

Tips & Trucs filmtaal

Jitske Jonkman, presentatie Zomercollege 2010

Ik werk als producent en scenarioschrijver bij Triggerfilm (www.triggerfilm.nl). Ik maak opdrachtfilms, docu's en tv-programma's.

Weetje vooraf: ondanks de dominantie van bewegend beeld - dat op het internet sterk in opkomst is - communiceren we vooral nog met tekst. Nederlanders informeren zich voor 80% via tv en (web)video, maar de overheid communiceert nog voor 90% procent in tekst (bron: www.rijksoverheid.nl).

Uitgangspunt: ik neem het onderwerp "beeldtaal" iets ruimer. Film is immers meer dan alleen beeld: ook gesproken tekst, tekst-in-beeld, muziek, en het mixen van dat alles in de montage.

Ik concentreer me voor deze presentatie op opdrachtfilms, en neem de volgende reportage als uitgangspunt: <http://www.youtube.com/watch?v=c-IOPnkUpkc>. Deze film is gemaakt voor het Wereld Natuur Fonds. Doel: laat zien hoe WNF tijgers telt en beschermt in het verre oosten van Rusland.

Tip 1: **Keep it simple, stupid.**

-Hoe maak je een begrijpelijk verhaal? Door het simpel en kort te houden. Maak wervings/voorlichtingfilms niet langer dan een paar minuten, zeker voor internet. Houd het bij één boodschap. Niet meer dan 2-3 woordvoerders.

- voorbeeld tijger: vind ik zelf nog te lang. Is een mix van vertellen hoe een tijgertelling in het werk gaat, en wat WNF verder aan tijgerbescherming doet. Twee boodschappen!

Tip 2: **Gebruik de film niet voor verdieping**

-Details kun je kwijt op in begeleidende tekst op internet, of in een presentatie. Gebruik film voor de emo, een voorbeeld, om discussie aan te zwengelen. Toch veel te vertellen? Knip je verhaal op in meerdere korte films.

-Voorbeeld tijger: artikel over hetzelfde onderwerp verschijnt in (dec.nr.) Panda, blad WNF.

Tip 3: **Zorg voor emotie**

Quote Cartier-Bresson: een goede foto heeft balans tussen oog, verstand en hart. Geldt ook voor film: zorg voor een begrijpelijk verhaal, én zorg dat je mensen raakt.

Hoe? Zorg dat er mensen in je film zitten. Emo komt vooral van mensen (jonge konijntjes werken ook goed). Een goede woordvoerder doet wonderen, en goede interviewers zorgen dat mensen tot hun recht komen door ze zoveel mogelijk op hun gemak te stellen.

Tip 4: **Vertel een verhaaltje**

Bouw een film logisch op, anders raak je de kijker kwijt. Een paar beeldtaal-trucs:

-Geef de film structuur. Voorbeeld tijger: afwisseling rustmoment, quote, rustmoment etc. In de rustmomenten: landschapshots, muziek luider, begin met een panoramashot om de locatie te duiden. Ook quotes hebben een structuur: persoon in beeld, shots die het verhaal illustreren, persoon weer in beeld- einde quote.

- Trek de kijker het verhaal in. Voorbeeld tijger: We beginnen met de mooiste landschapsbeelden en een lekker muziekje. Ook hier: veel panorama shots om de locatie te duiden (waar zijn we?). De quote met het meeste emo staat vooraan.

Tip 5: **Bepaal je gezichtspunt**

Hoe vertellen we het verhaal? Een paar opties: woordvoerders met quotes (varianten: op camera, interviewsituatie) of een verteller (presentator, voice-over, tekst in beeld). Wordvoerders ('echte

mensen') opvoeren of een presentator gebruiken maken een film persoonlijk; voice-over of tekst-in-beeld zijn afstandelijker. Bij opdrachtfilms gebruiken we vaak woordvoerders. Pas de interviewsituatie toe, dat maakt het zo ontspannen mogelijk. Niets uit het hoofd leren, niets op camera laten zeggen (dat is iets voor profs!), zorg dat er voldoende tijd is voor de opname.

Tip 6: **Zorg voor passend camerawerk en montage**

- Hoe mooier het beeld, des te langer blijft het publiek kijken.

- Kies voor een camera/montagestijl die past bij je doelgroep. Traditioneel: veel rust, veel vanaf statief gedraaid. Jong en flitsend: vanaf de schouder gedraaid, een zoekende camera (scherp/onscherp). Voorbeeld snelle montage voor jong (20-30 jr) publiek:

<http://www.youtube.com/watch?v=ttqTd8T9Jdg>. In de montage hebben we veel middelen: passende muziek, kleurcorrectie (in beide voorbeeldfilms is de kleur opgepept), beeld versnellen/vertragen

- Heb je wat meer te besteden en wil je indruk maken? Zet extra middelen in (kraan, steadycam, helicopter) die bewegende beelden vloeiender maken.

Tip 7: **Ken de trends**

Net als gewone taal, is beeldtaal afhankelijk van trends. Gebruik dus let op als je film en tv kijkt. Wat is in, wat is uit? Gebruik, kopieer, en zoek de passende vorm voor jouw kijker. Zestigters zijn een ander tempo in tv en film gewend dan twintigers bijv.

- **Trend: de bewegende camera, geschouderd.** Effect: documentair, dichtbij. Speelfilm "The Blair Witch" was trendsettend, bewegende camera bij interviews is normaal.

- **Trend: storytelling. Laat je eigen mensen zien, of je eigen klanten.** Een trend in werving, omdat het past bij onze tijdgeest die de persoonlijke boodschap nadruk geeft. Echte mensen, echte verhalen. Ook al is het van te voren allemaal bedacht en wordt het geacteerd: het werkt. Immers: film is "oog, verstand en hart". En hier werkt vooral hart, gevoel. Voorbeeld: zoek de commercialserie "Ik heb een idee" van de Rabobank op Youtube. **Bedriegelijk gewoon**, maar helemaal bedacht. Let op wat je hierboven hebt geleerd: let op standpunt, camerabewegingen (wanneer panorama, wanneer close?), structuur.

Tip 8: **Film maken is een vak**

Wil je bewegend beeld gebruiken in een professionele omgeving, maak het dan ook professioneel. Je kunt natuurlijk je neefje inschakelen, maar die moet dan alle filmdisciplines beheersen (research, script, organiseren, interviewen, camera, montage, financiën). De enige uitzondering: de videoblog. Heel persoonlijk mag zelfgemaakt zijn (of zelfgemaakt ogen).

**