

Der Publikumsvertrag

Drehbuch, Emotion und der 'human factor'

Filme zeigen und erzeugen Emotionen. Sie bringen uns zum Lachen und zum Weinen, wir fühlen und wir leiden mit den Figuren. Zwar gibt es zahllose Ratgeber zum Drehbuchschreiben, doch die zentrale Bedeutung der Emotionen blieb lange unberücksichtigt. Roland Zag setzt mit seinem Buch neue Maßstäbe. Er zeigt, dass die Reaktionen der Zuschauer von universellen sozialen Bedürfnissen bestimmt werden: dem Wunsch nach ausgleichender Gerechtigkeit, nach Loyalität, nach Austausch. Wie erfolgreich ein Film ist, hängt davon ab, ob der emotionale, zwischenmenschliche Kern der Filmstory auf diese Bedürfnisse eingeht. Entsprechend wichtig ist es, sich in der Stoffentwicklung mit den inneren emotionalen Faktoren eines Drehbuchs zu befassen. Dabei sind nicht nur die Beziehungen zwischen den Figuren der Geschichte von Bedeutung, sondern auch die Beziehung zwischen dem Film und dem Zuschauer selbst: der 'Publikumsvertrag'. Roland Zag untersucht dies anhand zahlreicher aktueller Filmbeispiele und gibt konkrete Werkzeuge an die Hand, um aus jedem Stoff ein Maximum an emotionaler Energie herauszuholen. 'The human factor' ist seit Erscheinen der Erstauflage ein dramaturgisches Modell, das sich in der Filmbranche etabliert hat und an zahlreichen erfolgreichen Filmen zur Anwendung gekommen ist. 'Der Publikumsvertrag' richtet sich an Autoren, Produzenten, Redakteure, Dramaturgen, Regisseure, Förderer und Finanziere.



19,99 €

18,68 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783744502924

Medium: Buch

ISBN: 978-3-7445-0292-4

Verlag: Herbert von Halem Verlag

Erscheinungstermin: 21.07.2010

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2. überarbeitete Auflage 2010

Serie: Praxis Film

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 298 g

Seiten: 200

Format (B x H): 148 x 210 mm

