



«Ich bin im Fernsehen, also bin ich»

Die grössten Schweizer Talente – The Voice of... – Das Dschungelcamp «Ich bin ein Star – holt mich hier raus!» – Menschen wollen ins Fernsehen. Um jeden Preis, koste es, was es wolle. Kein Tag ohne Casting- oder Reality-Show im deutschsprachigen Fernsehen. «Ich bin im Fernsehen, also bin ich» (Charles Martig). – Jugendliche wollen bekannt werden, erhoffen sich einen Karrieresprung, warten auf die grosse Entdeckung.

Das Spektrum kreativer Bewerbungen für «Die grössten Schweizer Talente» war beachtlich: «Junge Tänzer, rappende Walliser und eine Gesichterleserin präsentieren sich dem Publikum. Sänger, Musiker, Tänzer, Akrobaten, Schwinger, eine Hundetrainerin, eine Frauen-Rockband, ein Männerchor und ein Schattenillusionist stellen sich dem Urteil der Jury», verspricht der Werbetext. 1400 selbstüberzeugte Talente hatten sich letzten Sommer zu den Castings gemeldet. Am 17. März 2012 dann das Finale aus der Bodensee-Arena in Kreuzlingen.

Scham- und Ekelgrenzen sinken immer tiefer

«Furchtbar, ekelig, schleimig,» – so die Kritiken und Reaktionen zum RTL-Dschungel-Camp mit seinem «Ekel-Ende» (Tagespiegel) am 28. Januar 2012. Scham- und Ekelgrenzen sinken immer tiefer. Keiner will das RTL-Camp gesehen haben. Tatsache ist, dass durchschnittlich 6,5 Millionen Menschen beim Dschungel-Camp eingeschaltet hatten, jeder vierte Fernsehzuschauer. Noch schlimmer: Der Marktanteil ist bei Kindern unter 13 am höchsten. Worin liegt die Faszination dieser «Exerzitien der Selbsterniedrigung» (Alexander Kissler)? Zu einfach, diese Frage mit «Unterschichtenfernsehen» zu beantworten.

Als Erfolg und auf höherem künstlerischen Niveau kam das Format «The Voice of...» daher. Hier drehte sich alles um die musikalische, stimmliche Performance der Kandidatinnen und Kandidaten. Im ersten Durchgang haben die Jury-Mitglieder den Gesang der Bewerber beurteilt, ohne dass sie die Kandidatinnen sehen. Danach werden die Jurymitglieder zu Mentoren und unterstützen ihre Sänger auf dem weiteren Weg. Weit kam in dieser ersten Staffel auch eine Schweizer Bewerberin und schaffte es bis in die Live-Shows. Nun zieht das Schweizer Fernsehen nach. SF1 will ab Januar 2013 «The Voice of Switzerland» ausstrahlen. Noch ist nicht klar: Welche Schweizer Künstler sitzen in der Jury und werden zum Coach der Vokalistin?



Geschieht Identitäts-, Persönlichkeitsentwicklung im Fernsehen?

Nicht jede Casting-Show geht respektvoll mit den meist jugendlichen Bewerberinnen um. All die Bohlen und ihre Verbalattacken müssen ausgehalten werden. Woher erhalten Jugendliche ihre Anerkennung, ihre Wertschätzung? Brauchen sie eine Öffentlichkeit, um zu erfahren, dass sie wertvoll sind, weil sie musikalisch oder akrobatisch talentiert sind? Ist es eine Flucht aus der Tristesse einer kalten, «normalen» Gesellschaft? Wer gibt Jugendlichen das Gefühl, dass sie wertvoll sind, auch wenn sie nichts Spektakuläres, Öffentlichkeitswirksames geleistet haben? Wenn sie einfach nur «normal» liebenswert sind? Wer stärkt sie in der Entwicklung ihres Selbstvertrauens? Bei den sogenannten «Mini-Misswahlen» in den USA zerren Eltern schon ihre 9-jährigen Kinder vor die Casting-Kameras. Gesunde psychische Entwicklung ausgeschlossen. Kindliches Selbstvertrauen an die TV-Companys verkauft.

Authentisch sein, aber inszeniert? Geht das?

Was macht das mit den Jugendlichen in den Casting-Shows, wenn sie einerseits echt, authentisch, «sie selbst» sein sollen, nur einfach ihre Talente und Fähigkeiten präsentieren sollen. Andererseits aber eine Armada von Maskenbildnern, Hairstylisten und Coaches an ihnen herumfummeln, ihr so mattes Gesicht in eine Maske verwandeln und die Friseur zu einem Haarsprayturm fixieren? Nur um den besten Look zu erhalten. Immer mit der Bot-

schaft: Sonst reicht es nicht! Als modernen Sklavenmarkt hat Georg Seeßlen sie bezeichnet, weil die Gewinnerinnen und Gewinner den Sendeanstalten und Produktionsfirmen gehören (Quelle: Elisabeth Klaus).

Menschen teilen ihre Erfahrungen

Aber es kann auch wertvoll und hilfreich sein, wenn Menschen sich vor der Kamera äussern: Fussballer zu ihrer Depression, Ski-Springer zum Burnout, ehemalige Fussballtrainer zu ihrer Alzheimer-Erkrankung und frühere Pfarrer zu ihrer Demenz. Neben dem Medieninteresse und einer echten Anteilnahme werden hier Diskussionen angestossen, Fachsendungen produziert und Hilfsprogramme, -Angebote erläutert, die für eine grössere Öffentlichkeit hilfreich und weiterführend sind. Aufklärung und Hilfestellung werden möglich, weil einige Mutige mit ihren persönlichen Schwächen und Stärken ehrlich und transparent umgehen ohne damit zu kokettieren.

Ähnlich verhält es sich auch bei FENSTER ZUM SONNTAG. Menschen sind bereit, Einblick in ihre Biografien zu geben, öffnen ein Fenster in ihre eigene Erfahrungswelt und lassen die Zuschauer daran teilhaben. Die Herausforderung liegt darin, diese Menschen mit aussergewöhnlichen Geschichten zu finden und dann spannend und mit Respekt und Würde abzubilden. Ausserdem: Protagonisten bei FENSTER ZUM SONNTAG beziehen Gott in ihre Prozesse mit ein. Aktiv zuhören, sensibel erzählen heisst es da für den Journalisten. Jedes Mal im FENSTER ZUM SONNTAG, sehr spannend auch im FENSTER ZUM SONNTAG-Magazin «Am Wendepunkt» am 28./29. April 12.

Jürgen Single | Chefredaktor FENSTER ZUM SONNTAG

All die Bohlen und ihre Verbalattacken müssen ausgehalten werden. Woher erhalten Jugendliche ihre Anerkennung, ihre Wertschätzung? Brauchen sie eine Öffentlichkeit, um zu erfahren, dass sie wertvoll sind, weil sie musikalisch oder akrobatisch talentiert sind?