

A. Der Publikumsvertrag

1. Plädoyer fürs Emotionale

Nichts scheint selbstverständlicher als die Aussage, dass Film mit Emotionen zu tun hat: Im Kino oder vor dem Bildschirm wird man erheitert oder beängstigt, beschwingt, in Spannung oder Trauer versetzt. Und jeder, der mit der Herstellung von Filmen zu tun hat, zielt darauf ab, das Publikum in der einen oder anderen Form emotional zu berühren oder zu stimulieren.

Doch obwohl die Film- und Fernsehindustrie davon lebt, Emotionen zu erzeugen, herrscht gleichzeitig oft Unklarheit über die Prinzipien und Zusammenhänge zwischen Story und emotionaler Wirkung. Oft ist nicht klar, WARUM die (zunächst bedeutungslosen) Schattenbilder auf einer Leinwand oder einem Bildschirm in der Lage sind, im Laufe eines Films so starke Gefühlsbewegungen im Zuschauer auszulösen – und warum das in anderen Fällen nicht gelingt.

Dieses Buch hat daher zum Ziel, einige elementare Prinzipien zu erklären, die das Verhältnis zwischen dem Gezeigten auf der Leinwand und dem Publikum bestimmen. Der Gegenstand ist komplex: Kaum etwas ist so schwer zu erfassen wie die Welt menschlicher Gefühle. Wenn im Folgenden trotzdem versucht wird, auf elementare Prinzipien zu verweisen, mag das vielleicht manchmal starr oder schematisch anmuten. Doch so wie man es keinem Mediziner verdenken wird, wenn er den Sachverhalt einer Krankheit mittels Vereinfachung auf ein paar Ursachen zurückführt, so muss es auch dieser Arbeit erlaubt sein, komplexe Gegenstände auf elementare Grundmuster zu reduzieren.

Im Wesentlichen verfolgt dieses Buch also zwei Zielsetzungen: Zum einen wird analytisch erklärt, wie sozial bedingt Emotionen entstehen und welchen Prinzipien sie folgen. Zum anderen soll ein praktisches Handwerkszeug für Autoren, Produzenten, Redakteure, Regisseure, Dramaturgen und alle an der Drehbuchentwicklung beteiligten Personen an die Hand gegeben werden. Es wird gezeigt, wie sich Stoffe emotionaler und publikumswirksamer erzählen und schwierige Themen so behandeln lassen, dass der Kontakt zum Zuschauer nie abreißt.

2. Die Partner des Publikumsvertrags

›The human factor‹ (thf) beschreibt ein Denkmodell, das emotionale Auslöser im Film erklärt. Es konzentriert sich auf die Beschreibung zwischenmenschlicher Beziehungen innerhalb der Story.

Der Begriff beschreibt also zum einen einen theoretischen Ansatz, mit dem praktisch gearbeitet werden kann. Zum anderen meint der Begriff ›human factor‹ aber auch jenen zwischenmenschlichen Kern jeder Geschichte, der deren Emotionalität wesentlich bestimmt. Der ›human factor‹ eines Film ist ein konkreter (wenngleich schwer messbarer) Wert, der die emotionale Grundspannung beschreibt, die sich beim Betrachten eines Films aufbaut.

Damit diese emotionale Grundspannung entstehen kann, braucht es zwei Partner: den Film und den Zuschauer. Beide stehen in einem bestimmten Verhältnis zueinander. Dieses Verhältnis wird hier metaphorisch als ›Vertrag‹ verstanden, den die Zuschauer mit den Filmemachern stillschweigend schließen. Es entsteht zwischen der Geschichte und dem Publikum eine ungeschriebene Vereinbarung, eine Art imaginäres Geben und Nehmen.

Das Publikum hat seine ›vertraglichen Verpflichtungen‹ in dem Moment erfüllt, in dem es ins Kino geht oder Filme zu Hause sieht. Es investiert dafür Geld, Neugier, Interesse und Lebenszeit. Dafür konfrontieren sich die Zuschauer mit Begebenheiten und Schicksalen, die sie eigentlich zunächst nicht betreffen. Für die Dauer des Films leben und leiden sie mit fremden Figuren. Um diesen eigenen Einsatz zu rechtfertigen, erwarten Zuschauer als Gegenleistung, dass die erzählte Geschichte und ihre Protagonisten elementare seelische Bedürfnisse befriedigen.

Der Film (bzw. die Geschichte) ist dazu aufgerufen, die Bedürfnisse des Publikums ernst zu nehmen und darauf einzugehen. Dass es sich hierbei bei jedem Einzelfall auch je nach Genre und Intention um ein unglaublich differenziertes, komplexes Verhältnis handelt, darf man nie aus dem Blickfeld verlieren – dazu später mehr. Dennoch kann grundsätzlich davon ausgegangen werden, dass sich jeder, wirklich jeder Film an ein bestimmtes Publikum richtet und versucht, dessen Bedürfnisse zu befriedigen – selbst wenn paradoxer Weise das Bedürfnis gerade darin bestehen mag, dass Erwartungen gebrochen werden.

Für diese Gegenleistung stehen alle am Film Beteiligten gerade, vor allem aber die Autoren. Wenn der Zuschauer eines Films in etwa bekommt, was er erwartet, ist der Publikumsvertrag erfüllt. Wenn sich kein Transfer einstellt und das, was der Film bietet, den Zuschauer nicht zufriedenstellt, bleibt auch der Publikumserfolg unerfüllt.

3. Der ›human factor‹ und herkömmliche Drehbuchlehren

Dieses Buch versucht nicht, das Rad neu zu erfinden. Was hier beschrieben wird, steht oft nicht im Widerspruch zu den zahlreichen Theorien übers Geschichten-erzählen und Drehbuchschreiben, sondern ergänzt sie vielmehr um eine weitere Ebene. Allerdings bieten die hier beschriebenen Grundsätze gegenüber den meisten anderen Drehbuchlehren einen wichtigen Perspektivenwechsel hin zum Intersubjektiven. In der Mehrzahl beschränken sich die herkömmlichen Drehbuchtheorien auf eher äußere Aspekte der Handlung: Fragen nach der Struktur oder dem Plot, nach Verdichtungen und Höhepunkten. Die meisten stellen einen Helden in den Mittelpunkt ihrer Theorie und argumentieren weitgehend aus dessen subjektiver Perspektive. Mehrheitlich steht dort also zur Debatte WIE erzählt wird.

Der Blickwinkel, den dieses Buch eröffnet, ist ein anderer. Er beschäftigt sich mehr mit dem, WOVON die Rede sein soll. In diesem Zusammenhang werden soziale Prozesse beobachtet und aufgezeigt. Es geht um Bindungen und Beziehungen, bei denen Personen (die Protagonisten) zu ihrer Umgebung und ihrem sozialen Umfeld in Relation stehen. Der Zuschauer – das ist eine der Thesen dieses Buchs – hat demnach immer das soziale Ganze der erzählten Geschichte im Blick. Entsprechend interessiert uns hier weniger ein einzelner Held, als vielmehr die intersubjektive Beziehung des Einzelnen zum Ganzen. Denn die Emotionen der Zuschauer werden nicht von einzelnen Figuren definiert, sondern von deren Verhalten in Bezug auf andere.

Doch nicht nur die Figuren einer filmischen Erzählung werden von uns hier beständig in ihren Beziehungen, ihrem Sozialverhalten betrachtet. Auch die Beziehung zwischen erzählter Geschichte und Zuschauer steht im Mittelpunkt. Dadurch werden Dimensionen systematisch erfasst, die von anderen Drehbuchlehren nur gestreift werden. Diese Dimensionen sind aber für die Reaktion des Publikums absolut entscheidend. (Mehr zum Spannungsfeld zwischen orthodoxer Drehbuchlehre und dem ›Publikumsvertrag‹ in Teil III).

4. Erzählen ist Kommunikation

Alle Filme sind verschieden, doch alle richten sich an Menschen. Wer also verstehen will, wie Geschichtenerzählen funktioniert, sollte sich mit den grundlegenden Erwartungen und Bedürfnissen der Zuschauer auseinandersetzen. Diese lassen sich auf bestimmte elementare Erfahrungen zurückführen, die ALLE Menschen irgendwann in ihrem Leben gemacht haben. Denn jenseits aller individuellen, intellektuellen und kulturellen Unterschiede stößt man in jeder

Gesellschaft auf elementare Gemeinsamkeiten des humanen Erlebens. Nur so lässt sich erklären, warum Mythen, Märchen und – in jüngerer Zeit nun auch erfolgreiche Filme auf der ganzen Welt verstanden und nachvollzogen werden können.

Erzählen ist im Wesentlichen das Herstellen von Gemeinschaft. Geschichten sorgen für Austausch und Kontakt. Der lateinische Wortstamm *commun*, der dem Wort Kommunikation zugrunde liegt, steht für Vereinigung, Gemeinsamkeit, menschlichen Kontakt. Er erweist sich auch als Schlüssel für die unbewussten Ansprüche der Menschen an Geschichten. Das betrifft nicht nur das Erzählen selbst, sondern auch das, was erzählt wird, handelt von elementaren Erfahrungen, die mehr als nur einen Menschen angehen. Hier, in diesem sozialen Aspekt des Austauschs (der Begriff wird später noch sehr wichtig!) liegt ein zentraler Aspekt des ›human factor‹.

5. Was ist emotionale Resonanz?

In der Akustik spricht man von Resonanz, wenn ein schwingungsfähiger Körper durch eine Schallwelle mit gleicher Frequenz in Schwingung versetzt wird; die erzeugten Wellen breiten sich dann aus und versetzen Objekte wie etwa die Membran im Ohr des Hörers in dieselbe Frequenz. Wenn eine akustische Botschaft ihren Adressaten erreichen soll, müssen die erzeugten Schallwellen in dem jeweiligen begrenzten Frequenzbereich des Empfängers liegen. Andernfalls sind sie nicht wahrnehmbar.

Genauso versuchen Filme, ›innere Saiten‹ im Publikum zum Schwingen zu bringen und zum Miterleben anzuregen. Auch hier ist es nötig, dass sich die Geschichte innerhalb bestimmter Grenzen bewegt. Sie sollte nur von Sachverhalten erzählen, die den Zuschauern emotional zugänglich sind. Dazu muss das Erzählte, bildhaft gesprochen, im menschlichen Frequenzbereich liegen. So handeln fast alle Spielfilme schließlich nicht nur von Menschen oder sozialen Wesen (Geistern, Aliens, Tieren), sondern auch von prozesshaften sozialen Dynamiken. Um im Publikum emotionale Resonanz auf diese Dynamik zu erzeugen, muss sie wiedererkennbar sein. Die handelnden Figuren sollten sich wie Menschen verhalten; die Prozesse und Veränderungen im Gefüge müssen den Gesetzen der emotionalen Logik gehorchen und in etwa dem entsprechen, was jeder Mensch versteht. Jedes Kind erlernt im Laufe seiner Sozialisation bestimmte Spielregeln. Viele sind so grundlegend, dass man sich im Normalfall keine Rechenschaft über sie abzulegen braucht. Wer aber Geschichten erzählt, sollte diese Prinzipien des Zusammenlebens genau kennen und respektieren. Denn die sozialen Regeln bestimmen unsere Wahrnehmung.

Emotionales Erleben im Film ist also nur dann möglich, wenn die geschilderten Prozesse dem ähneln, was man bereits aus dem eigenen Leben kennt (z. B. Trauer nach Verlust, Freude über Liebesbeweise, Wut auf Aggressoren). In dem Fall können Zuschauer sich auf die Situation der Protagonisten »einschwingen« und sie mit Empathie begleiten. Ist dies nicht der Fall, bleibt die Handlung unverständlich und gleicht einer Botschaft »jenseits des hörbaren Frequenzbereichs«. Dann setzt zwar vielleicht intellektuelles Interesse ein, aber keine emotionale Resonanz.

6. Erfolg – Misserfolg – Qualität

Ist ein erfolgreicher Film auch ein »guter« Film? Sicher nicht. »Gut« bedeutet für jeden etwas anderes. Auch wenn häufig in Kritiken oder persönlichen Stellungnahmen von Qualität gesprochen wird, muss doch klar sein, dass es keine objektiven Kriterien dafür gibt und nie geben wird. Qualitätsurteile sind immer Mehrheitsentscheidungen und haben mit Wertvorstellungen zu tun, die sich mit der Zeit, je nach Kultur und auch individuell wandeln. Wenn sich eine Akademie darauf einigt, welchen Film sie als den »Besten«, also künstlerisch Wertvollsten des Jahres auszeichnet, dann spiegelt das nichts anderes wider als das Meinungsbild einer bestimmten Gruppe zu einem bestimmten Zeitpunkt. (Wenn sich in späteren Zeiten die Urteile ändern, heißt das nicht, dass diese nun im zeitlichen Abstand »richtiger« oder »wahrer« wären.)

Geschmacksurteile machen natürlich Spaß: Man findet Filme großartig oder grottenschlecht, verehrt oder verdammt sie – je nach Haltung, je nach Herkunft, Lebensalter usw. Für die öffentliche Wahrnehmung sind diese Qualitätsurteile, die in Feuilletons diskutiert werden, wichtig. Ohne leidenschaftliche Parteinahme wäre ein kulturelles Leben gar nicht möglich oder jedenfalls langweilig.

In diesem Buch aber sollen GESCHMACKSURTEILE KEINE ROLLE SPIELEN. Es wird hier vielmehr versucht, wirklich alle filmischen Genres und künstlerischen Herangehensweisen zu berücksichtigen und vorurteilslos zu betrachten. Maßgebend für unsere Untersuchungen sind diejenigen Geschichten, die in besonderem Maße beim Publikum Anklang fanden, oder sich als Flops erwiesen haben. Das heißt nicht, dass sie deswegen automatisch gut oder schlecht wären. Es heißt nur, dass sie den Bedürfnissen der Zuschauer zu einem bestimmten Zeitpunkt besonders gut oder weniger gut genügten.

Das, was sich den Betrachtern eines Films an Eindrücken vermittelt, unterscheidet sich auch bei den unterschiedlichsten Zuschauern zunächst nicht allzu sehr. Erst die Art und Weise, wie das Erlebte interpretiert und bewertet wird, ist zum Teil sehr verschieden. Es existieren hier eine primäre und eine sekundäre Form der Wahrnehmung: Primär reagiert jeder Mensch auf eine erzählte Geschichte in der Regel recht ähnlich – er erfasst intuitiv, was gemeint ist. Auf der sekundären Stufe der Verarbeitung und Interpretation ergibt sich dann der gewaltige Spielraum der Urteilsbildung, der die Auseinandersetzung mit Film und Kunst so spannend und divergent macht.

Uns interessiert hier nur das, WAS konkret wahrgenommen wurde, also die primäre Ebene. Die sekundäre Bewertung hingegen soll unterbleiben. In die Interpretation der Filme und der von ihnen ausgelösten Emotionen wird aber trotzdem immer auch ein subjektiver Faktor einfließen müssen (auch er ist ›human‹) – restlos objektiv vermessen wird man emotionale Wirkungen nie können. Dennoch ist es wichtig, emotionale Prozesse von ihrer Bewertung erst mal zu trennen.

Dieses Buch postuliert auch keine eigene Moralvorstellung. Die Kriterien, mit denen Filme in diesem Buch beschrieben werden, spiegeln nicht die Vorlieben des Autors wider, sondern die öffentliche Akzeptanz.

7. Arthouse vs. Mainstream

Bei vielen Anhängern des Autorenfilms klingeln die Alarmglocken, wenn sie nur an die Publikumsresonanz erinnert werden. Wer die Autonomie der Kunst hochhält, fordert von ihr absolute Unabhängigkeit vom äußeren Erfolg – und mit Recht. Denn mit Blick auf den Markterfolg wären weder die Bilder van Goghs noch die Romane Kafkas oder die Filme Tarkowskis jemals entstanden.

Es könnte also der Eindruck entstehen, dass sich dieses Buch auf die Seite des Mainstreams und rein marktorientierten Denkens schlägt. Damit würde es automatisch für alle Anhänger des künstlerisch autonomen Films bedeutungslos oder gar Teufelszeug. Das wäre jedoch ein Missverständnis: Denn auch der künstlerisch orientierte Film sucht sein spezifisches Publikum. Auch auf dieser Ebene geht es darum, bestimmte Inhalte so zu kommunizieren, dass sie sich dem Zielpublikum mitteilen – egal ob dieses Publikum groß oder klein ist. Die hier beschriebenen Prinzipien beschreiben universelle Wirkungsmuster. Mit ihnen lassen sich auch kleine, künstlerisch ambitionierte Geschichten wirkungsvoller erzählen – ohne dass man mit Einbußen der Eigenständigkeit zu rechnen braucht. Wie man letztlich mit den hier beschriebenen Gesetzen umgeht, ist allein den Filmemachern und deren künstlerischer Intuition überlassen.

8. Auf den Schultern von Riesen

Wie jede Arbeit zum Thema Dramaturgie steht auch diese auf den Schultern von Riesen – genauer gesagt EINEM Riesen: Aristoteles². Es ist weder trivial noch überflüssig, ihn hier zu erwähnen, war er doch der Erste, der sich ebenso mit dem Erzähler wie um die Beziehung zum Publikum und dessen Reaktionen beschäftigt hat. Diese Aspekte wurden seither eher vernachlässigt.³ Überdies war Aristoteles auch der Erste, der die Beziehung zwischen Drama und Publikum berücksichtigte. Umso wichtiger scheint die Beschäftigung mit wesentlichen Punkten, die Aristoteles in seiner Poetik angedacht hat, die aber heute auf völlig veränderte Verhältnisse treffen. Letztlich könnte er als der Urvater des Publikumsvertrags bezeichnet werden.

9. Die sieben Beispielfilme

Die zentralen Begriffe des Publikumsvertrags werden in diesem Buch anhand von sieben Filmen erläutert, die nach jedem Kapitel beispielhaft herangezogen werden. Dieses systematische Durcharbeiten der immer gleichen Filme mag mit der Zeit pedantisch wirken. Dafür wird auf diese Art deutlich, dass die allermeisten hier besprochenen Aspekte für JEDE Art von filmischem Erzählen maßgeblich sind, wenngleich jeweils in ganz anderer Form und Gewichtung. Die Filme wurden so gewählt, dass sie erstens Meilensteine des Kinos darstellen, zweitens ein möglichst weit gespanntes Feld gängiger Genres abdecken und drittens überwiegend in den letzten Jahren entstanden sind, so dass man erwarten kann, dass sie ein Großteil der Leser auch wirklich kennt. Es schien am einfachsten, sich auf bekannte Kinofilme zu beschränken. Aber natürlich gelten die hier vorgestellten Prinzipien für Fernsehfilme in ähnlicher Weise (mehr dazu in Teil III, B.2).

1. »Titanic« (Buch und Regie: James Cameron)

Der Film kam 1997 heraus und galt bis 2010 als der kommerziell erfolgreichste Film aller Zeiten (wurde allerdings inzwischen von »Avatar« vom selben Autor abgelöst). Es handelt sich um ein Gesellschaftsdrama mit hohem Anteil an Elementen des Romantic Drama. Erzählt wird die Geschichte von ROSE (Kate Winslet), die die Schiffskatastrophe überlebte und sich an ihre Liebesgeschichte mit dem jungen Künstler JACK (Leonardo DiCaprio) erinnert.

2 Aristoteles: »Poetik« (Griechisch/Deutsch), Ditzingen 1994

3 Selbst Ari Hiltunen geht in »Aristoteles in Hollywood« (Bergisch-Gladbach 2001) den eingeschlagenen Weg nicht konsequent zu Ende, er schließt die Interaktion mit dem Publikum nicht in seine Betrachtungen mit ein.

2. »Ratatouille« (Buch und Regie: Brad Bird und Jan Pinkava)

Diese Arbeit gehört jetzt schon zu den Klassikern der Animations-Komödie und bedient das Genre des Family-Entertainments. Der Film aus dem Hause Pixar erreichte 2007 weltweit ein gewaltig großes Publikum und setzte Maßstäbe. In »Ratatouille« steht die kulinarisch geniale Ratte RÉMY im Mittelpunkt, die in ein marodes Luxusrestaurant gerät, welches sie mit dem Küchenjungen LINGUINI wieder zurück zum Erfolg bringt.

3. »The Departed« (Buch: William Monahan, Alan Mak; Regie: Martin Scorsese)

Der Film gehört zum Genre Thriller und ist eines der herausragenden Beispiele dieser Gattung der letzten Jahre. Der prominent besetzte Film erreichte weltweit ein riesiges Publikum. Erzählt wird die Karriere von zwei jungen Männern: BILLY COSTIGAN (Leonardo DiCaprio) wird zum Maulwurf im Syndicat des Mafiapaten COSTELLO (Jack Nicholson). Doch gleichzeitig hat Costello mit SULLIVAN (Matt Damon) seinerseits einen Agenten bei der Polizei. Die Wege der beiden Undercover-Agenten nähern sich immer gefährlicher an und kulminieren tragisch in mehreren Gewalteskalationen. Bedeutend ist hier noch die gleichzeitige Beziehung der beiden Protagonisten mit ein und derselben Frau, MADOLYN MADDEN (Vera Farmiga), einer Polizeipsychologin.

4. »Little Miss Sunshine« (Buch: Michael Arndt; Regie: Valerie Faris und Jonathan Dayton)

Diese Arthouse-Komödie startete 2006, wurde jedoch schnell weltweit ein Kultfilm. Erzählt wird die Geschichte der Familie HOOVER, die sich wegen ihrer Tochter OLIVE zu einem Schönheitswettbewerb in Kalifornien aufmacht. Die Familie wirkt zu Beginn ziemlich zerrüttet – bis sie zunehmend wieder zusammenfindet.

5. »Das Leben der Anderen« (Buch und Regie: Florian Henckel v. Donnersmarck)

Der Film kam 2006 auf den Markt und ist einer der wenigen deutschen Filme, die mit einem Oscar ausgezeichnet wurden. Das historische Gesellschaftsdrama wurde weltweit einer der meistbeachteten deutschen Filme der letzten Jahre überhaupt. In »Das Leben der Anderen« soll der Stasioffizier WIESLER (Ulrich Mühe) den Dichter DREYMAN (Sebastian Koch) und dessen Frau, die Schauspielerin Christa-Maria SIELAND (Martina Gedeck) beschatten. Aus dieser Aktion erwächst jedoch eine geheime Veränderung in Wieslers Haltung, die weder sein Vorgesetzter GRUBITZ (Ulrich Tukur) noch Minister HEMPF (Thomas Thieme) durchschauen.

6. »Keinohrhasen« (Buch: Anika Decker, Til Schweiger; Regie: Til Schweiger)

Diese Romantic Comedy wurde 2008 DER legendäre Publikumsliebbling des deutschen Kinos. In diesem Film wird der Sensationsreporter LUDO DECKER (Til

Schweiger) dazu verurteilt, soziale Dienste in dem Kindergarten von ANNA GOTZLOWSKI (Nora Tschirner) abzuleisten. Aus der anfänglichen Ablehnung beider wird langsam Freundschaft und dann über Umwege die große Liebe.

7. »Der Rote Baron« (Buch und Regie: Nikolai Müllerschön)

Der Film war 2007 die seit Langem teuerste und aufwändigste Produktion deutscher Provenienz, stieß aber sowohl bei Kritik als auch beim Publikum überwiegend auf Desinteresse oder Ablehnung. Erzählt wird hier die Geschichte des deutschen Kriegers MANFRED v. RICHTHOFEN (Matthias Schweighöfer), der sich durch zahlreiche Abschüsse feindlicher Maschinen auszeichnet, am Ende aber selbst sterben muss.

Dieser Film steht hier ein für jene Prozesse, die in Gang kommen, wenn der Publikumsvertrag nicht oder nur teilweise erfüllt wird.