

## 13. John Truby<sup>45</sup>: Was hält eine langlaufende Serie am Leben?

John Truby hat als Scriptconsultant bei vielen US amerikanischen Produktionen Strukturvermittlung betrieben. Er weist darauf hin, dass Schönheit in jedem Fall Struktur ist, auch wenn es immer noch eine Mehrheit von Autoren gibt, die eine solche Technisierung ihres Tuns als geistlos und jeder kreativen Tätigkeit abträglich abtun würden:

Die meisten Sitcoms sind nicht besonders gut. Die, welche gut sind gehören allerdings zu dem Besten, was es im Fach Komödienschreiben zu sehen gibt.

Ist eine sitcom nichts anderes als 22 min. Fernsehen, angefüllt mit Witzen?

Nein. Wenn eine Sitcom lustig ist, dann hat das beinahe nichts mit den Witzen zu tun, sondern vor allem mit der Struktur. Ohne eine gute Struktur nützt der beste witzige Dialog nichts.

Die Struktur einer Sitcom ist eine komplizierte Sache, daher möchte ich Ihnen hierzu folgendes praktisches Handwerkszeug zur Verfügung stellen:

### 13.1. *Die sieben wichtigen Schritte*

Die sieben wichtigen Schritte in einer gut erzählten Geschichte lassen sich in drei Schlüsselfragen zusammenfassen:

Was macht ein Publikum lachen?

---

<sup>45</sup> John Truby: hat Drehbücher für Film und Fernsehen verfaßt, darunter »21 Jump Street«, und an über tausend Drehbüchern, Romanen und Theaterstücken mitgearbeitet. An seinen Seminaren für kreatives Schreiben haben mehr als 15.000 Studenten teilgenommen. Dazu gehören Autoren, Regisseure und Produzenten von Erfolgen wie »Outbreak«, »Sleepless in Seattle«, »Nightmare on Elm Street«, »Star Wars« u.v.a.m.

Schlüsselmomente in einer guten Sitcom?

Wie wird eine Geschichte in einer guten Sitcom erzählt?

Zunächst die sieben Schritte in einer gut erzählten Geschichte: Jeder dieser Schritte ist mit den anderen eng verbunden.

### **13.1.1. 1. Schritt: Problem/Bedeutung (problem/meaning)**

Der Held hat ein Problem oder mehrere Probleme.

Der Held ist sich dieses Problems bewusst, aber er weiß auch, er ist nicht in der Lage, es zu lösen.

### **13.1.2. 2. Schritt: Bedürfnis (need)**

Etwas fehlt dem Helden und den anderen Charakteren. Diese »Leerstelle« muss ausgefüllt werden, damit sie glücklich werden können.

### **13.1.3. 3. Schritt: Wunsch (desire)**

Der Held hat ein Ziel. Das will er unter allen Umständen erreichen.

Es ist wichtig, zwischen Bedürfnis und Wunsch zu unterscheiden. Das Bedürfnis ist intern, der Wunsch ist extern.

Einfaches Beispiel: Der Held ist ein Alkoholiker. Braucht er einen drink oder will er einen drink?

Er will natürlich einen Drink. Was er hingegen braucht ist, nicht mehr zu trinken, vom Alkohol loszukommen.

Der Wunsch des Helden ist die Schiene auf der die Geschichte abläuft. Der Zuschauer soll denken, darum geht es in der Geschichte. Viele Geschichten geben ihrem Helden ein Ziel, lassen ihn dieses erreichen und dann erkennen, dass er das ja gar nicht wollte.

### **13.1.4. 4. Schritt: Antagonist (oponent)**

Jemand, der den Helden davon abhält, zu erreichen, was er will. Der Antagonist ist nicht derjenige, welcher den Helden blockiert. Diese Figur ist bekannt als »diabolo ex machina«.

Der Antagonist ist hingegen jemand, der dasselbe Ziel verfolgt, wie der Held. Wäre das nicht so, dann würde es zwischen den beiden nicht zum Konflikt kommen.

### **13.1.5. 5. Plan (idem)**

Der Held benutzt seinen Plan, um den Antagonisten zu besiegen und dann sein Ziel zu erreichen. Aktion ohne Plan ist nicht denkbar.

### **13.1.6. 6. Schlacht (battle)**

Finaler Konflikt: Wer wird das Ziel erreichen?

Was auch immer der Held erlebt, dieser Konflikt muss enden in der:

### **13.1.7. 7. Selbsterkenntnis (self-revelation)**

Hier wird endlich das Bedürfnis des Helden gestillt. Der Kreis schließt sich.

Wenn das Ergebnis positiv ist wird sich der Held hier auf einem höheren Niveau befinden, als zuvor.

Wenn das Ergebnis negativ ist, wird der Held nun zerstört sein.

Die besseren Chancen hat eine Geschichte beinahe immer, wenn das Ergebnis für den Helden positiv ist (happy end).

Ein neues Gleichgewicht ist hier erreicht worden. Alles ist wieder wie früher, nur der Held der Geschichte hat sich verändert.

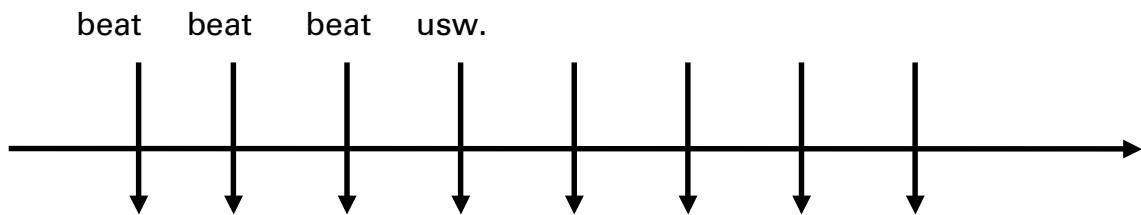
Diese Schritte beziehen sich nicht nur auf jede Geschichte. Jede menschliche Handlung durchläuft diese sieben Phasen.

## **13.2. Zur Komödie**

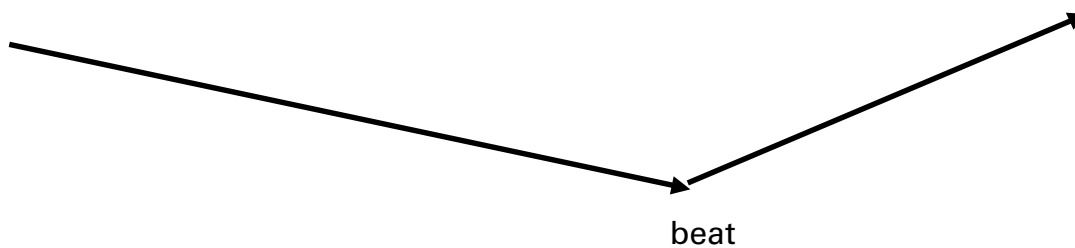
Die Schlüsselfrage ist: Was erzeugt Lachen?

Zum Lachen wird man gebracht, wenn ein Charakter herabgesetzt oder klein gemacht wird. Allerdings nur, wenn das nicht übertrieben wird. Denn der Held sollte daran nicht sterben. Komödie ist die ständige Herabsetzung eines Charakters, während ein Drama den langsamen Abstieg eines Protagonisten zeigt, um ihn dann wieder nach oben zu holen.

Komödie:



Drama:



Wenn die Struktur einer Komödie nicht stimmt, dann werden die komischen Elemente entweder überhaupt keinen Einfluss auf den Protagonisten haben, oder diesen zu sehr beschädigen. Beides ist aber nicht komisch.

Man kann zwischen drei Typen von Komik in Komödien unterscheiden. Wie man seinen Charakter herabsetzt, hängt davon ab, welchen Typ von Komik man für ihn wählt:

animalisch (animal)

kindisch (childish)

roboterhaft (machine)

### 13.2.1. Animalisch

Man arbeitet mit den Grundfunktionen des Körpers. Die Komik entsteht aus der Umsetzung sog. »schmutziger Witze«

### **13.2.2. Kindisch**

Der Charakter legt in das, was er tut mehr Emotionen, als die Situation erfordert. Er weint sehr schnell, schmeißt aus Wut sofort mit Gegenständen um sich oder brüllt gleich los, wenn er etwas nicht bekommt.

### **13.2.3. Roboterhaft**

Der Charakter agiert, wie eine Maschine. Er legt in dass, was er tut weniger Emotionen, als es die Situation erfordert. Er »unterbietet« sich in seinen überraschend emotionslosen Reaktionen auf seine chaotische Umwelt an-dauernd.

## **13.3. *sitcom***

Die sitcom ist eine Form der Komödie wie z.B. die Actionkomödie, die romantische Komödie oder die Farce.

Was zeichnet eine Sitcom aus?

Der Held wird in eine gut definierte missliche Lage gebracht. Dann beobachten wir ihn dabei, wie er ständig versucht, dieser Lage zu entkommen.

Der Held hat enge Kontakte mit seiner Umwelt.

Die ursprüngliche Konstruktion einer sitcom verbessert, wenn sie gut gemacht ist, das Buch jeder einzelnen Folge. Deshalb soll man bei der Planung einer sitcom vor allem folgende Punkte klären:

Welches Genre:

z.B.

Familie

Arbeit

Single

Wie sieht der Rhythmus aus und was ist das Thema?

Themen können z.B. sein: Erwachsenwerden, Emanzipation, Generationskonflikt etc..

Erweiterungsmöglichkeit

Bietet die Struktur genügend Möglichkeit, Geschichten für mindestens fünf Jahre zu entwickeln?

Welches ist die Arena?

Sitcom basiert auf der in ihr beschriebenen Gesellschaft. Es muss Sinn machen, dass die beschriebenen Personen zusammenleben oder zusammen arbeiten. Man soll fünf (mindestens aber vier) gute Gründe finden, warum die Charaktere zusammenleben.

### **13.3.1. Die Charaktere und ihre Bedürfnisse**

Reichtum der Charaktere

Im Fernsehen geht es idealerweise gemeinhin nicht um plots, sondern um Charaktere. Man muss sich auf sie so oft es geht zurückbeziehen. Nicht der Plot ist der Protagonist der Show sondern die Charaktere.

Was hält die Charaktere zusammen?

Das Netz der Beziehungen muss gut und solide sein. Das und nicht die Originalität des Protagonisten ist ausschlaggebend für ein gutes Konzept.

Denn ein Film (Einzelstück) lebt von einer guten Geschichte mit starken Charakteren. Eine sitcom aber lebt davon, dass gute Situationen oft wiederholbar sind. Das geht aber nur, wenn das Beziehungsgeflecht sehr gut ist.

### **13.3.2. Prozess des Geschichtenerfindens**

Was wird in jeder Episode erreicht?

Die Struktur für jede Episode soll gleich sein:

Beispiel »Law and Order«: In jeder Episode geht es darum, dass in der ersten halben Stunde ein Krimineller gefasst und dieser in der zweiten halben Stunde verurteilt wird.

Der Zuschauer will wissen, was ihn erwartet, was das Ziel jeder einzelnen Episode ist. Ist dieses Ziel einmal definiert, muss es auch in jeder Episode erreicht werden.

Die Grundschrirte für jede komplette Geschichte sind 22 Schritte. Eine Sit-com muss nicht alle 22 Schritte berücksichtigen, aber mindestens die o.a. sieben Schritte.

Besteht ihre Struktur aus dem A-Strang und dem B-Strang, dann muss jeder dieser beiden Stränge die sieben Schritte durchlaufen.

Jedes Genre durchläuft diese sieben Schritte in einer anderen Weise.

### **13.3.3. Bedürfnis**

Das Bedürfnis bezieht sich auf die Schwäche des Charakters. In einer Sit-com macht das Bedürfnis einen Teil des »comic gaps« aus.

Diese Kluft ist die zwischen dem Anspruch des Charakters und dem erzielten Ergebnis:

Das »High« ist hier der Anspruch (dieser Anspruch sollte möglichst vermessen und in seiner Wichtigkeit aufgeblasen sein)

Das »Low« ist das Ergebnis der Bemühungen des Charakters um die Erfüllung seines Anspruchs: Der Anspruch des Protagonisten wird nicht nur nicht erfüllt, sondern sogar in Frage gestellt oder zunichte gemacht. Der Protagonist wird herabgesetzt.

### **13.3.4. Der Protagonist und sein Gegner**

Man kann zwischen zwei Typen von Protagonisten unterscheiden:

#### *13.3.4.1. 1. der passive, reagierende Vater*

Die Geschichte der U.S.A. kann man auch an den Vaterfiguren der div. Sit-coms festmachen. Die großen klassischen Sitcoms porträtieren diesen idealen Vatertyp: »Father knows best« oder »Dick van Dyke«. Diese Figur ist immer komisch durch ihre Reaktion auf die Umgebung.

Seine Komik ist immer die oben beschriebene roboterhafte Komik. Im Gegensatz zu ihm müssen die ihn umgebenden Figuren exzentrisch sein, also

dem o.a. Typ der kindischen Komik entsprechen.

Die Kluft, die die Komik dieser Figur ausmacht bezieht sich auf seine Umgebung.

Das »High« dieses »gaps« wird gesetzt durch den Anspruch, den die Umgebung an die Figur stellt. Das »Low« ist die Figur und ihre Art, auf diesen Anspruch zu reagieren.

(z.B. Al Bundys Familie erwartet von diesem immer, dass er endlich mal viel Geld verdient. Al macht die ökonomische Situation durch seine dauernden untauglichen Versuche aber immer nur noch schlimmer).

#### *13.3.4.2. 2. Der ungestüme, fordernde Held*

Die Komik kommt hier aus der Aktion. Seine Taten (und nicht das, was er nicht tut oder nicht kann) bringen den Helden immer wieder in Schwierigkeiten. Gute Beispiele dafür sind »Cheers«, »Murphy Brown« und »Who Is The Boss«.

### **13.3.5. Wunsch**

Sein Ziel bringt den Helden in Schwierigkeiten. Es muss so gewählt sein, dass es für den Protagonisten unausweichlich Probleme bringt, denn das Erreichen des Ziels ist die Schiene, auf der die Geschichte abläuft.

Komödie kommt vom Charakter. Daher sollte man seinem Helden ein moralisches Bedürfnis geben, welches bedeutet, dass er sich seinen Mitmenschen gegenüber unangemessen verhält. (z.B. muss er lernen endlich seine eigenen Grenzen zu akzeptieren). Dann braucht man ihm bloß noch ein hochgestecktes Ziel zu geben (z.B. will er Präsident werden) und ihn mit diesem Ziel und seinem Bedürfnis in alle denkbaren Schwierigkeiten zu stürzen.

Alles, was folgt muss sich aus diesem Zusammenhang ergeben, besonders:

der Zuschauer muss genau wissen, was der Held will.

der Zuschauer muss wissen, ob der Held das Ziel erreichen wird, oder nicht.

Eine Sitcom braucht immer zwei Wunschstränge. Daher kommt die missliche Lage des Helden. Wie kann man diese zwei Stränge konstruieren?



Durch zwei Ziele, die in Konflikt miteinander stehen: Wenn ich A bekomme, werde ich B verlieren und wenn ich B bekomme, werde ich A verlieren.

Die beste Methode, um diese beiden Ziele genau zu definieren ist, sich folgendes zu fragen:

Was würde der Held am meisten hassen zu tun?

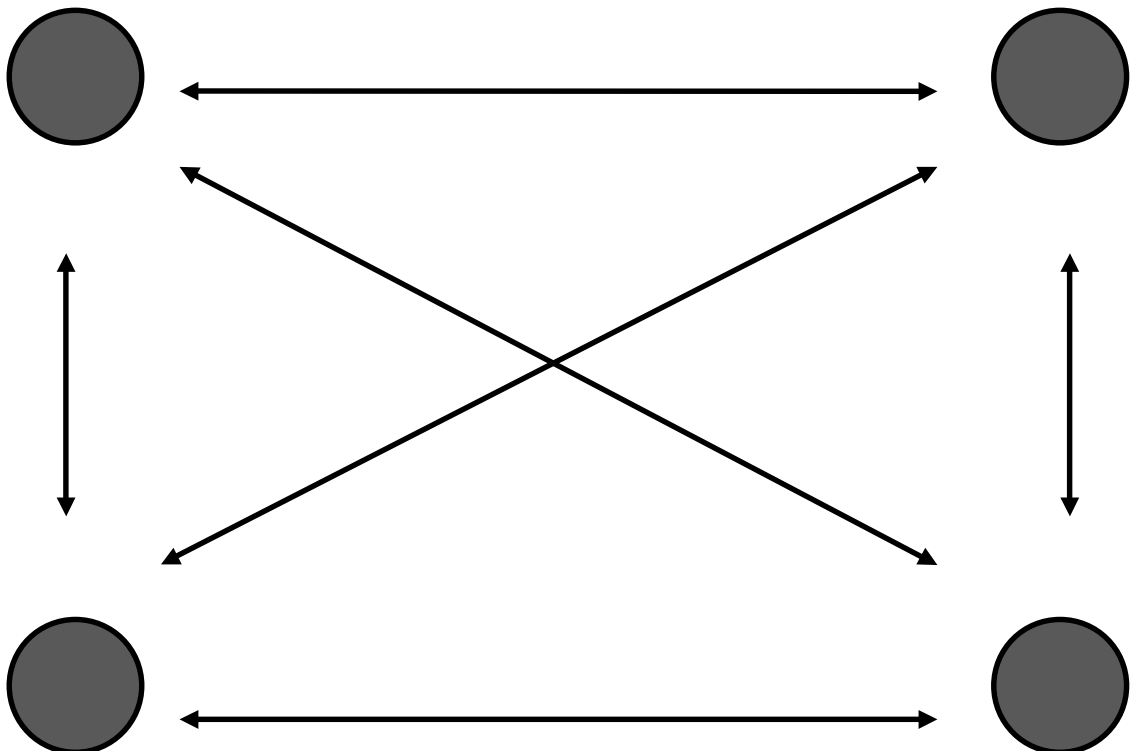
Hat man das herausgefunden, muss man ihn mit der entsprechenden Situation andauernd konfrontieren.

### 13.3.6. Gegner

Hier wird die Beziehung des Hauptcharakters zu den anderen Charakteren behandelt.

Normalerweise spitzt sich die Handlung einer Geschichte auf eine Gegenüberstellung zweier Gegner zu (two point opposition). Das ist besonders beim Action-Film der Fall. Aber mit so einer Konstruktion kann man keine fünf Jahre lang jeden Tag eine halbe Stunde Geschichte entwickeln.

Daher zeichnet sich die Sitcom durch eine multiple Gegenüberstellung (four point opposition) aus:



Wenn man - wie oben graphisch dargestellt - eine starke Unterscheidung zwischen allen Charakteren einer Sitcom schafft, dann hat man damit die Sicherheit, auch noch in fünf Jahren genug Geschichte zur Verfügung zu haben. Denn, wenn ein Konflikt auserzählt ist steht einem immer noch der zwischen anderen Charakteren zur Verfügung, der natürlich wieder einen Rückbezug auf den Protagonisten finden wird.

»Cheers« hat z.B. ein so gut aufgebautes Beziehungsnetz, dass die Serie so lange laufen kann, wie der Sender und der Produzent dies wünschen, denn die vier Hauptcharaktere könnten nicht unterschiedlicher voneinander angelegt sein.

### **13.3.7. Wie entsteht eine Gegenüberstellung von vier Charakteren?**

Damit die Differenzierung der Charaktere auch komisches Potential (comic opposition) hat, sollte man folgendes berücksichtigen:

#### *13.3.7.1. 1. Gegenüberstellung der verschiedenen Formen der komischen Herabsetzung*

Wenn das komische Potential des Hauptcharakters aus seinem roboterhaften Verhalten kommt, müssen die anderen mit kindischer oder animalischer Komik reagieren.

Die Gegenüberstellung von roboterhaftem Verhalten mit kindischem Verhalten funktioniert immer gut weil die beiden Verhaltensweisen sich dauernd gegenseitig unterbieten.

Dies ist nicht immer der Fall; Es gibt rare Ausnahmen, in denen ein Charakter beides ist. Aber die Konstruktion eines solchen Charakters ist sehr kompliziert.

#### *13.3.7.2. 2. Stellen Sie immer Charaktere gegenüber, die sich kräftemäßig (was ihre Möglichkeiten zur Aktion betrifft) stark unterscheiden:*

Eltern	-	Kinder
Polizist	-	Verbrecher
Mann	-	Frau

Und lassen Sie dann niemals zu, dass die Figuren zusammenfinden.

### **13.3.8. 3. Überzeugungen**

Sorgen Sie dafür, dass die Überzeugungen, welche die verschiedenen Charaktere antreiben so unterschiedlich wie möglich sind.

### **13.3.9. Plan**

Der Plan des Charakters beinhaltet meistens einen immer wieder angewendeten Trick, eine Verkleidung des Charakters oder einen Weg, die anderen Charaktere fehlzuleiten.

Das Schema hat immer mit dem Benutzen eines wiedererkennbaren Tricks zu tun.

Besonders, wenn der Charakter den kindischen Typus von Komik verkörpert, wird er immer wieder mit einem neuen Trick aufwarten.

»Seinfeld« ist eine der besten Sitcoms die es momentan gibt. Während eine normale Sitcom sieben bis zehn Szenen hat, hat »Seinfeld« bis zu zwanzig Szenen. Der Plot jeder Geschichte ist außerdem kompliziert, was auch für Sitcoms ungewöhnlich ist.

Die beiden Hauptcharaktere haben jeder einen eigenen Plan, versuchen, durch diesen zum Ziel zu kommen und bekommen am Ende jeweils von ihrem »Schicksal« wieder einmal einen Dämpfer verpasst.

Ein häufig von einem Hauptcharakter verwendeter Trick ist, dass er den Gegner glauben macht, er wolle eine bestimmte Sache, dabei will er natürlich etwas ganz anderes.

Beispiel: »Who framed Roger Rabbit«: Rabbit bittet den Verbrecher, in dessen Gewalt er sich befindet, dass er alle mit ihm tun möge, ihn aber nicht in eine bestimmte Tonne werfen soll. Was macht der Gegner? Er tut natürlich das, was Rabbit nicht will. Kaum hat er das getan stellt sich natürlich heraus, dass er genau damit Rabbit zur Flucht verholfen hat.

Dieses Schema kann man so weit treiben, wie man möchte. Wichtig ist, dass der Hauptcharakter am Ende nicht bekommt, was er eigentlich wollte.

### **13.3.10. Komischer Alptraum (comic nightmare)**

Die missliche Lage, in der sich der Protagonist befindet beginnt, sich zuzuspitzen. Das führt zur Schlacht. Der eigene Wunsch muss den Protagonisten in diese Lage gebracht haben, die sich nun zu einem komischen Alptraum zuspitzt. Dieser komische Alptraum ist gleichzeitig das Ende der misslichen Lage.

Erinnern Sie sich, dass der Held hier gezwungen sein muss, das zu tun, was er am wenigsten tun will (am meisten hasst).

### **13.3.11. Selbsterkenntnis**

Der Held lernt etwas dadurch, dass er diesen Alptraum durchlebt hat. Dieser Vorgang muss aber so gewählt sein, dass er sich immer wieder wiederholen lässt. Daraus resultiert seine Selbsterkenntnis. Aber diese Selbsterkenntnis muss etwa so angelegt sein: »Immerhin ist mir ja nichts passiert. Ich habe zwar etwas falsch gemacht, *oder* ich habe zwar übertrieben, *oder* ich hatte zwar unrecht aber es ist ja noch einmal gutgegangen *oder besser* aber wen kümmert's.«

Kurz gesagt kann der Held zwar in der Folge dieser Woche etwas lernen, aber in der Folge der nächsten Woche muss er wieder da beginnen können, wo er diese Woche auch begonnen hat.

Oft wird in einer Sitcom zwar der komische Alptraum nicht auf die Spitze getrieben. Dafür ist aber eine Stärke der Sitcom, dass sie in jeder Folge ein Thema wählen und durchführen kann.

Beispiel: »Roseanne«. Roseanne geht zu einer Halloween Party und hat sich als Mann verkleidet. Dann geht ihr Auto kaputt. Sie muss in eine Bar (in der nur Männer sind) um Hilfe zu holen. Dort wird sie nicht als Frau erkannt. Sie entscheidet, dass sie die Gelegenheit nutzt, um die »Welt der Männer« zu erkunden. Darin übertreibt sie es aber so, dass sie beinahe zu einem Faustkampf vor der Türe herausgefordert wird. Sie kann sich aber aus der Situation retten.

Ein Trick, um erfolgreich ein Konzept zu entwickeln ist, sich zu fragen: Wie funktioniert die Geschichte von innen her?

Wenn man die Form beherrscht, dann beherrscht man auch die Kunst des Entwickelns in einem solchen Genre.

Gehen Sie nicht den Weg von der kleinen Einheit zur großen.

Wer ein guter Gagschreiber ist, ist kein guter Konzeptentwickler.

Gehen Sie den umgekehrten Weg: Entwickeln Sie ein gutes Konzept und benutzen Sie dann Gagschreiber, um dieses Konzept zu einzelnen Folgen und deren Dialogen entwickeln zu lassen.

Konzeptentwickler und Gagschreiber sind zwei verschiedene Berufsgruppen.

Man kann die Hindernisse so groß machen, wie man will. Das bedeutet noch nicht, dass man deshalb den Charakter verändern muss.

Beispiel: »Cheers«: Die beste Bardame Bostons soll gewählt werden. Es gibt ein Auto zu gewinnen und Charakter Cliff ist einer der Juroren. (die Protagonistin hasst Cliff). Nun tut sie aber, was Cliff will. Er will z.B., dass sie ihm den Rücken massiert. Danach will er auch noch eine Fußmassage. Sie holt schon aus, um ihm eine Ohrfeige zu verpassen, als ihre Freundin ihr das Bild des zu gewinnenden Autos vor die Nase hält. Sie tut nun, was Cliff verlangt. Am Ende findet sie allerdings heraus, dass Cliff gar nicht Richter der Jury ist. Er und sein Freund haben das einfach erfunden.

### **13.3.12. Bedürfnis und Ziel (Wunsch):**

Beispiel: »Top Gun«: Der Held will unter allen Umständen den Preis des besten Jagdpiloten gewinnen. Aber um dieses Ziel zu erreichen muss er einen wesentlichen Charakterzug ablegen: er ist ein einsamer Wolf, nicht bereit, in einem Team zu arbeiten. Zum Schluss gewinnt er den Preis nicht. Aber er hat etwas viel wichtigeres erhalten: die Lektion, dass er im Team funktionieren muss, wenn er überleben will.

### **13.4. Teamarbeit:**

Nach der Entwicklung eines Konzepts sollte man dieses dem Team zur Beurteilung geben. In einem Team kann ein Skript wesentlich schneller und effektiver besprochen und verbessert werden. Showrunner (diejenigen, welche ein Konzept entwickeln und die Produktion verantwortlich leiten) sind in den meisten Fällen Leute, die gelernt haben, in Strukturen zu denken.