

Die **Angewandten Filmanalyse** als Brücke zwischen Medienschaffenden einerseits und Systemischen Coaches, Team/Personal/Organisationsentwicklern andererseits.

1988 CALGARY- INNEN/Hotelzimmer, Vorabend des olympischen 4er-Bobrennens

DERICE BANNOCK/ein junger jamaicanischer Bobfahrer/Steuermann sitzt am Boden, studiert und verinnerlicht anhand von Fotografien die Kurven der Bobbahn. IRVINE BLITZER/sein Trainer, ein ziemlich in die Breite gegangener Amerikaner, kommt zur Tür herein.

DERICE
He, Coach! Darf ne Frage stellen?

COACH
Na klar.

DERICE
Aber wenn Sie nicht antworten wollen, dann müssen Sie nicht. Ich würde es gern wissen. Aber wenn Sie nicht können, dann versteh ich das -

COACH
Du willst wissen warum ich betrogen hab-

DERICE
Ja, genau.

COACH
Ist ne berechtigte Frage. Es ist ziemlich einfach. Ich musste gewinnen. Weißt Du Derice, ich musste mein ganzes Leben gewinnen. Und wenn Gewinnen Dein einziger Lebenszweck ist, dann muss man immer wieder gewinnen, egal was kommt. Verstehst Du das?

DERICE
Nein, das versteh ich nicht, Coach. Sie hatten zwei Goldmedaillen. Sie hatten alles erreicht.

COACH
Derice, Eine Goldmedaille ist eine wundervolle Sache.

DERICE nickt bewundernd.

COACH
Aber wenn Du ohne sie nichts wert bist, dann bist Du auch nichts wert, wenn Du sie hast.

DERICE
(nachdenklich)
He Coach. Wie weiß ich, dass ich was wert bin?

COACH
Wenn Du über die Ziellinie fährst wirst Du es wissen.

Der Coach verlässt das Zimmer. Derice bleibt nachdenklich zurück.

Die vorangegangenen Zeilen stammen aus einer der Schlüsselszenen des Films ‚Cool Runnings‘ (USA, 1993). Die Geschichte, basierend auf einer wahren Begebenheit, handelt von der Teilnahme eines jamaicanischen Bob-Teams bei den olympischen Winterspielen 1988 in Calgary/CND. Produziert und vertrieben durch Walt Disney Pictures hat die US-Filmkomödie den Stempel –familienfreundlich. Das spricht u.a. auch aus den Presstexten: ‚.....die irre Komödie im heißen Reggae-Sound, die gute Laune macht. Temporeich, frech und originell. Da bleibt keiner ‚cool‘....‘

Damit ist die Marketing-taugliche Oberfläche des Films abgehakt. Ist der Zuseher einmal im Kino sieht, hört er zwei Filme gleichzeitig. Einen **bewusst** und einen **unbewusst**. Erster lockt ihn ins Kino, zweiter entwickelt während der Vorführung die so genannte Identifikationsebene. Auf dieser gleitet der Konsument direkt, aber nicht vordergründig in die Geschichte und kommt dort in bester DSF-Werbespruchqualität an: Mittendrin, statt nur dabei! In der modernen Werbesprache nennt man so etwas Produktbindung. In dem wir sehen, hören und empfinden, beginnen wir die Geschichte gleichzeitig mit allen Fasern zu durchleben und zwar Schulter an Schulter mit unserer Identifikationsfigur, dem Protagonisten.

Ein kurzer Blick in die internationale Drehbuchwerkstatt bringt uns diese beiden Erzählebenen und den drehbuchtechnischen Umgang mit denselben näher. Die Filmfigur/Protagonist durchläuft die Geschichte immer auf zwei Bedürfnissebenen.

- a) Ebene der bewusst verspürten Bedürfnisse – Was will sie?
- b) Ebene der unbewusst verspürten Bedürfnisse – Was braucht sie?

In der Fachsprache der DrehbuchautorInnen heißt:

- a) **desire Line** - dieses Ziel wünscht die Figur während der Filmerzählung zu erreichen.
- b) **problem/need** - auf der Ebene ist ein ihr zu Beginn nicht bewusstes Problem verankert, inkl. der Notwendigkeit es zu lösen.

Oder vereinfacht ausgedrückt:

- a) = **Handlungsebene /ursprüngliches Ziel**, (vergleichbar mit dem Sehnsuchtsziel)
- b) = **Themenebene/tatsächliches Ziel** (vergleichbar mit der zweitbesten Lösung)

Wobei Handlungs –und Themenebene sich interdependent zueinander verhalten müssen und die Themenebene nochmals in mehrere differenziert wird. Man spricht daher von Handlungsellipse (Abb. 1) und Themenpyramide (Abb. 2)

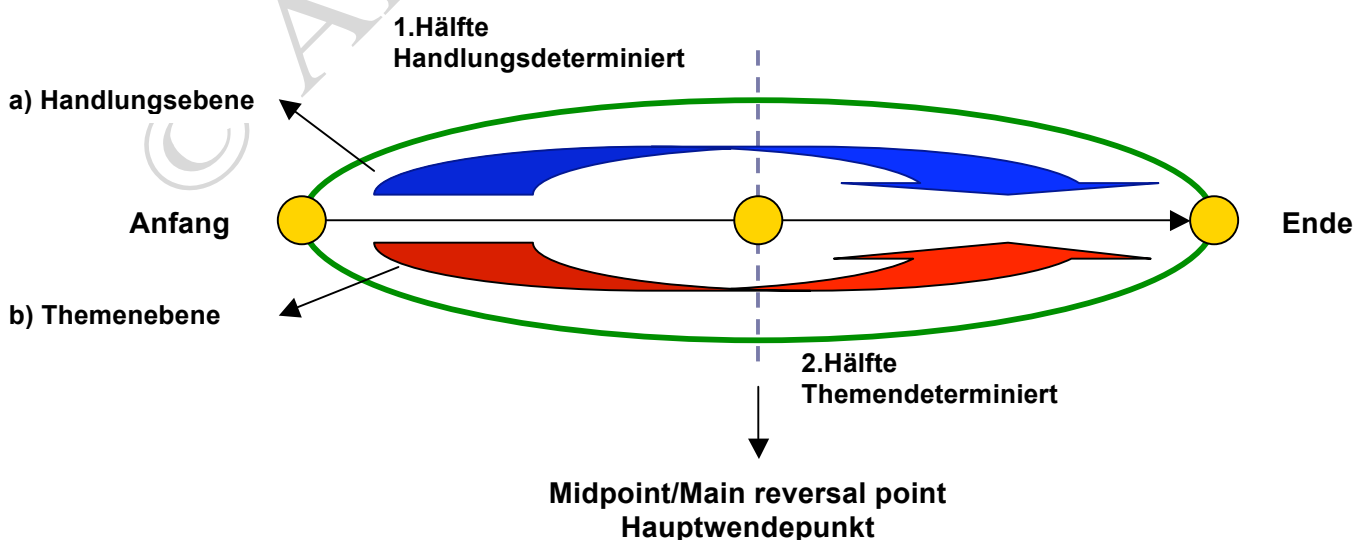


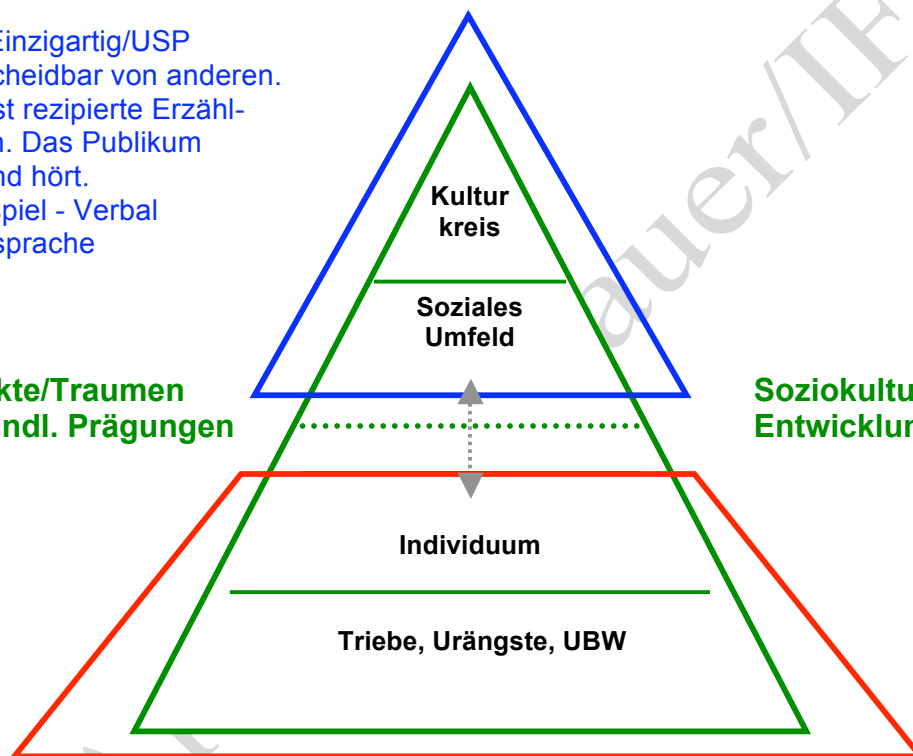
Abb. 1

Der Begriff Hauptwendepunkt deutet schon an, dass die Filmfigur/Protagonist einen dynamischen Prozess durchlebt. Weiters sieht man den Parallelverlauf der beiden Ebenen. Sie beginnen und enden gemeinsam. D.h. die Handlung ist lediglich ein Transportmittel, um die Themenebene ‚abzuhandeln‘. Diese ist somit das eigentliche Rückgrat des Films.

Die Themenpyramide zeigt wie komplex eine Filmfigur vom Autor entwickelt und vom Schauspieler umgesetzt werden muss. Bzw. über welche weit reichende Kenntnisse der menschlichen Psyche beide verfügen müssen. Das schließt vor allem das Wissen um eingefahrene Verhaltensmuster, sowie die Bereitschaft zur und die Belastbarkeit innerhalb einer Veränderung mit ein. Z.B. die beiden unteren Segmente (rot) werden durch die oft nur spürbare nonverbale Körpersprache des Darstellers umgesetzt und führen u.a. zur ideomotorischen Identifikation des Zusehers mit dem Helden. Die beiden oberen Segmente (blau) werden sichtbar – und hörbar durch den verbalen Dialog, Musik, Kostüm, Ausstattung, Bildkomposition, die gesamte audiovisuelle Information etc. Das setzt natürlich u.a. eine Technik des Schauspielens voraus, die in ihrem Training oft an die Grenzen des Erleb – und Erleidbaren geht.

Film - Einzigartig/USP
Unterscheidbar von anderen.
Bewusst rezipierte Erzähl-
Ebenen. Das Publikum
sieht und hört.
Schauspiel - Verbal
= Wortsprache

Konflikte/Traumen
Frühkindl. Prägungen



Soziokulturelle
Entwicklung

Film - Universell
Unbewusst rezipierte
Erzählebenen.
Das Publikum spürt
und empfindet.
Schauspiel – Non-
verbal=Körpersprache

Abb. 2

Handlung ist somit das, was ich als Konsument bewusst sehe und höre – die Bild/Tonebenen des Films. Daher auch der Begriff AV-Medium. AV = audiovisuell.

Thema hingegen ist das, was ich als Konsument empfinde, was mich unbewusst emotional aktiviert und fesselt.

Die Gründe Hollywoods diese Erzählstrukturen zu entdecken, entwickeln und zu erweitern? In der Sprache der Filmproduzenten ausgedrückt heißt das – der Film soll sowohl **einzigartig**, als auch **universell** sein. Und das zur gleichen Zeit. **Universell** macht ihn für ein breites internationales Publikum einsetzbar (Quote/return of investment) und **einzigartig** unterscheidet ihn von den anderen Filmen (USP/Produktgestaltung).

Was wie die Quadratur des Kreises klingt, bedeutet für professionelle Filmschaffende (das umfasst alle Bereiche, von der Drehbuchentwicklung, über die Arbeit der Regie und der Schauspieler, bis hin zu Bild-Ton- und Lichtgestaltung, der Ausstattung, dem Schnitt und der Filmmusik) die virtuose Beherrschung ihrer Werkzeuge und ebenso virtuos spielen sie damit auf der Gefühlsklavatur des Publikums.

Wozu geht der Mensch ins Kino?

Weil er Sehnsucht danach hat, hoch komprimierte Erklärungsmodelle für Veränderungsprozesse im Moment ihres Entstehens mitzuerleben, die noch dazu ein Maximum an Drama und Konflikt entwickeln, trotzdem erfolgreich verlaufen, zu einem guten Ende kommen und das in einer überschaubaren Zeit von ca. 90 – 120 Min. Er ist hautnah dabei, wenn seine Identifikationsfigur/der Protagonist des Films dessen aus den Fugen geratene Innen- und Außenwelt nachhaltig in Ordnung bringt. Das macht dem Zuseher Hoffnung für kurze Zeit oder löst etwas mittel- oder langfristiges aus. Je nachdem an welchem Punkt in seinem Leben er gerade steht.

Die einfachste Erklärung für die Funktion einer Filmgeschichte lautet:

Das Leben eines Menschen gerät aus seiner scheinbaren Harmonie (Komfort-Zone), im Versuch diese wieder herzustellen, geht er durch eine Krise durch und lernt einiges über sich selber. Am Ende des Films weiß er, wer er wirklich ist. Er und sein Leben kommen in die wahre Balance. Der Protagonist bewegt sich von der ‚Sklaverei in die Freiheit‘, vom ‚unerlösten Zustand zum Erlösten‘. Damit ist der Drehbuchautor schon ziemlich nahe an psychotherapeutischen Modellen wie z.B. den Kommunikationsmustern von Virginia Satir – ausgehend von den 4 Stressmustern (Placating/Blaming/ Computing/Irrelevant) landet der Klient nach erfolgreich verlaufenem Veränderungsprozess in seiner Kongruenz. Genauso funktionieren die Erzählmuster diverser Mainstream-Filme. Der Konsument kann somit in relativ kurzer Zeit etwas miterleben, was ihm (noch) nicht gelungen ist. Einmal auf der Identifikationsebene angelangt, vergleicht er assoziativ und affektiv während des ganzen Films sein Leben mit dem des Protagonisten und zwar mit allen Höhen und Tiefen. z.B. in ‚*Pretty Woman*‘ wenn Edward Lewis/Richard Gere im Lotus Esprit den 1. Gang nicht findet, geht sicher einigen Herren im Publikum der Gedanke durch den Kopf: ‚Aber Autofahren kann ich besser‘. Vielleicht sogar laut ausgesprochen mit einem zur Nachbarin gerichteten ‚Gell, Schatzi!‘ hinten dran, gefolgt von einem kritischen, bewundernden, ironischen Blick derselben, je nach momentaner Basissituation der jeweiligen Lebensgemeinschaft. Durch die Dichte der Informationsabgabe findet dieser Vergleichsvorgang vorwiegend unbewusst statt, auf der Ebene des Erfahrungsabdruckes des jeweiligen Zusehers. Für Reflexion ist während der Aufführung keine Zeit. Der Film passiert immer im Hier & Jetzt – der gute auf alle Fälle.

Damit zurück zur Show, zurück zu ‚Cool Runnings‘:

Über die **Handlungsebene** ist der Film schnell erzählt- z.B. Mittels der in Hollywood beliebten One-Liner: 1 Traum. 4 Jamaikaner. 20 Grad minus. Oder etwas ausführlicher: Als der jamaikanische Sprinter Derice Bannock, mitgerissen durch den Sturz eines Konkurrenten die Qualifikation für die Olympischen Sommerspiele verpasst, beschließt er als Bob-Fahrer bei den Winterspielen anzutreten. Die auf Jamaika lebende amerikanische Bob-Legende Irv’ Blitzer, wegen Betrugs seinerzeit seiner beiden Gold - medaillen verlustig gegangen, soll das Team trainieren. Das Team: Drei Sprinter, neben Derice die beiden ebenfalls gestürzten Konkurrenten und sein Freund, ein ewiges Kind und nebenbei der beste Seifenkistenfahrer Jamaikas. Von den eigenen Landsleuten belächelt, schaffen sie es dank der unorthodoxen Trainingmethoden von Irv’ Blitzer ein Team zu

werden und trotz Null-Budgets sich für die Winterspiele 1988 in Calgary zu qualifizieren. Dort angekommen, verspottet von der Konkurrenz, fast wieder disqualifiziert, da das OK eine alte Rechnung mit ihrem Trainer begleichen will, schaffen sie das Unmögliche. Sie kommen in die Nähe der Medaillenränge. Im entscheidenden Lauf bricht allerdings bei voller Fahrt die Lenkung ihres altersschwachen Bobs.....

Hier wird beste US-Komödientechnik eingesetzt. Das vorliegende Genre hat den praktikablen Namen *Fish out of water*. Ausgangspunkt ist die sogenannte ‚Happy Idea‘. Bringe zwei unvereinbare Komponenten zueinander und unfreiwillige Komik ist garantiert. Z.B. eine Nachtclubsängerin in einem Nonnenkloster (*Sister Act*), ein eingefleischter Großstadtreporter in den Rocky Mountains (*Zwei wie Katz und Maus*). Eine schwerreiche, kinderlose Zicke landet bedingt durch eine Amnesie als vermeintliche Ehefrau bei einem armen, aber kinderreichen Alleinerzieher. (*Overboard – Ein Goldfisch fällt ins Wasser*). Sinn dieser Technik ist natürlich nicht primär der Lacheffekt, sondern der Lernprozess des Protagonisten. Die Komödie ist quasi die handlungsbedingte Zuckerschicht, um die bittere Pille Thema besser hinunter zu bekommen. Erfinder und Entwickler dieser Technik ist der französische Dramatiker Pierre Chamblain de Marivaux (1688-1763), der erstmals Theaterstücke als Fallstudien anlegte. Ein seiner Zeit weit vorausblickender Analytiker mit dem zentralen Thema des menschlichen Zusammenlebens in all seinen Facetten. Oder wie er es nannte: Die Kunst in den Köpfen der Menschen zu lesen und ihre geheimen Gefühle zu entwirren.

In der therapeutischen Fachsprache könnte man sagen. Zur Anregung eines Lernprozesses holt man den Klienten aus seinem gewohnten Bezugssystem heraus und steckt ihn in ein völlig konträres. In diesem kann der Klient, bei dementsprechender Betreuung sein kreatives Potential entfalten, alte Beziehungs –und Handlungsmuster aufbrechen und im überlebensnotwendigen Anpassungsprozess an die neue Umgebung sein wahres Selbst entdecken. Begleitet vom Mentor/Coach/Trainer (Im Film meistens eine ältere Person, der vor ihm schon durch eine ähnliche kritische Erfahrung ging und jetzt seine Kenntnisse weitergibt – z.B. Obi Wan Kenobi und Luke Skywalker in *Star Wars*) schafft er eine nachhaltige Veränderung und stößt zu einem neuen Bewusstsein vor.

‚*Cool Runnings*‘ auf der **thematischen Ebene** betrachtet, zeugt von der Komplexität des US-Filmhandwerks. Dem fugenlosen, nicht bewusst wahrzunehmenden Verschmelzen von **Handlungs** –und **Themen**ebenen. In der vorliegenden Erzählung geht es um Wertehaltungen. Um Selbstwert und Anerkennung. Um wahre innere Werte im Gegensatz zu flüchtigen äußeren. Um den Sieg über sich selbst im Moment der Niederlage. Wobei in amerikanischen Filmen diese Dynamik sehr beliebt ist. Der Held zieht aus um materielle Schätze zu finden, scheitert dabei, bekommt aber stattdessen eine sein Leben verändernde Erkenntnis auf der ideellen Ebene. Z.B. *Indiana Jones 1-3 (USA 1981 -89)* oder die Rahmenhandlung von *Titanic (USA 1997 – Ein Schatzsucher zieht aus, um im Wrack der Titanic einen großen Edelstein zu finden (Heart of the ocean)*, stattdessen wird ihm die Geschichte über diesen Schmuck anvertraut, deren Hüter er nach dem Tod der Erzählerin wird. Im globalen Weitererzählen entstand der Film, dessen gigantischer Erfolg nicht vorhersehbar war. In Fachkreisen wurde eher sein Scheitern erwartet. James Cameron hatte sich mit der Figur des Schatztauchers selbst in die Geschichte eingebracht.

‚*Cool Runnings*‘ ist eine sogenannte Multi-Protagonist Story. Mehrere Protagonisten haben ein gemeinsames Ziel, aber verschiedene Ausgangssituationen und dadurch auch ebensolche Veränderungsprozesse. In der gemeinsamen Anstrengung das Ziel erreichen zu wollen,

müssen sie zuerst vor allem eines werden – ein Team. Ein Team aus Personen, die alle zu Beginn des Films knapp vor der Ziellinie gescheitert sind. Im Seifenkistenrennen, sowie im Qualifikationslauf. Und die auch am Ende des Films knapp vor der Ziellinie scheitern werden. Was sich geändert hat ist die Dimension der Ziellinie im Außen und der Umgang mit der Niederlage im Inneren. Das ist der Veränderungsprozess. Als Mentor/Trainer/Coach bekommen sie einen Ex-Sportler der den umgekehrten Weg beschritten hat. Im Außen zweimal erfolgreich die Ziellinie überquert (2 Goldmedaillen), aber Mangels innerer Werte zum Betrüger geworden am Weg zur dritten Medaille. Gewinnen müssen als Suchtverhalten. Betrug als Selbstbetrug oder wie korrupt bin ich beim Umsetzen meiner Träume (Thema Doping). Derice ist quasi das Alter Ego Irv' Blitzers. Als die vier den Bob wie einen Sarg, in dem ihre gescheiterten sportlichen Hoffnungen ruhen, Richtung Ziel tragen, ist auch Irv's jahrelanger Leidensweg ins Exil zu Ende. An dieser Stelle lohnt es sich den Dialog vom Beginn nochmals zu lesen.

Weiters wird die Wahrung der Identität, bzw. der zeitweilige Verlust derselbigen im Film behandelt. Fremd und unerwünscht, sowohl in sportlicher, als auch in soziokultureller Hinsicht, verleugnen die vier Team-Mitglieder im Aufeinandertreffen mit den Bob-Profis ihre Wurzeln. Das zeigt sich in der Übernahme des schweizerischen Start-Rituals – Eins, zwö, drü! Ein letzter Platz im ersten Lauf ist die Folge. Erst als sie ihr eigenes Ritual entwickeln, wieder zu ihrer eigenen Herkunft stehen, kommen sie in den Flow – werden ein Energiekörper, trotz vier unterschiedlicher Individuen.

Wer löst jetzt diesen Veränderungsprozess aus, wer begleitet ihn, steuert ihn, coacht ihn? Wer stößt den Protagonisten auf sein Problem? Das führt zur ebenso wichtigen Figur wie die des Protagonisten – die des Antagonisten. Beide bedingen einander. Beide wollen/müssen gemeinsam das Ziel erreichen. Aber beide haben unterschiedliche Ansichten über den Weg. Der Held/Protagonist möchte natürlich ohne zusätzliche Anstrengungen dorthin gelangen, also quasi nur auf der **desire line, der Handlungsebene** unterwegs sein. Sein inneres Problem und damit die Notwendigkeit der Lösung desselben umgehen. Da tritt der Antagonist auf und beginnt zwischen dem Helden und seinem Ziel Hindernisse aufzubauen. Diese Hindernisse stehen immer im Zusammenhang mit dem inneren und/oder äußeren Problem des Helden. Im Überwältigen dieser reift der Held und kommt in einen Selbsterfahrungsprozess. D.h. der Antagonist ist quasi der Hüter der **thematischen Ebene**. Baut der Antagonist die Hindernisse zu hoch auf, wird der Protagonist/der Held in ihrer Überwindung überdimensional, damit wird die Identifikationsebene mit dem Konsumenten zerstört. Sind die Hindernisse zu nieder, ist die Entwicklungskurve des Helden eine flache, das führt zu einem langweiligen Film. Im US-Filmbiz lautet die Devise *Film is bigger than life*. Wenn das Leben des Zusehers vor der Leinwand dramatischer verläuft, wie das des Helden auf der Leinwand, stellt sich die Frage, wozu den Film sehen.

Raffinierterweise muss der Antagonist nicht ausschließlich ein Subjekt sein, auch als Objekt als Ereignis, als Phänomen an sich kann er seine Funktion erfüllen. z.B. in *Cool Runnings* ist der Antagonist nicht der Trainer Irv' Blitzer. Er ist Mentor und auch Katalysator (Siehe: die Handlungskurve nach *Aristoteles*), aber auch er geht durch einen Prozess durch, bzw. ist er den Weg bereits auf seine Weise voraus gegangen. Antagonist hingegen sind die Olympischen Spiele mit ihrer globalen Verführungskraft von Ruhm und Ehre, von goldenen Medaillen, Anerkennung, Bewunderung, Verehrung, aber auch ihren Hindernissen in Form von Regeln, Gesetzen und Gefahren. Triumph und Niederlage liegen nirgendwo so eng beieinander wie im internationalen Spitzensport und seiner globalen Medien-Präsenz.

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil des Films ist neben der audiovisuellen Umsetzung

seine **Erzählstruktur**. Nirgendwo treffen Coaching, Therapie und Film schlüssiger aufeinander als im Bereich der Dramaturgie – der Lehre vom Handlungsablauf. Das zeigt sich am deutlichsten im Vergleich einiger Strukturmodelle aus beiden Welten.

Basis-Struktur/Film

Das 3-Teilige Schema des modernen, kommerziellen Films, welches in abgewandelter Form in allen gängigen Strukturmodellen vorkommt.

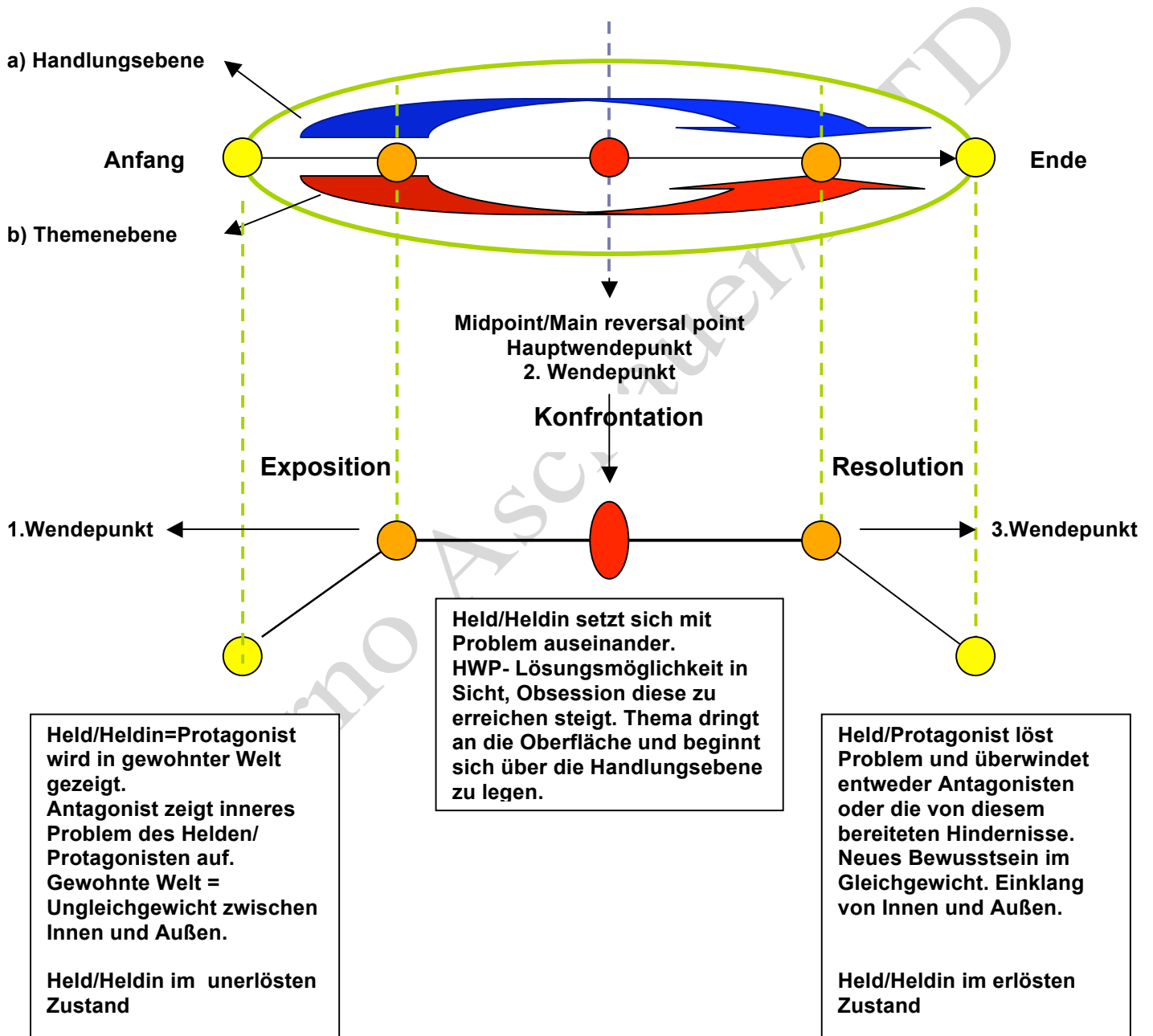


Abb. 3

Modell der 3-Zeit/Entwicklungsebenen im Film

1 **Sendezeit** (z.B. 90', 120', 4 x 60', 200 x 25')



2 **Erzählte Zeit** (z.B. 4 Tage, 1 Woche, 3 Monate, 35 Jahre)



3 **Psycholog. Entwicklung/Veränderungsprozess** (z.B. vom unerlösten zum erlösten Zustand, vom Stressmuster zur Kongruenz, von Sklaverei zu Freiheit oder zur größeren Sklaverei, vom Mangel zur Fülle, von der Fremdbestimmung zur Selbstbestimmung, Reise des Helden etc.)



Ad 1) **Sendezeit/prod.wirtschaftlich Ebene**

Diese definiert sich aus dem Programmschema, dem Genre und vor allem dem Produktionsbudget. Für den Autor eine unerlässliche Komponente, wenn er beginnt das Treatment und daraus resultierend das Drehbuch zu entwickeln.

Daher ist es auch wichtig mit computerunterstützter Formatierung zu arbeiten (z.B. Final Draft-Software), da die spezielle Formatierung der Drehbuchseite ein Parameter für ein Zeit/Weg/Handlungs-Diagramm durch den Film sind.

Damit dominiert hier das produktionswirtschaftliche Wissen.

Definiert Verbindung und Länge von Text und Subtext-Ebenen.

Ad 2) **Erzählte Zeit/handwerkliche Ebene**

Eine der drei Aristotelischen Einheiten von Zeit/Ort/Handlung.

Die ‚Erzählte Zeit‘ ist somit Teil der **Handlungs-Ebene**. In ihr sind die visuellen und auditiven Codes eingelagert, die sicht und hörbare Information, die den Film von anderen unterscheidbar und damit unique macht.

Je nach Genre-Spezifikation verlangt diese Ebene nach einer vollinhaltlichen Recherche. Und damit nach Sensibilisierung der Wahrnehmung der äußeren Welt. Im drehbuchtechnischen Kontext steht diese Ebene für die Desire Line, das bewusste Verlangen meines Film-Charakters, das was er/sie will oder auch die ursprüngliche Perspektive auf das gefasste Ziel. Text-Ebene. Entscheidungsprozess pro oder contra Kinobesuch. Marketing-Ebene.

Ad 3) Psycholog. Entwicklung/Veränderungsprozess/*Persönlichkeitsentwicklungsebene*

Steht für die **Themen-Ebene**. Hier passiert der universell begreifbare und fühlbare Veränderungsprozess. Die Ebene der Identifikation zwischen dem Zuschauer und dem Geschehen auf der Leinwand. Die Recherche des Autors/der Autorin führt zur Sensibilisierung der Wahrnehmung der inneren Welt, zur eigenen Persönlichkeit des/der DrehbuchautorIn. In der Entwicklung der Geschichte heben die AutorInnen die Schutzbarrieren zwischen ihren eigenen Konflikterfahrungen und denen ihrer Filmcharaktere auf. Sie gehen mit ihnen in einen emotionalen Entwicklungsraum und begleiten sie wie ein Coach durch einen Veränderungsprozess. Die AutorInnen/RegisseurInnen sind Auslöser und Begleiter eines ‚personal change managements‘ und führen die Filmfiguren durch die Krise zum Erfolg. Im Drehbuchtechnischen Kontext steht diese Ebene für den Problem/Need-Komplex. Das unbewusste Verlangen des Filmcharakters, das was er/sie braucht oder auch die sich allmählich entwickelnde tatsächliche Perspektive auf das gefasste Ziel. Die Subtext-Ebene oder emotionale Landschaft. Diese erlebt der Zuschauer unmittelbar im Kino. Somit ist das antagonistische Modell im Film vergleichbar mit einem Beratungssystem zwischen Coach und Klient. Protagonist = Klient/Antagonist = Coach, Therapeut. Wie in der Anatomie das synergetische Zusammenspiel von Agonist und Antagonist, so sind auch in der modernen Filmdramaturgie die beiden Hauptkräfte Prot –und Antagonist in einer gegenseitigen Wechselwirkung.

Die TPF-Triade der Stoff- und Drehbuchentwicklung:



Thema ist etwas abstraktes, das sich ohne die beiden anderen Komponenten nicht durch die Geschichte und in Richtung Zuschauer bewegt. Es braucht **Handlungsträger/Personen**, die in ein dem **Thema** untergeordnetes Lebensumfeld gestellt werden. Dieses wird, um den thematischen Zugang zur Filmgeschichte zu erleichtern, im Sinne einer dramatischen Verdichtung und Fokussierung **funktionalisiert**. Die Funktionalisierung findet z.B. in der Auswahl und Gestaltung des privaten und beruflichen Umfeldes statt. Der/Die AutorIn entwickelt ein System, in dem **Handlung** und **Thema** eine Allianz eingehen. Die Verknüpfungen der beiden Ebenen finden in den **Personen**, sowie in dem sie umgebenden Setting statt.

Sowohl die Arbeit mit den Zeitebenen, als auch die mit der TPF-Triade ist systemisch zu sehen. Alle Elemente werden in der Stoffentwicklung nicht in einer linearen Chronologie abgehandelt, sondern stehen in ständiger Wechselwirkung zueinander. Diese Methode wird unter dem Begriff – TRANSMEDIALES STORYTELLING, entwickelt von Dr.ⁱⁿ Marlen Schachinger und Arno Aschauer, ab 09/2012 in die Lehre eingebracht.