VeDRA
Verband deutscher Film- und Fernsehdramaturgen e.V
¬ 10 | Jan. 2006
Der Newsletter

Diskussion
¬ *Storytelling and Cultural Identity*
von Ink Fromme

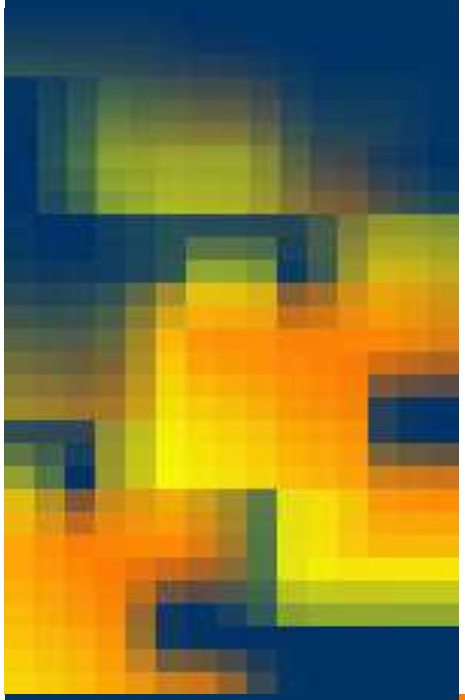
Kino in der Krise
¬ *Auf der Jagd nach dem großen Wurf*
von Dirk Blothner und Ellen Didszus

Filmanalyse
¬ *King Kong 1: Zu viel gewollt und darüber das Publikum verfehlt?*
von Dirk Blothner

¬ *King Kong 2: „King Kong" und der Human Factor*
von Roland Zag

¬ *Visual Storytelling in „Batman Begins"*
von David Freeman

Theorie
¬ *Cells That Read Minds*
von Sandra Blakeslee



Möge das neue Jahr Ihnen leicht werden.
Gesundheit, Lorbeeren und Moneten –
was braucht man mehr?

Gustave Flaubert an Edmond de Goncourt

Liebe Leser

nach einer längeren Pause erscheint nun noch rechtzeitig vor Beginn der Berlinale ein weiteres VeDra e-zine, das zehnte nun. Es kreist um die Frage, was einen Film zum Erfolg oder gar Blockbuster macht und woran es liegen könnte, wenn ein Film bei Publikum und/oder Kritik scheitert.

Jedenfalls gibt es offenbar kein Erfolgsrezept, es gibt keine Erfolgsgarantie, kein Gütesigel sichert den Box Office-Rekord. Ein berühmter General hat einmal gesagt: „Jeder Schlachtplan ist hinfällig, wenn der erste Schuss gefallen ist." Genauso ist es offenbar im Kino – was auch immer in einen Film hineingesteckt worden ist an Geld, Kreativität und Können – ob er sein (Ziel-) Publikum tatsächlich erreicht, entscheidet sich, wenn sich der Vorhang im Kino teilt oder hebt. Und niemand kann Erfolg oder Misserfolg vorhersagen oder gar planen. Was ja auch etwas Angenehmes, Positives hat – wie viel langweiliger wäre doch unsere Branche, wenn Erfolg und die Publikumsreaktion tatsächlich ausrechenbar, planbar wäre, wenn man nur all die zahllose Ratgeber-Literatur lesen und anwenden müsste, um einen Hit zu landen. Aber nein, überraschenderweise gibt es sie noch, die Flops. Trotz aller Drehbuchseminare und Drehbuch-Literatur, aufgeblähter Werbebudgets und riesiger Gagen für Stars und Starregisseure und immer aufwändigerer Spezialeffekte.

KING KONG ist so ein überraschender „Flop" (auch wenn manch deutscher Regisseur oder Produzent sicher glücklich wäre, einmal im Leben auf derart hohem Niveau scheitern zu dürfen und nur ein paar hundert Millionen Dollar einzuspielen und nicht die erwartete Milliarde …). Dabei konnte doch eigentlich gar nichts schief gehen. Peter Jackson hat als Regisseur gerade mit HdR die erfolgreichste Kino-Trilogie aller Zeiten abgeliefert, sein Name und Können galten als Erfolgsgarant. King Kong ist eine Filmfigur, die jeder kennt, ein re-make konnte also auf einen optimalen Bekanntheitsgrad setzen, die Story ist potentiell herzergreifend und spannend, der haarige Held ein echter *lonesome hero* mit hohem Rührwert, Peter Jacksons CGI-Fachleute hatten schon bei Gollum gezeigt, was in ihnen steckt – und dennoch wollten KING KONG viel weniger sehen als erwartet.

Woran lag's? Roland Zag und Dirk Blothner versuchen von je unterschiedlichen Ausgangspunkten, Erklärungsansätze zu liefern dafür, dass überraschend viele Mitglieder des potentiellen Zielpublikums Kong die kalte Schulter zeigten. Dirk Blothner geht noch einen Schritt weiter, in dem er in einem weiteren Beitrag die Jagd nach Blockbustern als mitursächlich für die Krise des Kinos erklärt. Er plädiert für Vielfalt im Kino, um Zielgruppen ins Kino zurück zu holen, die diesem verloren ge-

Inhalt

Liebe Leser 1
DISKUSSION 4
Storytelling and Cultural Identity 4
KINO IN DER KRISE 9
Auf der Jagd nach dem großen Wurf 9
FILMANALYSE 11
Zu viel gewollt und darüber das Publikum verfehlt? 11
King Kong und der Human Factor 13
Visual Storytelling in BATMAN BEGINS 14
THEORIE..... 18
Cells That Read Minds 18
Impressum 21

gangen sind durch die zu starke Ausrichtung auf Blockbuster.

Wir alle haben ja einen Körper, dessen Funktionsweise auch unsere Wahrnehmungsmöglichkeiten definiert. Insofern ist es vielleicht ganz sinnvoll, einmal über den Tellerrand zu sehen und nachzulesen, was die Biologie über unsere Wahrnehmungsverarbeitung herausgefunden hat. Thilo Röscheisen hat in der New York Times einen interessanten Artikel über „Spiegelneuronen" gefunden, der aus biologischer Sicht ein neues Verständnis eröffnet für die Prozesse, die in Zuschauern ablaufen, wenn sie einen Film sehen – und mögen oder nicht mögen. Wenn die These stimmt, dass der Zuschauer mit Hilfe von „Spiegelneuronen" die Verhaltensweisen seiner Mitmenschen und diese selbst sowie der Figuren auf der Leinwand eher durch „nachfühlen" als durch nachdenken versteht, dann könnte dies das Plädoyer für regionale Filme mit starker kultureller Identität stärken, deren Authentizität sie besonders nachvollziehbar macht. Authentizität könnte so die Einfühlung des Publikums erleichtern, möchte man annehmen – allerdings vorwiegend des einheimischen.

Andererseits schaffen viele Filme eigene Welten, Fantasy-Filme zum Beispiel und Science Fiction, die auf den ersten Blick nichts Authentisches haben (können). Auch haben keineswegs überall einheimische Filme einen Heimvorteil. Im Gegenteil. Eine bestimmte Art von Filmen - darunter eben jene Blockbuster - erfreuen sich weltweit über alle Kulturen hinweg hoher Beliebtheit und werden offenbar kulturübergreifend verstanden, während einheimische Filme über eine geringen Marktanteil nicht hinaus kommen.

Vielleicht, weil Authentizität weniger eine Frage des Themas ist als eine der Darstellung? Also: Wie „echt" kommt etwas rüber, wie menschlich nachvollziehbar, wie glaubwürdig, wie nachfühlbar? Produzentenlegende Robert Evans hat einmal über den PATEN gesagt, er sei deshalb so erfolgreich geworden, weil er so authentisch war: „Man konnte die Spaghetti förmlich riechen".

Doch die Spaghetti allein haben den Paten wohl nicht zum Erfolg gemacht, hinzu kamen überlebensgroße Charaktere, überlebensgroß zugespitzte Konflikte, die überall verstanden werden konnten, da sie über alle Kulturen hinweg an urmenschliche Grunderfahrungen anknüpfen konnten. Und Marlon Brando. Das sollte man vielleicht nicht außer Acht lassen – es sind die Schauspieler, die letztlich das Geschriebene verkörpern, und es sind nicht zuletzt die Stars, die eine einfache Geschichte zu einem großen Film machen (können).

Inka Fromme hat sich dankenswerterweise die Mühe gemacht, die VeDra-Veranstaltung STORYTELLING AND CULTURAL IDENTITY vom vergangenen Jahr (Berlinale Talent Campus, 13/02/2005) zur diesjährigen Berlinale aufzuarbeiten, um die Thesen auch denen zugänglich zu machen, die damals nicht dabei sein konnten. Die vorgetragenen Thesen sind immer noch aktuell, berühren sich daher auch mit den anderen Beiträgen dieser Ausgabe. Die Ausgangsfrage damals: Sollen die Filmemacher ihre Geschichten möglichst universal machen, also blockbustertauglich, oder lieber regional belassen, also klein, aber authentisch?

Jemand wie David Freeman dagegen würde möglicherweise sagen: „Universal, regional – mir doch egal. Ich sage: Verwende alle Techniken an, die wir kennen, um den Zuschauer zu gewinnen, und das passend zur jeweiligen Story und zum verfügbaren Budget und so gut wie möglich. Den Rest überlass dem Zuschauer." Ihn interessiert nicht die Theorie, sondern die Analyse erfolgreicher Filme und Techniken und deren Beschreibung, so dass sie anderen zur Anwendung zur Verfügung stehen. Interessanterweise berührt sich sein Ansatz mit den Thesen, die in dem NYT-Beitrag über Spiegelneuronen vertreten werden: Für Freeman entfalten Filme einen Großteil ihrer (emotionalen) Wirkung, ohne dass dies die meisten Zuschauer bewusst wahrnehmen. Dabei werden von den Filmemachern ganz bewusst alle verfügbaren Techniken der visuellen Bildsprache genutzt, um dem Zuschauer emotionale Inhalte zu vermitteln, ohne dass sich diesen das unbedingt erschließt – was die Wirkung keineswegs schmälern muss. Im Gegenteil.

Was für Kinofilme gilt, gilt – wenn auch in kleinerem Maßstab - auch für Fernsehfilme, ob

Liebe Leser

TV-Movies oder Serien. Leider kommt bei uns in der bisherigen Diskussion der Bereich TV kaum vor. Kino ist „*bigger than life*", sicher, aber hier bei uns ist der TV-Markt der wesentlich größere. Es wird auch bei uns industriell produziert (z.B. Serien, Soaps etc.) mit Teams von Autoren und Dramaturgen, TV-Sender und Produktionen unterhalten Developmentabteilungen. Leider kommt dieser Bereich bei uns kaum vor, was auch damit zusammen hängen dürfte, dass die entsprechenden Kollegen bisher offenbar keinen Sinn darin gesehen haben, in diesem Verband und an dieser Diskussion zu partizipieren. Vielleicht, weil niemand aus dem eigenen Nähkästchen plaudern möchte (oder darf). Vielleicht, weil in dieser Richtung bisher von uns zu wenig Aktivitäten entfaltet wurden, um auch diesen Kollegen etwas zu bieten? Aber was nicht ist, kann ja noch werden …

Viel Spaß beim Lesen wünscht
Andreas Grünberg

DISKUSSION

Storytelling and Cultural Identity

Kulturelle Identität durch globale Klischees?

von Inka Fromme

Der folgende Beitrag bezieht sich auf die Podiumsdiskussion unseres Verbandes, die im Rahmen des Talent Campus während der letztjährigen Berlinale unter dem Titel Storytelling and Cultural Identity *am 13. Februar stattfand. In der Moderation von Dagmar Benke nahmen folgende Teilnehmer an der Runde teil: der Script Consultant Keith Cunningham (USA/Deutschland); die Filmjournalistin Meenakshi Shedde (Indien), Christian Mungiu (Rumänien), Regisseur Eddie Mbalo (Rep. Südafrika), Filmpolitiker David Wingate (Norwegen), Buchautor Amin Farzanefar (Iran/Deutschland).*

Was uns kulturell verbindet, sind die gegenseitigen Vorurteile. So sehen es EDDIE MBALO (Geschäftsführer „National film & Video Foundation“, Rep. Südafrika) und CHRISTIAN MUNGIU (Regisseur/Journalist, Rumänien), die auf dem internationalen Panel zum Thema „Globales Erzählen für den Film“ auf dem Berlinale Talent Campus im Februar 2005 eine Überprüfung unserer Erwartungen an regionales Erzählen forderten.

Zuschauer aus dem „westlichen“ Kulturkreis erwarten von Filmen aus Regionen, die für sie randständig sind, Exotisches, Mystisches und Verführendes. Für Südafrika äußere sich dies in der Erwartung barbusiger Frauen sowie dem Auftauchen wilder Tiere, glaubt Mbalo; mit dem Balkan würden stärker Musik, skurrile Charaktere sowie singende, lachende Zigeuner assoziiert. Beides helfe zwar enorm, Filme aus eben jenen Regionen zu verkaufen, hat aber laut Mungiu wenig mit der jeweiligen Realität in der Region zu tun. Er unterstrich seine Aussage mit der Anekdote von jenen Teilnehmern einer Filmveranstaltung, die einhellig die Frage, ob es einen spezifischen Sinn für Humor im Balkan gäbe, mit Ja beantworteten, wobei aber keiner von ihnen aus der Region stammte.

Folgt daraus, dass Schreiben für den internationalen Markt zwingend bedeutet, Klischees zu bedienen? So wie Emir Kusturica mit eben diesen Klischees gespielt hat und dadurch internationale Berühmtheit erlangte? Für Christian Mungiu bedeutet es das. Und mehr noch: Für ihn beinhaltet Schreiben für den internationalen Markt den Verlust der eigenen Stimme sowie den Verlust des spezifischen Zuschauers der genau diese Stimme versteht – globales Erzählen als eine Praxis, bei der regionale Besonderheiten der Erzähler und der Empfänger aufgelöst werden.

Eine beängstigende Vorstellung, der ich zunächst mit einer kurzen Betrachtung des Ausdrucks „Markt“ begegnen möchte. Denn tatsächlich kann das Schreiben unter wirtschaftlichem Erfolgsdruck diese Auflösung der regionalen Besonderheiten nach sich ziehen. Ebenso wie es die Forderung nach Happy Endings zur Folge haben kann und die Erfüllung von Genrekonventionen oder das Bedienen bestimmter Filmstars, um nur drei Beispiele zu geben.

Dass dieser Mechanismus jedoch eine generelle Auflösung des regional Spezifischen bedeutet, möchte ich bezweifeln. Zeigt nicht das Beispiel von der Dominanz des Films in drei Akten im westlichen Film, dass diese Form eine bestimmte Epoche prägte, um sich in der Folge an der ihr eigenen Begrenztheit aufzulösen und dann Platz zu machen für anderes: Episches, Tragisches und – übertragen auf unseren besonderen Fall – eben auch Regionales?

DAVID WINGATE (Drehbuchberater, Sources 2, Norwegen) beschrieb die Idee des globalen Erzählens für den Film weitaus drastischer: „Universelle Geschichten sind mir suspekt. Wenn du raus gehst, um für alle was zu erzählen, bist du nicht mehr genuin in deiner Kultur und gehst verloren.“ Diesen schwarzmalerischen Gedanken des Verlorengehens unter dem

Diktat universell zu sein, bringt sein folgender Ausspruch zynisch auf den Punkt: „Im globalen Erzählen steckt doch die Idee des Imperialismus, dass in jedem Schwarzen eigentlich ein Weißer steckt, den man hervorlocken könne!“

Tröstlich scheint mir hierbei die Beobachtung, dass es das Diktat, universell zu erzählen, zwar im Abstrakten gibt, dabei aber (noch) keine gültige Definition besteht, was universelles Erzählen wirklich ist. Diese Unklarheit hat eine positive und eine negative Seite. Positiv ist, dass durch die fehlende Definition ein individueller erzählerischer Freiraum entsteht: Einem Abstraktum kann man sich nur schwer beugen. Negativ ist, dass genau das oftmals von vielen in der Stoffentwicklung Tätigen erwartet wird.

Bedeutet diese Beobachtung nun, dass es besser wäre, die Finger davon zu lassen, dem Phänomen des „Erzählens globaler Geschichten“ auf den Grund zu gehen, um die künstlerische Freiheit des Individuums zu erhalten? Wären nicht alle Stoffentwickler besser beraten, auf eine solche Definition zu verzichten? Das kommt darauf an, ob sich überhaupt eine eindeutige, als Diktat taugende Definition finden lässt.

Laut KEITH CUNNINGHAM (Script Consultant, USA/Deutschland) hat jede menschliche Situation Elemente, die jeder verstehen kann, weil uns die Fähigkeit, Mitgefühl füreinander zu empfinden, ebenso angeboren ist wie unser Nervensystem. Beide seien universell und aus beiden entstehe der universelle Mechanismus aus Anspannung und Entspannung, der die Basis für das Geschichtenerzählen bildet. Uns verbinde also mehr als nur die gegenseitigen Vorurteile, denn dieser Mechanismus werde nicht durch Milieu, Bildungsgrad, Nationalität und so weiter limitiert. Jeder empfinde wohl Mitgefühl, wenn er Opfer von Naturkatastrophen sieht. Die universelle Ebene stelle sich einfach ein, wenn es um große, bedeutsame menschliche Erfahrungen geht.

Was aber, wenn Erzähler aus der so genannten entwickelten Welt Geschichten erzählen, in denen diese „bedeutsame Erfahrung“ nicht der Bedrohung des eigenen Überlebens entspringt? Die Frage: „Ist meine Geschichte wichtig und relevant genug?“, stellen sich laut Cunningham, der auch Drehbuchkurse in Palästina und Marokko gibt, die dortigen Erzähler nicht. Folgt daraus, dass globales Erzählen gebunden ist an das bedrohte Leben der Protagonisten? Was aber, wenn beispielsweise bei Woody Allen der Protagonist zwar nicht in Lebensgefahr, wohl aber in seiner typischen emotionalen Krise steckt? Hätte das Relevanz für Zuschauer aus der so genannten Dritten Welt? Können diese Art Filme auch universell wirken? Eine interessante Frage, die auf diesem Podium so nicht diskutiert wurde.

„Das Sein bestimmt das Bewusstsein!“ schreibt Karl Marx. Daraus folgt: Wenn das Sein eines Zuschauers die Erfahrungen einer Figur von Woody Allen nicht mit eigenen authentischen Erfahrungen auffüllen kann, bleibt die emotionale Wirkung des Films auf ihn aus, da ja die universelle Ebene der von Cunningham als bedeutsam bezeichneten Erfahrungen nicht berührt wird.

Für den Erzähler würde dies bedeuten, dass sie jeweils die konkreten politischen und sozialen Begebenheiten, ihr Sein, in ihren Geschichten künstlerisch aufbereiten müssten. Laut Mungiu war beispielsweise Filmen aus den früher so genannten Ostblock-Ländern gemeinsam, dass viele gegen das Regime angeschrieben waren: „1989 änderte sich die Welt, die Freiheit kam und wir rannten alle ein paar Meter in die Freiheit, um dann festzustellen, dass wir nicht wissen, was wir mit ihr anfangen sollen.“

Die Frage drängt sich auf, ob Mungiu mit dem Mehr an Freiheit ein Weniger an gemeinsamen Geschichten verbindet. Und bedeutet ein Weniger an gemeinsamen Geschichten gleichzeitig ein Weniger an Universalität? Dass ein Aufweichen der gemeinsamen Geschichten langfristig zu einem Ende der gemeinsamen Erwartung führt, die wir von der Region haben, scheint mir schlüssig. Dass damit aber eine Auflösung des Universellen einher geht, ist nicht bewiesen. Vielleicht verhält es sich auch gerade konträr, und das Spezifische, das regional Konkrete ist das, was einen Film universell macht.

Dasselbe kann für Geschichten aus dem Orient gelten. MEENAKSHI SHEDDE (Film-

journalistin „International Forum of New Cinema“, Indien) und AMIN FARZANEFAR (Filmjournalist, Deutschland/Iran) betonen beide, dass der so genannten orientalischen Erzählweise das Schreiben gegen die Zensur gemeinsam ist.

Erzähler beider Nationen sind gezwungen, die Themen Sexualität, Staat und Regierung sowie Religion entweder zu umgehen, oder aber sie so aufzubereiten, dass der Zensur der Zugriff entzogen wird, wie wenn beispielsweise eine Frau ihre Kopfbedeckung abnimmt und darunter keine Haare hat.

Aus diesen, das Sein der so genannten orientalischen Filmemacher prägenden, Umständen ergibt sich so etwas wie eine als orientalisch zu bezeichnende Erzähltradition, die keineswegs historisch kulturellen Ursprungs ist, die aber die spezifischen Erwartungen an die filmische Erzählstruktur aus der Region wesentlich prägt.

Wenn wir zu der eingangs gestellten Forderung nach der Überprüfung unserer Erwartungen an regionales Erzählen zurückkehren, können wir feststellen, dass diese wesentlich aus politischen und gesellschaftlichen Mechanismen in der Gegenwart entstehen. Das Sein bestimmt also das Bewusstsein der Erzähler wie der Zuschauer gleichermaßen, wodurch ein Rückschluss auf Zuschauergruppen für bestimmte Filme möglich wird, nicht aber auf deren Universalität.

Wie aber verhält es sich mit den historisch tradierten Erzählstrukturen? Ist es so, wie der Drehbuchautor Jean-Claude Carrière postuliert, dass wir entweder mit Aristoteles, dem Urvater der geschlossenen Drei-Akt-Form erzählen, was besonders in den 1980er Jahren tendenziell als universelles Erzähl- und Erfolgsmuster gewertet wurde? Oder wir erzählen orientalisch und bewegen uns episch mäandernd durch unsere Stoffe, wie es einst die Mahabarata und das Ramayana vorgaben? Schließt das eine das andere wirklich aus?

Carrières These in gewisser Weise widersprechend stellt Meenakshi Shedde Gemeinsamkeiten zwischen den beiden Erzählformen ‚Bollywood‘ und ‚Hollywood‘ heraus. Diese siedelt sie jenseits der Gegensätze dramatisch versus epischen, die – folgen wir Carrière – in ihrer Struktur so unvereinbar sein sollen: eine einfache Storyline, große Emotionalität sowie direktes Erzählen von Gut und Böse. Es sieht aus, als brächten gerade diese drei Bestandteile filmischen Erzählens jene ‚bedeutsamen Emotionen‘ hervor, die Cunningham als für das Universelle notwendig erachtet, denn wie wir gleich sehen werden, können diese Filme international ausgewertet werden.

Neben diesen Gemeinsamkeiten bleiben dennoch die Unterschiede zwischen orientalischem und westlich geprägtem Erzählen bestehen. Und diese sind inhaltlicher und filmästhetischer Natur. Die von der kausalen geschlossenen Drei-Akt-Form geprägte erzählerische Prämisse ist, dass ein Held ein Ziel hat und Schwierigkeiten, dieses zu erreichen. Diese „dramatische Urform“ wird hauptsächlich in einer Region Anwendung finden, deren Bewohner von der Vorstellung ausgehen, dass die Lösung von Konflikten durch Zielstrebigkeit und ihr eigenes Handeln zu erreichen ist.

Erzähler aus jenen Regionen, in denen Individuen sich Mächten ausgesetzt sehen, die nicht kausal greifbar und angreifbar sind, werden, um dies ausdrücken zu können, eher zu epischen Grundstrukturen tendieren. Form und Inhalt bedingen einander ebenso, wie regionale Weltanschauungen Inhalte bedingen und somit die formale Grundstruktur einer Geschichte. Bestimmte Lebensumstände bringen bestimmte Geschichten hervor und es wäre eine interessante Untersuchung, diese wechselseitige Bedingtheit auf ihren Umkehrung hin zu untersuchen, ob bestimmte Erzählweisen auch bestimmte Lebensformen hervorbringen können.

Anhand eines von Shedde gezeigten Filmbeispiels aus Bangladesh wurde die stringente Verwendung von Zeichen und Symbolen in den Geschichten deutlich. Diese wirklich verstehen zu können setzt deren Kenntnis voraus. Diese Symbole sind eine das Sujet eines Films tragende inhaltliche Komponente, die im Gegensatz zu weniger inhaltlichen Aspekten der ästhetischen regionalen Erzählkonventionen steht, wie es beispielsweise der Einsatz sprechender Affen und andere Fabelwesen im thailändischen Film sein kann.

Aufgrund der großen Mythen ihres Landes, wie beispielsweise dem Ramayana, sind die Zuschauer mit dem Einsatz solcher Wesen bestens vertraut und empfinden sie keineswegs als Bruch in einer an sich authentisch angelegten Geschichte. Diese Vereinbarung ist auch für den westlich geprägten Zuschauer zu entschlüsseln, ohne dass er inhaltlich mit den Mythen und ihren Symbolen vertraut sein muss.

Trotz jener nur einer begrenzten Zuschauerzahl verständlichen Symbole werden Bollywood-Filme erfolgreich exportiert in Länder wie Deutschland, die Sowjetunion, die osteuropäischen Republiken, Asien sowie nach Großbritannien und in die USA. Mir scheint, dass dieses Phänomen neben den gradlinigen emotionalen Inhalten auch auf der in Bild und Ton opulenten Ästhetik der Filme beruht sowie auf deren epischer Grundstruktur. Hier entwächst quasi aus der regionalen Besonderheit – der spezifischen Filmästhetik – das internationale Verkaufsargument und nicht deren hermetische Geschlossenheit.

In der spezifischen Filmästhetik, der spezifischen Filmsprache sieht auch Eddie Mbalo die Chance für den südafrikanischen Film. Auch dieser wendete sich – wie die Filme aus dem Balkan – gegen ein Regime, aber er bediente sich dabei der formalen Tradition der mündlich überlieferten Geschichten. Und diese Geschichten folgen dem epischen Fluss des Lebens und lassen sich nicht in einen „Plot“ pressen. Eine Beobachtung, die Mbalo mit David Wingate teilt, wenn der fragt: „Wie können wir denn unter der Prämisse des Plots Filme machen, die dem Leben gerecht werden?“ Und ich möchte die Frage dahingehend erweitern: Wie können wir denn unter der Prämisse des noch nicht abschließend definierten erzählerisch Universellen Filme machen, die unserer jeweiligen kulturellen Identität gerecht werden?

Laut Wingate geht es nicht darum, universelle Ausschnitte von Welt zu zeigen, um das Publikum zu bereichern, sondern vielmehr regional spezifisch und konkret zu erzählen. Wie wir gesehen haben, bedingt dies gleichermaßen bestimmte Inhalte sowie die strukturelle und ästhetische Erscheinung, muss aber nicht in zwingend ein Ausschlusskriterium für Universalität sein.

Für Cunningham ist die Annäherung an das Universelle die Methode, Brücken zu bauen. Eine Geschichte zu entwickeln, bedeutet für ihn zunächst, sich darüber klar zu werden, was wir erzählen wollen und wem. Denn einen spezifisch regionalen Film für Leute aus derselben Region zu machen, sei eine andere Sache als für ein ganzes Land, oder aber für die „Welt“. Wenn man einen spezifischen Ausschnitt für die „Welt“ erzählen will, ist es laut Cunningham Sache des Erzählers, das Spezifische so zu erzählen, dass es international verstanden werden kann. Übertragen auf mein Woody-Allen-Beispiel bedeutet dies, dass dieser Erzähler gut beraten wäre, zu vermitteln, dass es für die von Woody Allen verkörperte Figur eine „bedeutsame Erfahrung“ ist, sich dem Essen mit einer zukünftigen Schwiegermutter zu stellen.

Fallhöhe ist, so erschließt es sich mir, wie groß die Bedeutung des entsprechenden Problems für die Figur ist. Für die eine Figur ist es ein unüberwindbares Hindernis, einen Fremden anzusprechen, während eine andere den Begriff Hindernis überhaupt erst anwendet, wenn unser Planet in Gefahr ist. Die Aufgabe des Erzählers ist es nun, das Problem so darzustellen, dass die Zuschauer vieler Regionen das für die Figur „Bedeutsame“ daran verstehen können. Dieser Prozess schließt mit Sicherheit den massiven erzählerischen Einsatz von regionalen Riten und Symbolen aus, nicht aber die Vermittlung regionaler Inhalte.

Cunningham zog aus der Debatte ein ganz praktisches Fazit: „Das Nachdenken bei der Entwicklung eines Films, ob er lokal oder global ist, behindert den Schaffensprozess ebenso wie die Verwendung des Wortes ›sollte‹!“ Für ihn ist vielmehr die Frage entscheidend, wie wir trotz des enormen wirtschaftlichen Drucks authentischen Filmen Raum sichern können, unabhängig davon, ob sie regional oder global sind.

Mir scheint heute, dass in genau jenem Phänomen, welches von sieben Gesprächsteilnehmern so unterschiedlicher Nationen gemeinsam als schützenswert betrachtet wird, sowohl der Schlüssel zum globalen

Erzählen liegen kann, als auch die Antwort auf die Frage, was uns global verbindet: unsere Hinwendung an Authentizität im Film!

Unsere Hinwendung an authentische Filme verbindet uns – wie mir scheint – mehr als die gegenseitigen Vorurteile und sie verbindet uns genau so stark, wie unsere kollektive Fähigkeit, Mitgefühl zu empfinden. Folgt daraus nicht, dass gerade regional Spezifisches, also authentische Figuren in für sie authentischen Welten – und selbst künstliche Welten haben eine ihr innewohnende Authentizität – ein Gütesiegel für globale Wirksamkeit sein kann?

Wenn es uns als Erzähler also gelänge, eine authentische Figur durch für sie – und nur für sie! – bedeutsame Konflikte in ihrer Welt zu schicken und wir dabei das individuell Bedeutsame so vermitteln, dass es universal verständlich ist, dann könnte es funktionieren und eine globale Wirkung stellt sich ein. Sind also regional und global keine Gegensatzpaare, sondern vielmehr die zwei Seiten ein- und derselben Medaille? Braucht nicht gerade globale Wirksamkeit das regional Spezifische aus dem sich meines Erachtens wesentlich die innere Glaubwürdigkeit einer Geschichte speist – sprich ihre Authentizität?

Könnte globale Wirksamkeit durch regional konkretes Erzählen in Bezug auf die regionale filmästhetische Komponente dieser Betrachtung praktisch bedeuten, dass wir Zuschauer keine Schwierigkeiten damit haben, ästhetischen Erzählkonventionen wie beispielsweise dem sprechenden Affen in der Geschichte zu folgen, so lange das, was er spricht, eine für die authentische Figur relevante Wirkung hervorbringt?

Wenn wir unsere filmische Wirkungs- und Erfolgsanalyse auf die Beobachtung reduzieren wollen, dass ein Film umso bewegender ist, je authentischer er ist, dann leitet sich doch daraus ab, dass er umso globaler wirken kann, je regionaler er ist. Ein erfrischender Gedanke, um dem mehr oder weniger offen ausgesprochenen Diktats des universellen Erzählens konstruktiv begegnen zu können.

Originalbeitrag für diese Ausgabe.

Kontakt: fromme@dramaturgenverband.org

KINO IN DER KRISE

Auf der Jagd nach dem großen Wurf

Altersübergreifende Ausrichtung als Problem

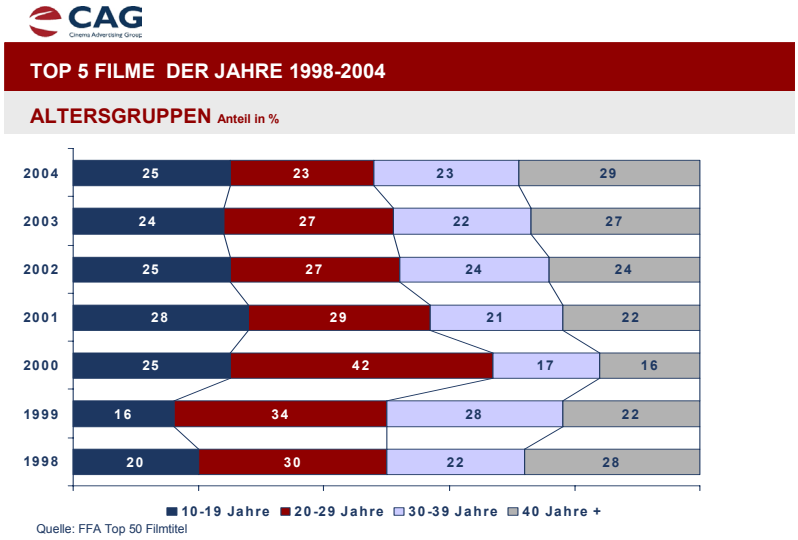
von Dirk Blothner und Ellen Didszus

In den vergangenen Jahren ging der Anteil junger Kinogänger stetig zurück, dagegen stieg der Anteil von Besuchern über 30 Jahren stetig an. Mit dieser Altersverschiebung kommt in der Branche die Befürchtung auf, das Kino steuere auf eine seiner größten strukturellen Krisen zu. Viele Analysten gehen davon aus, dass hierfür vor allem DVD, Heimkino und Internet verantwortlich zu machen sind. Auch wird ein mangelndes Angebot an guten Filmen beklagt. Ellen Didszus, Leiterin Marktforschung CAG und Prof. Dirk Blothner, Filmwirkungsanalyse Köln haben filmbezogene Daten analysiert, die in den vergangenen Jahren von der FFA auf der Grundlage des GfK-Panels veröffentlicht wurden. Die Ergebnisse zeigen, welchen Einfluss Filminhalte auf das Verhalten der Zielgruppe 20 bis 29 haben und legen nahe, die zurzeit gefahrene Strategie der breitenwirksamen Blockbuster gründlich zu überdenken.

Spätestens seit dem Titanic-Jahr 1998 sieht die Filmwirtschaft ihr Heil in der Produktion und Vermarktung von Filmen, die wie das große Vorbild Titanic möglichst allen Altersgruppen etwas bieten. Damit hat sich eine inhaltliche Ausrichtung von Blockbustern etabliert, in der zwar viele Menschen Platz haben, die aber auf Dauer die unterschiedlichen Bedürfnisse der Kinogänger vernachlässigt. Dieser Trend wurde vor der Jahrtausendwende mit ihren digital produzierten Bilder zwar beeindruckenden, inhaltlich jedoch in der Mitte des Mainstreams schwimmenden Weltuntergangs- und Welterrettungsfilmen auf den Weg gebracht.

Nach der Jahrtausendwende war die Zeit der Weltuntergangsfilme vorbei und es waren mit einem Male keine großen Filme verfügbar, auf die sich mehrere Altersgruppen ähnlich gut einlassen konnten. So belegten im Jahr 2000 eine anstößige Komödie wie AMERICAN PIE, ein kühler Actionfilm wie MISSION IMPOSSIBLE 2, aufstörende Dramen wie AMERICAN BEAUTY und THE SIXTH SENSE und ein ungewöhnlicher Historienfilm wie Gladiator die Top 5 des Jahrescharts. Diese Filme lagen sehr viel mehr am Rand des Mainstreams als die Top 5 der Vor- und Folgejahre und gingen einher mit einem beachtlichen Anstieg des Anteils der 20-29jährigen an den fünf erfolgreichsten Produktionen des Jahres.

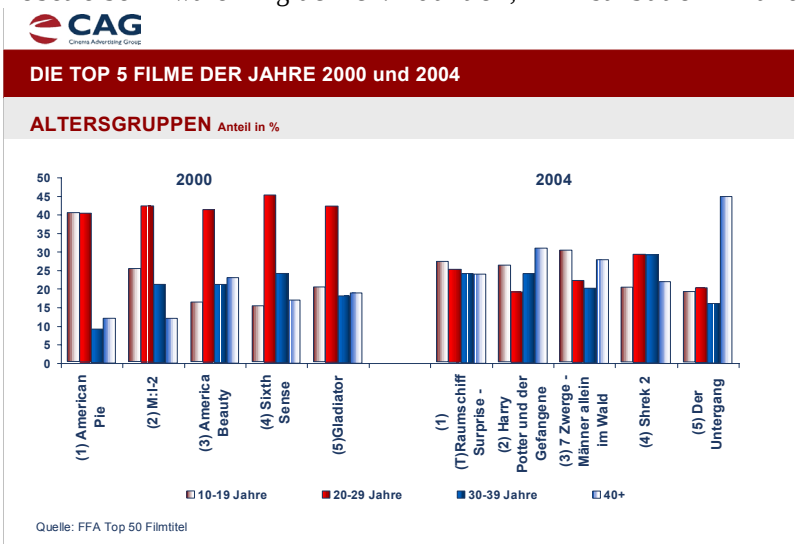
Frühere Untersuchungen zur Wechselwirkung von Filminhalten und Lebensaltern haben gezeigt: Menschen dieser Altersgruppe wollen Filme sehen, die Grenzen sprengen, die außergewöhnliche Erfahrungen bieten. Sie lassen sich auch auf die oben besprochenen Filme mit breiter Ausrichtung ein, vermissen aber etwas, wenn diese im Kino zu stark vertreten sind. Dann suchen sie woanders nach Erlebnissen, die ihren Hunger nach ungewöhnlichen Erlebnissen stillen. Diesen „Kick“ finden sie, indem sie Filme illegal aus



Quelle: FFA Top 50 Filmtitel

dem Internet downloaden, Horrorfilmabende mit Freunden veranstalten und vieles mehr. (s. vier Studien „Filminhalte und Zielgruppen“ bei www.ffa.de unter Publikationen)

Mit dem Start der Reihen Harry Potter und Herr der Ringe setzte sich im Jahr 2001 die altersübergreifende Ausrichtung der Topfilme für mehrere Jahre durch. Hollywood und die Kinobetreiber waren glücklich. Aber sie zahlten einen hohen Preis: Die Jungen kehrten dem Kino mehr und mehr den Rücken zu. 2004, schließlich, waren die Twens mit ihren spezifischen Interessen so weit verdrängt, dass sich in den Top 5 fast ausschließlich Filme der altersübergreifenden Ausrichtung durchsetzten: TRAUMSCHIFF SURPRISE, HARRY POTTER, 7 ZWERGE, SHREK II und DER UNTERGANG. In dem Chart wird die inhaltliche Nivellierung der Top 5 Filme in 2004 als breite Altersverteilung deutlich sichtbar. Lediglich Der Untergang brach aufgrund seines Themas aus dieser Reihe aus und zog überproportional viele Zuschauer über 40 Jahren an.



Ob sich eine Zielgruppe im Kino einfindet, ist abhängig von der durch Inhalte bestimmten Unterhaltungsverfassung, die von der Kinowirtschaft (Produktion, Distribution und Betreiber) unterstützt wird. Wenn man auf eine große, breite Unterhaltungsverfassung setzt - was auch die digitale Revolution möglich machte - verdrängt man unweigerlich Zielgruppen mit spezifischeren Bedürfnissen. Das traditionelle Kinopublikum (die jungen, nach neuen und ungewöhnlichen Erlebnissen suchenden Kinogänger) findet in den am meisten beworbenen Angeboten des Kinos weniger Anhaltspunkte, wirklich auf seine Kosten zu kommen.

Es sind daher nicht allein DVDs, Heimkinos und Internet, die die 20-29Jährigen dem Kino abziehen. Es ist auch die von der Filmwirtschaft seit Jahren unterstützte, altersübergreifende Ausrichtung, die die Jüngeren aus dem Kino treibt und woanders nach den zu ihnen passenden Erlebnissen suchen lässt.

Die Lösung für diese Fehlentwicklung ist eine Abkehr von der Jagd nach dem großen Wurf - „Ein Film für alle! -, der schließlich immer auf einen Einheitsbrei hinausläuft. Stattdessen ist die Zuwendung zu einer Politik der Vielfalt gefordert. Diese konzentriert ihren Einsatz sowohl auf „Blockbuster für alle“ als sie auch auf allen Ebenen der Distribution Filme mit starkem Inhalt unterstützt, auf die sich nicht jeder einlassen möchte. Letztlich handelt es sich bei der Politik der Vielfalt um eine notwendige Antwort auf Veränderungen des Unterhaltungsmarktes unter den Bedingungen seiner Globalisierung.

Weitere Analysen des Zusammenhangs von Filminhalten und Zielgruppen können zeigen, auf welche spezielleren, dafür aber nicht minder marktentscheidenden Bedürfnisse der Kinogänger die Filmwirtschaft heute setzen kann.

Der Beitrag wurde erstmals veröffentlicht in Blickpunkt: Film 51/52 2005.
Kontakt: blothner@images-wanted.de

FILMANALYSE

Zu viel gewollt und darüber das Publikum verfehlt?

Peter Jacksons KING KONG[1]

von Dirk Blothner

Der von der Kinowirtschaft mit Spannung erwartete Film von Peter Jackson hat es nicht geschafft, am Ende des flauen Kinojahres 2005 das Ruder noch einmal entscheidend herumzureißen. Die Einspielergebnisse sind nicht wirklich schlecht, lassen aber auch keinen außergewöhnlichen Blockbuster erwarten. Der hohe Druck der Marketingkampagne des Verleihers UIP hat in der ersten Woche Wirkung gezeigt. Doch danach entscheidet die Mundpropaganda über das Schicksal eines Neustarts. Entfaltet der Film aus sich heraus keine überzeugende Wirkung, lassen die Zuschauerströme rasch nach.

Wie CAG Düsseldorf und Filmwirkungsanalyse Köln im Dezember in Blickpunkt Film an den Daten des GfK-Panels nachweisen konnten (siehe den untenstehenden Artikel auf dieser Seite), setzt Hollywood seit einigen Jahren auf den ganz großen Wurf. Es werden mehr und mehr Filme produziert, die auf die Bedürfnisse möglichst aller Zielgruppen einzugehen suchen. In ein und demselben Film werden die Jungen mit atemberaubenden Spezialeffekten, Twens mit ungewöhnlichen Inhalten, Frauen mit rührenden Liebessubplots und die Älteren mit bewegenden Einsichten in die Konstruktionsprobleme des Lebens versorgt. Eine solche Rechnung geht jedoch nur auf, wenn der Film durch alle Einzelperspektiven hindurch eine starke Verfassung ausbildet. Von einem wirklich zentrierten Erlebnis lassen sich Jung und Alt, Mann und Frau, Arbeiter und Akademiker für einige Stunden auf ein und dieselbe Entwicklung einschwören. TITANIC hatte es Ende der 1990er Jahre vorgemacht. James Cameron war es gelungen, einen Jahrhundertmythos, die ängstliche Stimmung an der Jahrtausendwende, beeindruckende Spezialeffekte und eine bewegende Liebesgeschichte in einer fesselnden Verfassung zu vereinen. Jede Szene illustrierte das übergreifende Thema des Films und die Zuschauer waren deshalb von Anfang bis Ende mittendrin. HERR DER RINGE und HARRY POTTER haben diesen Trend in den vergangenen Jahren erfolgreich fortgeführt. KING KONG sollte sich in diesen Siegeszug der Blockbuster für alle einreihen. Doch in diesem Fall war die Sehnsucht nach dem großen Wurf größer als die wirkungspsychologische Vernunft.

Das wirkungspsychologische Problem von KING KONG fängt damit an, dass es im ersten Drittel schwer fällt, eine emotionale Richtung zu finden, die auf den Kernkomplex des Ganzen zuführt. So wird man weder mit der schönen und traurigen Ann Darrow (Naomi Watts) noch mit den ehrgeizigen Plänen des Regisseurs Carl Denham (Jack Black) warm. Auch die sich anbahnende Liebe zwischen Ann und dem Drehbuchautor Jack Driscoll (Adrien Brody) setzt sich nicht in zentrierten Wirkungsqualitäten fort. Zwar sprechen die Figuren Absichten und Gefühle aus, aber sie wirken wie Behauptungen und stellen deshalb keine einbindende Volte im Erleben der Zuschauer her. Die Fahrt über den Ozean und die ersten Schritte auf dem unheimlichen Eiland sind zwar für manchen Schock und einige Gänsehaut gut, aber vom Ganzen her betrachtet, wirken sie unverbunden, auf bloße Beeindruckung ausgerichtet.

Erst wenn es zu der Begegnung zwischen der blonden, zarten Schönheit und dem schwarzen, riesigen Gorilla kommt, entfaltet sich im Filmerleben eine packende und anrührende Gestalt. Sie hat zu tun mit

1 KING KONG. Neuseeland / USA, 2005. Drehbuch: Peter Jackson, Fran Walsh, Philippa Boyens. Regie: Peter Jackson

der unberechenbaren Macht der Liebe, die groß und klein, schwarz und weiß, Kraft und Anmut, männlich und weiblich, Tier und Mensch auf zauberhafte Weise zu vereinen versteht. Größer können die Unvereinbarkeiten kaum ausfallen und doch werden sie, je länger der Film dauert, auf magische Weise überwunden. Hierin hat der Film sein emotionales Zentrum gefunden.

Wenn die anmutige Ann tanzt und jongliert, um Kongs schlechte Laune zu vertreiben, wenn Affe und Frau ihren Blick auf die Schönheit des Sonnenuntergangs richten, wenn sie unter ihrer Trennung leiden und einander im verschneiten New York suchen, wenn sie sich in intimer Vertrautheit auf dem Dach des Empire State Buildings in die Augen blicken, vergehen alle Zweifel an der Wahrscheinlichkeit der Geschichte, weil der Film es versteht, in zerdehnten Augenblicken das Gefühl einer liebevollen Annäherung lebendig zu halten. KING KONG ist im Kern ein Liebesdrama und bezieht seine Wirkung – wie zum Beispiel auch Disneys DIE SCHÖNE UND DAS BIEST – aus der Modellierung einer unmöglichen Vereinigung heraus. Doch ein großer Teil der beeindruckenden Actionsequenzen führt in eine ganz andere Richtung.

Im Kino erwarten die Menschen Fesselungserlebnisse. Aber die können sich nur ausbilden, wenn die in den einzelnen Zuschauern entfesselten Wirkungsqualitäten einen bedeutsamen und damit spürbaren

Rahmen erhalten. So wie sich ein Land eine Verfassung gibt, damit die Vielfalt der Lebensentwürfe nicht in Anarchie übergeht, so brauchen Filmwirkungsprozesse eine starke inhaltliche Vereinheitlichung. Vielleicht haben die physischen Beeindruckungen zu Beginn der digitalen Revolution solche Notwendigkeiten noch überformen können. Heute aber, nachdem das Publikum mit Spezialeffekten überfüttert wurde, wird es Zeit zu diesen Grundwahrheiten zurückzufinden. Hätte Peter Jackson seinem Tiefenthema mehr vertraut, wäre der Film eine gute Stunde kürzer geworden. Seiner Wirkung wäre diese Konzentration sehr entgegengekommen. Nun haben wir die Situation, dass sich die jungen Kinogänger durch die romantischen Abschnitte des Films durchbeißen und die älteren und weiblichen Zuschauer ihre Augen bedecken müssen, wenn gefräßige Tyrannosaurusse und überdimensionale Kakerlaken ein vorübergehendes Horrorszenario entfalten. Kaum einer wird wohl aus diesem Film rundum zufrieden herauskommen können. Denn er wurde um ein zentriertes Filmerlebnis betrogen.

Abdruck mit Genehmigung des Autors.
Kontakt: blothner@images-wanted.de

King Kong und der Human Factor

von Roland Zag

Die Geschichte der starken Liebesbindung zwischen dem wilden Affen und der zarten Frau wurde zum Mythos der Filmgeschichte. Sie entfaltet auch im Remake ihre Wirkung.

Tiere sind in ihrer Bindungsfähigkeit ungleich direkter und unbedingter als Menschen. Wenn es also der wehrlosen Ann Darrow (Naomi Watts) gelingt, das Monster milde zu stimmen und für sich einzunehmen, dann werden hier elementare Prozesse der Wahrnehmung angestoßen.

Die Liebe zwischen Tier und Mensch nimmt in dieser Geschichte unmäßige, weil unbedingte Dimensionen an. Diese Form von einseitiger Bezogenheit hat in der zivilisierten Gesellschaft keine Chance und muss scheitern. In dieser Ambivalenz müssen wir uns tagtäglich zurecht finden. Umso größer das Verlangen, sich im Kino kurzzeitig der Magie einer echten, unbedingten ‚amour fou' hinzugeben. Insofern entwickelt KING KONG hier tatsächlich eine mythische Qualität. Spätestens als der Affe Ann gegen die gefräßigen Dinosaurier verteidigt und so handgreiflich seine Zuneigung demonstriert (wobei er bereit ist, sein Leben als Preis zu geben), muss das Publikumsempfinden unbedingt auf Seiten des Tieres stehen.

Bis dahin aber muss sich der Zuschauer durch ein Gestrüpp von zwischenmenschlich wenig einleuchtenden Beziehungen kämpfen, die die insgesamt eher schwache erste Hälfte dominieren. Der dubiose Filmregisseur Carl Denham (Jack Black) bleibt in seiner Motivation unklar. Empathie für seine Unternehmungen stellt sich kaum ein. Zwar ist er benachteiligt, weil das Studio ihm böse zusetzt. Doch gleichzeitig wird klar, dass sein künstlerisches Talent mediokер ist und seine Abenteuerlust gegenüber den Mitreisenden verantwortungslos.

Besonders wenig auf Geben und Nehmen basierend ist die Liebesbeziehung zwischen dem Theaterautor Jack Driscoll (Adrien Brody) und Ann. Entsprechend wirkt Driscolls Einsatz für Ann stets überflüssig und unmotiviert. Ebenfalls wenig motiviert ist das Lavieren des Schiffskapitän Englehorn (Thomas Kretschmann), der in seiner Rolle als Tierfänger eine zweifelhafte Rolle spielt.

KING KONG sollte zweifellos für die Hollywood-Studios DER Blockbuster schlechthin werden. Dass er an diesem Anspruch vermutlich scheitern würde, hätte sich schon im Vergleich zu allen wirklich erfolgreichen Filmen der letzten Zeit abzeichnen können. Denn allen Mega-Blockbustern war zu eigen, dass der Gemeinschaftsfaktor und das Zusammenwachsen von (vorwiegend jugendlichen) Gemeinschaften im Vordergrund stand (HARRY POTTER, HERR DER RINGE, STAR WARS, MATRIX).

Diesem Zielpublikum hat KING KONG vergleichsweise wenig zu bieten. Von daher muss es niemanden verwundern, wenn der Film zwar selbstverständlich ein großes Publikum findet, aber eben doch nicht DER große Wurf ist, der für einen wirklichen Stimmungsumschwung am Kinomarkt hätte sorgen können.

FAZIT:

In seiner Beschwörung einer mythisch unbedingten Liebe erfüllt KING KONG zweifellos die Voraussetzungen für einen global sehr erfolgreichen Film. Doch dem stehen vor allem im ersten Teil erhebliche Schwächen des ‚human factor' entgegen. Daher kann das insgesamt vermutlich nur durchschnittliche Abschneiden nicht verwundern.

Quelle: The Human Factor ONLINE-MAGAZIN # 21: Dezember 2005 / Januar 2006
Kontakt: info@the-human-factor.de

Visual Storytelling in BATMAN BEGINS

by David Freeman

BATMAN BEGINS (Script by Christopher Nolan and David Goyer, story by David Goyer, Characters by Bob Kane) could have simply been a action-filled summer „popcorn movie“ – a film with fun thrills and special effects, but no substance. But is much more than that.

Part of what's admirable about the movie is its use of visual storytelling. I'd like to discuss some of the techniques it uses –- specifically, the utilization of 9 different symbols.

FOUR NOTES ABOUT SYMBOLS

Before examining the symbols in BATMAN BEGINS it might be useful to exactly define a „symbol“ and how it operates in a film:

- 1. A symbol isn't something to be intellectually decoded or „figured out“. A symbol in a film, when it's operating correctly, carries with it emotional impact. The way one does this is: intense emotional experiences happen with the symbol in the frame, or perhaps the symbol is being handled or used by one of the main characters in an emotional moment. Eventually the emotions of the scene(s) „rub off“ on the symbol. After that, the symbol evokes emotion in the audience. (A symbol can also be a phrase or even a word, which takes on emotional connotations just the way an object or location can.)
- 2. Symbols usually work best when not everyone in the audience notices their operation. One guideline is that about 75% of the audience shouldn't consciously notice, and the remaining 25% should. If too many people notice the symbol, it might be too literal or shallow. If no one notices it, it might be too obscure. Of course, there are many exceptions to this guideline. For instance, the bats in BATMAN BEGINS are an obvious symbol, but that doesn't hamper their effectiveness.
- 3. There are many types of symbols. They operate in completely different ways and enhance a script in very different manners.
- 4. Symbols add a feeling of emotional depth. Some kinds of symbols add depth to a plot, and thus are what I call „Plot Deepening Techniques“. They can also add depth to a character, and these are „Character Deepening Techniques“. Or they can add depth to a scene, to dialogue, or to a relationship between two characters.

The reason that they add depth is because they add another layer of emotion. That is, you have the emotion of the scene, and the emotion of the symbol – thus, two layers. Wherever you have layers, you have depth.

SYMBOL 1: BATS

Bats are probably the most obvious symbol in the film. They symbolize Bruce Wayne's (Christian Bale's) relationship to fear.

When the use of a symbol, or a character's relationship to a symbol, parallels his Character Arc (his character growth), I call this a „Symbolic Subplot“. It's one of the many types of symbols.

Bruce's relationship to bats is a Symbolic Subplot because we know how Bruce is doing relative to his overcoming his fears

Filmanalyse: Visual Storytelling in Batman Begins

by watching his changing relationship to bats.

At a critical juncture, he stands in the cave beneath his house with bats swirling all around him, and is no longer fearful. By the end of the movie, he flies like a bat himself, causing fear in others.

This type of symbol – a Symbolic Subplot – usually falls into the category of what I call „Character Deepening Techniques," for it helps give a character a feeling of emotional depth by echoing that growth in a second layer: an emotionally evocative symbol.

SYMBOL 2: „ABOVE" AND „BELOW"

The film uses the symbols of „above" and „below". What's above is false – the appearance of a Gotham under control, and the appearance of all being well at Wayne Enterprises. But the real truth is „below": the „real" Bruce Wayne is who he is (as Batman) in the cave under his house. The heart and soul of Wayne Enterprises lies below, in the basement, where Lucius Fox (Morgan Freeman) works. And when Rachel Dawes (Katie Holmes) wants to show Bruce the real truth about Gotham, she drives down a ramp, and suddenly she's in a seedy part of town and (mysteriously) it's the dark of night.

This type of symbol is what I call a „Symbol of A Concept". A Symbol of a Concept is usually a „Plot Deepening Technique," for it usually runs throughout – and gives depth to – a plot. Here, the concept of „what's superficial is above and what's real is below" runs throughout the plot.

SYMBOL 3: MASKS

Bruce and the psychiatrist, Dr. Jonathan Crane (Cillian Murphy), both have masks. (Crane's mask is the hideous old sack he puts over his head to terrify drugged patients.) But, flipping a cliché on its head, their masks symbolize their true identities (who they really are inside); their „normal faces"are a disguise. Rachel even makes a comment to Bruce about this near the end of the film.

Now here we have something interesting: the masks are a Symbol of a Concept (the concept being „one's true identity") – but, even so, they're not a Plot Deepening Technique, like „Above and Below". Because they specifically add depth to the characters, here the masks operate as Character Deepening Techniques.

SYMBOL 4: THE STETHOSCOPE

The Stethoscope is another Symbol of a Concept, and in this case, the concept is Bruce's father, Thomas Wayne (Linus Roache). Thomas is not just a doctor, but a healer of the city (by Building an aerial tram to help the poor). And we learn that even his death helped inspire people to heal the city.

Bruce finally comes to accept his father's legacy. That is, instead of a rebel against the superficiality and glitter of the mansion and the Wayne billions, he comes to see what he does – fight crime – is, in fact, a continuation of the healing attitude toward the city that characterized his father. Bruce eventually takes over Wayne Enterprises, instead of leaving it to others (as he did for most the film). It's not surprising that in the end he finds the stethoscope. The stethoscope operates as a Plot Deepening Technique in the film. In the passing down of the healer role from father to son, it adds depth to the story, rather than to one individual character.

SYMBOL 5: THE MANSION

The Mansion, as a symbol, is a bit complex. At first, it seems to be another Symbol of a Concept, with the concept being, like the stethoscope, the Wayne legacy. However, upon closer inspection, what's important about the

mansion is Bruce's changing relationship to it (unlike the stethoscope, toward which he doesn't have a changing relationship). The mansion is another Symbolic Subplot, like the bats. Bruce grows up in the mansion. Later he rejects it, telling Alfred (Michael Cane) it's a „mausoleum."

In fact, when he rejects it, just before entering a life of criminality, the interior spaces and furniture of the mansion are covered in sheets, the way one might cover a dead body (see the picture). In the end, however, (after the fire) he wants to rebuild it, and make it even stronger than before – especially in the corner above the bat cave. By rebuilding the mansion, but making some changes, this means Bruce has embraced his father's legacy (of being a healer), but he's going to alter this legacy somewhat, to fit his personality. Thus, Bruce rejecting the mansion = him rejecting what his father stood for (being a benevolent, healing presence in Gotham). Him wanting to rebuild it = him embracing that legacy. (This is also accompanied by his buying back the company his father built.)

As a „Symbolic Subplot" Bruce's relationship with the mansion is another Character Deepening Technique. His changing relationship to the mansion symbolizes an aspect of his internal character growth, just as does his changing relationship to bats.

SYMBOL 6: THE AERIAL TRAM / MONORAIL

The tram is, interestingly, a Symbolic Subplot for the city of Gotham. When Gotham is vibrant (when Bruce is young), the tram is in good shape. It's beautiful and uplifting, literally and figuratively. When Gotham deteriorates into a city of crime and corruption, the now-decrepid aerial tram reflects this decay.

THE OTHER SYMBOLS

For the sake of brevity, I won't go into detail about the remaining three symbols. But in case you're wondering what they are, they're:

- **SYMBOL 7**: Batman's shifting clothes throughout the movie. (Remember when he gives a homeless person his coat? Or his ninja clothes?)
- **SYMBOL 8**: Batman's relationship to the blue flower and the hallucinogenic substance it causes.
- **SYMBOL 9**: The Indian arrowhead Rachel finds when she's a child, and which he takes from her and which leads him (indirectly) to discovering the bat cave. She gives this arrowhead to him when he's an adult, on his birthday.

Perhaps, from this article, you can figure out what kind of symbols these are, and if each operates as a Plot Deepening Technique, a Character Deepening Technique, or a Scene Deepening Technique (i.e. a symbol which adds emotional depth to just one particular scene and no others).

APPLYING THE TECHNIQUES IN THIS ARTICLE

We've looked at two types of symbols in BATMAN BEGINS – A Symbol of a Concept, which is usually (but not always) a Plot Deepening Technique, and a Symbolic Subplot, which is usually a Character Deepening Technique. (In BATMAN BEGINS we even see a Symbolic Subplot – the aerial tram – reveal the changes in Gotham, treating Gotham like a „character.")

When you write your script, is there a big concept that can be symbolized by an object or a location (a Symbol of a Concept)? Can one of your character's internal changes be reflected / dramatized / exemplified in his/her's relationship to or use of an object or location (a Symbolic Subplot)?

SOME FINAL THOUGHTS

In this article, I've discussed just two types of symbols: A Symbolic Subplot, and a Symbol of a Concept. As mentioned earlier, there are many other types of symbols as well. Symbols are just a tiny part of storytelling. There are Hundreds of techniques which can be used to give uniqueness, dimension, and emotional depth to –

- (1) Characters
- (2) Dialogue
- (3) Relationships between characters
- (4) Scenes, and
- (5) Plots

The problem for both advanced and beginning writers is that, just like many symbols, almost

all of these techniques operate outside the conscious awareness of the audience – or of the reader, if you're reading a script. Distilling these techniques – labeling them – figuring out how to use them – and them converting them into tools that can be easily and quickly learned by others is the heart and soul of BEYOND STRUCTURE.

Wir zitieren mit freundlicher Genehmigung des Autors aus dem Creative Screenwriting Newsletter 20.09.05 sowie aus der Website http://www2.beyondstructure.com/article_batman.php

David S. Freeman's BEYOND STRUCTURE *has long been L.A.'s most popular screenwriting and development workshop, where it's held at Universal Pictures. It's been taken by the writers, directors, and executives behind the AUSTIN POWERS films, GOOD WILL HUNTING, MINORITY REPORT, RUNAWAY BRIDE, SLING BLADE, LAW AND ORDER, THE SIMPSONS, E-RING, THE WEDDING SINGER, AMERICAN HISTORY X, 12 MONKEYS, E.R., BUFFY THE VAMPIRE SLAYER, EVERYBODY LOVES RAYMOND, KING OF THE HILL, SATURDAY NIGHT LIVE, PLEASANTVILLE, and many, many other films and TV shows. A working writer, David has written or developed projects which have been set up at Paramount, Columbia Pictures, MGM, Sony Pictures, Castle Rock, Buena Vista Television, and many other studios and companies. He's currently writing a pair of unannounced films for producer Fred Fuchs.*

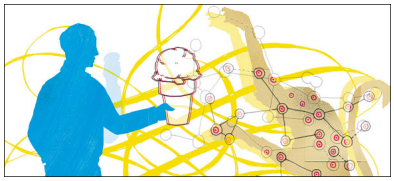
BEYOND STRUCTURE *skips all theory and instead offers specific and proven techniques a writer can immediately use to increase the artistry in his or her dialogue, characters, scenes, and plots. This article exemplifies this approach.*

Kontakt: freeman@dfreeman.com
Website: http://www.beyondstructure.com/

THEORIE

Cells That Read Minds

by Sandra Blakeslee



MONKEY SEE – When a monkey watches a researcher bring an object – an ice cream cone, for example – to his mouth, the same brain neurons fire as when the monkey brings a peanut to its own mouth. In the early 1990's, Italian researchers discovered this phenomenon and named the cells „mirror neurons.“?

On a hot summer day 15 years ago in Parma, Italy, a monkey sat in a special laboratory chair waiting for researchers to return from lunch. Thin wires had been implanted in the region of its brain involved in planning and carrying out movements.

Every time the monkey grasped and moved an object, some cells in that brain region would fire, and a monitor would register a sound: brrrrrip, brrrrrip, brrrrrip.

A graduate student entered the lab with an ice cream cone in his hand. The monkey stared at him. Then, something amazing happened: when the student raised the cone to his lips, the monitor sounded - brrrrrip, brrrrrip, brrrrrip - even though the monkey had not moved but had simply observed the student grasping the cone and moving it to his mouth.

The researchers, led by Giacomo Rizzolatti, a neuroscientist at the University of Parma, had earlier noticed the same strange phenomenon with peanuts. The same brain cells fired when the monkey watched humans or other monkeys bring peanuts to their mouths as when the monkey itself brought a peanut to its mouth.

Later, the scientists found cells that fired when the monkey broke open a peanut or heard someone break a peanut. The same thing happened with bananas, raisins and all kinds of other objects.

„It took us several years to believe what we were seeing,“ Dr. Rizzolatti said in a recent interview. The monkey brain contains a special class of cells, called mirror neurons, that fire when the animal sees or hears an action and when the animal carries out the same action on its own.

But if the findings, published in 1996, surprised most scientists, recent research has left them flabbergasted. Humans, it turns out, have mirror neurons that are far smarter, more flexible and more highly evolved than any of those found in monkeys, a fact that scientists say reflects the evolution of humans' sophisticated social abilities.

The human brain has multiple mirror neuron systems that specialize in carrying out and understanding not just the actions of others but their intentions, the social meaning of their behavior and their emotions.

„We are exquisitely social creatures,“ Dr. Rizzolatti said. „Our survival depends on understanding the actions, intentions and emotions of others.“

He continued, „Mirror neurons allow us to grasp the minds of others not through conceptual reasoning but through direct simulation. By feeling, not by thinking.“

The discovery is shaking up numerous scientific disciplines, shifting the understanding of culture, empathy, philosophy, language, imitation, autism and psychotherapy.

Everyday experiences are also being viewed in a new light. Mirror neurons reveal how children learn, why people respond to certain types of sports, dance, music and art, why watching media violence may be harmful and why many men like pornography.

How can a single mirror neuron or system of mirror neurons be so incredibly smart?

Most nerve cells in the brain are comparatively pedestrian. Many specialize in detecting ordinary features of the outside world. Some fire when they encounter a horizontal line while others are dedicated to vertical lines. Others detect a single frequency of sound or a direction of movement.

Moving to higher levels of the brain, scientists find groups

of neurons that detect far more complex features like faces, hands or expressive body language. Still other neurons help the body plan movements and assume complex postures.

Mirror neurons make these complex cells look like numbskulls. Found in several areas of the brain - including the premotor cortex, the posterior parietal lobe, the superior temporal sulcus and the insula - they fire in response to chains of actions linked to intentions.

Studies show that some mirror neurons fire when a person reaches for a glass or watches someone else reach for a glass; others fire when the person puts the glass down and still others fire when the person reaches for a toothbrush and so on. They respond when someone kicks a ball, sees a ball being kicked, hears a ball being kicked and says or hears the word „kick."

„When you see me perform an action - such as picking up a baseball - you automatically simulate the action in your own brain," said Dr. Marco Iacoboni, a neuroscientist at the University of California, Los Angeles, who studies mirror neurons. „Circuits in your brain, which we do not yet entirely understand, inhibit you from moving while you simulate," he said. „But you understand my action because you have in your brain a template for that action based on your own movements.

„When you see me pull my arm back, as if to throw the ball, you also have in your brain a copy of what I am doing and it helps you understand my goal. Because of mirror neurons, you can read my intentions. You know what I am going to do next." He continued: „And if you see me choke up, in emotional distress from striking out at home plate, mirror neurons in your brain simulate my distress. You automatically have empathy for me. You know how I feel because you literally feel what I am feeling."

Mirror neurons seem to analyzed scenes and to read minds. If you see someone reach toward a bookshelf and his hand is out of sight, you have little doubt that he is going to pick up a book because your mirror neurons tell you so. In a study published in March 2005 in Public Library of Science, Dr. Iacoboni and his colleagues reported that mirror neurons could discern if another person who was picking up a cup of tea planned to drink from it or clear it from the table. „Mirror neurons provide a powerful biological foundation for the evolution of culture," said Patricia Greenfield, a psychologist at the U.C.L.A. who studies human development.

Until now, scholars have treated culture as fundamentally separate from biology, she said. „But now we see that mirror neurons absorb culture directly, with each generation teaching the next by social sharing, imitation and observation."

Other animals - monkeys, probably apes and possibly elephants, dolphins and dogs - have rudimentary mirror neurons, several mirror neuron experts said. But humans, with their huge working memory, carry out far more sophisticated imitations.

Language is based on mirror neurons, according to Michael Arbib, a neuroscientist at the University of Southern California. One such system, found in the front of the brain, contains overlapping circuitry for spoken language and sign language.

In an article published in Trends in Neuroscience in March 1998, Dr. Arbib described how complex hand gestures and the complex tongue and lip movements used in making sentences use the same machinery. Autism, some researchers believe, may involve broken mirror neurons. A study published in the Jan. 6 issue of Nature Neuroscience by Mirella Dapretto, a neuroscientist at U.C.L.A., found that while many people with autism can identify an emotional expression, like sadness, on another person's face, or imitate sad looks with their own faces, they do not feel the emotional significance of the imitated emotion. From observing other people, they do not know what it feels like to be sad, angry, disgusted or surprised.

Mirror neurons provide clues to how children learn: they kick in at birth. Dr. Andrew Meltzoff at the University of Washington has published studies showing that infants a few minutes old will stick out their tongues at adults doing the same thing. More than other primates, human children are hard-wired for imitation, he said, their mirror neurons involved in observing what others do and practicing doing the same things.

Still, there is one caveat, Dr. Iacoboni said. Mirror neurons work best in real life, when people are face to face. Virtual reality and videos are shadowy substitutes.

Nevertheless, a study in the January 2006 issue of Media Psychology found that when children watched violent television programs, mirror neurons, as well as several brain regions involved in aggression were activated, increasing the probability that the children would behave violently.

The ability to share the emotions of others appears to be intimately linked to the functioning of mirror neurons, said Dr. Christian Keysers, who studies the neural basis of empathy at the University of Groningen in the Netherlands and who has published several recent articles on the topic in Neuron.

When you see someone touched in a painful way, your own pain areas are activated, he said. When you see a spider crawl up someone's leg, you feel a creepy sensation because your mirror neurons are firing.

People who rank high on a scale measuring empathy have particularly active mirror neurons systems, Dr. Keysers said.

Social emotions like guilt, shame, pride, embarrassment, disgust and lust are based on a uniquely human mirror neuron system found in a part of the brain called the insula, Dr. Keysers said. In a study not yet published, he found that when people watched a hand go forward to caress someone and then saw another hand push it away rudely, the insula registered the social pain of rejection. Humiliation appears to be mapped in the brain by the same mechanisms that encode real physical pain, he said.

Psychotherapists are understandably enthralled by the discovery of mirror neurons, said Dr. Daniel Siegel, the director of the Center for Human Development in Los Angeles and the author of „Parenting From the Inside Out," because they provide a possible neurobiological basis for the psychological mechanisms known as transference and countertransference.

In transference, clients „transfer" feelings about important figures in their lives onto a therapist. Similarly, in countertransference, a therapist's reactions to a client are shaped by the therapist's own earlier relationships.

Therapists can use their own mirror system to understand a client's problems and to generate empathy, he said. And they can help clients understand that many of their experiences stem from what other people have said or done to them in the past.

Art exploits mirror neurons, said Dr. Vittorio Gallese, a neuroscientist at Parma University. When you see the Baroque sculptor Gian Lorenzo Bernini's hand of divinity grasping marble, you see the hand as if it were grasping flesh, he said. Experiments show that when you read a novel, you memorize positions of objects from the narrator's point of view.

Professional athletes and coaches, who often use mental practice and imagery, have long exploited the brain's mirror properties perhaps without knowing their biological basis, Dr. Iacoboni said. Observation directly improves muscle performance via mirror neurons.

Similarly, millions of fans who watch their favorite sports on television are hooked by mirror neuron activation. In someone who has never played a sport - say tennis - the mirror neurons involved in running, swaying and swinging the arms will be activated, Dr. Iacoboni said.

But in someone who plays tennis, the mirror systems will be highly activated when an overhead smash is observed. Watching a game, that person will be better able to predict what will happen next, he said.

In yet another realm, mirror neurons are powerfully activated by pornography, several scientists said. For example, when a man watches another man have sexual intercourse with a woman, the observer's mirror neurons spring into action. The vicarious thrill of watching sex, it turns out, is not so vicarious after all.

Quelle: New Yor Times, January 10, 2006

Impressum

- Die einzelnen Beiträge geben die Meinungen der Autoren wieder, nicht die des Verbandes oder Vorstandes.
- Die von externen Veranstaltern angegebenen Termine können von uns in der Regel nicht überprüft werden. Wir übernehmen daher keine Gewähr.
- Vorschläge, Kritik, Veranstaltungshinweise bitte an gruenberg@dramaturgenverband.org.
- Layout: Rüdiger Hillmer
- V.i.S.d.P. Andreas Grünberg