charlotte, enigszins overstuur

**C. Charlotte maakt zich op (29) (30) (42)**

D. George verlaat zijn kantoor, nog steeds enigszins van streek

**5. De Bank (0:32:26 – 0:40:28)**

**A. George stapt in zijn auto en pakt zijn pistool (34)**

**B. Kenny klopt op het autoraam van George en voert een gesprek (28) (35)**

C. Kenny stelt voor een keer wat samen te drinken

D. George bedankt Kenny voor de uitnodiging en het gesprek van eerder, en rijdt weg

E. George haalt zijn kluis leeg bij een bank

**F. Vierde flashback – George is op het strand met Jim (50)**

**G. George komt zijn buurmeisje tegen en observeert (31) (33) (36) (37)**

H. George spreekt met zijn buurmeisje

**I. George spreekt met zijn buurvrouw Susan, die hem uitnodigt voor een diner die avond (20) (27)**

**6. De Winkel (0:40:28 – 0:47:51)**

A. George koopt kogels in een winkel

**B. George rijdt een parkeerterrein op (41)**

C. George knuffelt met een hond en spreekt met het baasje van de hond

D. George loopt tegen een jongen, Carlos, op en laat het pakje sigaretten van de jongen vallen

E. George koopt sigaretten voor Carlos, Carlos vraagt of George een sigaret wil

F. In eerste instantie zegt George nee, maar nadat George Carlos observeert zegt hij toch ja

G. Carlos en George roken samen een sigaret

H. George observeert Carlos opnieuw

I. Carlos en George voeren een gesprek, George complimenteert Carlos

J. George vertelt Carlos dat vandaag een serieuze dag voor George is, omdat hij over een oude liefde heen probeert te komen

### 7. De poging (0:47:51 – 0:55:33)

- A. George maakt zich thuis klaar voor de avond
- B. Vijfde flashback – George en Jim lezen een boek op de bank
- C. George legt zijn spullen klaar
- D. George gaat met zijn pistool in zijn mond in bed liggen
- E. George verschuift een aantal keer en pakt dan een deken
- F. George gaat opnieuw liggen met het pistool in zijn mond
- G. De telefoon rinkelt
- H. Charlotte belt, George gaat naar haar toe
- I. George loopt buiten over straat, hij observeert zijn buurjongetje en bedreigt hem

### 8. Bij Charlotte (0:55:33 – 1:09:13)

- A. Charlotte opent de deur
- B. Zesde flashback – George huult bij Charlotte om het verlies van Jim (24)**
- C. George en Charlotte voeren een gesprek (44)**
- D. George spreekt uit dat zijn goede voornemen voor het nieuwe jaar is om het verleden los te laten, volledig en voor altijd
- E. George en Charlotte eten en praten over hun verledens (21)**
- F. George en Charlotte dansen samen (17) (18) (39) (40) (52)**
- G. George en Charlotte vallen op de grond en praten over hun band samen (48)**
- H. George en Charlotte krijgen ruzie vanwege een opmerking die Charlotte over Jim maakt
- I. George en Charlotte maken het goed, George vertrekt
- J. George vertelt Charlotte dat hij een rustig weekend zal hebben
- K. Charlotte en George zoenen (43)**
- L. George vertrekt (7)**

### 9. In de bar (1:09:13 – 1:21:17)

- A. George zit aan zijn bureau met het pistool in zijn handen
- B. Zevende flashback - George ontmoet Jim in een café (45) (46)**
- C. George legt het pistool neer en rent naar buiten
- D. George gaat naar een café voor een fles Scotch
- E. Kenny loopt het café in, George en Kenny gaan samen aan een tafel zitten
- F. George en Kenny voeren een gesprek over de dood en het leven (49) (51)**
- G. George en Kenny gaan zwemmen in de zee
- H. George stoot ergens tegenaan tijdens het zwemmen en verwondt zijn hoofd (14, 15)**
- I. Kenny gaat met George mee naar huis

**10a. Bij George (1:21:17 – 1:28:56)**

- A. Kenny neemt een douche bij George thuis
- B. Kenny verzorgt een wond op George's hoofd
- C. Kenny kleedt zich uit om te douchen
- D. Kenny en George voeren een gesprek over het liefdesleven van Kenny en over de connectie tussen hen samen
- E. George valt in slaap op de stoel
- F. Droombeeld – George zwemt onderwater (53)**

**10b. Bij George (1:28:56 - 1:34:25)**

- A. George schrikt wakker in bed, Kenny ligt op de bank (55)**
- B. George ziet dat Kenny het pistool vastheeft in zijn slaap, George pakt het pistool af
- C. George legt het pistool terug in de lade waar hij het eerder in de film vandaan haalde
- D. George staat buiten en kijkt naar een uil
- E. Voice over – George kijkt terug op zijn leven en de heldere momenten die hij heeft gehad
- F. George verbrandt de brieven die hij eerder voor zijn omgeving heeft achtergelaten
- G. George grijpt naar zijn hart, zakt op de grond en blijft daar stilliggen
- H. Droombeeld – George ziet Jim en wordt door hem gekust (54)**
- I. George licht bewegingsloos op de grond

**E. End Credits**

## *Verklaring Intellectueel Eigendom*

De Universiteit Utrecht definieert plagiaat als volgt:

Plagiaat is het overnemen van stukken, gedachten, redeneringen van anderen en deze laten doorgaan voor eigen werk.

De volgende zaken worden in elk geval als plagiaat aangemerkt:

- het knippen en plakken van tekst van digitale bronnen zoals encyclopedieën of digitale tijdschriften zonder aanhalingstekens en verwijzing;
- het knippen en plakken van teksten van het internet zonder aanhalingstekens en verwijzing;
- het overnemen van gedrukt materiaal zoals boeken, tijdschriften of encyclopedieën zonder aanhalingstekens of verwijzing;
- het opnemen van een vertaling van teksten van anderen zonder aanhalingstekens en verwijzing (zogenaamd "vertaalplagiaat");
- het parafraseren van teksten van anderen zonder verwijzing. Een parafraze mag nooit bestaan uit louter vervangen van enkele woorden door synoniemen;
- het overnemen van beeld-, geluids- of testmateriaal van anderen zonder verwijzing en zodoende laten doorgaan voor eigen werk;
- het overnemen van werk van andere studenten en dit laten doorgaan voor eigen werk. Indien dit gebeurt met toestemming van de andere student is de laatste medeplichtig aan plagiaat;
- het indienen van werkstukken die verworven zijn van een commerciële instelling (zoals een internetsite met uittreksels of papers) of die al dan niet tegen betaling door iemand anders zijn geschreven.

Ik heb bovenstaande definitie van plagiaat zorgvuldig gelezen en verklaar hierbij dat ik mij in het aangehechte BA-eindwerkstuk niet schuldig gemaakt heb aan plagiaat.

Tevens verklaar ik dat dit werkstuk niet ingeleverd is/zal worden voor een andere cursus, in de huidige of in aangepaste vorm.

Naam: Gina de Wit

Studentnummer: 5500737

Plaats: Utrecht

Datum: 25-01-2018

Handtekening:

