

Filmplakatens anatomi

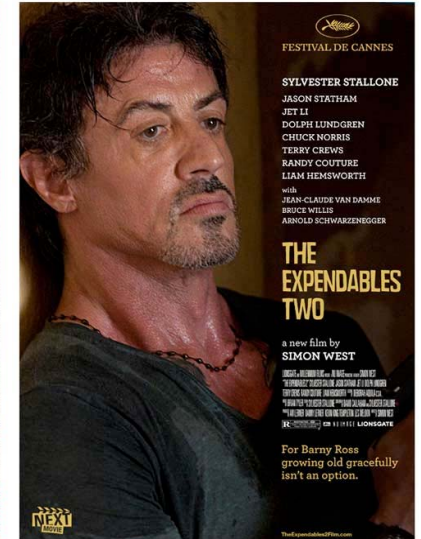
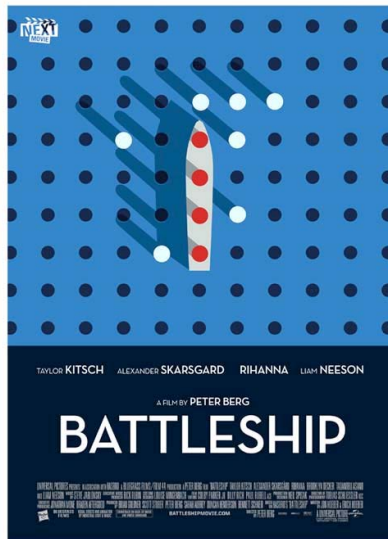
En guide til elementerne og en måde at komme igang

Hvorfor er plakaten vigtig?

En forlængelse af filmens univers

Man kan være fristet til ikke at bruge så meget krudt på plakaten, fordi det jo er det “mindst vigtige”. Er det ikke federe at bruge så meget energi på at filmen bliver god som mulig, og så gemme plakaten til aller-aller-sidst? Den kan vi da hurtigt flikke sammen – eller hvad?

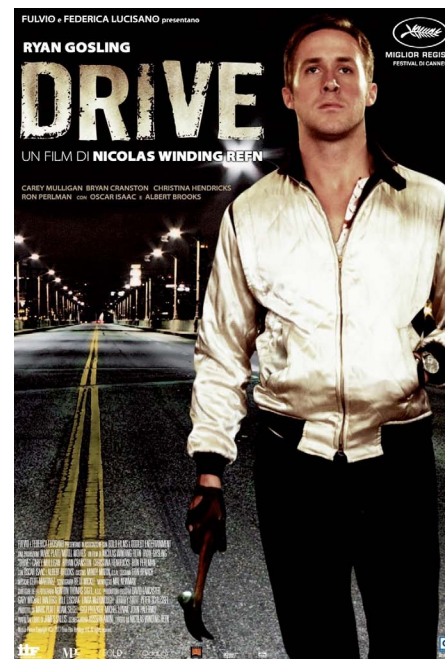
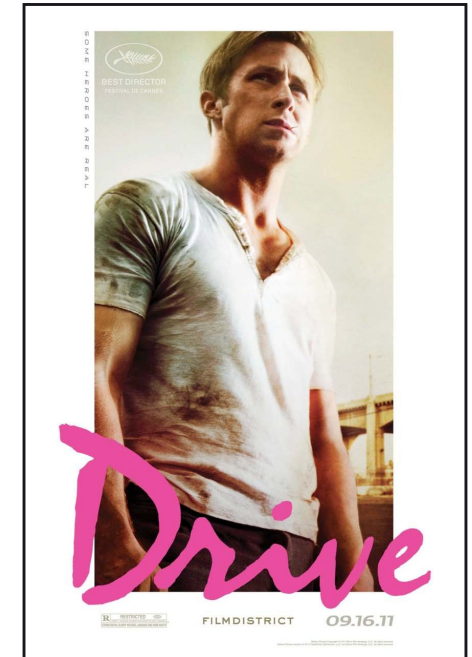
Ikke helt. Plakaten er en vigtig forlængelse af filmens univers og fungerer, oveni at være en reklame for filmen, som et værktøj til at sætte publikums forventninger. Med andre ord: Hvad er det for en film, jeg skal ind og se? Folk bliver meget let forvirrede, hvis ikke filmen matcher overens med den måde, den bliver markedsført på, og reaktionen kan være vrede og skuffelse. Se f.eks. disse tænkte eksempler. Mange af jer har sikkert set disse film. Ville I have set disse film, hvis I blot havde set disse plakater og intet andet? Synes I at de kommunikerer filmenes stemning og tema ret godt?



Hvorfor er plakaten vigtig?

Et eksempel på, når det går galt

En kvinde i USA sagsøgte biografer i Michigan, fordi hun følte sig vildledt af markedsføringen til filmen 'Drive' af den danske instruktør Nicolas Winding-Refn. Hun troede, at hun skulle ind og se en actionfyldt 'The Fast and the Furious'-agtig film. Der blev lavet mange forskellige plakater til filmen (og dette er ikke engang dem alle sammen). Hvilken en af disse tror I at hun havde set?



Hvad er plakaternes sprog?

... og nogle gode tommelfingerregler

Generelt har I med plakaten tre værktøjer til at formidle filmens historie og “sælge” den rigtigt:

1. Fotoet, motiv, beskæring og farvelægning
2. Titlen, og den måde, den er skrevet på – font, farve etc.
3. Tagline

Nogle gode tommelfingerregler er:

- Hav en idé klar, før I går i gang. Kig i manuskriptet og find nogle nøglescener i filmen. Hvordan kan disse omsættes til stillbilleder? Skitsér i blyant inden I sætter jer ved computeren.
- Fotoet kan bære meget, hvis det er godt. Gå op i fotografiet og lad være med at tro, at man kan rette alt i Photoshop. Hav en stillfotograf med på shoot så ofte som muligt – og især, når I optager nøglescenerne i filmen.
- Pas på ikke at overkomplicere tingene. Keep it simple! Det duer ikke med en indviklet idé som kræver timer og atter timer at stykke sammen i Photoshop. I er sandsynligvis heller ikke eksperter i programmet, så hold jer til det enkle. De bedste plakater er ofte også dem, som har en enkel idé og som kan udføres let. Når basics er på plads, kan I pudse plakaten af og gøre den lækker bagefter. Jo mere tid, I har til det, desto bedre bliver resultatet også.
- Det er tilladt at lade sig inspirere! Nogle gange er det nemmere at udtrykke filmens genre og stil ved at læne sig op af etablerede klichéer. Og – når først man er klar over, hvilket sprog “konkurrenterne” har, kan man måske tillade sig at begynde at lege med det. Men husk, at originalitet ikke nødvendigvis er en kvalitet, hvis det betyder at publikum bliver usikre på, hvordan plakaten skal tolkes.
- Hav flere øjne på, men ikke for mange. Det er altid godt at spørge andre i teamet til råds, men husk, at den der har ansvaret for plakaten også bør tage nogle beslutninger selv. Hvis I bliver for mange “kokke” om plakaten, kan det resultere i at også gode idéer bliver dømt ude. Kør flertals-demokrati fremfor konsensu-demokrati, hvor alle skal være enige.

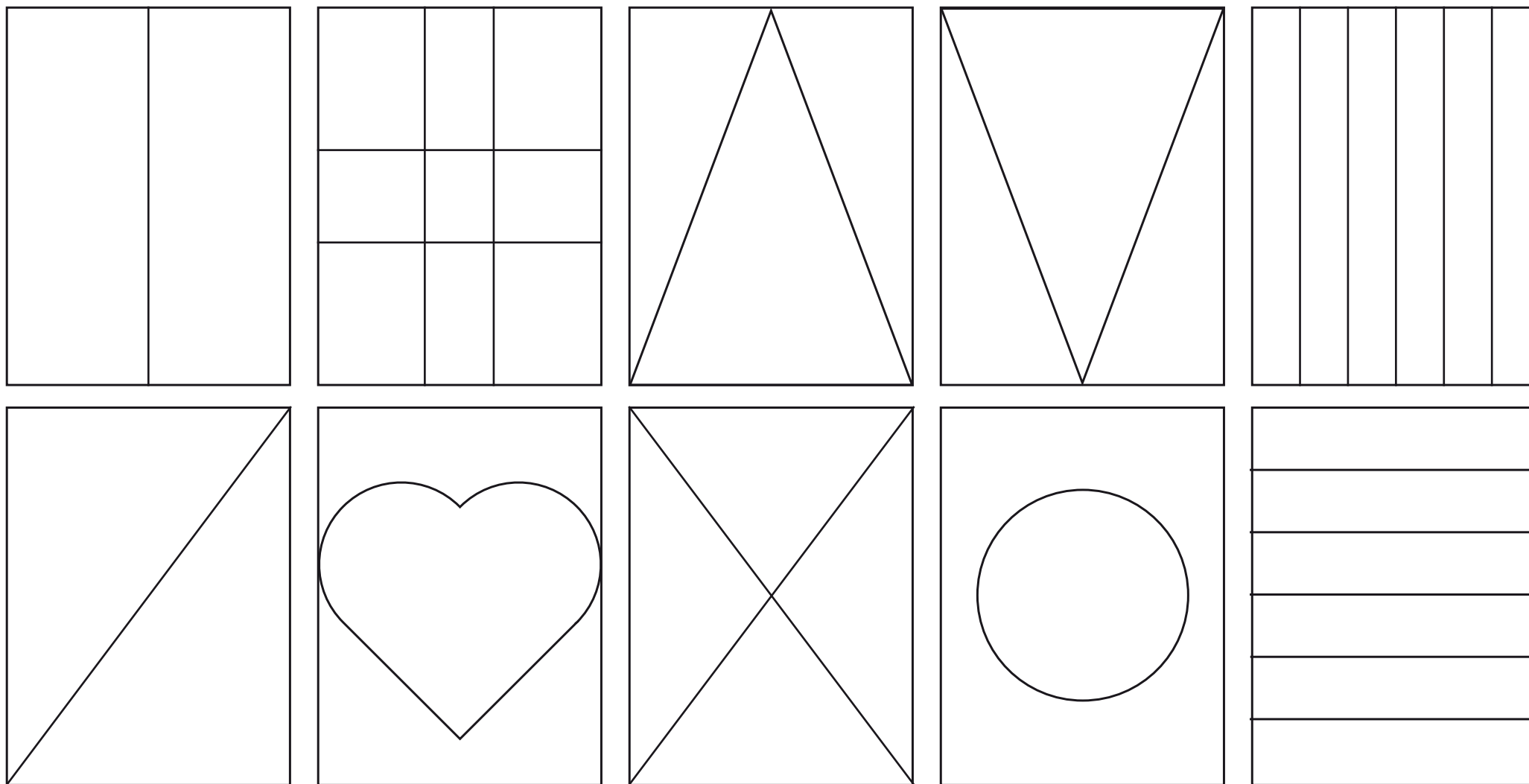


Beskæring Fokusér på det vigtige

Billedet fortæller historien, men afhængig af hvordan det er beskåret, fortæller det også andre historier. Skær ned, skær ind og fokusér på det, der fortæller filmens historie bedst! Eksemplerne på denne side er ganske vist ikke filmplakater, men demonstrerer, hvordan man kan fortælle forskellige historier med beskæring og manipulere med folks opfattelse af virkeligheden.

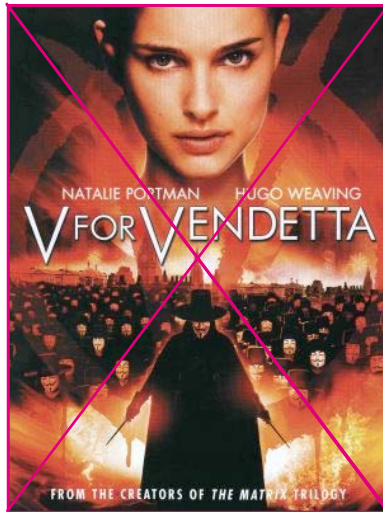
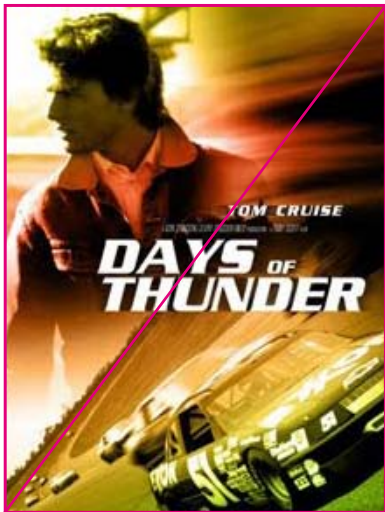
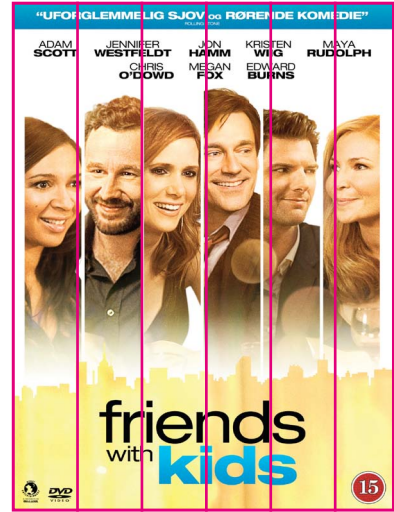
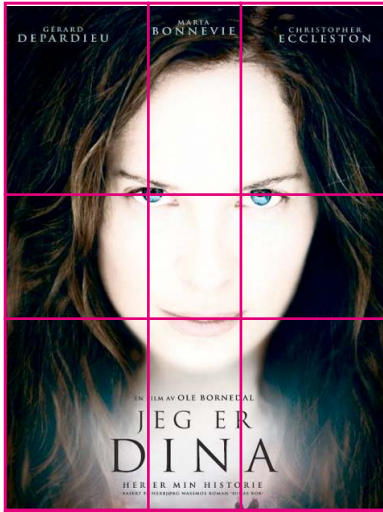
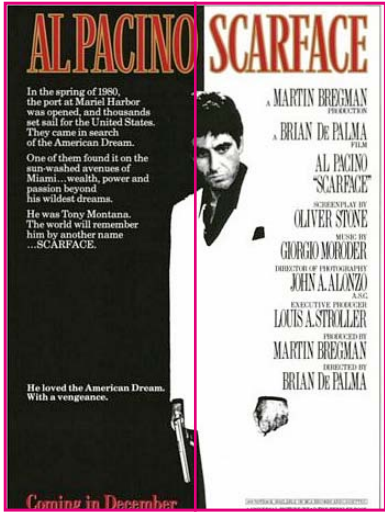
Åbn dit billede, marker alt (cmd-A i Photoshop), skift til plakat-skabelonen og paste billedet ind (cmd-V). Nu skulle du gerne have dit billede som et separat lag. Dette lag kan du nu manipulere større eller mindre for at ændre beskæringen. Tryk cmd-T og træk i billedets hjørner for at ændre størrelsen. Husk at holde shift-tasten nede, såbilledet bliver strukket/klemmt lige meget på begge ledder.





Komposition Plakatens visuelle balance og ro

For at opnå balance og ro i plakaten, er det vigtigt, at I tænker over kompositionen. Ovenfor ses en række grundkompositioner. Split, det gyldne snit, V, A, søjler diagonaler, figurativ formkomposition, krydset, cirklen og rækker. Der er mange flere. Find ud af hvilken opsætning, der klæder jeres foto bedst og eventuelt understøtter historien. Se næste side for en række eksempler på disse kompositioner i brug. Lav evt. små skitser med blyant i frimærkestørrelse for at finde ud af hvilken grundkomposition, der kunne klæde jeres foto, og så I ved, hvor I vil hen med plakaten.



Komposition Eksempler på grundkompositioner i brug

Hvad fortæller kompositionen om filmen? Hvordan understøtter det plakats kommunikation?

Farver Slå filmens grundtone an

Farverne betyder meget for en plakat, og der er nogle genreklichéer, man kan benytte sig af. Det er dog ikke altid, de benyttes, men her er nogle klassiske eksempler.



Thriller: Afdæmpede, kolde farver. Blå toner, tæt på monokrom (dvs. næsten kun én farve i plakaten udover sort og hvid)



Komedie: Lyst og luftigt. "Barbie-dukke"-hudfarver. Stærke farver i overskriften.



Action: Mørke, stærke farver. "Ildspektret" rød, orange, gul bruges meget



Socialrealistisk drama: Realistiske, afdæmpede farver – meget 1:1 med virkeligheden.



Indie: Stærke, tegneserieagtige farver. Baggrunden ofte holdt i én tone.



Science fiction: Mørke, stærke farver, ofte kolde og unaturlige toner. "Glow in the dark"-effekter.

Brug værktøjerne i Photoshop til at justere på farverne i fotoet. Især:

Image > Adjustments > Color Balance

Image > Adjustments > Photo filter

Image > Adjustments > Vibrance

Opret eventuelt Adjustment layers ovenpå jeres billedlag, så I altid kan fortryde og/eller omjustere farver osv.

Layer > New Adjustment Layer > (vælg herefter typen af justeringslag, I ønsker)

Skrifttyper Vælg den rigtige type til filmens titel og genre

Det er vigtigt, at I tænker over, hvilken skrifttype, I bruger til filmens titel og i forhold til hvilken genre, filmen er. Tænk på titlen og den måde, den er skrevet på som en slags “logo” for filmen.

På næste side ses en række eksempler på forskellige genrens kliché-skrifttyper. Billedet herunder viser hvor meget variation i skrifttyperne, der kan være inden for samme genre – ja, endda, indenfor samme serie af film.

Tip til steder at finde skrifttyper:

www.dafont.com

www.1001fonts.com

www.fontsquirrel.com

På Mac dobbeltklikker du blot på skrifttypen for at installere den. Så åbnes et lille vindue med et preview af skriften. Tryk på knappen “Installer skrift”. Nogle skrifter ligger i zip-filer, når du har downloadet dem og skal pakkes ud først.

Husk at overveje læseligheden nøje! Det nytter ikke noget med den vildeste spacy skrift til jeres science-fiction projekt, hvis ikke man kan læse, hvad der står.



Skrifttyper Eksempler på genre-troper

Du har sikkert set de nedenstående skrifttyper i forbindelse med film i den nævnte genre!

Trajan HORROR

Blaze Dansefilm

Bank Gothic SCIENCE FICTION

Dymaxion Roadmovie

Futura Extra Bold KOMEDIE

Big Caslon Drama

Futura Light INDIE

Akzidenz Bold Condensed Italic ACTION

Bomb THRILLER.

Maverick WESTERN

Sign-painter TEGNEFILM

Hadley HISTORIE

Bodoni/Didot ROMANTIK

DIN Schablottierschrift KRIGSFILM

Skrifttyper Credits

Credits er ofte sat med høje, smalle bogstaver i bunden af plakaten. Hvorfor? I gamle dage fik skuespillere og andre medvirkende skrevet ind i kontrakten, at deres navn skulle stå med en vis størrelse på plakaten. Hvordan løser man det, uden at hele plakaten bliver dækket af tekst? Man gør skriften smallere! Problem solved. Siden er det blevet lidt af en “trope” eller kliché, at sådan ser credit-tekst ud. I kan også finde på jeres egen måde at skrive credits på, men det er nemmere at få en filmplakat til at ligne en filmplakat med disse skrifter. Her på siden er der fem eksempler på skrifter, man kan bruge til det.

Tips: Husk at variere skriftstørrelse eller -tykkelse mellem navne og titler. Overvej om skuespillerne skal stå for sig eller sammen med alle de andre. Tænk på, at skriften også skal være læselig. Print evt. plakaten i sort/hvid, men i 1:1 størrelse, så I bedre kan vurdere det.

Brug Photoshops genvejstaster til at justere luften mellem bogstaver og linjer. Hvis noget begynder at flimre for øjnene og bliver svært at læse, kan det være et tegn på, at der er for lidt luft. Genvejstasten er alt-piletast op/ned for linjeafstand og alt-piletast højre/venstre for bogstavmellemlinje.

*Univers 39
Thin Ultra
Condensed*

PUDAESTEST, VOLOREM RE SIT INT LAUT QUIAEST OPTATQUAM, SINITAM EIUR?
EIUR? ET QUE NOBITI OMMOLUPTUR, VELESTIUM QUAE OCCUS DIT ADIPSAM,
TEM SEQUO TE ESSUNDANDIT QUAM EOS QUO TEMPERIBUSANDI ATEM EXPLABO.
CABORIAM CONSEQUODI BLA CONEMPORIBUS DENIHILLAB IUM ANISSIMA QUI
DERIS ADISQUI DIPICIIS IUM QUODIGN IMETUM EA NULLA NE IUM EAQUI UTE
NUSAM QUI AS UT LIGNISQUAM, ET VENDIORE CONSEQUUE

*SF Movie
Poster
Condensed*

PUDAESTEST, VOLOREM RE SIT INT LAUT QUIAEST OPTATQUAM, SINITAM EIUR?
ET QUE NOBITI OMMOLUPTUR, VELESTIUM QUAE OCCUS DIT ADIPSAM, TEM
SEQUO TE ESSUNDANDIT QUAM EOS QUO TEMPERIBUSANDI ATEM EXPLABO.
CABORIAM CONSEQUODI BLA CONEMPORIBUS DENIHILLAB IUM ANISSIMA QUI
DERIS ADISQUI DIPICIIS IUM QUODIGN IMETUM EA NULLA NE IUM EAQUI UTE
NUSAM QUI AS UT LIGNISQUAM, ET VENDIORE CONSEQUUE QUO EA DOLU

Bee Two

PUDAESTEST, VOLOREM RE SIT INT LAUT QUIAEST OPTATQUAM, SINITAM EIUR?
ET QUE NOBITI OMMOLUPTUR, VELESTIUM QUAE OCCUS DIT ADIPSAM, TEM SEQUO TE
ESSUNDANDIT QUAM EOS QUO TEMPERIBUSANDI ATEM EXPLABO. CABORIAM CONSE-
QUODI BLA CONEMPORIBUS DENIHILLAB IUM ANISSIMA QUI DERIS ADISQUI DIPICIIS
IUM QUODIGN IMETUM EA NULLA NE IUM EAQUI UTE NUSAM QUI AS UT LIGNISQUAM,
ET VENDIORE CONSEQUUE QUO EA DOLU

*Franklin
Triple
Condensed*

**PUDAESTEST, VOLOREM RE SIT INT LAUT QUIAEST OPTATQUAM, SINI-
TAM EIUR? ET QUE NOBITI OMMOLUPTUR, VELESTIUM QUAE OCCUS DIT
ADIPSAM, TEM SEQUO TE ESSUNDANDIT QUAM EOS QUO TEMPERIBU-
SANDI ATEM EXPLABO. CABORIAM CONSEQUODI BLA CONEMPORIBUS
DENIHILLAB IUM ANISSIMA QUI DERIS ADISQUI DIPICIIS IUM QUODIGN
IMETUM EA NULLA NE IUM EAQUI UTE NUSAM QUI AS UT LIGNISQUAM,**

*Triple
Condensed
Roman*

PUDAESTEST, VOLOREM RE SIT INT LAUT QUIAEST OPTATQUAM, SINITAM EIUR?
ET QUE NOBITI OMMOLUPTUR, VELESTIUM QUAE OCCUS DIT ADIPSAM, TEM SEQUO TE
ESSUNDANDIT QUAM EOS QUO TEMPERIBUSANDI ATEM EXPLABO. CABORIAM CONSEQUODI
BLA CONEMPORIBUS DENIHILLAB IUM ANISSIMA QUI DERIS ADISQUI DIPICIIS IUM
QUODIGN IMETUM EA NULLA NE IUM EAQUI UTE NUSAM QUI

Tagline Udtryk filmens pointe i få ord

Hvordan skriver man en god tagline? Tænk på taglinen som sloganet for filmen, hvor man koger plottet eller pointen ned til et spørgsmål eller et motto. Det er tilladt at læne sig op af ordsprog mv., men tænk på at de også gerne skal kunne oversættes til engelsk på et tidspunkt. Her er nogle tip:

- Prøv at fange det centrale i filmen. Du behøver ikke summere det hele op. Skær ned!
- Taglinen kan fint være en replik – en one-liner, som en af skuespillerne fyrer af.
- Taglinen må gerne være sjov eller finurlig, selvom filmen er alvorlig.
- Prøv den af. F.eks. ved at fyre 10 taglines af en dag. Næste gang I mødes, så hør folk om, hvilke taglines de kunne huske. De, der er nemmest at huske, er ofte også de gode.
- Pas på at taglinen ikke bliver for indlysende. Clash of the Titans' tagline var f.eks. *Titans will clash!* – hvilket jo ligesom allerede er med i titlen...
- Pas også på at taglinen ikke bliver generisk, dvs. hvis den kan klaskes på alle mulige andre film. Testen med at se, hvilke taglines, man kan huske er god til at afsløre disse.

Til højre er nogle af de bedste taglines nogensinde ifølge Taglineguru.com.
Hent inspiration her:

www.taglineguru.com/moviesurvey.html

www.filmsite.org/taglines.html

1. *In space no one can hear you scream.*
Alien (1979)
2. *Houston, we have a problem.*
Apollo 13 (1995)
3. *They're back.*
Poltergeist II (1986)
4. *We are not alone.*
Nærkontakt af tredje grad (1977)
5. *Just when you thought it was safe to go back in the water.*
Dødens gab 2 (1978)
6. *Who ya gonna call?*
Ghostbusters (1984)
7. *A long time ago in a galaxy far, far away*
Star Wars (1977)
8. *Be afraid. Be very afraid.*
The Fly (1986)
9. *The list is life.*
Schindler's List (1993)
10. *Earth. It was fun while it lasted.*
Armageddon (1998)