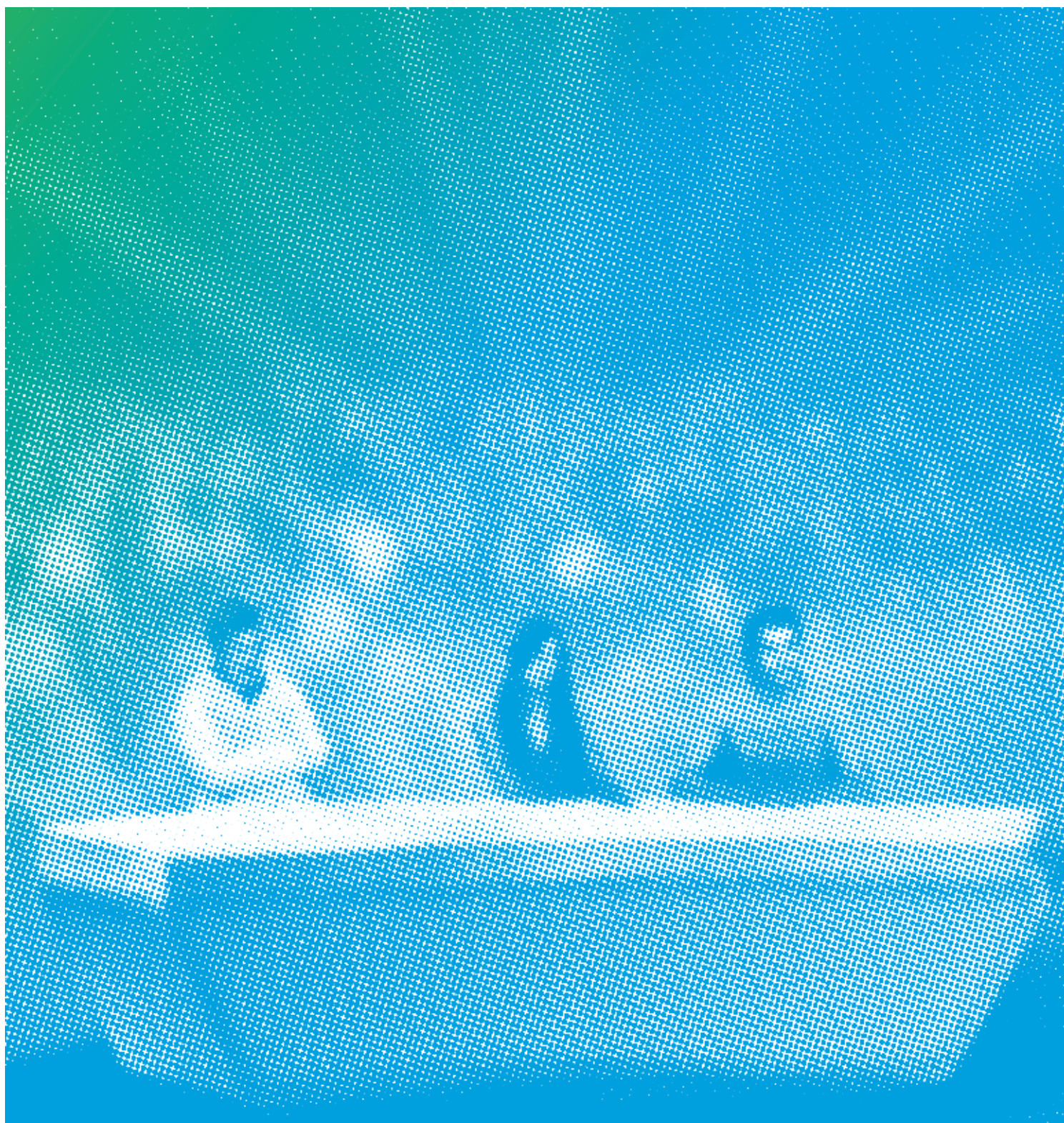


Eine Unterrichtseinheit zu
Musik-Castingshows

Ausgabe #03 April 2013



**„...aus einem verkniffenen
Arsch kommt kein befreiter
Furz.“**



Sie nennt ihren vollen Namen, ist 17 Jahre alt und geht noch zur Schule. Sie ist mit ihrer Freundin zum Casting gekommen. Die beiden singen „We are beautiful in every single way“ und das gar nicht mal so schlecht. Doch spätestens die Einspielung der Comicstimme: „Musik, zwei, drei, vier“ macht deutlich: Diese beiden überschätzen sich total. Als die Mädchen sichtlich enthusiastisch tanzen, filmt die Kamera aus der Untersicht unter die Miniröcke und auf der Tonebene wird unauffällig eine Art Schmatzgeräusch eingespielt. Der Eindruck ist deutlich: Diese beiden Mädchen sind nicht angenehm.

Als die Schülerin vor die Jury tritt, wird sie von Dieter Bohlen zunächst für die Art, ihren zu engen Rock zu tragen, zurechtgewiesen. Als sie dann endlich singen darf, wird der Text wie bei einer Karaoke-Maschine eingeblendet. Die Großaufnahmen der zweifelnden Blicke der Juroren verdeutlichen: Dies ist nicht gut. Dieter Bohlen kommentiert schließlich: „Das klingt ganz, ganz unangenehm“ und verzieht sein Gesicht: „Du bist einfach verkniffen und aus einem verkniffenen Arsch kommt kein befreiter Furz.“

Ob es das war, was die 17-Jährige sich vorgestellt hatte, als sie sich bei dem Casting bewarb? Vielleicht ein extremes Beispiel, aber real.

Was macht Kindern und Jugendlichen Spaß an Musik-Castingshows?

Was sind die pädagogischen Problembereiche?

Wie kann das Thema in den Unterricht integriert werden?

Musik-Castingshows gehören seit Jahren zu den erfolgreichsten Fernsehproduktionen. Sie bestimmen die Hitlisten bei Jugendlichen und rund 80 % der Mädchen und 60 % der Jungen zwischen 10 und 17 Jahren sehen sie regelmäßig.* Sie knüpfen an Wünsche und Hoffnungen der Kinder und Jugendlichen an und schaffen Projektionsflächen dafür, wie man sein möchte und wie nicht. Die bekannten Musik-Castingshows unterscheiden sich in ihrer Gestaltung und dem Umgang mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern. In einigen, gerade von jüngeren Zuschauern viel gesehenen Shows, werden Bewerberinnen und Bewerber zu „Hoffnungsträgern“, aber auch zu „Versagern“ stilisiert. Oft sind gerade diejenigen, die „unfähig“ erscheinen und mit harscher Kritik „bestraft“ werden, am Tag nach der Ausstrahlung Thema auf dem Schulhof. Kinder und Jugendliche sind nicht unkritisch, insbesondere gegenüber den Juroren, die sich als besonders „hart“ präsentieren. Sie erkennen aber oftmals nicht, wie sehr die redaktionelle Bearbeitung ihre Sichtweise in eine bestimmte Richtung lenkt. Gerade diejenigen, die regelmäßig Castingshows sehen, gehen davon aus, das Format sei eine Dokumentation der Realität. Sie nehmen an, es sei ein tolles Erlebnis, das Prominenz und Zukunftschancen im Musikbusiness mit sich bringe. Was sie nicht sehen: Es geht bei Castingshows in erster Linie darum, eine attraktive Show abzuliefern, wofür die teilnehmenden Menschen das Material stellen. Es gibt durchaus Bewerber, die die Castingshow für sich im Nachhinein als Erfolgserlebnis werten. Andere ernten dagegen viel Häme von der Jury und später über Jahre hinweg von ihrem sozialen Umfeld, denn die Clips der „peinlichsten Auftritte“ sind jederzeit über das Internet zugänglich.

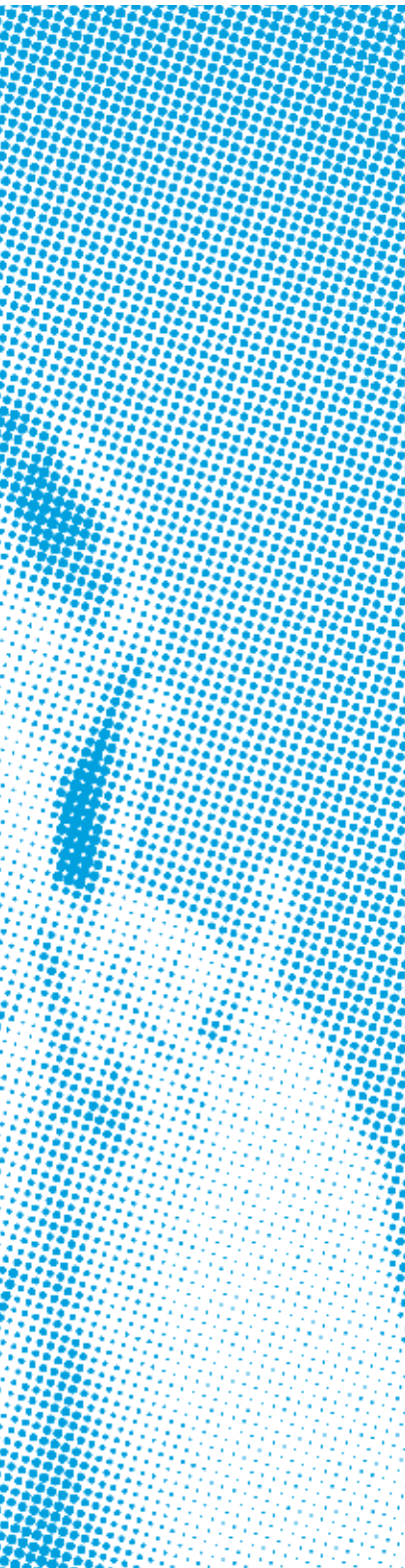
Um diese Mechanismen zu erkennen und sich reflektiert mit dem Thema Musik-Castingshows auseinandersetzen zu können, bedarf es Begleitung, bedarf es Medienkompetenz.

* Mehr Infos zu den Ergebnissen siehe Götz/Bulla/Mendel: „Bestimmt ein tolles Erlebnis!“. Repräsentativbefragung von 6- bis 17-Jährigen zu ihren Vorstellungen vom „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“. LfM 2013, Band 49/online

Warum sehen sich Kinder und Jugendliche regelmäßig Musik-Castingshows an?*

* Götz, Maya/Gather, Johanna: Wer bleibt drin? Wer fliegt raus? In: TelevIZion, 23/2010/1, „Lernen, ohne es zu merken“, S. 52–59.





„Die Show ist Realität und nicht ausgedacht oder geschauspielert.“

Kinder und Jugendliche gehen davon aus, dass es sich um eine Abbildung der Realität handelt, in der „ganz normale Jugendliche“ durch die Sendung zu Bekanntheit, Ruhm und Geld kommen. Dadurch entstehen viele Anknüpfungspunkte und Spiegelungen der eigenen Träume in den Kandidatinnen und Kandidaten.

„Weil ich eine Lieblings-Kandidatin habe und die soll Superstar werden.“

Die jungen Kandidatinnen und Kandidaten, die als Hoffnungsträgerinnen und -träger dargestellt werden, sind für die Kinder und Jugendlichen ideale Identifikationsfiguren. Mit ihnen fühlen sie mit, hoffen, dass sie sich heute besonders gut präsentieren, milde Kritik bekommen und am Ende weiter dabei bleiben.

„Ich wäre auch gerne so.“

Die Castingshows treffen oft tiefe Wünsche der Jungen und Mädchen. Sie spiegeln Träume vom Anerkannt-Sein, als einzigartiger Mensch gesehen und bejubelt zu werden. Die Geschichten und Szenen treffen eigene Sehnsüchte: Junge Menschen bewältigen große Aufgaben und berühren Millionen mit ihrer Musik. Eltern, Freunde und Verwandte sind stolz und stehen immer hinter einem. Mit Castingshow-Fantasien verbinden sich aber auch Hoffnungen auf Prominenz und Perspektiven für eine ereignisreiche, statushohe und finanziell gesicherte Zukunft.

„Dann kann man da anrufen und für seinen Favoriten stimmen.“

Parallel zur Bewunderung stehen die Zuschauerinnen und Zuschauer auch in der Rolle der Beurteilenden. Sie sind durch das Format aufgefordert, sich ihre Meinung zu bilden und bekommen durch das Telefonvoting sogar technisch die Möglichkeit zur Beteiligung. Dies setzt sie in die sehr angenehme Position, andere zu bewerten und über deren Weiterkommen mitzubestimmen.

„Lustig zu sehen, wie sich manche Menschen bei den Castings zum Affen machen.“

Kinder und Jugendliche haben Spaß am Ablachen und Ablästern über die „Unfähigen“. Parallel zu den identifikatorischen Prozessen findet eine deutliche Abgrenzung gegenüber denjenigen statt, die die jungen Zuschauerinnen und Zuschauer als für diesen Traum ungeeignet abstempeln. Die Emotion der Schadenfreude wird provoziert und genussvoll vor dem Fernseher ausgelebt. Am nächsten Tag ist es Thema auf dem Schulhof und die Kommentare der Juroren werden viel zitiert.

Pädagogische Problembereiche von Musik-Castingshows



Musik-Castingshows sind ausgesprochen beliebt, sie bieten Anlass, gemeinsam in der Familie fernzusehen und sich über das Gesehene zu unterhalten. Kinder und Jugendliche nehmen auch durchaus positive Momente, z. B. zur Leistungsmotivation, aus der Sendung mit: „Das Beste für seinen Traum geben“, „Lernen, Kritik zu ertragen“ oder auch: „Niemals gegen Herrn Bohlen sprechen“. Ihnen diese Begeisterung zu vermiesen oder die Sendungen verbieten zu wollen, ist weder vielversprechend noch aus pädagogischer Sicht sinnvoll. Es gibt aber pädagogische Problembereiche, für die es zu sensibilisieren gilt.

Castingshows sind keine objektiven Dokumentationen

Castingshows bilden nur scheinbar die Realität ab. Sie basieren zwar auf Aufnahmen von realen Menschen in einem Castingprozess, doch die Kandidatinnen und Kandidaten werden zu Typen stilisiert. Durch redaktionelle Bearbeitung, gezielte Auswahl und Montage von Bildern, Hinzufügen von Bild- und Toneffekten etc., werden bestimmte Eindrücke geschaffen. Ziel ist es schließlich, eine möglichst interessante Sendung zu gestalten. Kindern und Jugendlichen ist dies häufig nicht bewusst. Sie halten Castingshows für Sendungen, die die Realität darstellen.

Geldmache Telefonvoting

Während der Sendung werden Zuschauer aufgefordert, sich an Ratespielen und am Telefonvoting zu beteiligen. Die Teilnahme ist erst ab 14 Jahren erlaubt, was aber schwer zu kontrollieren ist. Die Abgabe der Stimme kostet aus dem deutschen Festnetz in der Regel 50 Cent pro Anruf. Wird per Handy abgestimmt, können die Kosten noch um einiges höher liegen und diese werden in der Sendung nicht genau angegeben.

Abwertung und kollektives Ablästern erlaubt

Gerade in der ersten Phase einiger Castingshows werden oft Menschen zu absolut ungeeigneten Bewerbern (Losern) stilisiert. Gezielt werden entsprechende Kandidaten ausgewählt und so inszeniert, dass sich die Jury mit derben Sprüchen über ihr Anliegen lustig machen kann. Die Kritik ist oft persönlich sehr verletzend, die Darstellung entwürdigend. Dies scheint jedoch gerechtfertigt, was in der Dramaturgie der Sendung begründet ist. Sie nimmt die Zuschauerinnen und Zuschauer mit, gibt ihnen klare Deutungshinweise und die Juroren fassen dann das in Worte, was man schon gefühlt hat, sich aber nicht traute, so markant in Worte zu fassen. Die persönlich verletzende Abwertung ist scheinbar legitimiert und „nur ehrlich“. Die Menschen, die sich meist aus Naivität gegenüber dem Mediensystem darauf eingelassen haben und alle Rechte* an ihren Bildern abgegeben haben, müssen nun zum Teil jahrelang extreme Abwertung in ihrem sozialen Umfeld ertragen. Selbst Umzug oder Lehrstellenwechsel helfen meist nicht, denn über das Internet sind die Ausschnitte weiterhin jederzeit zugänglich.

Wie es ehemaligen Castingshow-Teilnehmerinnen und -Teilnehmern geht

Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ wird von ehemaligen Teilnehmerinnen und Teilnehmern im Nachhinein sehr unterschiedlich eingeschätzt. Es gibt eine große Anzahl, die diese Zeit positiv für sich nutzen konnten. Vor allem Profis, die gezielt von der Produktionsfirma angesprochen wurden, um am Castingprozess teilzunehmen, nutzen die Show. Einige junge Menschen können als Neuentdeckungen bezeichnet werden, die so einen Einblick in Teile des Mediensystems und in das Musikgeschäft bekommen. Andere sehen ihre Teilnahme im Nachhinein als krisenbesetzt bis sehr problematisch an. Für alle ist es eine emotional und körperlich ausgesprochen anstrengende Erfahrung. Alle ehemaligen Teilnehmerinnen und Teilnehmer berichten davon, dass sie nach der Ausstrahlung Rückmeldung aus dem sozialen Umfeld auf den Auftritt bekamen und sie von Fremden angesprochen wurden. Dies scheint auf den ersten Blick hoch attraktiv. Oftmals haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer es aber nur bedingt in der Hand, wie sie innerhalb der Sendung dargestellt werden. Besonders hart trifft es die Menschen, die im Auswahlverfahren zu Freaks und absoluten Losern stilisiert wurden. Häme und öffentliche Abwertung sind meist die Folge. Diese zum Teil sehr jungen Menschen müssen lernen, mit dem „Makel“ zu leben und manchmal bleibt nur der innerliche Rückzug bis hin zur Depression.**

Der Traum, selbst ein gefeierter Star einer Castingshow zu werden

Von denen, die meistens oder immer Castingshows sehen, würde die Hälfte gerne selber auch einmal teilnehmen.*** Die Musik-Castingshows, an denen sie am liebsten teilnehmen möchten, sind *DSDS*, gefolgt von *Das Supertalent* und *DSDS Kids*.

Was dies für Menschen bedeuten kann, ist ihnen nicht klar. Sie gehen davon aus, es sei ein „tolles Erlebnis“ und „hinterher geht es mir besser“. Doch genau das wird aller Wahrscheinlichkeit nach nicht der Fall sein! Hier braucht es dringend mehr Kompetenzen in Bezug auf Krisenpotenziale.

* vgl. z. B. „The Voice of Germany“-Teilnahmebedingungen: http://www.prosieben.de/static/download/the_voice/Teilnahmebedingungen.pdf (letzter Zugriff am 01.02.2013) oder die „DSDS“-Teilnahmevereinbarungen: http://data.rtl.de/fotowettbewerb/dsds8_video/pdf/dsds8_teilnahmevereinbarungen.pdf (letzter Zugriff am 01.02.2013)

** Götz/Bulla/Mendel: Sprungbrett oder Krise? Das Erlebnis Castingshow-Teilnahme. Eine Befragung von ehemaligen Teilnehmerinnen und Teilnehmern an Musik-Castingshows. LfM 2013, Band 48

*** Siehe Bericht/LfM-Publikation: Götz/Bulla/Mendel: „Bestimmt ein tolles Erlebnis!“. Repräsentativbefragung von 6- bis 17-Jährigen zu ihren Vorstellungen vom „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“. LfM 2013, Band 49/online

Eine Unterrichtseinheit zu „Musik-Castingshows“

Das vorliegende Unterrichtsmaterial kann modular im Rahmen einer Unterrichtseinheit verwendet oder variabel (d. h. je nach Zeitbudget in Auszügen) in einer Vertretungsstunde eingesetzt werden. Die Einheit ist je nach vorhandener Medienkompetenz, Erfahrung und Alter der Schülerinnen und Schüler beliebig erweiterbar.

Ziele der Einheit

- Verstehen, dass Castingshows Menschen zu Typen stilisieren und letztlich Geschichten erzählen
- Durchschauen von Möglichkeiten filmischer Gestaltungsmittel wie Kameraführung, Schnitt und Ton
- Sensibilisierung dafür, was die Teilnahme an einer Castingshow für die Kandidaten bedeuten kann

Benötigte Vorbereitung der Lehrkraft

- Lesen der Informationen im tv.profiler
- Arbeitsblätter und Hintergrundinformationen für Schülerinnen und Schüler kopieren
- Kenntnis von aktuellen Musik-Castingshows ist hilfreich
- Bei Bedarf Recherche von visuellen Impulsen zum Unterrichtseinstieg

Zielgruppe

Die Einheit ist für den Einsatz in Klasse 8 und höher konzipiert und kann als Ganzes oder in Teilen in ein bis zwei Stunden (z. B. in einer Vertretungsstunde) durchgeführt werden. Für die Einheit ist kein weiterer Medieneinsatz nötig.

Groblauf der Unterrichtseinheit

01 Einstieg: Experiment „Was fällt euch zu Musik-Castingshows ein?“

Frontal-/Klassengespräch: Die Lehrkraft gibt den Arbeitsauftrag, spontane Assoziationen zum Thema „Musik-Castingshow“ aufzuschreiben (siehe S. 10). Die Ergebnisse der Schülerinnen und Schüler werden laut vorgelesen und verglichen. Gemeinsamkeiten der verschiedenen Castingshows sollen gefunden werden.

02 Über die Produktion von Musik-Castingshows nachdenken

Klassengespräch: Die Schülerinnen und Schüler lesen sich gegenseitig die Hintergrundinformationen zur Produktion von Musik-Castingshow-Formaten vor (siehe Hintergrundinformationen, Arbeitsblatt I).

02.1 Übung zu „Ton“

Klassengespräch: Die Schülerinnen und Schüler werden in Kleingruppen aufgeteilt. Jede Gruppe soll ein bestimmtes Lied bzw. einen Musikstil auswählen. Diese Musik soll den Auftritt eines potenziellen Castingshow-Kandidaten untermalen und bei den Zuschauern entweder den Eindruck eines „Losers“ oder eines zukünftigen Stars wecken. Im Idealfall, sofern die Lehrkraft an so etwas Spaß hat, wird dies als kleines Spiel in der Klasse ausprobiert. Die Lehrkraft geht durch die Klasse und die Schülerinnen und Schüler singen oder spielen (z. B. über Handy oder mp3-Player etc.) den jeweiligen Song dazu. Sie werden sehen: Der Effekt ist deutlich nachfühlbar. Die Bedeutung der Musik wird anschließend gemeinsam kritisch reflektiert.

02.2 Übung zu „Schnitt“

Partnerarbeit: Die Schülerinnen und Schüler bearbeiten die Aufgaben auf Arbeitsblatt II. Ziel der Aufgaben ist es, die Bedeutung des Schnitts für die Typisierung der Kandidatinnen und Kandidaten kritisch zu reflektieren. Die Schülerinnen und Schüler besprechen ihre Ergebnisse miteinander.

02.3 Gestaltung eines Storyboards

Gruppenarbeit: Aus vorgegebenen Bildern (siehe Arbeitsblatt III) soll eine Szene zusammengefügt und eine passende Musik und ein geeigneter Text ausgewählt werden. Die Schülerinnen und Schüler stellen ihre Storyboards im Plenum vor. Gemeinsam werden kritische Fragen diskutiert: Wie könnte die entsprechende Kandidatin auf die Zuschauerinnen und Zuschauer wirken? Welche Probleme ergeben sich daraus? Welche sonstigen Schwierigkeiten könnten sich ergeben, wenn man an einer Castingshow teilnimmt? Die Schülerinnen und Schüler lesen die Hintergrundinformationen zu den Problemen für die Kandidaten (siehe Arbeitsblatt I) laut vor.

03 Abschlussgespräch

Sicherung des Gelernten durch Wiederholung und Zusammenfassung der Unterrichtseinheit in einem Abschlussgespräch.

04 Hausaufgabe/Erweiterung Sich in die Kandidaten einfühlen

Kreativer Schreibauftrag: Die Schülerinnen und Schüler bekommen den Auftrag, sich in die Lage einer Kandidatin oder eines Kandidaten zu versetzen, die/der in einer Castingshow als Loserin bzw. Loser dargestellt wurde. Aus dieser Perspektive beschreiben die Schülerinnen und Schüler in einem Brief an eine Freundin oder einen Freund, wie es ihnen nach dem Fernsehauftritt ergangen ist und wie Familie, Freunde und das weitere Umfeld reagiert haben.

Die Schülerinnen und Schüler lesen ihre Briefe in der Klasse vor und diskutieren anschließend gemeinsam darüber, was die Teilnahme an einer Castingshow für eine Kandidatin oder einen Kandidaten emotional bedeuten kann.



Einstieg

Wortassoziation „Was fällt euch zu Musik-Castingshows ein?“

Die Lehrkraft gibt die Arbeitsanweisung: „Jeder nimmt sich ein leeres Blatt Papier. Schreibt auf dieses Blatt alles, was euch spontan zu folgendem Wort einfällt. Ihr habt dafür eine Minute Zeit.“ Wenn alle in der Klasse bereit sind, das Assoziationswort vorlesen: „Musik-Castingshow“.

Ziel der Übung: Diese Wortassoziationen bieten einen Zugang dazu, was im Gehirn mit dem Wort „Musik-Castingshow“ verknüpft ist. Vermutlich werden hier viele unterschiedliche Begriffe mit wenigen Überschneidungen genannt.

Nach Ablauf einer Minute lesen die Schülerinnen und Schüler ihre Einfälle einzeln vor, wobei gleiche Nennungen markiert werden.

Zentrale Begriffe und Assoziationen zu Musik-Castingshows werden hier vermutlich „*Deutschland sucht den Superstar*“, „*Popstars*“, „Dieter Bohlen“, „Detlef D! Soost“, „fiese Sprüche“, „*Vorcastings*“, „*Liveshows*“, „blöde Kandidaten“ etc. sein.

Die Nennungen der Schülerinnen und Schüler dienen als Impulse für weitere Gespräche über ihre Medienerfahrung und ihr Wissen zu Castingshows. Die Gemeinsamkeiten der verschiedenen Formate sollen grob (evtl. an der Tafel oder Pinnwand) herausgearbeitet werden, um mit den Schülerinnen und Schülern Merkmale des Genres „Musik-Castingshow“ und relevante Strukturierungskategorien zu formulieren. Zentrale Kategorien werden dabei „Kandidaten“ und „Juroren“ sein.

Um weitere Reflexionsprozesse anzuregen, fragt die Lehrkraft nach: Welche Aufgaben haben die Juroren und Jurorinnen? Welche Aufgaben haben die Kandidatinnen und Kandidaten? Ist das in allen Formaten gleich?

Interessante Zusatzinfo zu Arbeitsblatt II, Partnerübung/Storyboard

Warum wirken Ton und Musik so stark?

Film- und Fernsehmusik prägt unser Empfinden von einer Szene. Die Erklärung liefert uns die Gehirnforschung: Der Ton wird gut hundertmal schneller vom Gehirn verarbeitet als das Bild. Er „primt“ die Bildverarbeitung und somit wird das Bild in eine bestimmte Richtung gedeutet.*

Diese Wirkung des Tons ist uns meistens nicht bewusst. Es ist Teil von Medienkompetenz, Ton- und Bildspur gezielt wahrzunehmen.

* Vgl. Kreutz, Gunter: Musik ist innere Bewegung. In: *TelevIZion* 24/2011/1, S. 38

Hintergrund- informationen

Musik-Castingshows in Deutschland

Im Jahr 2000 lief mit *Popstars* die erste deutsche Musik-Castingshow. *Popstars* folgten diverse andere Formate. Die erfolgreichste Sendung in Deutschland ist seit Jahren *Deutschland sucht den Superstar* (RTL). Bei Castingshows werden Menschen in einem Auswahlprozess mit der Kamera begleitet. Um es für die Zuschauer spannender zu machen, werden gezielt Kandidatinnen und Kandidaten gesucht, über die man sich lustig machen kann, die genügend Stoff für eine interessante Geschichte bieten oder in die man sich potenziell verlieben könnte. Um die Sendung interessant zu halten, werden die Aufnahmen im Nachhinein redaktionell bearbeitet, d. h. gezielt ausgewählt, mit Musik unterlegt, der Ton und das Bild elektronisch nachbearbeitet etc.

Das Format

Die meisten Musik-Castingshows sind internationale Formate, d. h. die Sender kaufen ein vorgefertigtes, getestetes und erfolgreiches Sendungskonzept. Entsprechend gleichen sich alle Logos, Titelmelodien und Juroren von z. B. *The Voice*, *X-Factor* etc. weltweit. Mit jedem Format geht dann auch ein bestimmtes Konzept einher, wie mit den Kandidatinnen und Kandidaten umgegangen wird, welche Rollen die Jury zu erfüllen hat und wie diese mit nationalen Prominenten besetzt wird.

Die Kandidaten und Kandidatinnen

Mitmachen können Mädchen und Jungen je nach Show ab 16 oder 18 Jahren. Ihre Motivation ist unterschiedlich: Sie wollen sich oder anderen etwas beweisen und berühmt werden oder ihren musikalischen Werdegang mit der Teilnahme beschleunigen. Andere bewerben sich aus Spaß oder wollen mal die Moderatoren bzw. Juroren kennenlernen. Durch die hohe Anzahl an Shows und den gestiegenen Bedarf an Teilnehmern ist es mittlerweile üblich, dass auch professionelle Musiker und Musikerinnen direkt von der Produktionsfirma eingeladen werden, z. B. bei *X-Factor* oder *The Voice of Germany*.*

Das erste Casting

Den öffentlichen Casting-Aufrufen folgen Tausende. Es werden schriftliche Fragebögen ausgeteilt und vertraglich die Ausstrahlungsrechte und persönliche Informationen eingeholt. Dann heißt es warten. Erst nach einem Auftritt vor einer Vorjury wählt die Redaktion diejenigen aus, die am besten in das Sendungskonzept passen. Lediglich die Ausgewählten singen dann der prominenten Jury vor.

Abgabe der Bildrechte

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer treten in der Regel vertraglich ihr Recht an ihrem Bildmaterial und den Tonausschnitten an die Produktionsfirma ab. Die Produktionsfirma darf über das gefilmte Material uneingeschränkt verfügen, dieses also kürzen, ändern oder verfremden und so oft sie will ausstrahlen und ins Internet stellen etc.

Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ – eine Abfolge von enormen Herausforderungen mit hohem Krisenpotenzial

Ehemalige Castingshow-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer berichten neben Erfolgserlebnissen auch von Problembereichen:

- Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ an sich ist körperlich und emotional ausgesprochen anstrengend. Insbesondere die Bühnenshows stellen eine Leistungsanforderung dar, die auch erfahrene Profis an ihre Grenzen bringen würde.
- Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer fühlen sich von den Medienmachern in einer bestimmten Weise dargestellt, die von ihnen selbst nur sehr bedingt beeinflusst werden kann. Das kann verärgern und verletzen.
- Zurück in ihrem sozialen Umfeld, werden Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach ihrem „Rauschmiss“ von Bekannten, aber auch Fremden, auf ihren Auftritt angesprochen. Gerade wenn man in der Show als Versager dargestellt wurde, ist die Rückmeldung oft heftig und schwer zu ertragen. Selbst nach einer erfolgreichen Castingshow-Teilnahme bleibt oft ein bitteres Gefühl zurück, denn einen verlässlichen Einstieg in das Showbusiness bietet diese nicht.

Jugendmedienschutz

In Deutschland gibt es eine Aufsicht, die sich bei den privaten Sendern darum kümmert, ob die gezeigten Sendungen für Jugendliche geeignet sind: die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) der Landesmedienanstalten.**

Die Veranstalter von *DSDS* mussten im Jahr 2008 sogar 100.000 € Strafe zahlen, weil Kandidaten in der Sendung bloßgestellt wurden. Zusätzlich versicherten sie, zukünftige Casting-Folgen vorab von der FSF (Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen) prüfen zu lassen.

* Götz/Bulla/Mendel: Sprungbrett oder Krise? Das Erlebnis Castingshow-Teilnahme. Eine Befragung von ehemaligen Teilnehmerinnen und Teilnehmern an Musik-Castingshows. LFM 2013, Band 48

** vgl. www.kjm-online.de

Übung zu „Schnitt“

Im Schnitt wählt der Cutter oder die Cutterin aus dem gefilmten Material aus, was für den Beitrag oder die Sendung gebraucht wird. In Absprache mit der Redaktion werden einzelne Bilder so zusammengefügt, dass diese die Geschichte ergeben, die für eine interessante Sendung gebraucht wird.

Lena, 19 Jahre

„Mit meinem Freund bin ich schon seit 4 Jahren zusammen. Ich bin eigentlich recht tolerant. Knutschen mit einem anderen Jungen trotz fester Beziehung? Warum nicht – wenn beide Partner es O.K. finden? Für mich kommt das nicht in Frage!“

Martin, 16 Jahre

„Musik zu machen ist mein Leben und mein Traumberuf! In meiner Freizeit beschäftige ich mich am liebsten mit meinen Meerschweinchen. Ich bin auch im Kleintierzuchtverein. Ansonsten gehe ich viel aus und treffe mich mit Freunden!“

Aufgaben:

A. Lies Dir die Interviews durch und überlege, wie Du Dir Lena und Martin vorstellst.

B. Schneide (bzw. streiche) aus den Interviews, wie auch eine Cutterin oder ein Cutter das potenziell macht, jeweils den ersten und letzten Satz heraus! Was sagt das Interview nun über die Kandidaten aus? Welche Bilder könnten hier gezeigt werden?

Wusstest du, dass ...

... 80% der Mädchen und 60% der Jungen zwischen 6 und 17 Jahren regelmäßig Castingshows im Fernsehen ansehen?

... ein Anruf zum Abstimmen erst ab 14 Jahren erlaubt ist und er aus dem deutschen Festnetz in der Regel 0,50 pro Anruf kostet? Mit dem Handy ist es deutlich teurer!

... 3 von 4 Jungen, die sehr gerne DSDS sehen, meinen, dass man von Dieter Bohlen lernen kann, wie man Kritik übt?

... fast die Hälfte aller Mädchen Sarah Connor (X-Factor) gerne als Mutter hätten?

Partnerübung: Gestalte ein Storyboard für eine Castingshow

In einem Vorcasting einer Castingshow stellt sich Janina, 17 Jahre, vor. Bevor sie vor der Jury singt, wird ein kurzes Porträt von ihr gezeigt. Dein Auftrag ist es, sie entweder als Hoffnungsträgerin für „Deutschlands Megastar“ mit der Stimme mit dem gewissen Etwas darzustellen oder als absolute Loserin, die sich selber völlig überschätzt:

Aufgabe:

Stilisiere Janina als Hoffnungsträgerin, indem Du Bilder auswählst, die sie als angenehmen Menschen präsentieren. Erfinde dazu Geschichten und Charaktereigenschaften, die Sympathie erwecken und mit Janina mitfühlen lassen (z. B. Janina ist bescheiden, hat es im Leben schwer gehabt usw.)

Stilisiere Janina zur Loserin, indem Du Bilder zusammenstellst und Geschichten erfindest, die sie unsympathisch machen (z. B. Janina ist eingebildet, überheblich, verwöhnt, hat es im Leben zu leicht gehabt usw.)

Entscheide Dich, wie Du Janina darstellen möchtest und gestalte dann ein Storyboard für ein Portrait:

Such Dir 3 bis 4 passende Bilder aus, schneide sie aus und klebe sie in einer bestimmten Reihenfolge auf ein Blatt. Schreibe dazu, welche Worte von Janina zu hören sind und welche Art von Musik zu hören ist.



Was ist ein Storyboard?

Ein Storyboard ist eine gezeichnete Vorlage, die eine Sendung oder einen Film skizziert, so dass geplant werden kann, welche Aufnahmen gedreht werden müssen. So wissen alle Personen, die an der Produktion beteiligt sind, welche Bilder gebraucht werden.

Ein Storyboard sieht dann zum Beispiel so aus:



Text:
Musik:

Text:
Musik:

Text:
Musik:

Text:
Musik:

IMPRESSUM

Herausgeber:
Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LFM)
Zollhof 2
40221 Düsseldorf
www.lfm-nrw.de

Bereich Kommunikation
Verantwortlich: Dr. Peter Widlok
Lektorat: Regina GroBefeste

Bereich Medienkompetenz und Bürgermedien
Verantwortlich: Mechthild Appelhoff
Redaktion: Dr. Meike Isenberg

Bereich Aufsicht und Programme
Verantwortlich: Holger Girbig
Redaktion: Barbara Banczyk

Text
Dr. Maya Götz
Gesellschaft zur Förderung des internationalen
Jugend- und Bildungsfernsehens e. V.

Gestaltung
Fritjof Wild, Düsseldorf
www.serviervorschlag.de

Druck
Börje Halm, Wuppertal

Bildnachweis
Titel; Fotolia © Sergey Nivens
S. 04; Fotolia © Jeroy131
S. 06; Fotolia © chaoss
S. 09; Fotolia © Benicce
S. 12; Fotolia © DWP
Illustrationen S. 02 und
Arbeitsblatt III; © Fritjof Wild

Auflage April 2013
Auflagenhöhe 8.000 Exemplare

Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LFM)

In Kooperation mit:



Gesellschaft zur Förderung des internationalen
Jugend- und Bildungsfernsehens e.V.
Rundfunkplatz 1
80335 München

tv.profiler – eine Unterrichtseinheit für eine Schulstunde

tv.profiler ist eine Broschürenreihe, die sich mit aktuellen TV-Formaten beschäftigt. Dabei werden sowohl das Interesse von Kindern und Jugendlichen an verschiedenen Fernsehsendungen als auch potenzielle Problemfelder, die sich aus medienpädagogischer und aufsichtsrechtlicher Sicht ergeben könnten, erklärt. Dadurch wird eine einfache und praktische Einbindung von medienbezogenen Themen in den Schulunterricht ermöglicht.

Die aktuelle Ausgabe befasst sich mit Musik-Castingshows. Diese erzielen seit Jahren zu den besten Sendezeiten regelmäßig hohe Einschaltquoten. Gerade bei Kindern und Jugendlichen sind sie sehr populär. Der tv.profiler gibt Lehrkräften Informationen an die Hand, das Phänomen Musik-Castingshow kritisch zu hinterfragen und die Produktionsbedingungen der verschiedenen Sendungen sowie die Bedeutung und Folgen für die Teilnehmer im Unterricht zu thematisieren.

Ziel der vorliegenden Ausgabe ist es, die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen zu fördern und sich gemeinsam mit ihnen mit dem Thema Musik-Castingshows zu beschäftigen.

Die Ausgabe tv.profiler – Musik-Castingshows ist konzipiert für Klasse 8 und höher.



> lfm:

Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LFM)

Zollhof 2
40221 Düsseldorf
Postfach 10 34 43
40025 Düsseldorf

Telefon

> 02 11 / 7 70 07-0

Telefax

> 02 11 / 72 71 70

E-Mail

> info@lfm-nrw.de

Internet

> www.lfm-nrw.de