

INDEPENDENT.NU's FILMSKOLA

T R A I L E R - de viktiga 30 sekunderna

av Johannes Runeborg

Du ser dem mellan TV-programmen.

Före biofilmen.

Tillochmed på nätet.

Independent.nu ska nu ge Dig några tips på hur Du själv promotar Din film med en trailer!

För att ta det första först: vad är en trailer?

Enkelt sagt – en trailer ska göra reklam för en kommande film. Eller som det formuleras om man slår upp ordet: "kortfilm/reklamfilm/lockfilm/glimtare med scener el. avsnitt ur kommande spelfilm eller program". Till skillnad från sin namne som brukar sitta påhängd bakom en bil så kommer trailern alltid före.

Nu några grundläggande fakta; de olika formaten.

Man brukar tala om tre olika typer av trailers, reklamspotar.

Ett - *teasern*. Är den korta varianten av en trailer. Brukar vara mellan 10 och 30 sekunder.

Två - *trailern*. Brukar hålla en längd på 30 till 60 sekunder.

Tre – *promon*, promotiontrailern. Den längsta av de tre, är allt från en minut och uppåt.

Syftet med den första varianten är inte berätta vad den kommande filmen ska handla om, utan enbart för att reta (teasa) publiken, ge dem mersmak och att få dem att vilja se mer. Vanligast förekommande till actionfilmer, där man packar in en fem sex stycken explosioner/bilkrascher/pistolskott och någon cool oneliner på femton sekunder. Ingen story.

Variant två, den ordinära trailern, drar det tyngsta lasset av denna trojka. Här ska man med några repliker, nyckelbilder (och ev. en välskrivna speakertext) både berätta handlingen och visa upp eventuella visuella kvalitéer på en dryg halvminut. Hur mycket ska man berätta då, frågar sig den entusiastiske läsaren. Lugn, det kommer längre fram i artikeln.

För att så gå till variant tre, promon, så fyller den en annan funktion än de första två. Här är inte komprimeringsgraden av filmens story lika massiv, utan man ska istället ta tid att fånga filmens grundkänsla och "själ" och istället för att låta tittaren s.a.s. bara få en slick, ta en hel tugga och verkligen smaka på filmen.

Man kan säga att när man i en teaser eller trailer ger publiken en snabb örfil som dom rycker till av, så ger man dom i en promo sedan en örfil till så dom verkligen sätter sig upp och koncentrerat tittar!

I promon berättar man mer av historien, fördjupar sig i karaktärer och story.

Nu är det dags att börja klippa en trailer. Hur lägger man då upp sina riktlinjer?

Först och främst, vad är det för typ av film? Är det t.ex. en actionfilm, en kärleksfilm eller en komedi?

Filmens genre går nämligen igen i sättet Du "målar upp" din trailer. En actionfilm passar bäst med många snabba bilder, ett hetsigt klipptempo och hög musik och ljudeffekter. En kärleksfilm är ett bra läge för toningar mellan bilderna och stråkar. Till en komedi ska man ta tillvara på skratten, dvs låta repliker, gester, visuella poänger ta sin tid, och arbeta med popig musik.

Vad är det för målgrupp? Tänk på att olika målgrupper tar till sig olika typer av bildspråk. Av egen erfarenhet vet jag att män hellre ser ett snabbt bildtempo, medan kvinnor gärna vill ligga på en bild längre (observera att detta inte har någonting att göra med förmågan att läsa en bild snabbt). En femtonåring har MTV-tempot i blodet, medan en 60-åring behöver mer tid att läsa snabba bilder.

Hur ser filmen ut - bildspråk, ljud och musik?

Trailern måste snacka filmens språk. Är det en lite långsammare film får man inte börja hysteriskt klippa. Är filmen suggestiv bör man inte lägga dragspel som soundtrack.

Praktiskt, då. Hur bygger jag upp min trailer?

Här finns det en regel som är överskuggande allt annat – visa A men inte B!

Vad då, vad betyder det? Jo, det är det som är grunden för en trailers funktion.

Man ska låta publiken se allt det götta – visuella effekter, bra skådisnamn, coola repliker mm.

Men... man får inte berätta hur det går!

Man får inte tala om att det var betjänten som var mördaren, man får inte visa att det olyckligt förälskade paret får varann på slutet, man får inte berätta att hjälten skjuter skurken på slutet. Och man får inte visa att det snygga flickan egentligen har en snopp!

Man ska visa att alla de smaskiga scenerna och händelserna finns, men inte berätta hur de avrundas.

Alltså – visa A men inte B.

Många människor brukar säga att inte behöver jag se filmen, de berättade ju allt i trailern, jag vet redan hur det slutar.

Nåja, så enkelt är det inte. En bra trailer ska vara uppbyggd som en film med början, mitt och slut. I denna miniberättelse läggs bilder på bilder i ett logiskt förlopp som skenbart berättar en historia. Men det är sällan – eller säg hellre aldrig – som en trailer berättar hur den egentliga filmen slutar! Däremot måste "trailerstoryn" ju ha ett slut som funkar, och det är detta slut som den besvikne trailertittaren anser sig ha sett.

Vidare i det praktiska trailerarbetet: dramaturgin.

Precis som i filmdramaturgin, en presentation.

Oftast handlar en film om en eller flera personer. Presentera den/dem.

Den/de råkar ut för ett dilemma, får ett uppdrag eller dras in i någon rövarhistoria. Presentera detta.

Klassiskt är en mullrande, manlig speakerröst som till en actiontrailer säger "*Han är en snut med ett rent samvete, som en dag ställs inför sitt livs värsta motståndare – i de egna leden...*"

Men det kan lika gärna låta så här, till en dokumentär: "*Efter 35 år vid sin maskin tvingas Bertil gå. Och med familj och en sjuk mor räcker inte bidragen...*"

Bra. Då vet publiken problemställningen. Vi har dem i vårt grepp, de vill veta mer!

Nu är det dags att visa vilket helvete livet är för våra huvudpersoner. Problemen trappas upp, gärna om man kan få till ännu ett problem ovanpå det första problemet.

Polisen upptäcker att närmsta kollegan och tillika bästa vännen är en av huvudskurkarna. Och stackars Bertil lämnas av hustrun, så han blir ensam med fem döttrar och sjuk mor. Snaran har dragits åt. Nu känner vi verkligen för dessa båda offer.

Men som publik håller man inte på människor som bara visar sig vara orkeslösa, viljesvaga offerlamm. De måste ha styrka.

Så vi låter trailern sluta med ett positivt ögonblick, då hjältarna får visa sina muskler.

Polisen tränar nere i en skjutövningshall, och sätter alla skott i bullseye samtidigt som speakern andäktigt förkunnar att det är dags för vår polis "...att sätta hårt mot hårt"...

Bertil i sin tur ser mitt i sin jobbiga situation att livet ändå är till för att levas. Han börjar på en kurs anordnad av ABF, och möter där Annika...

Observera de tre punkterna som avslutar de senaste två meningarna. Precis så ska vi lämna våra hjältar innan det är dags för payoff, dvs titelrabbling och "kommer snart".

De befinner sig i en situation som de börjar försöka göra något åt. Men publiken kan inte veta säkert, bara att man väldigt gärna *vill* att de ska fixa det.

Vi har sagt A men inte B!

Film är ett bildmedium. Därför ska man försöka berätta så mycket det går med bilder. Det speakern säger ska inte illustreras med övertydliga bilder á la apelsin-TV (dvs någon visar upp en apelsin och säger "apelsin"). Istället ska Du försöka låta speakern säga halva meningen och visa andra halvan med en bra bild. Exempel: Polisen vi läste om härovanför ser pengar överlämnas mellan en kollega och en maffiakille samtidigt som speakern berättar *att polisen inser att något inte står rätt till i de egna leden*.

Slutligen, något att tänka på när Du sitter där med Din film och vändas över att trailern inte blir som den borde: allt detta vi pratat om är grova riktlinjer, och ingredienser som borde finnas med. Men självklart kan man botanisera och stuva om friskt.

Och framför allt – *bryt konventionerna*, det brukar bli roligare då.

Som att låta ett klassiskt musikstycke ackompanjera en "Die hard"-trailer. Lägga balettmusik på slowmotionbilder i en trailer för en hockeymatch i TV. Eller designa en trailer för en gammal Åsa-Nisse-film som om det handlade om Terminator.

Det är de trailrarna man minns!