

Autor: Hickethier, Knut.

Titel: Spaltprozesse. Die Dramaturgie des Fernsehfilms als Verkaufsgespräch.

Quelle: epd medien Nr. 34-35/2001. Frankfurt a. M. 2001. S. 3-8.

Verlag: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik.

Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung des Verlags.

Knut Hickethier

Spaltprozesse. Die Dramaturgie des Fernsehfilms als Verkaufsgespräch

Seit dem ARD-Optimierungspapier für den Fernsehfilm im Sommer vergangenen Jahres ist die Diskussion um den Fernsehfilm nicht abgerissen. So beschäftigten sich, nach den ersten Wellen der öffentlichen Debatte, auch die Dramaturgen auf ihrer Jahrestagung mit diesem Thema. Ein Thema, das ebenfalls durch organisatorische Pläne - so die vom SWR geplante zumindest teilweise Auslagerung der Fernsehfilmredaktion in eine Tochterfirma - zusätzliche aktuelle Aspekte gewonnen hat. Trotz herausragender Fernsehfilme wie "Die Polizistin" oder Großproduktionen wie "Jahrestage" stehen der Fernsehfilm des ZDF am Montagabend oder der Fernsehfilm der ARD am Mittwoch weiterhin unter dem Generalverdacht, sich dem TV-Movie allzu klaglos angepasst zu haben. An der Philipps-Universität Marburg wollen die Drehbuchautoren am 12./13. Mai in einem Werkstattgespräch über Voraussetzungen und Perspektiven des Genres diskutieren, über Dramaturgien und Konzepte sprechen. An dieser Stelle analysiert und kommentiert Knut Hickethier, Medienwissenschaftler an der Universität Hamburg, die Entwicklungen der Fernsehfilm-Dramaturgie.

Am ARD-Optimierungspapier des vergangenen Jahres hatten sich die Kritiker vor allem über die sehr planen Vorstellungen von Dramaturgie und Wirkung erregt. Danach wurden für das Gros der Fernsehfilme einfache Erzählweisen, sympathiehaltige Figuren, bekannte Hauptdarsteller, ein "nicht abstoßendes" Milieu gefordert. Verlangt wurde auch, "vermeintlichen und verquasteten Tiefsinn, Unverständlichkeit, übertriebene formale Spielereien, Untertitelungen, komplizierte, unverständliche und unattraktive Anfänge" zu vermeiden. Hinter der "Klippschule total" ("Der Spiegel") und der "künstlerischen

Bankrotterklärung" ("Der-Laden"-Regisseur Jo Baier) steht jedoch mehr: die grundsätzliche Veränderung der Dramaturgie und die striktere Einpassung in die Programmprofile.

Der Verlust des Kunstanspruchs

Seit den sechziger Jahren gehörte es zum medialen Selbstverständnis, dass der Fernsehfilm (als Fernsehspiel) Eigenständigkeit beanspruchte. Und dies bedeutete Eigensinn, Widerspruch gegen das restliche Programm. "Das Fernsehspiel ist nicht Fernsehen", dekretierte beispielsweise der damalige WDR-Fernsehspielchef Günter Rohrbach. Damit meinte er, der Fernsehfilm habe sich den schnellen Konventionen des Fernsehprogramms insgesamt zu verweigern, sollte bewusst das Publikum irritieren, ihm etwas Unerwartetes vorsetzen. Nur damit könne der Fernsehfilm seinen künstlerischen Anspruch behaupten. Denn Kunst, dies das Grundverständnis dahinter, ist vor allem Widerspruch.

Unterminiert wurde dieses Selbstverständnis des künstlerischen Fernsehfilms von den Fernsehspielredaktionen der öffentlich-rechtlichen Anstalten selbst, als sie mit dem quantitativen Ausbau der Programme auch die Formen der fiktionalen Fernsehunterhaltung zu differenzieren begannen. Serialisierung des Fernsehfilms auf der einen und die Verflechtung mit dem Kinospießfilm auf der anderen Seite haben ein Geflecht unterschiedlicher dramaturgischer Formen der fiktionalen Unterhaltung im Fernsehen entstehen lassen. Es gibt heute nicht mehr den Fernsehfilm, sondern stattdessen eine Palette unterschiedlicher fiktionaler Formen.

Dazu zählen der Kinospießfilm, der mit Fernsehgeld finanziert wird; die Film-Fernseh-Koproduktion; der Fernsehfilm (der nur im Fernsehen und nicht im Kino zu sehen ist); die Staffelserie (meist 13 Folgen, einmal in der Woche gesendet, Fortsetzungen sind möglich); die Daily Soap (die auf Unendlichkeit angelegte täglich gesendete Serie wie "Gute Zeiten, schlechte Zeiten"); die Doku-Serie (wie z.B. "Die Fußbroichs") und die neue Form der Reality-Soap (z.B. "Big Brother").

Alle haben ihre eigenen dramaturgischen Konzepte. Diese Formen werden nicht mehr 'Genres' genannt (weil damit eine inhaltlich bestimmte Gruppe von Produktionen gemeint ist wie z.B. der Krimi, den es in allen diesen Formen geben kann). Stattdessen ist die

Rede von Formaten. Dieser Begriff stammt aus dem Lizenzeinkauf von Sendekonzepten (z.B. "Glücksrad"), bei dem die Rechtebesitzer Wert darauf legen, dass diese Sendung auch in ihrer Inszenierungspraxis und ihren Themen und Inhalten nach dem genau vorgegebenen Muster durchgeführt wird.

Formate und die synthetische Dramaturgie

Inzwischen hat sich der Begriff längst verselbstständigt. In einer Marktübersicht unterscheidet z.B. die Ufa Film und Fernsehen GmbH zwischen folgenden Formaten im fiktionalen Bereich: anthologies (z.B. "Tatort", "Polizeiruf 110"), cinema movies (Kinospielefilme im Fernsehen), TV movies (Fernsehfilme neuerer Art, unterschieden nach: comedy, crime, drama, literatur/novel, melodrama, thriller), mini series (mehnteilige Fernsehfilme), series (in der Folgenzahl begrenzte Serien, die noch unterschieden werden in Genres: animation, crime, doctor, family, science fiction), sitcoms/ comedy (z.B. "Roseanne"), soaps ("Lindenstraße") und daily soaps (z.B. "Verbotene Liebe"). Neu ist die reality soap (z.B. "Big Brother", aber auch "Inselduell" usw.).

Diese Formate werden nach Reichweite (Haushalte, Zuschauer in Altersgruppen, Marktanteil), nach Zielgruppenstrukturen (Männer/Frauen, Alter, Bildung, Einkommen, Beruf etc.) aufgeschlüsselt und beschrieben, so dass für einzelne Reihen, Serien oder Einzelfilme verwertbare Profile entstehen. Es geht nicht mehr in erster Linie darum, wie originell eine Geschichte ist und wie konsequent sie erzählt wird oder wie überzeugend die Schauspieler sind. Vielmehr geht es darum, welche Versatzstücke gebraucht werden, um eine bestimmte Zielgruppe anzusprechen und diese für die Werbung aufzubereiten. Die Folge ist eine synthetische, nur auf die Einschaltquoten, also nach ökonomischen Gesichtspunkten ausgerichtete Dramaturgie.

TV-Movie statt Fernsehfilm

Neben der Einführung neuer Serienformate (den täglich ausgestrahlten Serien, den Daily Soaps) etablierten die kommerziellen Sender 1993 eigenproduzierte Fernsehfilme, die sie - um sich von den öffentlich-rechtlichen Fernsehspielen abzugrenzen - TV-Movies nannten. Sie übernahmen damit nicht nur den amerikanischen Begriff, sondern auch die spezifischen Bestandteile der amerikanischen Form des Fernsehfilms. Im Gegensatz zum öffentlich-rechtlichen Fernsehfilm stellen sich die privatrechtlichen TV-Movies als kleine

Ausgabe eines Kinofilms dar, d.h. sie sind schneller geschnitten als ein deutscher Fernsehfilm, effektvoller in der Lichtsetzung und in der Soundgebung, vom Genre her zumeist melodramatisch angelegt und mit zusätzlichen Elementen des Kriminalfilms oder des Thrillers ausgestattet.

Häufig wurde in der Anfangszeit - darin ähnlich der alten Tradition des Dokumentarspiels - ein realer Sensationsfall aufgegriffen, der noch nicht lange zurücklag (Kindesentführung, Amoklauf, Vergewaltigung einer Minderjährigen etc.). Weiterhin wurde wenigstens ein bekannter Schauspieler eingesetzt, um auf diese Weise eine zusätzliche Zuschauerbindung zu erzielen. Entscheidend ist ein neugierig machender Titel ("Du hast mir meine Familie geraubt", oder "Eine Mutter kämpft um ihren Sohn"). In den ersten drei Minuten, so ein Essential der Macher, eine Grundmaxime ihres Ansatzes, muss das Publikum 'gefesselt' sein und begierig den Ausgang der Geschichte erfahren wollen. Die daraus folgende Ausrichtung auf Trivialstories lässt sich an den Titeln der TV-Movies erkennen.

Das neue Format betrieb deutlich eine Boulevardisierung des Fernsehfilms. TV-Movies sind synthetisch hergestellte Fernsehfilme, die eine Reizakkumulation betreiben. Sie operieren mit Ausstattungswerten und Schaulaffekten. Zwar können sie sich nicht die großen Ausstattungen des Kino-Blockbusters Hollywoods leisten, tun aber so, als könnten sie es. Der ehemalige RTL-Ressortleiter TV-Movie, Sam Davis, beschrieb es so: "Ich betrachte das TV-Movie als die kommerziellste Filmart, die in dem sehr stark am Kommerz orientierten Medium Fernsehen um 'Käufer' wirbt."

TV-Movies sind vor allem Gebrauchsware, zum schnellen und rückstandslosen Verzehr bestimmt. Die Inszenierung setzt oft schockartig wirkende Schnitte, überraschende Umbrüche und grelle Gewaltszenen ein. Die Geschichte selbst wird zumeist linear erzählt. Die Handlung entwickelt sich nach sehr formalisierten Mustern, für die es inzwischen zahlreiche, immer gleiche Drehbuchanweisungen gibt. Verständlichkeit des Handlungsgeschehens - also das Befolgen stark konventionalisierter dramaturgischer Muster - ist durchgängig erwünscht. Dramaturgie heißt hier im Wesentlichen: Exposition, Wendepunkt, Steigerung, Höhepunkt, erneuter Wendepunkt, Auflösung.

Die Musterküchen des Drehbuchschreibens

Syd Field ist als Drehbuch-Lehrer beliebt, weil er klare und scheinbar erfolgreiche Anweisungen gibt: Die Exposition (setup) umfasst die ersten 30 Seiten des Buchs (die ersten zehn Minuten des Films), auf Seite 25 bis 27 muss dann der erste Wendepunkt (plotpoint) eintreten: undsoweiter. Natürlich gibt es zahlreiche Beispiele namhafter Filme, die Film- und Fernsehgeschichte gemacht haben, welche nicht diesem Muster folgen. Gleichwohl hat sich die Auffassung nachhaltig durchgesetzt, dass die konventionelle Dramaturgie Grundvoraussetzung eines erfolgreichen Unterhaltungsfilms sei.

Die WDR-Fernsehfilm-Lektorin Andrea Hanke betonte in einem Reader zu den Drehbuchanweisungen von Syd Field, dass "sich gerade das weitverbreitete Drei-Akt-Modell nach Syd Field mit seinen präzisen Seitenangaben für die entscheidenden Wendepunkte der Geschichte für eine rein mechanische Überprüfung" anbietet. Sie setzt auf ein anderes Patentrezept, auf "Hero's Journey". 1949 schrieb Joseph Campbell das Buch "The Hero with a Thousand Faces", das 1978 auf Deutsch unter dem Titel "Der Heros in tausend Gestalten" erschien.

Darin wird im Rückgriff auf C.G. Jung die These entwickelt, dass alle großen Geschichten der Menschheit letztlich einem einzigen Schema folgen: Es besteht aus einer Reise eines Helden durch zwölf Stationen. Alle Geschichten lassen sich nach dieser Theorie letztlich auf dieses Schema zurückführen, dem ein mythischer Ursprung zugeschrieben wird. Hier schien das Dramaturgie-Konzept für ein global erfolgreiches Kino gefunden zu sein, ein Modell für die Produkte der Global Players.

Die 12-Stationen-Dramaturgie

Der Drehbuchberater Christopher Vogeler machte daraus ein Anweisungsbuch für Drehbuchautoren: "The Writer's Journey. Mythic Structures for Writer", das 1997 auch auf Deutsch erschien: "Die Odyssee des Drehbuchschreibers". Es handelt sich hier um eine 12-Stationen-Dramaturgie, die sich jedoch auch in das klassische Dramaturgieschema einbauen lässt.

Ausgang ist (1) die gewohnte Welt, aus der der Held stammt. Er erhält (2) einen Ruf zum Abenteuer; der (3) meist mit einer Weigerung des Helden beantwortet wird. Der Held begegnet (4) einem Mentor, der ihn berät und zur Reise rät. Die Reise beginnt, und es

findet (5) ein Überschreiten der ersten Schwelle statt, hinter der es kein Zurück mehr gibt. Nun ereignen sich (6) Bewährungsproben, der Held trifft auf Verbündete und Feinde. Er dringt dann (7) zur tiefsten Höhle vor, in der er auf den Gegner trifft. Dort kommt es (8) zur entscheidenden Prüfung in der Konfrontation und Überwindung des Gegners. Der Held wird (9) belohnt (indem er z.B. das Schwert ergreift, den Schatz oder das Elixier raubt). Er macht sich (10) auf den Rückweg; dabei kommt es zur Auferstehung des Helden (11), da er durch das Abenteuer zu einer neuen Persönlichkeit gereift ist. Danach findet (12) eine Rückkehr mit dem Elixier statt.

Über den Kinofilm sind solche Dramaturgie-Rezepte auch zum Fernsehfilm gekommen, wie Andrea Hanks Hinweis zeigt. Das TV-Movie ist vor allem ein Genrefilm. Neben dem Genre Women in Jeopardy (Frauen in Gefahr) wird Disease of the Week (Krankheit der Woche) bevorzugt, wozu Filme wie z.B. "Das Baby der schwangeren Toten" oder "Schlag weiter, kleines Kinderherz" gehören. Dieses Genre ist sicherlich das umfangreichste und erfolgreichste Genre. Aber auch die klassischen Genres wie der Thriller oder der Katastrophenfilm sind zu finden. In der Genreausrichtung des TV-Movie liegt vor allem die Differenz zum Fernsehfilm älterer und vor allem öffentlich-rechtlicher Provenienz; hier liegt der konzeptionelle Bruch, der sich in den neunziger Jahren vollzogen hat.

Vom Dramaturgen zum Producer

Nicht nur die Dramaturgie, auch das Berufsbild des Dramaturgen hat sich im Fernsehen verändert. Umstritten war die Rolle des Dramaturgen schon immer, weil der Dramaturg gegenüber Autor und Regisseur auch das Interesse des produzierenden und Geld gebenden Senders und des Gesamtprogramms vertreten muss. In den letzten Jahren hat sich das Bild des Berufsstands verschoben. Viele - vor allem jüngere - Fernsehfilmdramaturgen sind aus den Sendeanstalten zu kommerziellen Fernsehfilmproduzenten abgewandert.

Die Ursache liegt darin, dass die Sendeunternehmen (öffentlich-rechtlich und privatrechtlich) die Produktion von nicht-aktualitätsbezogenen Sendungen aus ihren Häusern ausgelagert und an privatrechtliche Unternehmen abgegeben haben, die diese dann eigenverantwortlich herstellen. Dieses aus der industriellen Produktion bekannte Outsourcing hat längst auch in den Medien Platz gegriffen und dient der Ökonomisierung

der Programmplanung und -produktion. Diese Entwicklung folgt einem generellen Trend, deutlicher zwischen den programmproduzierenden und den programmausstrahlenden Unternehmen zu differenzieren.

Die Programmproduzenten sind zwar ebenso wie die Sender häufig in ein Konglomerat von Firmen eingebunden, die einer Konzerngruppe angehören. Dennoch wirtschaften sie jeweils auf eigene Rechnung und werden dadurch zu einem konzerninternen Wettbewerb angeregt. Auch die öffentlich-rechtlichen Fernsehunternehmen haben sich auf diese Weise in eine Vielzahl einzelner Firmen aufgespalten, die wiederum von Holdings zusammengehalten werden (so z.B. bei Studio Hamburg, Studio Babelsberg, Bavaria). Die Fernsehfilmproduzenten entwickeln jetzt selbst Stoffe und Geschichten, die sie dann den einzelnen Redaktionen - sowohl den öffentlich-rechtlichen als auch den privatrechtlichen - anbieten.

Die alte Doppelfunktion tritt mit der Auslagerung auseinander

Dies führt dazu, dass sich die traditionelle Dramaturgenrolle im Fernsehfilm verändert: Sie spaltet sich auf zwischen dem Redakteur im Sender, der nunmehr Produktionen "betreut" (bei eigenem reduziertem Aufgabenbereich), und dem Producer bei der Fernsehfilmproduktionsfirma. Er entwickelt den Stoff, bringt ihn zur Produktreife, überwacht auch dessen Realisierung. Die früher einmal vom Dramaturgen verkörperte Doppelfunktion - dem Autor gegenüber die Senderinteressen zu vertreten und im Sender die Autoreninteressen zu verteidigen - tritt mit dem Outsourcing auseinander:

Der Sender-Redakteur vertritt gegenüber dem Firmen-Producer die Senderinteressen und der Producer gegenüber dem Redakteur die Firmeninteressen. Dramaturgie wird damit zum Verkaufsgespräch zwischen den verschiedenen an der Herstellung Beteiligten. Denn die Filmproduzenten mit ihren Producern treten zueinander in Konkurrenz, um von den Sendern Aufträge zu erhalten. Dadurch wird zwangsläufig auch eine Tendenz zum Spektakulären in der Gestaltung der Filme gefördert; die Reizakkumulation wird durch den Kampf um den Auftrag noch erhöht.

Daily Soap statt Serie

Zum Fernsehfilm gehört auch die Serie. Auch hier veränderten und verändern sich noch Dramaturgie und Produktion. Serie und Fernsehfilm sind nicht länger getrennt zu

diskutieren, weil die Veränderungen beide Formen der Fernsehfiction ergreifen. Mit der ersten deutschen täglich ausgestrahlten Serie, einer so genannten Daily Soap, gelang es RTL, ein neues Format im Angebotsmarkt zu etablieren. "Gute Zeiten, schlechte Zeiten" erwies sich als dauerhaft erfolgreiche Serienform.

Jetzt wurden Erfolgsmotive synthetisch zusammengefügt und aktuell - ganz nach Bedarf, als Reaktion auf die Quotenentwicklung - variiert. Dramaturgisches Modell ist die so genannte Zopfdraturgie: In einer halbstündigen Folge werden drei verschiedene Handlungsstränge zusammengeführt und - zopfartig - miteinander verflochten. Dabei ist in der Regel ein Handlungsstrang dominant, ein anderer wird beendet oder auch ein neuer angefangen. Diese Handlungsstränge werden in 20 bis 22 Sequenzen unterteilt, so dass eine Sequenz kaum zwei Minuten dauert.

Durch den ständigen Wechsel wird ein rasches Erzähltempo und der Eindruck ständigen Geschehens erzeugt. Damit wird gleichzeitig verdeckt, dass sich tatsächlich zumeist keine Handlungen ereignen, sondern nur über sie gesprochen wird. Von der Genregestaltung her dient - vor allem in den privatkommerziellen Daily Soaps - zumeist eine melodramatische Grundstruktur als Basis. Sie wird mit Krimi-Elementen angereichert. Die Handlung wird zum einen durch kurzfristige Höhepunkte beschleunigt, zum anderen aber auch zerdehnt, weil in den Folgen von Tag zu Tag ständig alles noch einmal beredet werden muss.

Die Mischung mehrerer parallel geführter Handlungsstränge schafft eine sehr kleinteilige Episodenstruktur mit pointenhaft gesetzten Kleinsthöhepunkte, wobei sich die Episoden beliebig oft durch Werbepausen unterbrechen lassen. "Gute Zeiten, schlechte Zeiten" wurde zum dramaturgischen Erfolgsmodell. Dies nicht zuletzt auch, weil es sich auch sehr viel kostengünstiger als eine normale Staffelserie produzieren lässt. Zwar sind die Einstandsinvestitionen durch den Aufbau eines kontinuierlich nur für die Soap genutzten Sets hoch, doch zahlt sich die Investition rasch aus, weil dann kaum noch Veränderungen vorgenommen werden müssen.

Quotenorientiertes Produzieren verändert das dramaturgische Denken

Das quotenorientierte Produzieren von Soaps hat das dramaturgische Denken in den Sendern nachhaltig verändert, denn auch die Öffentlich-Rechtlichen zogen bald mit

eigenen Soaps ("Marienhof", "Verbotene Liebe") nach. Entwickelt wird dabei eine Gesamtkonzeption (storyline), innerhalb der die einzelnen Folgen sich zu bewegen haben. Die fortlaufende Produktion der Geschichten führt dazu, dass Figuren und Konflikte auch quotenorientiert weiterentwickelt werden. Dabei wird die Fernsehproduktion über weitere Außenformen eingebunden, so über Fan-Clubs, Fanzines als Begleitpublikationen und Befragungen der Zuschauer. Erkundet wird, welche Darsteller ankommen und welche nicht, um auch auf dieser Grundlage die weitere Produktion zu steuern.

Damit hat sich auch das Tätigkeitsfeld des Dramaturgen verändert und mit dem der Autoren vermischt. Denn zum einen gibt es den Storyeditor und die Storyliner, welche die einzelnen Folgen konzipieren und entwerfen, die Figurenentwicklung planen und mit dem Gesamtkonzept der Serie abstimmen. Sind die Folgenkonzepte (etwa im Sinne von Treatments) fertig, werden sie an einen Scripteditor weitergereicht, welcher dann Autoren beauftragt, daraus fertige Drehbücher ("Dialogbücher") herzustellen. Sie wiederum werden von einem Headwriter überwacht. Er stimmt die Bücher mit den Redakteuren ab, gibt Änderungswünsche weiter und sorgt für eine möglichst genaue Abstimmung zwischen der Senderseite und dem produzierenden Unternehmen.

Der Autor - richtiger: die Autoren - der Serie werden in dieser Kette mehr oder weniger zu ausführenden Hilfskräften einer redaktionell bis in alle Details vorstrukturierten Gesamt- und Folgenkonzeption. Das früher bestehende Gegenüber von Dramaturg und Autor hat sich zu einer arbeitsteiligen Textproduktion entwickelt, die zahlreiche Zwischenschritte enthält. Dramaturgie versteht sich hier als Konstruktion einer Parallelwelt, die sich neben der Realität der Zuschauer befindet, mit diesen altert und viele Zufälligkeiten, Brüche und Ungereimtheiten besitzt - mit der Vorgabe, ein Spiegelbild des Lebens zu sein.

Für einzelne Zuschauergruppen wird diese Parallelwelt häufig zum Teil der eigenen Welt, weil sie mit den Figuren so umgehen, als seien sie reale Nachbarn im gleichen Mietshaus. Es handelt sich um ein ständig weiterlaufendes Geschichtenband, das die frühere einmalige und begrenzte Geschichte eines Fernsehfilms in zahllose Szenen auflöst. Diese Szenen streben immer wieder Höhepunkten zu, bewältigen sie allerdings oft nicht, sondern setzen wieder neu an, um neue Klimax-Situationen anzustreben. Für den

Zuschauer ergeben sich daraus ständige Stimulationen mit Situationen, unerwarteten Begebenheiten, Konflikten etc.

Zwang zum Realitätsanschein

Der zunehmende Zwang zum Realitätsanschein (Realität als das, was der Zuschauer als solche ansieht) bedeutet nicht, dass auf die traditionellen Konstellationen und Erzählmuster, die das Gebrauchsdrama schon längst entwickelt hat, verzichtet wird. Ihr Einsatz und die Verwendung zahlreicher Darstellungstereotypen ermöglicht ja erst, beschleunigt Konflikte und deren Lösungen zu erzeugen. Beziehungskonflikte, Dreieckssituationen, Verzögerungen von Lösungen, unerwartete Begegnungen - das dramaturgische Repertoire wird auch hier heftig geplündert.

Der Realitätsanschein wird dadurch verstärkt, dass für das Spiel Laiendarsteller eingesetzt und oft Bezüge zu aktuellen Themen in die Drehbücher eingebaut werden; weiter, indem die Umgebung dem Gegenwartsalltag der Großstädte und deren Szenerien angepasst und auf wenige Handlungsorte reduziert wird. Das anhaltende Publikumsinteresse legt nahe, dass es dafür offenbar einen Bedarf gibt.

Das neue Format: die Reality Soap

Der "Verbrauch" von Geschichten in den Serien und Soaps erzeugte bei den Sendern einen Innovationsdruck, der zur Suche nach neuen Ideen führte. Weil das Publikum durch den großen Ausstoß an immer neuen Folgen und Geschichten nach und nach um die Konstruktion solcher Muster weiß, wuchs und wächst immer noch der Druck, einen noch größeren Realitätsanschein zu erzeugen. Eine Serie, die das reale Leben einer Familie zeigte - natürlich nach dem Muster einer fiktionalen Serie inszeniert - war das Ergebnis: die WDR-Serie "Die Fußbroichs".

Von dort war es nur noch ein kleiner Schritt bis zur Erfindung des neuen Formats: der Reality Soap. Das erfolgreichste Beispiel ist in Deutschland bislang (aber inzwischen auch in zahlreichen anderen Ländern, deren Fernsehsender dieses Format von der Produktionsfirma Endemol in Lizenz erworben haben) "Big Brother". Für die Dramaturgie und den Beruf des Dramaturgen bedeutet ein solches Fernsehformat eine weitere grundsätzliche Veränderung: Nicht mehr eine vorher konzipierte Geschichte wird in Szene gesetzt und damit eine widerspruchsfreie, in sich stimmige und kohärente Gestaltung

erzeugt; es wird auch keine Endlos-Fortsetzungsgeschichte von Storylinern, Skriptautoren etc. in Handlungsführung und Dialogen erfunden.

Vielmehr erfinden nun die Figuren, die sich selbst spielen, ihre Dialoge selbst, die Handlung ergibt sich aus dem, was die Figuren innerhalb des Arrangements selbst tun. Der Dramaturg sorgt sich vor allem um die Stimmigkeit der Versuchsanordnung. Der Realitätsanschein hat sich gegenüber den Soaps in seinem Kern noch einmal verstärkt. Denn auch hier geht es um Alltag, der dargestellt und inszeniert wird, wie in zahlreichen Fernsehserien und Fernsehfilmen zuvor. Der erhöhte Realitätsanschein lässt das hier Gezeigte als Natur, als "bloßen Selbstlauf des Alltäglichen" (Sighard Neckel) erscheinen, obwohl die Mehrzahl der Zuschauer weiß, dass alles inszeniert ist und sich die Figuren auch selbst inszenieren.

Autoren im eigentlichen Sinne gibt es nicht mehr (weil keine Dialoge geschrieben und Handlungen entwickelt werden). Stattdessen gibt es den Konzeptionisten. Er ist Dramaturg im eigentlichen Sinne. Hinzu kommen zusätzliche Betreuer wie Psychologen etc., die den Verlauf der Reality Soap begleiten. Sie geben offen und verdeckt neue Impulse in das Geschehen, um die Figuren zu mehr Intensität, zu unerwartetem Verhalten etc. zu stimulieren.

Show-Effekte und billige Herstellung

Bei diesem Typ des Dramaturgen kommt es auf Eigenschaften an, wie sie die Show-Redakteure besitzen. Wichtig ist ein feeling dafür, was das Publikum an überraschenden Aktionen, an Sexdarstellung und an Konfliktmanagement erwartet und wie diese Erwartungen innerhalb der Versuchsanordnung zu bedienen sind. Literarische Kenntnisse - einst Voraussetzungen für die Dramaturgentätigkeit - sind hier eher störend. Die jeweiligen eine Stunde dauernden Zusammenschnitte der Aufnahmen des Tages, die am Abend gesendet werden, entsprechen dem traditionellen Soap-Muster der Aneinanderreihung von Szenen. Hier wird das Konzept des Fernsehfilms, die Realität der Zuschauer zu thematisieren und zu reflektieren, aufgegriffen und erneut radikalisiert.

Mit der Reality Soap ist eine neue Form des Fernseherzählens gefunden worden. Eine, die sowohl narrativ ist als auch als Show funktioniert. Das macht ihre Bedeutung aus, deshalb auch wird sie von den Sendern so aufmerksam beobachtet. Zu den Vorzügen für

die Sender gehört, dass diese Form der Fernsehunterhaltung in der Herstellung ungeheuer preiswert ist. Mehr als 120 Stunden Programm (wenn man die Begleitsendungen dazurechnet) werden hier für den Preis von vier bis sechs Fernsehfilmen mit maximal 12 Stunden Programmumfang produziert. So billig sind auf anderem Wege kaum publikumsattraktive neue Sendungen zu bekommen.

Die Dramaturgie des Fernsehfilms – am Ende?

Die Ausdifferenzierung der Dramaturgie des Fernsehfilms zwischen Soapdramaturgie und Kinofilm dramaturgie hat nicht dazu geführt, dass der Fernsehfilm nicht mehr existiert und er auch nicht durch das TV-Movie restlos ersetzt wurde. Sicherlich aber hat er an Bedeutung verloren, weil der Fernsehfilm nicht mehr die einzige fiktionale Form des Fernsehens ist. Die anderen Fiktionsformen mit ihren unterschiedlichen dramaturgischen Konzepten sind im öffentlichen Bild vom Fernsehen dominanter, weil sie selbst - aus der Ökonomie geboren - marktschreierischer und plakativer wirken.

Den Fernsehfilm, der mit anspruchsvollen, sorgfältigen Inszenierungen eine individuelle Geschichte außerhalb von Genrenormierungen erzählen will, gibt es aber weiterhin. Er findet auch sein Publikum. Die Dramaturgie des Fernsehfilms ist deshalb nicht am Ende, es wird die spezifische Form des Geschichtenerzählens im Fernsehen weiterhin geben, in einer langsameren, einfühlsamen und kunstvollen Dramaturgie und Komposition. Doch sie ist nicht gratis zu haben: Sie muss auch gewollt, gefördert und entwickelt werden.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Rechteinhabers unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.