



BACHELORARBEIT

Frau

Sarah Christine Farfsing

KINDERFERNSEHEN? JA, KLAR – ABER...

**Eine Untersuchung zweier
TV-Formate unter
medienpädagogischen
Gesichtspunkten, sowie ein
neues Format.**

2012

BACHELORARBEIT

KINDERFERNSEHEN? JA, KLAR – ABER...

**Eine Untersuchung zweier
TV-Formate unter
medienpädagogischen
Gesichtspunkten, sowie ein
neues Format**

Autorin:

Frau Sarah Christine Farfsing

Studiengang:

**Angewandte Medienwirtschaft-
TV-Producing/ TV-Journalismus**

Seminargruppe:

AM09wT1-B

Erstprüfer:

Prof. Peter Gottschalk

Zweitprüfer:

Cornelia Göbel

Einreichung:

Mittweida, 23.07.2012

BACHELOR THESIS

CHILDREN`S TELEVISION? YES, SURE – BUT...

**An examination of two
TV-Programs in terms of educational
media, as well as a new
Program**

author:

Ms. Sarah Christine Farfsing

course of studies:

**Applied Media Business-
TV-Producing/ TV-Journalism**

seminar group:

AM09wT1-B

first examiner:

Prof. Peter Gottschalk

second examiner:

Cornelia Göbel

Submission:

Mittweida, 23.07.2012

Bibliografische Angaben

Farfsing, Sarah:

KINDERFENSEHEN? JA, KLAR – ABER...

Eine Untersuchung zweier TV-Formate unter medienpädagogischen Gesichtspunkten, sowie ein neues Format.

CHILDREN`S TELEVISION? YES, SURE – BUT...

An examination of two TV-Programs in terms of educational media, as well as a new program.

74 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2012

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	V
Abbildungsverzeichnis.....	VIII
1. Einleitung	- 1 -
2. Medienpädagogik	- 2 -
2.1 Der Begriff Medienpädagogik.....	- 2 -
2.2 Die Entwicklung der Medienpädagogik	- 3 -
2.3 Die Grundlagen der Medienpädagogik.....	- 6 -
3. Kinder und Fernsehen	- 9 -
3.1 Die Wirkung des Fernsehens auf Kinder.....	- 9 -
3.2 Warum schauen Kinder so gerne Fernsehen?	- 11 -
3.3 Der Fernsehkonsum von Kindern.....	- 12 -
3.3.2 Der aktuelle Fernsehkonsum von Kindern.....	- 15 -
4. Das Format „Teletubbies“	- 16 -
4.1 Die Entstehung der „Teletubbies“.....	- 16 -
4.2 Der Begriff „Teletubbies“	- 17 -
4.3 Das Konzept des Formats.....	- 17 -
4.3 Der Ablauf der Sendung	- 18 -
4.3.1 Die Rituale der Sendung	- 19 -
4.3.2 Der Aufbau der Sendung im Überblick	- 20 -
4.4 Die „Teletubbies“ und ihre Welt.....	- 21 -
4.4.1 Die Charaktere.....	- 21 -
4.4.2 Das Teletubbieland	- 22 -
4.5 Wissenswertes über die „Teletubbies“	- 22 -
4.5.1 Hintergrundinformationen.....	- 22 -
4.5.2 Sendegeschichte und Sendeeinformationen	- 23 -
4.5.3 Der Erfolg der „Teletubbies“ in zehn Jahren Sendezeit (1997 – 2007)	- 24 -
4.6 Die Wirkung der „Teletubbies“ auf Rezipienten	- 25 -

4.6.1 Was begeistert die Kinder an den „Teletubbies“?	25 -
4.6.2 Das Verhalten der Kinder während der Sendung	26 -
4.7 Diskussion	27 -
4.7.1 Die Sprache	27 -
4.7.2 Die „Teletubbies“ - Ein rein kommerzielles Format?	28 -
4.7.3 Der Lerneffekt der „Teletubbies“ für Kinder	28 -
4.7.4 Was sagen Medienwissenschaftler, Pädagogen & Ärzte zu den Telet.? ..	29 -
4.7.5 Pro & Contra der „Teletubbies“	30 -
5. Das Format „Die Sendung mit der Maus – Lach- und Sachgeschichten“	32 -
5.1 Die Entstehung „Die Sendung mit der Maus“	32 -
5.2 Das Konzept „Die Sendung mit der Maus“	33 -
5.3 Analyse - Der Ablauf einer Sendung	34 -
5.3.2 Erste Sachgeschichte: Produktion eines Fußballtors.....	34 -
5.3.3 Mausspot 1	35 -
5.3.4 Erste Lachgeschichte: Nulli und Priesemut im Fußballfieber	35 -
5.3.5 Mausspot 2	36 -
5.3.6 Zweite Sachgeschichte: Der Fußballroboter Bruno	36 -
5.3.7 Mausspot 3	37 -
5.3.8 Zweite Lachgeschichte: Shaun das Schaf	37 -
5.3.9 Der Abspann und Ergebnisse der Analyse	38 -
5.4 Der Aufbau des Formats	38 -
5.5 Die Charaktere: Die Maus, der Elefant, die Ente	39 -
5.6 Wissenswertes über „Die Sendung mit der Maus“	40 -
5.6.1 Sendegeschichte	40 -
5.6.2 „Die Sendung mit der Maus“ aktuell	41 -
5.6.3 Die Entwicklung und eine Auswahl des Erfolgs der Maus im Überblick ...	42 -
5.7 Die Wirkung von „Die Sendung mit der Maus“ auf die Rezipienten	43 -
5.7.1 Was fesselt die Kinder& Erwachsenen an „Die Sendung mit der Maus“? -	43 -

5.7.2 Lernen mit der Maus	- 43 -
5.8 Diskussion und Meinungen von Medienpädagogen	- 44 -
6. Gegenüberstellung der beiden Formate	- 45 -
6.1 Vergleich: „Teletubbies“ und „Die Sendung mit der Maus“	- 45 -
6.2 Die Untersuchung der beiden Formate auf medienpädagogische Grundlagen...	- 47 -
7. Ein eigens entwickeltes Kinderformat	- 49 -
7.1 Das Konzept	- 49 -
7.2 Ein Beispiel einer Folge „Lillis und Bobbys Abenteuer“	- 51 -
7.3 Themenideen für weitere Folgen.....	- 53 -
8. Fazit	- 54 -
Abkürzungsverzeichnis	IX
Literaturverzeichnis	X
Anhang.....	XVII
Eigenständigkeitserklärung	XIX

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1:</i> Entwicklungslinien der Medienpädagogik	- 5 -
<i>Abbildung 2:</i> Die Fähigkeiten von Kindern in den verschiedenen Altersklassen	- 13 -
<i>Abbildung 3:</i> Empfohlene Fernsehdauer für die verschiedenen Altersklassen	- 14 -
<i>Abbildung 4:</i> Der Aufbau des Formats „Teletubbies“	- 20 -
<i>Abbildung 5:</i> Typisches Rezeptionsverhalten der Kinder während der Sendung.....	- 26 -
<i>Abbildung 6:</i> Pro- und Contra „Teletubbies“	- 30 -
<i>Abbildung 7:</i> Aufbau „Die Sendung mit der Maus“.....	- 39 -
<i>Abbildung 8:</i> Cover zu „Lillis und Bobbys Abenteuer“	- 49 -

1. Einleitung

In den 70er Jahren gelingt es der Medienindustrie die Medien als Bildungsfaktor zu verkaufen. Aufgrund dessen hatte die Produktion von Kinderformaten zu dieser Zeit Hochkonjunktur.¹ Dabei entstand bis heute eine Flut an Kinderformaten. Aber inwieweit haben diese einen wirklichen Mehrwert für die Kinder und sind nicht nur auf Grundlage der Wirtschaftlichkeit konzipiert worden? Und was muss medienpädagogisch beachtet werden um diesen Mehrwert zu erreichen?

Ziel dieser Thesis ist es das anhand der Grundlagen der Medienpädagogik und der Untersuchung von zwei sehr unterschiedlichen Formaten zu ergründen. Analysiert werden dabei die beiden sehr erfolgreichen Formate „Teletubbies“ und „Die Sendung mit der Maus“. Unter Berücksichtigung der daraus resultierenden Ergebnisse wurde ein Kinderformat konzipiert und entwickelt. In Kapitel 2 werden zunächst einmal die Grundvoraussetzungen geschaffen, um die vorliegende Untersuchung angehen zu können. Thema ist hier die Medienpädagogik, ihre Entwicklung, der Begriff und vor allem Grundlagen und Ziele. Um eine repräsentative Darstellung der Fakten zu erhalten geht die Arbeit vor allem auf die Ausarbeitung der beiden Professoren für Medienpädagogik, Jürgen Hüther und Bernd Schorb, ein. Aber auch einer der populärsten Medienpsychologen Dieter Baacke findet Berücksichtigung.

Um ein vollständiges Bild über den Zusammenhang von Kindern und Fernsehen zu erhalten ist es nötig die speziellen Gegebenheiten im Zusammenhang von Kindern und Fernsehen zu beleuchten. Deswegen wird in Kapitel 3 darauf eingegangen welchen Stand das Fernsehen bei Kindern hat, warum Fernsehen das beliebteste Medium bei Kindern ist und wie und in welchem Maße der Konsum stattfindet. Dazu zeigt die aktuellste Kinder-, Information-, Multimedia-Studie (2010) (KIM-Studie) die neusten Ergebnisse und basierend auf Informationen der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien wird ein Leitfadens zur richtigen Nutzung des Fernsehens von Kindern dargelegt.

In Kapitel 4 werden die „Teletubbies“ vorgestellt, analysiert und auf medienpädagogisch wertvolle Inhalte untersucht. Damit ein Ergebnis repräsentativer ausfällt wurde in Kapitel 5 ein zweites erfolgreiches und zunächst umstrittenes Kinderformat „Die Sendung mit der Maus“ unter den gleichen Kritikpunkten durchleuchtet. Basierend auf der Meinung unterschiedlichster Medienpädagogen war es möglich zu Ergebnissen zu gelangen. Diese werden im folgenden Kapitel miteinander verglichen. Der Erfolg und der Lerneffekt der Formate wurden ebenso berücksichtigt, wie das Konzept und die Produktionsweisen. In einem gesonderten Absatz findet die Untersuchung der Formate auf Grundlagen ihrer medienpädagogischen Bedeutung statt.

Mit den aus der Thesis hervorgegangenen Ergebnissen war es der Autorin möglich, ein Kinderformat zu entwickeln, welches versucht alle gesammelten Ergebnisse positiv zu vereinen. Ein Format, welches unter keinem wirtschaftlichen Druck steht, in dem es allein darum geht im Interesse der Kinder zu handeln.

¹ Hüther / Schorb / Brehm-Klotz 1997, 126

2. Medienpädagogik

Schon vor der Geburt sind Kinder durch die Geräusche (Musik, Kommunikation und Fernsehen), die bis in den Mutterleib vordringen, mit Medien konfrontiert. Sobald die Kinder auf der Welt sind, werden sie mit Hilfe von Musik zum Einschlafen gebracht. Je älter sie werden folgt das Vorlesen von Büchern, das Fernsehen, die Verwendung von Spielekonsolen, von Computern usw.. Die Kinder die heute zur Welt kommen, wachsen mit den Medien gemeinsam auf. Sie bringen die „Realitäten“ von der ganzen Welt zu den Menschen nach Hause, ohne das etwas dafür getan werden muss.²

Dieter Baacke, Medienpsychologe stellte schon 1999 fest, dass die Kindheit damals schon eine „Medienkindheit“ und das Kinderzimmer ein „Medienzimmer“ war. Medienfreie Orte gab es schon 1999 nicht mehr und sind auch schon von den kleinsten Kindern nicht gewollt.³ Über 10 Jahre später hat die Medienpädagogik deswegen eine noch größere Aufgabe. Kinder müssen aufgrund der Medienflut in ihrer Entwicklung medienpädagogisch begleitet werden, so dass sie den richtigen Gebrauch, die Gefahren und das Reflektieren der Medien von klein auf lernen.

Die Medienpädagogik muss dort greifen, wo Medien im Zuge von Beeinflussung, Unterhaltung, Information und Unterrichtung zum Einsatz kommen.

„Medienpädagogik ist die Lehre und Praxis, die Menschen befähigt mit Medien sachgerecht, selbstbestimmt, verantwortlich und kreativ umzugehen und sie selbstbewusst in die eigene Lebensgestaltung mit einbezieht.“⁴

2.1 Der Begriff Medienpädagogik

Der Begriff der Medienpädagogik ist noch sehr jung. Zu Beginn der 60er Jahre kam das Wort Medienpädagogik als Fachterminus in der Erziehungswissenschaft das erste Mal auf. 1976 wurde von der Zeitung „medien+erziehung“ versucht diesen Begriff näher zu definieren, leider ohne wissenschaftlichen Erfolg. Umso schwerer ist es heute eine solche Definition unter Rücksichtnahme aller Gesichtspunkte aufzustellen.⁵

Die am weitesten verbreitete Begriffsbestimmung ist die nach Neubauer / Tulodziecki:

„Medienpädagogik umfasst alle Fragen der pädagogischen Bedeutung von Medien in den Nutzungsbereichen Freizeit, Bildung und Beruf. Dort wo Medien als Mittel der Information, Beeinflussung, Unterhaltung, Unterrichtung und Alltagsorganisation Relevanz für die Sozialisation des Menschen erlangen, werden sie zum Gegenstand der Medienpädagogik, wobei Sozialisation die Gesamtheit intendierter und nicht intendierter Einwirkungen meint, die den Menschen auf kognitiver und emotionaler Ebene sowie im Verhaltensbereich prägen.- Gegenstände medienpädagogischer Theorie und Praxis sind die Medien, ihre Produzenten und Nutzer im jeweiligen sozialen Kontext. Medienpädagogik untersucht die Inhalte und Funktionen der Medien, ihre Nutzungsformen, sowie ihre individuellen und gesellschaftlichen Auswirkungen. Sie entwirft Modelle für die medienpädagogische Arbeit, mit der die Nutzer über die Kompetenzstufen Wissen und Analysefähigkeit in ihren

² Barsch / Erlinger 2002, 20

³ Baacke, 1999, 9

⁴ Kohm 2005, 12

⁵ Hüther / Schorb / Brehm-Klotz 1997, 243

spezifischen Lebenswelten zu medienbezogenem und medienbeziehendem Handeln geführt werden sollen“.⁶

Auch wenn der Begriff Medienpädagogik erst seit kurzer Zeit existiert, kann man von ihr sprechen, seit der Film als Medium aufgekommen ist.⁷

2.2 Die Entwicklung der Medienpädagogik

Wenn man zurück in die Geschichte der Medienpädagogik blickt, stellt man fest, dass solch eine nicht wirklich existierte. Rückblickend kann man jedoch festhalten, dass immer eine eher ablehnende Haltung gegenüber den Medien überwog.

Im weiteren Verlauf wird der Versuch unternommen die Entwicklung der Medienpädagogik so weit wie möglich zu umreißen.

Zunächst bestand die Medienpädagogik aus der reinen Bewährpädagogik, der Annahme der Wirkungs-Allmacht der Medien. Das Ziel der Bewährpädagogik war es, die Kinder von den Medien (damals vor allem Film und Fernsehen) komplett fern zu halten.

Besondere Kritikpunkte der Bewährpädagogik gegenüber den Medien:

- Erzeugung einer Scheinwelt, die nicht der Realität entspricht
- Durch die qualitativ schlechten und einseitigen Themen kommt es zum Niedergang geistiger und kultureller Werte.
- Überreizung der kindlichen Phantasie und aggressionsauslösende Medienwirkung.⁸

Während des Nationalsozialismus war die Medienpädagogik verschwunden. Die Medien wurden nur als Propagandamittel verwendet und streng kontrolliert. Aufgrund dessen, erfolgte eher eine Hinführung zu den Medien und eine Forcierung des Konsums.

1945 war die Skepsis gegenüber den Medien noch stärker. Zur Bewährpädagogik kam die Bemühung zur Aufklärung hinzu, sodass die Kinder der Massenflut nicht schutzlos ausgeliefert sind. Den Menschen wurde klar, dass sich die Medien immer weiter entwickeln würden. Es wurden Kinder- und Jugendfilmeinrichtungen gegründet um die Kinder und Jugendlichen von den für sie „ungeeigneten“ Filmen fernzuhalten und vorbildliche und lehrende Alternativen zur Verfügung zu stellen. Die „freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft“ und die Einführung des Jugendschutzgesetzes 1951 sind Ergebnisse der damaligen Medienpädagogik.⁹ Es war eine präventiv orientierte Filmerziehung geboren und im Zuge dessen folgte das Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften, sowie die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften.¹⁰

Das Kino, die Zeitschriften und Bücher wurden immer populärer. Ein Zeugnis der Erfolglosigkeit der Bewährpädagogik.

⁶ Neubauer/ Tulodziecki (Hrsg) /Hagemann/ et al. 1979, 15f

⁷ Hüther / Schorb / Brehm-Klotz 1997, 3

⁸ Hüther / Schorb / Brehm-Klotz 1997, 118f

⁹ Hüther / Schorb / Brehm-Klotz 1997, 121

¹⁰ Hoffmann 2003, 22f

Bis zum Aufkommen des Fernsehens wurde die Medienpädagogik hauptsächlich auf die Filmerziehung beschränkt.¹¹

Mit dem Aufkommen des Fernsehens verlor die präventive Medienerziehung an Bedeutung. Man entschloss sich sie an die kritische Nutzung der Medien heranzuführen.¹² Die Medienpädagogik Mitte der 60er Jahre strebt den „sinnvollen“ Gebrauch der Medien an. Eine distanzierte Nutzung der Medien ist das Ziel.

In den späten 70er Jahren setzt ein Medienboom in Schulen und Universitäten ein. Das Ziel ist ein Funktionsgerechter Einsatz der Medien im Unterricht um das Lernen zu fördern und zu unterstützen.¹³

In den 70er Jahren spürte man außerdem eine neue Tendenz in der Medienforschung. Von der Frage aus „was die Medien mit dem Menschen machen?“ wurde das handelnde Subjekt entdeckt. Medien wurden von nun an als Instrumente prinzipiell autonomen Handelns betrachtet.¹⁴ Bei dieser neuen Ansicht wurde vergessen, dass emotionale Faktoren ebenso eine große Rolle spielen.

Kurze Zeit später gab es erneut einen Aufschwung in der Kinderfernsehproduktion. Das bisherige Lernzielangebot sollte durch geeignete Medien erweitert werden.

Es folgte eine Ausrichtung des Programms zurück zum neutralen, spielerisch- unverbindlichen Fernsehprogramm. Durch vermehrtes Aufkommen verschiedenster Formate für Kinder, erlangte die Bewährpädagogik wieder an Bedeutung.¹⁵

Aufgrund der zunehmenden Akzeptanz der neuen Medien (E-Learning) erlangt die bildungstechnologische funktionale Medienpädagogik wieder stärker an Bedeutung.

Erst seit ca. 33 Jahren sieht sich die Medienpädagogik als eigenständige Teildisziplin der Pädagogik.

¹¹ Hüther / Schorb / Brehm-Klotz 1997, 117

¹² Hoffmann 2003, 22f

¹³ Hüther / Schorb / Brehm-Klotz 1997, 122

¹⁴ Hiegemann / Swoboda (Hrsg) 1994, 39

¹⁵ Hiegemann / Swoboda (Hrsg) 1994, 257ff

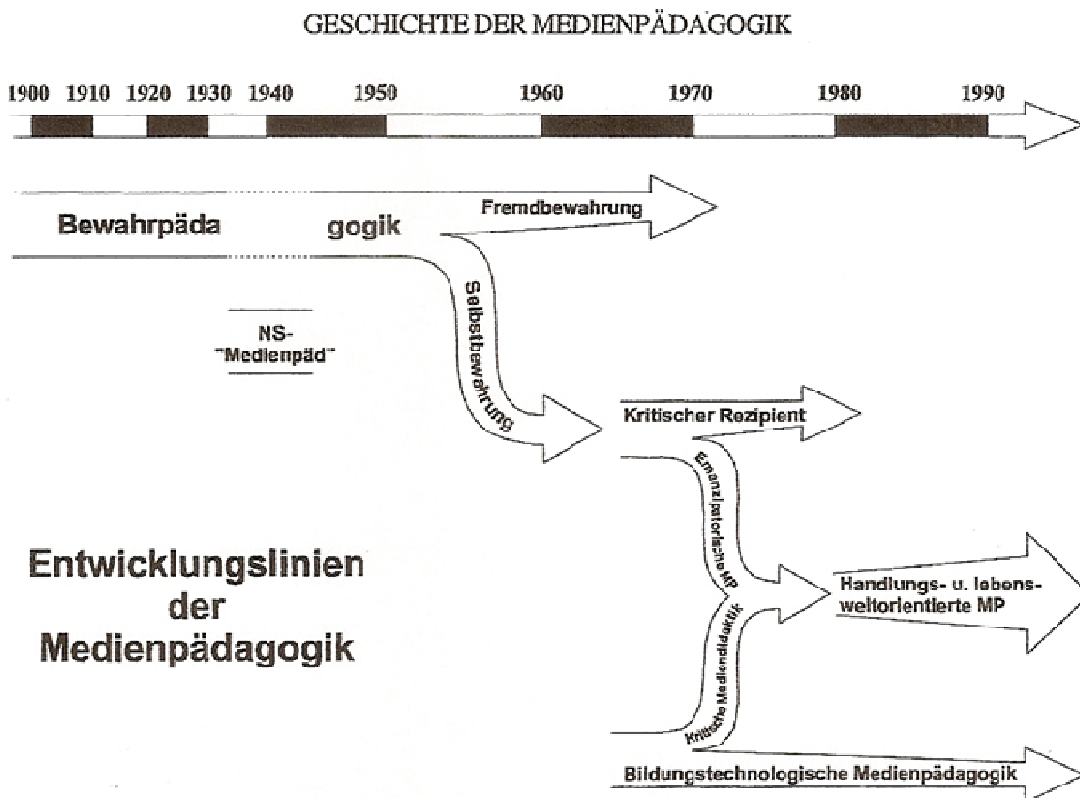


Abbildung 1: Entwicklungslinien der Medienpädagogik¹⁶

An der Entwicklung der Medienpädagogik kann man erkennen, dass sie eine Geschichte der Reaktionen auf die jeweils neuen Medien ist. Sie spiegelt die Irritation der Gesellschaft wider. Die Medienpädagogik wird dann aktuell, wenn alte Muster durch Neues und Unbekanntes (neue Medien) gebrochen werden.¹⁷ Das Handeln der Medienpädagogik, war immer eine Reaktion auf die Entwicklung der Politik und der Wirtschaft.

Aufgrund der vielen neuen Medien und neu aufkommenden Technologien muss die Medienpädagogik ihr Gebiet ständig erweitern und neu erfinden. Die Schwierigkeit dabei ist es mit dem Tempo der Entwicklung Schritt zu halten und sich vor allem an die veränderte/schnellere Entwicklung der Kinder und Jugendlichen anzupassen.

¹⁶ Hüther / Schorb / Brehm-Klotz 1997, 117

¹⁷ Hüther / Schorb / Brehm-Klotz 1997, 245

2.3 Die Grundlagen der Medienpädagogik

Die heutige Medienpädagogik spricht beim Gebrauch von Medien nicht von einer Wirkung der Medien sondern von Interaktionsprozessen, der Nutzung und der Verarbeitung von Medien.¹⁸

Neil Postman, amerikanischer Medienwissenschaftler und Medienkritiker, sah die Kinder als Verlierer der Entwicklung des Mediensystems, da diese seiner Meinung nach das „Verschwinden der Kindheit“ bewirken würde.

Neil Postman spielt auf die Tatsache an, dass die Basis der Mediensysteme Konkurrenz und Kommerz sind, weswegen sie nicht zwingend nur für das Wohl der Rezipienten (Adressaten) produziert werden.

Dennoch sind Kinder nicht nur Opfer, sondern auch Profiteure der Medienwelt. Die Informationsbeschaffung ist viel leichter und umfangreicher möglich. Dies führt zu viel mehr Möglichkeiten Dinge zu erlernen und zu verstehen.¹⁹

Die Bewährpädagogik ist heute noch nicht komplett aus der Medienpädagogik verschwunden, aber nicht mehr der Mittelpunkt. Es geht jetzt vielmehr darum, dass sich Erzieher, Eltern und Lehrer die Aufgabe teilen, den richtigen Umgang mit den Medien aufzuzeigen.²⁰

Man kann die Medienpädagogik in vier Teilgebiete unterteilen: Medienforschung, Medien-erziehung, Medienkunde und Mediendidaktik.

Medienforschung:

„Umfasst alle wissenschaftlichen Aktivitäten mit dem Ziel, deskriptive Aussagen, Hypothesen und/oder Ziel-Mittel-Aussagen mit Medienbezug zu finden und/oder zu überprüfen, sowie die Aussagen in einen systematischen Zusammenhang zu bringen.“²¹

Medienerziehung:

„Bestimmung von Zielen, die im Zusammenhang mit Medienfragen angestrebt werden sollten, und von pädagogisch angemessenen Maßnahmen, um diese Ziele zu erreichen.“²²

Medienkunde:

„Stellt die technischen, organisatorischen, rechtlichen, ökonomischen, politischen und gesellschaftlichen Bedingungen und Voraussetzungen für medienpädagogisches Handeln und daraus resultierende Überlegungen dar.“²³

Mediendidaktik:

„Bereich der Didaktik, in dem es um die Frage geht, welche Medien zur Erreichung pädagogisch gerechtfertigter Ziele gestaltet und verwendet werden können bzw. sollen.“

¹⁸ Barsch / Erlinger 2002, 21

¹⁹ Barsch / Erlinger 2002, 54

²⁰ Hoffmann 2003, 22f

²¹ Tulodziecki 1989, 21

²² Ebd.

²³ Ebd.

Die Ziele der Medienpädagogik kann man in sechs grundlegenden Begriffen zusammenfassen:

- Bewahren, Medienprävention

Früher: Die Medien wurden als Gefahr für die Allgemeinheit und als Bedrohung kultureller, gesellschaftlicher und ethischer Werte gesehen.

Heute: Ist Medienprävention auch noch ein Teil der Medienpädagogik, aber man weiß längst, dass diese nur in Maßen und in Hinblick auf bestimmte Gesichtspunkte (unter anderem der Schutz im Internet, der Schutz vor der Mediensucht und der Schutz vor der Kostenfalle) anzuwenden ist.

- Informieren

In jeder Art der Medienpädagogik ist das Grundziel über die verschiedenen Medien zu informieren. Unterschiede findet man in den verschiedenen Ansätzen: Wird das Wissen angewandt und weiterverarbeitet oder bleibt es kognitive Ablagerung? Die Information über die Medien ist in jedem Fall die Grundlage für eine kritische Rezeption.

- Sensibilisieren

Die Sensibilisierung soll den Rezipienten vor Mediengefahren schützen und ihn dagegen immunisieren. Manipulationsmechanismen sollen aufgedeckt, erkannt und in richtiger Weise verarbeitet werden. Medien sollen hinterfragt und in Frage gestellt werden. Ziel ist es, dass der Rezipient sich nicht manipulieren lässt, indem er die Ziele der Medienindustrie und die Mechanismen für deren Verwirklichung erkennt und reflektiert.

- Aktivieren

Die Medien sollen nicht nur konsumiert werden, sondern auch für eigene Zwecke angewandt werden. „Aus Medienrezipienten soll(t)en Medienproduzenten werden“.²⁴

Der Einfluss der Konsumenten auf die Medien steht hier im Vordergrund.

- Emanzipieren

Um die Kategorie des Aktivierens erfüllen zu können, ist es nötig einen eigenen Standpunkt zu haben und genügend Selbstbewusstsein zu entwickeln um diesen zu vertreten. Das bedeutet, dass ein Mensch sich in der Gesellschaft emanzipieren muss um Medien aktiv anzuwenden und zu reflektieren. Es muss eine gewisse Handlungskompetenz erlangt werden.

- Funktionalisieren

Die Medien wurden funktionalisiert, wenn man sie benutzt um eigene Ziele zu erreichen.

²⁴ Hüther / Schorb / Brehm-Klotz 1997, 248

Um diese Ziele zu erreichen sind folgende Dimensionen nach Dieter Baacke 1999 nötig:

- Mediennutzung (rezeptiv anzuwenden und interaktiv anbieten)
- Medienkunde (Wissen über Medien erwerben, Medien anwenden können)
- Mediengestaltung (Weiterentwicklung des Mediensystems)
- Medienkritik (Medien analysieren-, reflektieren und ethisch bewerten)

Um dies alles zu erreichen muss man bei der medienpädagogischen Arbeit jedoch die Kompetenzen der verschiedenen Altersgruppen berücksichtigen (siehe Tabelle auf Seite 13). Die sozial-kognitiven Voraussetzungen spielen eine wichtige Rolle, sowie die Medienenerfahrung der Kinder im Alltag, als auch das Medienverständnis und der Umgang mit den Medien in eigener Verantwortung.

Die wissenschaftlichen Ziele der Medienpädagogik sind unter anderem die Medienforschung, die Medienwirkungsforschung und die Prozesse der Rezeption und der Aneignung von Medieninhalten zu erforschen.²⁵

Zusammenfassend ist das wichtigste Ziel der Medienpädagogik der Erwerb von Medienkompetenz.

²⁵ Kohm 2005, 13

3. Kinder und Fernsehen

Die grundsätzliche Frage die sich hier stellt ist: Sollten Kinder (besonders Kleinkinder und Vorschulkinder) überhaupt schon Fernsehen?

Für 95 % der Kinder ist Fernsehen ein regelmäßiger Zeitvertreib²⁶. Der Fernseher ist aus den Kinderzimmern bzw. dem Leben der Kinder nicht mehr wegzudenken. Doch was macht das Fernsehen mit den Kindern und wie funktioniert dieses für sie? Bekommen die Kinder nicht ein verzerrtes Bild der Wirklichkeit vermittelt?

Die Medien spiegeln meist künstlich aufbereitete Erfahrungen wider, die in ihrer Abfolge oft nicht vollständig sind. Daraus entstehen sogenannte Sekundärerfahrungen. Sind Sekundärerfahrung nachteiliger als Primärerfahrungen? Für Kinder und ihre Entwicklung ist es sehr wichtig die Erfahrungen selber zu machen. So kommt man zu dem Schluss, dass das Fernsehen ein eher negatives Medium für Kinder ist, da es durch sein ständiges liefern an Sekundärerfahrungen andere Tätigkeiten, die Lieferanten von Primärerfahrungen, verdrängt.²⁷

Besonders gefährlich ist das Fernsehen dann, wenn ein Kind nicht zwischen der Realität und der Medienwelt unterscheiden kann. Da Kinder dies zunächst nicht trennen können, ist besonders das unbetreute Fernsehen eine Gefahr für sie.²⁸

3.1 Die Wirkung des Fernsehens auf Kinder

Kinder müssen Fernsehen erst lernen, da sie Eindrücke ganz anders Verarbeiten als Erwachsene. Für sie wirkt das Fernsehen teilweise entspannend oder belustigend. Aber auch Angst und Hyperaktivität können die Folge sein.²⁹ Um diesen Dingen entgegen zu wirken, sollten die Kinder nur in Maßen fernsehen und vor allem durch andere Beschäftigungen genügend Ausgleich haben.

Viele Studien belegen, dass zu hoher Fernsehkonsum eine schlechte Auswirkung auf das Bildungsniveau hat. Eine neuseeländische Studie stellte fest, dass bei Kindern, die zwischen dem fünften und fünfzehnten Lebensjahr sehr viel Fernsehen geschaut haben, das erreichte Bildungsniveau mit 26 Jahren sehr schlecht war.³⁰

Die Phantasie wird verlernt und deswegen ist es dann für Kinder bereits schwierig länger in einem Buch zu stöbern bzw. zu lesen.

²⁶ Bundesprüfstelle Fernsehen und Medienerziehung o.J, o.S
URL: <http://www.bundespruefstelle.de/bpjm/Jugendmedienschutz-Medienerziehung/film-fernsehen,did=106662.html> (Zugriff: 30.05.2012)

²⁷ Hoffmann 2003, 244

²⁸ Maletzke 1988,56

²⁹ Dr. Rudolph o.J, o.S

URL: <http://www.kinderarzt-online.org/de/ratgeber/Fernsehen.php> (Zugriff: 14.06.2012)

³⁰ Spitzer 2005, o.S

URL: <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/fernsehen-vermuellt-die-koepfe-der-kinder--es-macht-macht-dumm-und-gewalttaetig-vorsicht-bildschirm-,10810590,10313974.html> (Zugriff: 19.06.2012)

Die kognitiven Fähigkeiten bei Vielsehern (mehr als drei Stunden täglich) sind deutlich beeinträchtigt. Bei Kindern, die in den ersten drei Jahren viel Fern gesehen haben, konnte man diese Nachwirkung in einer amerikanischen Studie feststellen.³¹

Stefan Aufenanger, Professor für Erziehungswissenschaft und Medienpädagogik ist gegen zu frühes Fernsehen, denn die Kinder lernen seiner Meinung nach übers „Begreifen“. Stefan Aufenanger ist eigentlich für seine liberale Haltung in medienpädagogischen Fragen bekannt. Hierzu äußert sich beispielsweise Maya Götz, Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend und Bildungsfernsehen zum Fernsehen für Babies und Kleinkinder: „Das ist nichts, was Kleinstkinder wirklich brauchen. Kinder in diesem Alter eignen sich die Welt haptisch an. Wo das Fernsehen für ältere Kinder Wissensgewinn und interessante Geschichten zu bieten hat, besteht es für Babies bloß aus bewegten bunten Bildern. Selbst wenn manche Babies durchaus fasziniert sind: In ihrer Entwicklung werden sie nicht gefördert. Das flackern beunruhigt die Kinder eher.“³²

Für Kinder sind die meisten Dinge, welche sie im Fernsehen sehen Primärerfahrungen. Das führt dazu, dass sich das Kind später bei seiner realen Tätigkeit an das Fernsehen erinnert. Die Erwachsenen können das trennen, sie unterscheiden zwischen Primär- und Sekundärerfahrungen.³³

Fernsehen macht süchtig, man kann die reale Welt verdrängen und muss seine Erfahrungen nicht selber machen. Andere Aktivitäten und Tätigkeiten sind nicht mehr wichtig. Dennoch wird ein Fernsehprogramm niemals die wahren Erlebnisse und damit verbundenen Gefühle ersetzen können.

Erst mit ca. acht Jahren können Kinder größere Zusammenhänge von Szenen halbwegs richtig erfassen und wiedergeben, aber nur dann, wenn der Inhalt ihrem altersgemäßen Erleben entspricht (keine Krimis, Liebesfilme etc.).

Bis zu einem Alter von zwölf Jahren, sehen Kinder Film und Fernsehen Ich-bezogen und unterteilen meist in gut und böse.

Das Fernsehen stellt im Vergleich zum Kino eine erheblich größere Gefahr der Reizüberflutung dar, da das Fernsehen immer verfügbar ist und die Kinder meist früher an das Fernsehen herangeführt werden als an das Kino.³⁴

Gegen eine Reizüberflutung der Bilder helfen Stereotypen die Weltbilder vermitteln.³⁵

Dennoch ist Fernsehen informativer und aktueller. Dies bringt jedoch das Problem mit sich, dass sich die meisten Jugendlichen überschätzen, diese komplexen Informationen zu verstehen.³⁶

Eine sozial grundlegende sprachliche Entwicklung ist vor dem Fernseher nicht möglich. Eher werden die Aktivitäten in der Realität beschränkt und somit ist eine Erprobung der Fähigkeiten nicht möglich.³⁷

³¹ Bachmair 1999, 53

³² Gangloff 2006, 78f

³³ Bründel / Hurrelmann 1996, o.S.

³⁴ Hiegemann / Swoboda (Hrsg.) 1994, 157

³⁵ Lippmann 2000, CD-Rom

³⁶ Hiegemann / Swoboda (Hrsg.) 1994, 157

³⁷ Schulte-Holtey 2012, o.S

Vorteile des Fernsehens für Kinder:

- Kinder können den richtigen Umgang mit Medien (Fernsehen) lernen
- Es macht den Kindern Spaß und schadet ihnen in der richtigen Dosierung und mit der richtigen Sendung nicht zwingend
- Die richtigen Sendungen können auch lehrreich sein. (Dokumentationen bringen Wissen anschaulich zu den Kindern)

Nachteile des Fernsehens für Kinder:

- Es ist keine körperliche Entwicklung möglich
- Die Sprachentwicklung wird nicht gefördert
- Die sozial-emotionale Entwicklung geht in eine falsche Richtung (Sozialverhalten, Angst, Gewalt, Verunsicherung)
- Kein Aufbau von differenziertem Denken
- Fernsehen kann Kinder aggressiv machen, da sie zu einseitig beschäftigt sind
- Hyperaktivität
- Suchtgefahr
- Keine Differenzierung der Qualität der Sendungen bei zu viel Konsum
- Das Fernsehen kann die Kinder bis in den Schlaf begleiten, sodass sie unter Angst oder Unruhe nicht zum Schlafen kommen
- Fernsehkonsum kann zu Unaufmerksamkeit in anderen Lebensbereichen führen³⁸

Zusammenfassend kann man sagen, dass Kinder frühestens ab vier Jahren an das Fernsehen herangeführt werden sollten. Hierbei sollte sich das Fernsehen auf ein Minimum und speziell ausgewählte Formate reduzieren.

Auch wenn die Kinder älter werden, sollten die Eltern weiterhin auf den Konsum ihrer Kinder achten, da zu viel und falsches Fernsehen nachweislich zu weitreichenden Folgen in der Entwicklung der Kinder führen kann. Somit ist extrem entscheidend, was Eltern in allen Bereichen der Medienerziehung tun.

3.2 Warum schauen Kinder so gerne Fernsehen?

Ein Bild vermittelt sofort eine Botschaft, sagt mehr als tausend Worte und man muss nicht lange darüber nachdenken. Insbesondere spannend sind für die kleinen Kinder die bewegten Bilder mit denen sie Abenteuer, Abwechslung, Spannung und Unterhaltung erleben können. Es ist den Kindern möglich sich mit einem Tastendruck in eine völlig andere Welt zu begeben um dort das zu erleben was sie möchten. Sie können sich in diese Welt zurückziehen. Fernsehen ist eine Parallelwelt für die Kinder. Außerdem passieren dort übermenschliche Dinge. Es ist für Kinder wie Zauberei, denn alles ist in dieser Welt möglich. Die Fernbedienung hat die Funktion des Zauberstabs. Kinder suchen im Fernsehen Vorbilder und Informationen. Fürs Fernsehen sind zudem keine besonderen Fähigkeiten nötig.

Außerdem möchten Kinder sich, genau wie Erwachsene auch, vor dem Fernseher entspannen. Das Fernsehen gibt Einblicke in die Erwachsenen Welt, in die Welt der Tiere,

³⁸ Müller 2009, o.S

anderer Länder und Phantasiewelten.³⁹ Das Fernsehen bietet den Kindern Unterhaltung, Information, Orientierung und Kommunikation.

Für die Kleinsten ist Fernsehen so interessant, weil es ein Ereignis ist. Außerdem spielt Neugier eine große Rolle. Helden, Action und Komik bieten den Kinder das Erwartete: Unterhaltung, Spaß, Entspannung, Spannung und ein kontrollierbares Maß an Angstlust. Es ist einfacher die Welt sekundär zu erleben. Je kleiner die Kinder sind desto eher interessieren sie sich für Zeichentrickserien. Werden die Kinder älter so suchen sie sich Programme mit „echten Menschen“. Je älter Kinder werden, desto weniger interessiert sie das Kinderprogramm, sie wenden sich dem Erwachsenenprogramm zu.⁴⁰

3.3 Der Fernsehkonsum von Kindern

Schon die Kleinsten nehmen das Fernsehgerät wahr und kommen schnell damit in Kontakt. Fernsehen ist seit langer Zeit das Leitmedium der Kinder.⁴¹ Selbst die eigens für Kinder konzipierten Formate können das Interesse der Kinder nicht lange befriedigen, denn es gibt so viel Interessanteres im Fernsehen als das. Das Interesse am Fernsehen steigt mit dem Alter kontinuierlich an. Aus einer Randzielgruppe ist eine sehr ertragsreiche und große Zielgruppe entstanden, für die es die Fernsehindustrie nur zu gut versteht verschiedenste Formate, natürlich mit Merchandising-Möglichkeiten, anzubieten. Das Angebot ist reichhaltig, der pädagogisch wertvolle Inhalt meist nicht.

Kinder können bis zum Vorschulalter nicht unterscheiden, dass Fernsehen nicht wirklich passiert. Je größer die Kinder werden umso mehr verstehen sie, dass Fernsehen nicht die Realität ist und gehen ganz anders mit dem Medium um.

Kinder beginnen mit Eintritt in die Schule ihre Erlebnisse zu kontrollieren und ihr Verhalten auf das von anderen Personen zu überprüfen. Dies alles bietet das Medium Fernsehen für die Kinder.

Die Auswahl des Fernsehprogramms geschieht nicht zufällig. Die Kinder suchen sich Sendungen heraus in denen sie bestimmte Themen die in dem Moment wichtig sind wiederfinden und sich somit an ihnen orientieren können.⁴²

Die Fernsehcharaktere spielen für die Orientierungssuche der Kinder eine große Rolle. Ihnen wird die ganze Aufmerksamkeit gewidmet. Jungen orientieren sich an männlichen Charakteren und Mädchen an besonders weiblichen.

Kinder nehmen das Fernseh Vorbild nicht starr an, sondern suchen nach Mustern die ihre eigene Vorstellung erweitern, modifizieren und bestätigen. Dabei ist kritisch zu betrachten, dass das Fernsehen nicht das geeignete Material bietet um sinnvolle Selbst- und Realitätskonzepte zu bilden.⁴³

Leider spielt Angst beim Fernsehen auch eine große Rolle. Für Eltern ist es wichtig zu wissen, dass erst wenn die Kinder zwischen Phantasie und Wirklichkeit unterscheiden können, sie mit ihrer Angst umgehen können.⁴⁴

³⁹ Aufenanger / Baacke / Lauffer / et al. 1999, 12f

⁴⁰ Hüther / Schorb / Brehm-Klotz 1997, 184

⁴¹ Barsch / Erlinger 2002, 56

⁴² Aufenanger / Baacke / Lauffer / et al. 1999, 25

⁴³ Hüther / Schorb / Brehm-Klotz 1997, 188ff

⁴⁴ Aufenanger / Baacke / Lauffer / et al. 1999, 24

Abbildung 2 zeigt eine Übersicht über die Fähigkeiten der Kinder der verschiedenen Altersklassen, um den verschiedenen Stadien der Fernsehreife von Kindern näher zu kommen:

Alter der Kinder	Kognitive Fähigkeiten	Sozial-moralische Fähigkeiten	Fersehbezogene Fähigkeiten
bis 2 Jahre	Die physische Wahrnehmung der Umgebung und Bewegung beginnt, begrenztes Sprachverständnis.	Sie nehmen sich zunehmend als eigenständige Person wahr.	Die Kinder können die Aufmerksamkeit nur kurz halten, dabei ist der Wiedererkennungswert sehr wichtig.
3-6 Jahre	Das Denken ist an den unmittelbaren Augenschein gebunden.	Beziehungen werden nur egozentrisch betrachtet.	Sobald sich die Kinder mit Personen oder gezeigtem identifizieren können, wird es aufgenommen.
6-10 Jahre	Verschiedene Aspekte können nun schon verbunden werden und es ist für die Kinder einschätzbar, was die Folgen ihres Handelns sind.	Die Kinder können die Sichtweise anderer nachvollziehen und können diese teilweise mit ihrer vergleichen und bewerten.	Sendungen mit Bezug zum eigenen Leben können schon in längeren Handlungen verstanden werden. Sie können die Sendungen zunehmend differenzieren.
10-13 Jahre	Abstrakte Zusammenhänge können begriffen und verallgemeinert werden.	Unterschiedliche Sichtweisen (auch von anderen) können realisiert und koordiniert werden. Distanziertes Beobachten von Beziehungen ist möglich.	Sie schauen nur das was sie interessiert, auch mit Themen über ihre Lebenswelt hinaus.
Ab 14 Jahre	Die Fähigkeiten sind mit den von Erwachsenen gleichzusetzen, dennoch fehlt es den Jugendlichen an Erfahrung.	Regeln, Werte und Normen werden in Betracht gezogen und somit auf soziale Beziehungen übertragen.	Das Medienverständnis gleicht einem Erwachsenen.

Abbildung 2: Die Fähigkeiten von Kindern in den verschiedenen Altersklassen⁴⁵

⁴⁵In Anlehnung an: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2008, o.S
URL: http://www.zappen-klicken-surfen.de/dokumente/Alter_in_Jahren.htm
(Zugriff: 15.04.2012)

Bei dieser Tabelle ist es wichtig es nur als ungefähre Orientierung anzusehen, denn jedes Kind ist in seiner Entwicklung anders und dies hängt von vielen verschiedenen Faktoren ab.

3.3.1 In welchem Alter sollten Kinder wie viel Fernsehen schauen?

Laut Leonhard Schiffer ist es am besten für die Kinder, wenn man sie in der frühkindlichen Entwicklungsphase (0-3 Jahre) vom Fernsehen fern hält. Denn sie brauchen es nicht, noch verpassen sie etwas. Am besten wäre es, wenn die Kinder erst mit 10 Jahren an das Fernsehen herangeführt würden, da sich dann die wichtigsten neuronalen Entwicklungsfenster des Kindes schließen. Das bedeute nach Leonhard Schiffer: Je länger die Kinder ohne das Fernsehen aufwachsen, desto besser.⁴⁶

Diese Meinung ist kritisch zu hinterfragen. Leonhard Schiffer hat hier ausschließlich die physische Entwicklung der Kinder berücksichtigt. Es ist jedoch auch wichtig sich zu fragen inwieweit die Kinder in der heutigen Medienwelt mit einer medialen Abstinenz auf ihre Zukunft vorbereitet werden. Denn für die spätere berufliche, sowie schon schulische Zukunft, wird ein gewisses Medienverständnis und Umgänglichkeit mit ihnen vorausgesetzt. Auch die sozialen Kontakte der Kinder würden unter einer vollkommenen Abstinenz leiden, weil auch bei den Kleinsten die Medien nicht mehr wegzudenken sind. Somit muss das Ziel sein, den Kindern den richtigen Umgang mit den Medien zu lehren.

Laut der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien gilt für Kinder unter drei Jahren: "Babys brauchen kein Fernsehen! Es fördert ihre Entwicklung nicht, im Gegenteil: Es schadet ihnen nur. Frühestens ab dem vierten Lebensjahr können Kinder sehr behutsam mit Film und Fernsehen vertraut gemacht werden. Wenn man damit noch etwas wartet, ist dies nicht mit Nachteilen für die kindliche Entwicklung verbunden".⁴⁷

Es wird empfohlen:

Alter:	Fersehdauer:
Kinder 4 – 5 Jahre	Bis zu 30 Minuten täglich (am besten mit einem Erwachsenen)
Kinder 6 - 9 Jahre	Max. 5 Stunden pro Woche
Kinder / Teenies 10 – 13 Jahre	Kontrolliertes Fernsehen, aber den Kindern auch schon mehr Verantwortung überlassen.

Abbildung 3: Empfohlene Fernsehdauer für die verschiedenen Altersklassen⁴⁸

⁴⁶ Schiffer 2003, 974

⁴⁷ Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien o.J., o.S

URL: <http://www.bundespruefstelle.de/bpjm/Jugendmedienschutz-Medienerziehung/film-fernsehen,did=106662.html> (Zugriff: 30.05.2012)

⁴⁸ Ebd.

3.3.2 Der aktuelle Fernsehkonsum von Kindern:

Die Ergebnisse, die hier zu diesem Thema zusammengetragen werden, stammen aus der aktuellsten KIM-Studie (2010).

2010 sahen 95 % aller Kinder mindestens einmal die Woche Fernsehen.

Im Durchschnitt schauten 2010 alle Kinder (6-13 Jahre) 98 Minuten Fernsehen am Tag. Jungen mit durchschnittlich 100 Minuten erheblich länger als Mädchen (97 Minuten). Es hat sich herausgestellt, dass Mädchen Castingformate oder Serien mit realen Personen bevorzugen, während Jungen Zeichentrickserien als ihre Lieblingssendungen nennen. Zwischen 18 und 21 Uhr schauen die meisten Kinder Fernsehen, weswegen dieser Zeitraum in Fachkreisen Kinderfernsehzeit genannt wird. In dieser Zeit läuft der Fernseher oft auch als Familiengerät.⁴⁹

⁴⁹ Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen 1999, 64

4. Das Format „Teletubbies“

„Hinter den Hügeln und keinem bekannt, hier liegt das Teletubbieland“, so beginnt eine der umstrittensten Kindersendungen der letzten 15 Jahre.

Die „Teletubbies“ wurden am 10.03.1997 erstmals im BBC-Programm ausgestrahlt und bereits nach wenigen Monaten war das Format in Großbritannien eine vieldiskutierte Kult-Sendung.⁵⁰

4.1 Die Entstehung der „Teletubbies“

Andrew Davenport (Sprachtherapeut und Schauspieler) hatte schon seit langer Zeit eine Idee zu einer neuen Kinderserie. In dieser spielen zwei Astronauten, die in einem Zauberwald leben, die Hauptrolle.

Zusammen mit der ehemaligen Lehrerin und Chefin von Ragdoll Productions, Anne Wood, entwickelten sich aus dieser Grundidee die „Teletubbies“.⁵¹

Die Abteilung „Kinder- und Schulprogramme“ der BBC hatte 1995 vor eine neue Kindersendung produzieren zu lassen. Die Vorgaben waren folgende: Die Sendung sollte täglich an fünf Tagen der Woche ausgestrahlt werden, mit der Möglichkeit eines Wochenendzuschnitts und sie musste für unbegrenzte Wiederholungen geeignet sein. Das Format sollte sich strikt an Zuschauer unter 5 Jahren wenden und den Schwerpunkt auf spielerisches Lernen legen.

Die Idee von Ragdoll Productions hatte eine klare Philosophie, was Einfachheit und Wiederholung anging.

Die Finanzierung wurde zwischen den BBC Abteilungen „Kinder- und Schulprogramme“ und „BBC worldwide“ geteilt. Durch Investitionen der Produktionsfirma Ragdoll Productions behielt die Firma die nordamerikanischen Rechte.

Bereits zum Jahresanfang 1996 begannen die Bauarbeiten für die Kulisse an einem damals noch geheimen Ort.⁵²

Bevor die Folgen produziert wurden, hat man Vorschullehrer und Kinder interviewt, um ein möglichst genau auf die Zielgruppe abgestimmtes Format zu erhalten.⁵³

Im April 1996⁵⁴ begannen die Dreharbeiten für die erste Folge. So entstand die weltweit erste Serie für die Zielgruppe „Kleinkinder von 2-5 Jahren“.⁵⁵

⁵⁰ Götz, 1999, 64

⁵¹ Ramdohr 2003, 1

⁵² Home 1998, 25f

⁵³ Ragdoll Productions o.J, o.S

URL: <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/Ragdoll-Productions-Ltd-company-History.html> (Zugriff: 05.01.2012)

⁵⁴ Rahmdor 2003, 2

⁵⁵ Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen 1999, 64

4.2 Der Begriff „Teletubbies“

Ursprünglich hießen die vier Charaktere „Teleteddies“, doch weil man aufgrund der kleinen Zielgruppe eine Verbindung zu ihr herstellen wollte, wurden sie in „Teletubbies“ umbenannt. Eine Mischung aus Babies und Teddys.⁵⁶

4.3 Das Konzept des Formats

„Das Konzept bestand darin, eine Fernsehsendung für Kinder zu kreieren, die vor sämtlichen Erziehungsinstanzen ansetzt“⁵⁷, so Davenport, Drehbuchautor und Erfinder (zusammen mit Ragdoll-Chefin Anne Wood) der „Teletubbies“. „Wir wollten die Informationen vor allem visuell vermitteln. Sehr kleine Kinder lernen nicht durch Unterricht, sie lernen durch Beobachten und das Ableiten von Regeln. Deshalb erschufen wir eine sehr physische, kleinkindgerechte Welt. Die Teletubbies sehen aus wie Babies und leben das Leben von Babies“.⁵⁸ Laut Davenport muss, wer die Welt physisch vermitteln will, Charaktere schaffen die physisch präsent sind. Deswegen mussten definitiv Schauspieler in Kostümen her, da man die ungehemmte Funktionslust der Zielgruppe mit Puppen nicht überzeugend darstellen konnte.

Diese Schauspieler mussten physisch so präsent sein, dass sie durch das Kostüm durchspielen können.⁵⁹

Die Farben sind für die Entwickler von großer Wichtigkeit. Es sind hell leuchtende Grundfarben, sowohl die Teletubbies selber, als auch ihre Umgebung. Diese Farben faszinieren Kleinkinder besonders und tragen so zu ihrer Aufmerksamkeit bei.

Die ständigen, sehr umstrittenen Wiederholungen sind nach Meinung der Produzenten sehr wichtig für Kinder in diesem Alter. Sie benötigen die Wiederholungen um das Gesehene aufzunehmen und um es in ihren Köpfen zu verarbeiten, um es dann anwenden zu können. Außerdem entdecken die Kinder beim zweiten Mal Dinge, die sie beim ersten Mal nicht bemerkt haben. Diese Wiederholungen stärken auch das Selbstbewusstsein der Kinder, da sie die Reihenfolge nun schon kennen und erzählen können was als nächstes kommt.⁶⁰

Das ständige umherlaufen der Teletubbies im Teletubbieland hat den Grund, dass Kinder in diesem Alter erstmals räumliche Dimensionen realisieren. Deswegen wird von den Teletubbies auch sehr oft oben, unten, nah und fern beschrieben. Beispielsweise wenn ein Teletubbie aus dem Hintergrund zu einem anderen Teletubbie in den Vordergrund kommt, ist es für Kinder faszinierend was da geschieht. Erwachsene fragen sich was das soll, denn es passiert für sie in dieser Szene nichts.⁶¹

Anne Wood beschreibt das Konzept der Sendung so: „ Es gibt eine Menge Dinge auf der Welt, die zur Sorge Anlass geben. Wir wollen den Kindern Selbstsicherheit und Vertrauen

⁵⁶ Rahmdor 2003, 2

⁵⁷ Leimann 2007, o.S

⁵⁸ Ebd.

⁵⁹ Ebd.

⁶⁰ Neuß / Koch (Hrsg) 2001, 34

⁶¹ Leimann 2007, o.S

geben“.⁶² Außerdem bewertet Anne Wood die vielen High-Tech-Geräte als natürlich, da die Kinder überall damit aufwachsen.

Die Teletubbies sind wie Kinder und die Einflüsse von außen (Sprachrohre, Inserts usw.) könnte man als Erwachsene sehen. Über Lautsprecher erfahren die Teletubbies beispielsweise, dass sie zu Bett gehen sollen. Sie weigern sich jedoch, wie die richtigen Kinder. Das hilft den Kindern sich mit den Teletubbies zu identifizieren.

Um den Kindern noch mehr das Gefühl von Sicherheit zu vermitteln, enthalten die Folgen Reime, Verse und Lieder. Manche kennen sie aus dem Kindergarten andere von Zuhause. Die Kinder freuen sich, wenn die Teletubbies etwas kennen, was auch in ihrer Welt eine große Rolle spielt. Andere lernen sie wiederum neu kennen. Hier haben die beiden Erfinder des Formats eines ihrer Ziele erreicht, eine Sendung zu kreieren, in der es nur ums Spielen geht. Das Thema was die Welt der kleinen Zuschauer am meisten prägt. So kommen sie ihnen am nächsten. Die Teletubbies leben um zu spielen.⁶³

4.3 Der Ablauf der Sendung

Alle Folgen der Reihe „Teletubbies“ laufen nach demselben Schema ab:

Jede Folge beginnt damit, dass die Sonne über dem Teletubbieland aufgeht. In der Sonne ist ein lachendes Babygesicht und man hört das Baby jauchzen. Der Sprecher eröffnet die Serie mit dem bekannten Satz: „Hinter den Hügeln und keinem bekannt, hier liegt das Teletubbieland“⁶⁴. Dabei sieht man das Hügelhaus der Teletubbies aus dem nacheinander die vier Teletubbies auf das Dach springen. Es beginnt das ca. vierminütige Intro. In diesem rennen die Teletubbies von ihrem Hügelhaus dem Zuschauer entgegen und man sieht die surreale Gartenlandschaft. Es wachsen Hörer aus dem Boden aus denen immer wieder „Zeit für Teletubbies“⁶⁵ ertönt. Die vier werden jeweils einzeln und mit Namen vorgestellt. Zuerst Tinky-Winky, dann Dipsy, Laa Laa und Po. Am Ende begrüßen sie zu viert winkend, die Zuschauer.

Nun erfolgt der kleine „Tubby-Teil“ (siehe Tubby-Teile S.19). Dieser ist in jeder Folge unterschiedlich. Nach wenigen Minuten beginnt sich das Zauberwindrad zu drehen. Das ist das Zeichen für die Teletubbies sich aufzustellen und zu schauen aus welchem Bauch der Filmbeitrag (Insert) aus der realen Welt gezeigt wird. In diesem geht es um andere Kindergartenkinder die immer etwas Alltägliches gemeinsam erleben. Dieser Filmbeitrag ist ca. drei Minuten lang und ist aus der Perspektive der Kinder gedreht. In jeder Folge wird der Beitrag nach mehrmaliger Aufforderung seitens der Teletubbies wiederholt. Danach folgt der große „Tubby-Teil“ (siehe Tubby-Teile S.19) der in jeder Folge unterschiedlich ist. Schon kommt die in jeder Folge sehr lange Abschlussequenz. Diese wird mit „Zeit für Tubby-Winke-Winke“⁶⁶ aus einem der Hörer angekündigt. Bald darauf geht die Sonne unter und die Teletubbies verabschieden sich.

⁶² o.V. 2000, o.S

URL: <http://www.handelsblatt.com/archiv/winke-winke-in-deutschland-noch-mindestens-bis-2007-die-letzten-folgen-der-teletubbies-werden-unweit-von-shakespeares-geburtsort-gedreht/1997630.html> (Zugriff: 22.04.2012)

⁶³ Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen 1998, 27

⁶⁴ Anne Wood 2001, DVD

⁶⁵ Ebd.

⁶⁶ Ebd.

Während der Folge führt eine männliche Stimme aus dem Off die Zuschauer durchs Programm und kommentiert einzelne Situationen.

Mit Hilfe dieses Systems, hat die Firma Ragdoll aus ca. elf Minuten neuem Rohmaterial eine ganze neue 25 - minütige Folge, denn der Grundaufbau der Sendung bleibt immer gleich.

Tubby-Teile:

In diesen Sequenzen werden verschiedene Szenen der Tubby-Welt gezeigt. Manchmal sind sie in ihrem Haus und essen Tubbiepudding aus der Puddingmaschine oder Tubbietoast aus dem Tubbie-Toaster. Wichtig ist hierbei, dass die Kinder diese alltäglichen Situationen in sich aufnehmen und Parallelen zu ihrer Welt entdecken können.

Dann wiederum tanzen, singen und spielen sie gemeinsam, oder machen Musik mit ihrer Musik-Maschine. Oft spielen sie auch draußen oder mit ihren Lieblingsspielsachen.

Es können in diesem Teil aber auch neue Gegenstände in der Tubby-Welt vorkommen und die Teletubbies zeigen den Zuschauern wie man damit umgeht.⁶⁷

4.3.1 Die Rituale der Sendung

Eröffnungsszene:

- Die Sonne geht auf: Die Kinder erkennen, dass die Sendung beginnt.
- Während der vierminütigen Eröffnungssequenz können sich die Kinder vom Alltag und den voran gegangenen Aktivitäten lösen.
- Die Sonne bildet als Symbol den Rahmen der Sendung. Es gibt durch sie einen klaren Anfang und ein klares Ende.

Die Sprache:

- „Ah Oh“ und „Winke – Winke“ sind in jeder Folge Teil der Geschichte. So werden die Kinder begrüßt und verabschiedet.

Die Gestaltungselemente:

- Die regelmäßigen Gestaltungselemente sind auf wenige beschränkt. Somit verlieren die Kinder nicht den Überblick.
- Das Babygesicht in der Sonne zeigt den Kindern an, dass etwas für sie kommt. Es steht für die Perspektive der Kinder.
- Das Erscheinen der Gestaltungselemente bereitet die Kinder darauf vor, dass etwas geschieht. (Zauberwindrad = Inserts)

⁶⁷ Anne Wood 2001, DVD

Die Wiederholungen:

- Durch die Wiederholungen können die Kleinen das Gesehene verarbeiten und besser verstehen.
- Auch die Wiederholung des Inserts ist wichtig, man kann sie mit einer Geschichte vergleichen. Diese wollen Kinder auch immer wieder hören. Es gibt ihnen das Gefühl von Sicherheit und stärkt ihr Selbstbewusstsein, da sie einiges voraus sagen können.⁶⁸

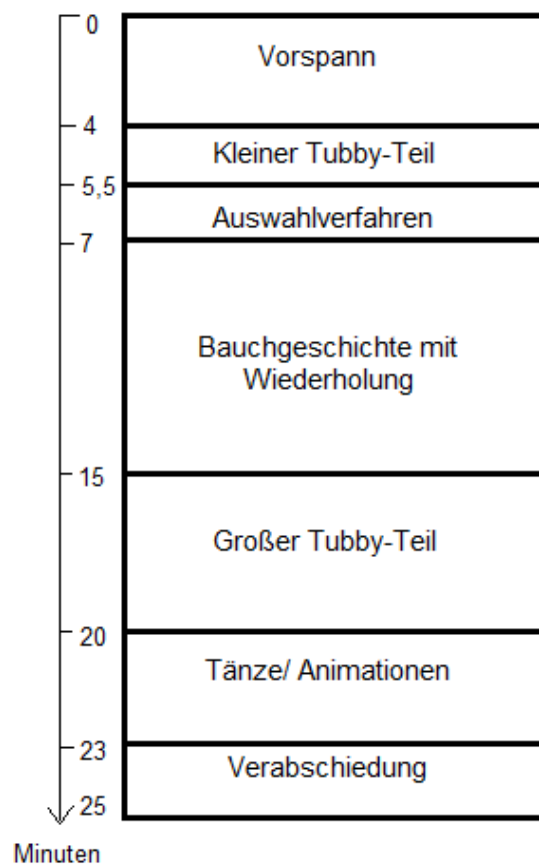
4.3.2 Der Aufbau der Sendung im Überblick:

Abbildung 4: Der Aufbau des Formats „Teletubbies“.⁶⁹

⁶⁸ Neuß / Koch (Hrsg) 2001, 53f

⁶⁹ Eigene Grafik in Anlehnung an: Neuß / Koch (Hrsg) 2001, 105

4.4 Die „Teletubbies“ und ihre Welt

Die „Teletubbies“ sind Figuren, die es so noch nie gab. Sie erinnern an aus dem Welt-
raum ausgebrochene Babies. Die Welt in der sie Leben ist nicht weniger surreal. Es wur-
de eine ganz neue Spezies der Kinderunterhaltung geboren.

4.4.1 Die Charaktere

Insgesamt gibt es vier Hauptcharaktere, die sogenannten Teletubbies: Tinky Winky, Dipsy, Laa Laa und Po. Sie unterscheiden sich jeweils von der Größe, der Farbe und der Form der Antenne auf ihrem Kopf. Jeder von ihnen hat sein eigenes Lied und sein Lieb-
lingsspielzeug. Zu ihnen gehört außerdem der Staubsauger Nono.

Tinky Winky: Tinky Winky ist der erste und größte Teletubbie.
Er ist ein Junge und ist lila. Er trägt auf seinem Kopf eine
triangelförmige Antenne, daher auch sein Name. Sein
Lieblingsspielzeug ist seine rote Lacktasche, die er oft mit sich
herum trägt.
Viele fragen sich, warum Tinky Winky als Junge lila ist und eine
Tasche als Lieblingsspielzeug hat. Hierzu ist die Intension der
Produzenten nicht gewesen, ein schwules Vorbild zu schaffen,
sondern darauf hinzuweisen, dass auch Jungen, solche Vorlieben
haben dürfen und das in diesem Alter keinerlei Bedeutung hat. Die
Kinder sollten nicht in die typische Mädchen- Jungenrollen hinein
gedrängt werden.

Dipsy: Dipsy ist der zweite Teletubbie. Er ist ebenfalls ein Junge und
sein Anzug ist grün. Dipsy hat auf dem Kopf eine gerade
Antenne. Sein Name kommt vom englischen „dipstick“
(Messtab), was auf seine Antenne zurückzuführen ist. Er ist
der dickköpfigste Teletubbie. Sein Lieblingsspielzeug ist sein
Hut im Kuhfellmuster. Seine Hautfarbe ist etwas dunkler als
die der anderen. Die Produktionsfirma eröffnete, dass er ein
afrikanischer Teletubbie sei. Außerdem hat er auch eine
andere Aussprache, anstatt „Ah-Oh“ sagt er „Ha-Hoâ“

Laa - Laa: Laa - Laa ist ein Mädchen und gelb. Sie hat auf dem Kopf eine
spiralförmige Antenne. Sie liebt ihren orangenen Ball, der
seine Größe verändern kann. Sie ist ein typisches Mädchen,
was gerne singt und tanzt.

Po: Po ist rot und die kleinste unter den Teletubbies. Sie ist ein
Mädchen und hat eine kreisförmige Antenne auf dem Kopf.
Sie liebt ihren Roller. Po ist die frechste unter den Vieren.

Nono: Er ist zwar ein Staubsauger, dennoch kein gewöhnlicher. Er

wirkt wie ein Elternteil der Teletubbies. Er passt auf die Teletubbies auf und sorgt für Sauberkeit im Hügelhaus. Er hält sich nur im Haus auf. Er spricht nicht wie die anderen Teletubbies, er macht lediglich schlürfende Geräusche.

4.4.2 Das Teletubbieland

Die Teletubbies leben in einer surrealen Gartenwelt, in der bunte und klare Farben vorherrschen. Es gibt dort sehr viele Blumen und Hasen hoppeln frei herum. Es gibt dort unter anderem ein Zauberwindrad, welches den Teletubbies die Zeit für ein Insert anzeigt. Die Hörer, die aus dem Boden wachsen, dienen den Teletubbies zur Orientierung, wann es Zeit ist „Hallo“ oder „auf Wiedersehen“ zu sagen. Dies wird zusätzlich durch die aufgehende und untergehende Sonne unterstützt.

Der Mittelpunkt der Tubby-Welt bildet das Teletubbiehaus. In ihm befindet sich alles was die Teletubbies zum Spielen, Schlafen und Essen benötigen. Das ist auch das Zuhause vom Staubsauger Nono.

4.5 Wissenswertes über die „Teletubbies“

Die Teletubbies sind nicht, wie man vermutet, voll animiert. Die Produktion war eine sehr aufwändige. Neben dem Konzept trug dies unter anderem auch zu dem großen Erfolg der Serie bei.

4.5.1 Hintergrundinformationen

Man entschied sich die Kulisse für das Teletubbieland südlich von Stratford-Upon-Avon und östlich von Lower Quintone zu erbauen. Die Produktionsstätte war für die Öffentlichkeit nicht zugänglich. Der Grund: Den Kindern sollte die Illusion des Teletubbielands nicht genommen werden. Das Teletubbieland war für ausgewählte Besucher nur mit einem bestimmten Taxiunternehmen zu erreichen, welches das Vertrauen der Firma Ragdoll genoss.⁷⁰

Die Kulisse ist entgegen der Erwartungen des Zuschauers nur ungefähr fußballfeldgroß.⁷¹ Durch geschickten Einsatz von verschiedenen Kameraeinstellungen wird dem Zuschauer suggeriert, dass das Teletubbieland eine unendliche Welt ist.

Die Teletubbies wohnen in einem Haus, das eine künstliche Kuppel in der wirklichen Landschaft ist. Vom Aussehen erinnert es an einen Bunker oder ein Iglu. Die Kuppel ist mit Astraturf (künstlichem Rasen) bedeckt, damit sie sich in die Landschaft integriert. Sie ist ein voll funktionsfähiges Fernsehstudio, ausgestattet mit Tubbiebetten, Tubbiepuddingmaschine, Tubbietoaster, Tubbiemusikmaschine, Tubbierutsche und Tubbietisch. Hier wird bei schlechtem Wetter gedreht.⁷²

⁷⁰ Neuß / Koch (Hrsg) 2001, 25

⁷¹ Levine 1999, o.S

⁷² Home 1998, 26

Zu Beginn der Sendung hüpfen die Teletubbies aus einem Loch in der Mitte der Kuppel heraus. Dieses existiert in Wirklichkeit nicht.

Das Windrad der Teletubbies, welches in der Sendung sehr klein wirkt, misst in echt 6,4 Meter.

Die Hasen, welche sich im Teletubbieland scheinbar frei bewegen und ebenfalls wie niedliche Kaninchen aussehen, sind eine besonders große Rasse und werden bis zu 15 Kilogramm schwer.

Die im Teletubbieland immer wieder aus dem Boden wachsenden Hörer wurden extra eingebaut und wurden per Fernbedienung gesteuert.

Die vier Teletubbies sind nicht etwa computeranimierte Figuren, sie werden von jeweils 2 Frauen und 2 Männern in Kostümen gespielt. Diese mussten sich je nach Körpergewicht mit teilweise 120 Kilogramm bewegen, als ob es keinerlei Anstrengung bedarf, weil die Kostüme sehr schwer waren. Die Figuren wirken in der Fernsehserie eher wie kleine kuschelige Püppchen, sie sind jedoch bis zu 2,5 Meter hoch.

Die Schauspieler können nur durch den Mund des Kostüms etwas sehen. Die Bewegungen von Augen und Mund wurden mit Hilfe von Fernbedienungen durch die Crew geregelt.

Es musste am Set ca. alle 30 Minuten eine Unterbrechung geben, da die Schauspieler die Köpfe der Kostüme mehrmals abnehmen mussten, um genügend Luft zu bekommen.⁷³

Der Trick des ganzen Konzepts liegt darin, dass kaum bekannte Gegenstände auftauchen an dem der Zuschauer die wirklichen Größenverhältnisse festmachen könnte. Wenn doch mal etwas Bekanntes auftaucht, so werden die Größenverhältnisse angepasst. So sind auch die Blumen übergroß und deswegen aus Pappmachee.⁷⁴

Produziert wurde die Sendung vom Frühjahr 1997 bis Sommer 2001. Jede Woche produzierten 45 Mitarbeiter vier Episoden. Ihre Büros waren in Containern am Drehort untergebracht, genauso wie die Garderoben, die Maske und die Requisite.⁷⁵

Heute ist das Set ein kleiner See. Es wurde nach Drehende geflutet.⁷⁶

4.5.2 Sendegeschichte und Sendeinformationen

Die erste Ausstrahlung fand am 10.03.1997 auf CBBC in Großbritannien statt.⁷⁷ Die Teletubbies erlangten sehr schnell einen Star Status und wurden bekannt als „New Fab Four“ (Die neuen fantastischen Vier).⁷⁸

⁷³Ramdohr 2003, o.S URL: <http://www.tvshows.de/teletubbies/infos.htm> (Zugriff: 23.03.2012)

⁷⁴ o.V. 2000, o.S

URL: <http://www.handelsblatt.com/archiv/winke-winke-in-deutschland-noch-mindestens-bis-2007-die-letzten-folgen-der-teletubbies-werden-unweit-von-shakespeares-geburtsort-gedreht/1997630.html> (Zugriff: 22.04.2012)

⁷⁵ Home 1998, 26

⁷⁶ o.V. o.J, o.S

URL: http://wap.parrette.net/TELETUBBIES_WEB/ttlBehindTheScenes.php
(Zugriff 29.05.2012)

⁷⁷ Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen 1999, 64

⁷⁸ Ragdoll Productions o.J, o.S

URL: <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/Ragdoll-Productions-Ltd-company-History.html> (Zugriff: 05.01.2012)

Ab dem 29. März 1999 waren die Teletubbies dann auch fester Bestandteil des Kika Fernsehprogramms. Sie wurden täglich um 07:30 Uhr ausgestrahlt. Als dieser Sendetermin gestrichen wurde, gab es vehemente Proteste der Eltern. Sie wollten, dass die Streichung rückgängig gemacht wird, da ihre Kinder vor dem Kindergarten unbedingt die Teletubbies sehen wollten. Ab sofort war der Sendetermin wieder zu gewohnter Zeit.

Ab April 1999 waren die Teletubbies dann auch bei der ARD zu sehen.

Durch die immer größer werdende Nachfrage wurden die Teletubbies auf dem Kinderkanal ab dem 3. September 1999 gleich zweimal täglich gezeigt. Morgens um 09:00 Uhr und abends auf dem besten Sendeplatz den der Kinderkanal überhaupt zu bieten hat, um 18:30 Uhr.⁷⁹

So ermöglichte man den Familien die „Teletubbies“ gemeinsam anzuschauen.

Bei den drei- bis sechsjährigen Kindern lag der Marktanteil nicht selten bei 66 Prozent. Die GFK- Forschung kann viele noch jüngere Zuschauer nicht einmal erfassen.⁸⁰

Innerhalb von 10 Jahren wurden die Teletubbies in 120 Länder exportiert und in 45 Sprachen übersetzt.⁸¹ In vielen Ländern synchronisierte man die Folgen nicht nur, sie wurden teilweise auch neu produziert. Aufgrund der kulturellen Unterschiede wurden die Inserts durch komplett neue ersetzt. Denn englische Kinder sind z.B. an Linksverkehr gewöhnt. Die Beiträge sollen die Lebenswelt der Kleinsten widerspiegeln, das wäre oft nicht der Fall gewesen. Denn die Lebenswelt der Zielgruppe ist in jedem Land unterschiedlich.

So auch in Deutschland. Zunächst glich man die Babysprache dem deutschen Sprachschatz an. Dazu wurden Kindergärtnerinnen, Sprachpsychologen, Kinderfilmautoren und Kinder hinzugezogen. Dann wurde neu synchronisiert, neue Inserts geschrieben und neu gedreht. Mehr als die Hälfte der Teletubbies wurde neu produziert und stark bearbeitet.⁸²

4.5.3 Der Erfolg der „Teletubbies“ in zehn Jahren Sendezeit (1997 – 2007)

Allein das Format „Teletubbies“ bescherte der Firma Ragdoll Productions in zehn Jahren über eine Milliarde Us-Dollar Umsatz.

Zusätzlich florierte 2007 der Merchandising-Markt noch immer. Mit über 4000 Produkten, von der Tasse bis zur Bettwäsche, hat die Firma Ragdoll 1999 weltweit zwei Milliarden DM verdient. Insgesamt wurden in zehn Jahren 33 Millionen DVDs verkauft und 300 Merchandising Lizenzen weltweit vergeben.⁸³ Die Teletubbies hatten zu der Zeit bei den Kindern einen Bekanntheitsgrad von 98%.⁸⁴ Durch die vielen kritischen Berichte und Beiträge der Medien erhielten die Teletubbies zusätzliche Bekanntheit.

⁷⁹ Gangloff 1999, o.S

⁸⁰ Handwerk / Ruzas / Werkmann 1999, o.S

⁸¹ Gangloff 2007, o.S

⁸² o.V. 1999, o.S

URL: <http://www.kinderfreund.de/contra.htm> (Zugriff: 16.04.2012)

⁸³ BBC Germany 2007, o.S

URL: http://www.bbcgermany.de/GERMANY/dokumentationen/genre5/98/en/resources/10years/Infos_TTmedien.pdf (Zugriff: 20.05.2012)

⁸⁴ Engel 2007, o.S

URL: <http://pressemitteilung.ws/node/109698> (Zugriff: 20.05.2012)

4.6 Die Wirkung der „Teletubbies“ auf Rezipienten

Besonders häufig fragen sich die Kritiker warum die Teletubbies solch eine immense Wirkung auf die Zuschauer haben und wie die Serie auf die Kinder wirkt. Im Folgenden wird der Sache auf den Grund gegangen.

4.6.1 Was begeistert die Kinder an den Teletubbies?

Bei allen Kindern stehen die Figuren im Vordergrund, sie stellen für die Kinder zunächst ein vertrautes Gegenüber dar. Die Körperform, die Bewegungen, das Verhalten und ihre Sprache entsprechen dem Kleinkindalter. Das hohe Tedydpotential trägt sein übriges dazu bei. Denn das reizt die Kinder zum Anfassen und steigert somit das Interesse.⁸⁵ Das Personenschema⁸⁶ wird vollständig erfüllt.

Aber auch die freundliche und einfache Art der Vier, stimmt mit der Weltsicht der Kleinen überein. Die Farben und Formen passen in die ästhetischen Vorstellungen der Kinder.⁸⁷ Sie identifizieren sich mit den Teletubbies, denn sie treten immer in einer Freundesgruppe auf. Das ist das Thema was die Kinder in dem Alter am meisten beschäftigt. Sie müssen im Kindergarten Freunde finden und mit ihnen zusammen ein Spiel entwickeln. Spielen ist außerdem ein großer Teil des Lebensinhalts der Zielgruppe. Das Format „Teletubbies“ besteht in seiner Handlung zu fast 100% aus Spielen. Ein ganz wichtiger Aspekt ist auch, dass die Kinder der Handlung folgen können und somit verstehen was passiert. Für sie steht also nicht die Geschichte im Vordergrund, sondern das Verhalten der Teletubbies. Ferner werden die Kinder von den Teletubbies, mindestens am Anfang und am Ende, direkt angesprochen. Das bedeutet sie fühlen sich der Gruppe zugehörig.

Die parasoziale Interaktion⁸⁸ ist somit von großer Bedeutung.⁸⁹ Auch die langsamen Schnittfolgen lassen den Kindern Zeit sich auf dem Gezeigten auszuruhen.

Das Format hat eine festgelegte Abfolge, die wie ein Ritual wirkt. Kinder benötigen einen festgelegten Ablauf, damit sie sich sicher fühlen. Pädagogen weisen immer wieder daraufhin, dass Kinder einen festgelegten Tagesablauf haben, damit sie sich orientieren können. Das greift hier natürlich auch.⁹⁰

⁸⁵ Götz 1999, 54f

⁸⁶ Das Personenschema stellt das erste Medienschema dar, mit dem Kinder versuchen Fernsehsendungen zu verstehen. Es differenziert sich im Laufe der altersmäßigen Entwicklung weiter und verbindet sich mit den übrigen Medienschemata zu einem allgemeinen Orientierungsrahmen bei der Rezeption von Medien. (vgl. Paus-Haase 1999, 85)

⁸⁷ Götz 1999, 55

⁸⁸ Parasoziale Interaktion ist das was zwischen abgebildeten Personen und uns geschieht, dem ähnelt, was sich im täglichen Leben zwischen uns und realen Personen ereignet, und sich zugleich fundamental von jenem entscheidet (vgl. Wulff 1996, 31)

⁸⁹ Höller / Müller 1999, 51ff

⁹⁰ Neuß / Koch (Hrsg) 2001, 51f

4.6.2 Das Verhalten der Kinder während der Sendung

Wenn man die Kinder während der Sendung beobachtet fällt einem zunächst einmal auf, dass ihnen die „Teletubbies“ Spaß machen und sie teilweise wie gebannt auf die Bildschirme starren. Dies kann man jedoch nicht lediglich auf die Sendung zurückführen, denn wir alle wissen wie gerne Kinder Fernsehen schauen. Dennoch kann man im Vergleich zu anderen Sendungen eine hohe Aktivität der Kinder feststellen, sie binden sich regelrecht in das Geschehen auf dem Bildschirm ein.

Die Kinder reden sehr viel während des Konsums. Hierbei bemerken sie Dinge und kommentieren sie. Auffällig ist aber auch, dass die Kinder, vor allem wenn Erwachsene im Raum sind, den Erwachsenen die gesehenen Dinge erklären. Außerdem singen sie bekannte Dinge mit, oder begrüßen und verabschieden die Teletubbies mit der Teletubbie-Sprache. Auch Bewegungen werden nachgeahmt, beim „Tubby - Schmusen“ z.B. suchen sich die Kinder jemanden mit dem sie die Szene imitieren können. Auch wenn die Teletubbies auf dem Rücken liegen, tanzen oder hüpfen stehen die Kinder auf und machen es ihnen nach. Die Kinder interagieren und antworten den Teletubbies, oder sie nehmen bekannte Dinge schon vorweg.

Zuweilen zeigt sich auch ein anderes Bild. Bei manchen Kindern steht die Sendung ab und zu, an immer unterschiedlichen Stellen, nicht mehr im Mittelpunkt. Da spielen sie etwas anderes oder rennen aus dem Raum. Die Sendung kann aber auch als Hörspiel neben dem Spiel fungieren. Denn manche Kinder kennen die Geräusche so gut, dass sie nicht mehr hinsehen brauchen. Man muss aber anmerken, dass das Verhalten der Kinder in den verschiedenen Altersgruppen unterschiedlich ist. So interessieren sich ältere Kinder sehr für die Inserts, während sie den Rest eher als langweilig empfinden. Andersherum hat man festgestellt, dass die Kinder unter 1 ½ Jahren in der Phase der Inserts ihre Aufmerksamkeit etwas anderem widmen.⁹¹

Vorspann	Mitsprechen/ - singen/ - tanzen, Vorhersagen, Antworten
Auswahlverfahren	
Verabschiedung	
Bauchgeschichte mit Wiederholung	Verfolgen, Antworten (Begrüßung), Bemerken / Erkennen
Kleiner Tubby-Teil	Verfolgen, Vorhersagen/ Vorwegnehmen, Bemerken/ Erklären/ Kommentieren, Mitsprechen
Großer Tubby-Teil	
Tänze/ Animationen	Mittanzen, Bewegen, anderes Spielen, Nachfragen, Bemerken, Mitsprechen

Abbildung 5: Typisches Rezeptionsverhalten der Kinder während der Sendung.⁹²

⁹¹ Höller / Müller 1999, 51ff

⁹² Vgl. Neuß / Koch (Hrsg) 2001, 105

4.7 Diskussion

Nach Sendebeginn der „Teletubbies“ 1997 in Großbritannien begann ein regelrechter Proteststurm. Der Sender gab an, die „Teletubbies“ würden das Denkvermögen fördern, das Zuhören lehren, die Neugierde verstärken, die Phantasie stimulieren und das Selbstbewusstsein der Kinder stärken.⁹³ Eltern, Pädagogen und auch die Medien waren empört. Die Teletubbies spalteten das Land in „Teletubbie-Liebhaber“ und „Teletubbie-Hasser“. Eine erneute Diskussion über „Kinder und Fernsehen“ war entfacht.

4.7.1 Die Sprache

Die Kritiker fürchten, dass die Kinder aufgrund des mangelhaften Sprachgebrauchs der Teletubbies nicht richtig sprechen lernen. Denn „so bekommen Kinder keine Anregungen zum korrekten Sprechen“⁹⁴.

Die Befürworter der Sendung halten jedoch strikt dagegen. Der Spracherwerb würde durch den altersgemäßen Tonfall und die vielen Wiederholungen sogar gefördert (die Sprachfragmente werden in der Sendung von den Teletubbies bis zu sechsmal hintereinander wiederholt). Dies ließen sich die Teletubbies-Macher von Wissenschaftlern wie Prof. Dr. Jo Groebel und Prof. Dr. Hans Dieter Erlinger bestätigen.⁹⁵ Auch würde die geringe Dosis die Sprache nicht beeinflussen, denn den größten Einfluss hat die gesprochene Erwachsenensprache auf die Kinder. Anne Wood bemerkte zu den Bedenken der Kritiker auf einem internationalen Fernsehfestival in Edinburgh: „Diejenigen Kinder, die mit den „Clangers“ aufgewachsen sind“ (einer TV-Serie für Vorschulkinder über eine Gruppe außerirdischer Pfeifmäuse), „sind auch nicht zu einer Generation von Pfeifern geworden“⁹⁶.

Es gibt jedoch auch Studien die die Meinung der Kritiker stärken. So z.B. die Studie der Medienpsychologin Marina Krcmar von der Wake-Forest-Universität in Winston-Salem. In dieser wurde festgestellt, dass die Kinder, die in einem Szenario direkt mit Erwachsenen gesprochen haben, die neuen Wörter am besten lernten, während die Kinder die die „Teletubbies“ sahen kaum Wörter lernten. Auch wurde bewiesen, dass die Kinder die in direkter Interaktion mit Erwachsenen standen auf die entsprechenden Gegenstände zeigen konnten, was den „Fernsehkindern“ nicht gelang.⁹⁷

⁹³ Kjos 1999, o.S

<http://www.crossroad.to/text/articles/teletubbies10-99.html> (Zugriff: 21.05.2012)

⁹⁴ o.V. 1999, o.S

URL: <http://www.kinderfreund.de/contra.htm> (Zugriff: 16.04.2012)

⁹⁵ Ebd.

⁹⁶ White 1999, o.S

⁹⁷ Krcmar 2007, 41-63

4.7.2 Die „Teletubbies“ - Ein rein kommerzielles Format?

Kritiker werfen der Firma Ragdoll, der BBC und auch dem Kinderkanal reine Profitorientierung vor. In diesem Zusammenhang streitet auch keiner ab, dass Merchandising für die Finanzierung ein unverzichtbares Element ist, dennoch sagt Anne Wood: „Ich würde mich einer zynischen Ausbeutung der Kinder widersetzen, in der Kreativität nur von kommerziellen Interessen geprägt ist, doch diese Gefahr besteht nicht, wenn das Programm selbst kreativ und redaktionell verantwortungsbewusst gemacht ist und wenn damit angemessener Schutz zur Ausbeutung besteht“⁹⁸. Dennoch ist der Gedanke nicht unverständlich, denn nicht nur über 4000 Merchandisingprodukte stehen auf dem Markt zur Verfügung, die erste Single „Teletubbies say Eh-oh!“ wurde 1,2 millionenmal verkauft und war lange Zeit auf Platz 1 der Charts in Großbritannien.⁹⁹

4.7.3 Der Lerneffekt der „Teletubbies“ für Kinder

Ein weiterer Streitpunkt stellt die Frage des Inhalts dar. Befürworter des Formats loben ihn in den höchsten Tönen. Er ist perfekt an die Bedürfnisse der Kinder dieses Alters angepasst und berücksichtigt alle Komponenten. Kritiker dagegen fragen nach dem Anspruch für die Kinder und nach dem pädagogisch wertvollen Inhalt. Kinder können in der Sendung nichts lernen und bekämen ein völlig falsches Weltbild vermittelt.

Fernsehexperten schrieben dazu: „Die Teletubbies beinhalten keinerlei Geschichten, es entwickelt sich keine Handlung und es gibt keinen Schluss. Der Hauptinhalt besteht aus einer Ansammlung von visuellen und akustischen Ritualen“¹⁰⁰. Somit wird klar, dass vor allem die Befürchtung besteht, dass die Kinder aufgrund solcher Sendungen nichts lernen und verdummen!

Diese Konflikte verbreiteten sich wie ein Lauffeuer über viele andere Länder. So wurden nach dem Export der Sendung in andere Länder, auch dort automatisch dieselben Dinge kritisiert und darüber in den Medien diskutiert.

So auch in Dänemark und Norwegen, obwohl die öffentlich-rechtlichen Kanäle sich entschlossen hatten, die „Teletubbies“ aufgrund ihrer Künstlichkeit, der infantilen Sprache und der vorhersehbaren Dramaturgie nicht zu senden.¹⁰¹

⁹⁸Weidinger 2000, o.S

⁹⁹ Ebd.

¹⁰⁰ Hake 1999, 15

¹⁰¹ Ebd.

4.7.4 Was sagen Medienwissenschaftler, Pädagogen und Ärzte zu den „Teletubbies“?

Auch die Fachleute sind sich uneinig. So sieht der Medienpädagoge Hans Dieter Erlinger die „Teletubbies“ als wenig bedenklich. Denn die Teletubbiewelt ist freundlich, gewaltfrei und sonnig. Den Kindern wird eine heile Welt vermittelt. Er kann daran nichts Negatives entdecken. Die Skepsis der Erwachsenen gegenüber den „Teletubbies“ beruht, laut Erlinger, einzig und allein auf dem Verfahren, welches für sie ungewohnt ist.¹⁰²

Patricia Edgar, Leiterin des australischen Childrens Television Foundation, bewertet die „Teletubbies“ als nicht ganz so positiv für die Kinder: „In Wirklichkeit lernen die Kinder von den „Teletubbies“ recht widersprüchliches. Kinder in der vom Sender angepeilten Zielgruppe lernen in diesen Jahren im Kleinkindalter schneller, als jeder von uns später im Leben dazu in der Lage ist. Die Farben sind spektakulär, die Produktion ist hervorragend und die Themen sind gut, aber eigentlich bringt es die Kinder nicht weiter.“¹⁰³

Der Medienwissenschaftler Jo Groebel ist ähnlicher Meinung wie Hans Dieter Erlinger. Er sieht in den „Teletubbies“ kein Problem. Er findet, dass die Sendung pädagogisch nicht ungeheuer wertvoll ist, dennoch ist er der Meinung, dass sie die Kinder fröhlich stimmt und die Teletubbies großes Knuddelpotenzial haben. Er denkt, Kinder sollten lieber die „Teletubbies“ gucken als andere brutale Sachen. Seiner Meinung nach sitzen zweijährige Kinder sowieso vor dem Fernseher. Auch den wenig lehrreichen Inhalt sieht er nicht als Problem, sondern eher als Vorteil: „Ihr Wohlbefinden und ihre Lernmotivation sind größer, wenn sie sich überlegen fühlen“.¹⁰⁴

Der Berufsverband der Kinderärzte hingegen kritisiert vor allem die Sprache und warnt sogar vor der Serie, da sie die Kinder zu früh an das Fernsehen bindet und dadurch zu unkontrolliertem Fernsehkonsum führt. (Siehe Kinder und Fernsehen S.9)

Daran wird sehr deutlich wie viele unterschiedliche Meinungen es selbst unter den Fachleuten über das Format „Teletubbies“ gibt.

¹⁰² Erlinger 1999, o.S

¹⁰³ Howard, Roberts 1999, 23

¹⁰⁴ Häntzschel 1997, o.S

4.7.5 Pro & Contra der „Teletubbies“

Wenn selbst die Wissenschaftler, Ärzte und Pädagogen verschiedener Meinung sind, wie sollen sich Eltern und Familienmitglieder in dem Teletubbie-Dschungel orientieren?

Hier eine kleine Übersicht:

Pro „Teletubbies“:	Contra „Teletubbies“:
Die „Teletubbies“ sind geeigneter für Kinder dieser Zielgruppe als andere Sendungen, da sie gewaltlos ist.	Das Format vermittelt kein Wissen und ist damit evt. weniger wertvoll.
Das Format ist einfach strukturiert, hat eine langsame Bildfolge und es wird viel wiederholt, somit ist es sehr leicht verständlich für die Kinder. Kinder haben das Recht auf Spaß. Müssen sie immer etwas lernen?	Die Kinder können von den „Teletubbies“ nichts lernen da sie anspruchslos sind. Sie stecken voller Redundanzen.
Kinder können zwischen richtiger Sprache und Tubby-Sprache unterscheiden und das differenzieren. Außerdem wird der Inhalt der Sendung über 50% von einem Sprecher mit normaler Sprache kommentiert.	Die „Teletubbies“ verhindern die richtige Sprachbildung, denn sie vermitteln eine falsche Sprache.
Das IZI ¹⁰⁵ bestätigt laut einer Studie, dass das Format keinesfalls schädlich für Kleinkinder ist, es eher in ihrer Entwicklung unterstützt.	Experten und andere Studien bewerten das Format als unbrauchbar, außerdem vermittelt es den Kindern ein falsches Weltbild.
Kinder sollten so früh wie möglich die mediale Welt kennenlernen, damit sie es später leichter haben.	Kinder in diesem Alter sollten noch gar nicht fernsehen, da es ihrer Entwicklung schadet.
	Gefahr der Gewöhnung → Suchtpotential.
	Pädagogen befürchten „Tubby-Schmusen“ statt Liebe der Eltern.
	Missbrauch des Kindchemas. ¹⁰⁶
	Kleinkinder als Fernseh- & Merchandising-Konsumenten.

Abbildung 6: Pro- und Contra „Teletubbies“

¹⁰⁵ Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen

¹⁰⁶ Kindchenschema: kindlichen Proportionen lösen Betreuungs- und Brutpflegereaktionen aus. Menschen empfinden andere Menschen oder Tiere mit einem hohen Kindchenschema-Anteil als attraktiv. (vgl. <http://lexikon.stangl.eu/165/kindchenschema/> (Zugriff : 06.06.2012))

5. Das Format „Die Sendung mit der Maus - Lach- und Sachgeschichten“

Zu Beginn der 70er Jahre folgte auf eine Zeit mit wenig Berücksichtigung der Kinder und Vorschulkinder, ein regelrechter Boom von Produktionen für diese Zielgruppe.¹⁰⁷ Unter anderem begann am 07.03.1971¹⁰⁸ die Fernsehgeschichte von „Die Sendung mit der Maus“. An diesem Tag wurden das erste Mal die „Lach und Sachgeschichten“ gesendet. Aus diesem Format wurde am 23.01.1972¹⁰⁹ „Die Sendung mit der Maus – Lach- und Sachgeschichten“. Die Maus nimmt alle Fragen ernst und klärt die Kinder so wie die Erwachsenen über die kleinen Dinge des Alltags auf. „Die Sendung mit der Maus – Lach- und Sachgeschichten“ wurde zu einer der erfolgreichsten Kindersendungen der Welt.

5.1 Die Entstehung „Die Sendung mit der Maus“

Die Vorbereitungen zur Entwicklung des Formats begannen entgegen der Meinung des Programmbeirates des Deutschen Fernsehens, denn das Fernsehen für Kinder unter sechs Jahren war bis dahin verboten. Die WDR Kinderredaktion rechnete jedoch mit der Aufhebung des Verbots und wollte in diesem Fall nicht unvorbereitet sein. Desweiteren wollte der Sender trotz der vorherrschenden Meinung „Lasst die Kinder nicht vor den Fernseher“ auf die Bedürfnisse der Kleinen eingehen.¹¹⁰

Armin Maiwald, Siegfried Mohrhof und Gert K. Müntefering vom WDR entwickelten somit ab 1968 das Format der „Lach- und Sachgeschichten für Fernsehanfänger“¹¹¹. Vorbild war dafür die Entdeckerfreude und die Neugier der Kinder. Die Idee, dass es Lach- und Sachgeschichten werden, kam von Gert Müntefering. Der Gedanke hinter dieser Idee war, dass man den Kindern ihre Umwelt näher bringen wollte.¹¹²

Es gab nur wenige Vorgaben seitens des Senders. Die Geschichten sollten unterhaltsam und spannend sein. Es mussten keine bestimmten pädagogischen Punkte berücksichtigt werden. Primäres Ziel war und ist im Gegensatz zum Auftrag des Schulfernsehens zunächst einmal die Unterhaltung der Zuschauer.¹¹³ 1970 kam Friedrich Streich zu den Sitzungen hinzu. Er ist der Schöpfer der Mausfigur. Sie war zu Beginn des Formats lediglich als Bindeglied (Atempause, Struktur) der verschiedenen Lach- und Sachgeschichten vorgesehen, bis sie zur Hauptfigur wurde.¹¹⁴ Schon in diesem Jahr wurden die ersten drei Sachgeschichten (Ei, Milch, Brötchen) von Armin Maiwald produziert. Diese waren ohne Text und nur mit Musik untermalt.¹¹⁵ Zunächst war die Maus nur in Bildergeschichten zu sehen (illustriert von Isolde Schmitz).

¹⁰⁷ Stötzel 1990, 1ff

¹⁰⁸ WDR Redaktion „Die Sendung mit der Maus“ 2012, o.S (E-Mailkontakt: Siehe Anhang)

¹⁰⁹ Ebd.

¹¹⁰ Stötzel 1990, 22

¹¹¹ FLASH Filmstudio GmbH o.J, o.S

URL: <http://www.flashfilm.tv./index.php?id=8> (Zugriff 11.06.2012)

¹¹² Stötzel 1990, 20ff

¹¹³ WDR Redaktion „Die Sendung mit der Maus“ 2012, o.S (E-Mailkontakt: Siehe Anhang)

¹¹⁴ Ebd.

¹¹⁵ WDR 2011, o.S

Das Format entwickelte sich zu einem Magazin für Kinder. Für die Machart der einzelnen Beiträge nahm man sich Werbespots als Vorbild (kurz und einfach).¹¹⁶ Die ersten Sendungen waren für die Vier- bis Siebenjährigen konzipiert. Die Redaktion erhielt viele Briefe und Fragen von Kindern, die dazu führten, dass sich die Magazinform immer mehr bewährte.¹¹⁷

5.2 Das Konzept „Die Sendung mit der Maus“

Mit der Anregung die die damaligen Werbespots boten, beschloss man Lach- und Sachgeschichten unter deren Vorbild zu produzieren. Das oberste Ziel ist dabei schon immer, dass die Zuschauer Spaß an der Sendung haben. Desweiteren setzte man sich als Ziel, dass die Kinder ihre Umwelt besser verstehen sollten. Kleine Dinge sollten große Bedeutung bekommen. Somit waren einerseits die Lach- andererseits die Sachgeschichten geboren. Die Sendungen werden so konzipiert, dass niemand in irgendeiner Weise Voraussetzungen haben muss um das Gesehene zu verstehen, damit jeder Spaß und einen Mehrwert aus der Sendung schöpfen kann. Man entschied sich deswegen für die Magazinform.¹¹⁸ Hier kann jeder in die Sendung ein- und aussteigen und so entstehen Möglichkeiten Ruhepole einzubetten. Außerdem sollten kindliche Grundbedürfnisse wie nach Orientierung, Abwechslung und Serialität befriedigt werden.¹¹⁹ Die Geschichten haben außerdem alle ein Ende und eine Pointe.¹²⁰

Der Erfolg ist unter anderem dadurch zu begründen, dass Kinder gerne Fragen stellen und die Informationen Einblicke in Bereiche gewähren, in die sie sonst nie Zugang bekommen. Durch den Erfolg und die vielen Nachahmer ist das Konzept als Fortschritt der Kinderformatgeschichte zu werten.

Die Redaktion legt außerdem großen Wert darauf, dass die Informationen, die vermittelt werden, sachlich richtig, verständlich und relevant sind. Sie ist aber auch der Meinung:

„Erziehung und Lehre finden zunächst einmal in Elternhaus und Schule statt. Diese Aufgabe können und wollen wir nicht übernehmen. Wir sind uns zwar der Verantwortung bewusst, die sich mit der Glaubwürdigkeit unserer Sendung einstellt, doch sehen wir uns dadurch vor allem zu den allgemeinen journalistischen Qualitätskriterien wie sachliche Richtigkeit und Verständlichkeit verpflichtet. Dabei profitieren wir von dem Vorteil, dass sich im Fernsehen Dinge sehr anschaulich darstellen lassen. Wir wollen aber nicht bevormunden oder Eltern und Lehrer aus ihrer Rolle entlassen. Insofern sollten unserer Meinung nach die wichtigsten Grundsteine für die Entwicklung von Kindern nicht im Fernsehen gelegt werden, sondern im Elternhaus“¹²¹

URL: <http://www.phoenix.de/content//363142> (Zugriff 11.06.2012)

¹¹⁶ Stötzel 1990, 22f

¹¹⁷ Stötzel 1990, 20ff

¹¹⁸ Posega o.J, o.S

URL: <http://www.hans-posegga.de/kind.htm> (Zugriff: 12.05.2012)

¹¹⁹ Erlinger (Hrsg.) 1989, 166

¹²⁰ WDR Pressestelle 1999, 3

¹²¹ WDR Redaktion „Die Sendung mit der Maus“ 2012, o.S (E-Mailkontakt: Siehe Anhang)

5.3 Analyse - Der Ablauf einer Sendung

Um einen gewissen Überblick über das Format zu bekommen, wird im Folgenden eine Folge der Sendung mit der Maus vorgestellt. Das ist nötig, da die unterschiedlichen Folgen immer eine andere Abfolge der verschiedensten Beiträge haben.

„Die Sendung mit der Maus- Lach- und Sachgeschichten“ vom 10.06.2012 11:30 (ARD/KIKA)¹²²

5.3.1 Vorspann

Die Sendung beginnt immer mit einem Vorspann, der mit der typischen Titelmusik (hoher Wiedererkennungswert) von Hans Posega unterlegt ist.¹²³ In diesem Vorspann werden die einzelnen Beiträge vorgestellt. Der Vorspann wird in jeder Sendung in einer anderen Sprache wiederholt. Den Kindern soll die Sprache anderer Kulturen nahegebracht werden. Früher bezweckte man damit auch die Kinder von Gastarbeitern anzusprechen. Heute hat die Wiederholung eher die Funktion eines Ratespiels.¹²⁴

Der Vorspann beginnt immer mit der Einleitung aus dem Off: „Lach- und Sachgeschichten heute mit...“. Es folgen Ausschnitte aus den verschiedenen Beiträgen, die durch eine Off-Stimme angekündigt werden. Die Mausteile werden am Ende immer zusammengefasst mit: „...und natürlich mit der Maus und dem Elefanten“.

5.3.2 Erste Sachgeschichte: Produktion eines Fußballtors

Nach dem Vorspann beginnt sofort der erste Beitrag, eine Sachgeschichte. Passend zur Fußball-EM (08.06 – 01.07.2012) befasst sich der erste Beitrag mit der Herstellung eines Fußballtores. Der Beitrag beginnt damit, dass zwei Fußballprofis gerne Elfmeterschießen üben würden. Ihnen fehlt jedoch ein Tor. Mit dieser einleitenden Szene ist der Aufhänger gefunden um die Produktion eines Tors zu zeigen. Im Off hört man Armin Maiwald sprechen. Er erklärt den Kindern die verschiedenen Schritte. Seine Stimme ist sehr markant und auch die Erzählweise (melodisch, mit Verzicht auf Fremdwörter und Fachbegriffe) erkennt man immer wieder.

Sehr kindgerecht werden zunächst die Abläufe zur Herstellung der Latte und der Pfosten in einer Fabrik erklärt. Die Bildabfolgen sind sehr langsam und bleiben oft einfach nur stehen, während die Off-Stimme die Dinge in einer sehr einfachen Sprache erklärt. Mit Hilfe von Vorher- Nachherbildern werden die Arbeitsschritte für die Kinder nachvollziehbar erzählt. Die Kinder bekommen aus jeder Sichtweise Bilder geliefert, sodass sie einen rund-um Blick über die Prozesse erlangen. So schaut die Kamera während eines Schweißvorgangs nicht nur zu, sondern blickt durch die Schweißmaske wie der Arbeiter auch. Durch diese Erzählweise werden zwar viele Arbeitsschritte doppelt und dreifach bebildert, was das Verständnis der Kinder aber eher unterstützt. Außerdem werden in

¹²² Mitschnitt der Sendung vom 10.06.2012

¹²³ Grewenig 1991, 11

¹²⁴ WDR 1996, 12

diesem Beitrag vorwiegend Halbtotale oder Halbnahe gezeigt, so dass die Kinder immer möglichst nah dran sind. Es wird nur das nötigste gezeigt, damit die Kinder nicht unnötig abgelenkt werden.

Nachdem das Tor fertig ist, wird gezeigt wie es aufgestellt wird.

Beendet wird der Beitrag mit dem Schießen des Elfmeters. Der Spannungsbogen kommt hier zum Tragen. Schafft der Stürmer es oder hält der Torwart? Und hält das Tor überhaupt wenn der Stürmer trifft? Er trifft und das Tor hält. Somit endet der Beitrag für die Kinder positiv mit einem Erfolgserlebnis.

Musik und Geräusche werden nur zu Beginn (leichte Musik) und zum Ende (Stadiongeräusche) eingespielt. So lenkt nichts vom Produktionsvorgang ab.

Insgesamt ist der Beitrag 7 Minuten und 28 Sekunden lang. Gerade richtig, sodass die Kinder nicht den Anschluss verlieren.

5.3.3 Mausspot 1:

Zur Auflockerung folgt der erste Mausspot. In diesem wird das Thema Fußball noch einmal aufgegriffen. Die Maus und der Elefant möchten ebenfalls Elfmeterschießen. Die Maus wartet auf den Elefanten der das Tor hinein bringt. Die Maus sieht das Tor und ist verduzt. Das Tor ist viel zu klein für den großen Ball. Sie überlegt, geht aus dem Bild und kommt mit einem kleineren Ball wieder. Daraufhin nimmt sich der Elefant das Tor geht aus dem Bild und kommt mit einem sehr kleinen Tor wieder. Die Maus schlägt die Hände über dem Kopf zusammen, akzeptiert den Spaß des Elefanten und dreht sich lächelnd zum Zuschauer. Die Situation des Beitrags wird noch einmal lustig von der Maus und dem Elefanten abgerundet. Die Maus reagiert gelassen auf den Versuch des Elefanten sie zu ärgern. Das ist typisch für die Maus. Charakterlich macht sie aus jeder Situation das Beste und ist mit diesem Charakterzug ein gutes Vorbild für die Kinder.

Der Mausspot ist in schlichten Komplementärfarben gehalten und voll animiert. Es befinden sich wenige Dinge im Bild, nur solche welche in dem Spot Verwendung finden. Somit ist es für die Kinder leicht dem Trickfilm zu folgen.

Die Verständigung der Maus und des Elefanten findet nur auf der Basis von Gesten statt. Man hört lediglich das Klimplern der Augen der Maus und ein Trompeten des Elefanten. Unterlegt ist das Ganze mit fröhlicher Klaviermusik. Sie beginnt jedoch erst, als die Maus die Idee hat einen kleineren Ball zu holen.

Das Ganze ist 38 Sekunden lang, eine gute Pause und Überleitung zur nächsten Lachgeschichte.

5.3.4 Este Lachgeschichte: Nulli und Priesemut im Fußballfieber

Auch diese ist passend zum Thema Fußball: Nulli und Priesemut im Fußballfieber. Sie ist ein Trickfilm und somit sehr beliebt bei den Kindern.

Die beiden besten Freunde spielen mit einem normalen Ball Fußball. Die Zuschauer werden mit diesem Beginn sofort in die Lachgeschichte hineingezogen. Der Ball geht durch einen Schuss von Priesemut kaputt und es entsteht ein großer Streit. Die beiden sind sehr sauer aufeinander, entschuldigen sich nach einer Zeit und vertragen sich wieder. Das ist

eine typische Situation die für alle Kinder nachvollziehbar ist. Sie wird den Kindern hier beispielhaft vermittelt und sie lernen, dass man Fehler machen kann und sich nach einer Entschuldigung genauso gut verstehen kann wie vorher. Unterstützt wird das Ganze durch das darauffolgende Geschehen. Die Kinder bekommen von Oma Bär einen richtigen Fußball und sie spielen mit Oma Bär zusammen ein Match. Danach sitzen sie alle zusammen glücklich beim Essen. Der Beitrag ist durch leise immer wiederkehrende Klaviermusik untermalt und wird von einem Sprecher aus dem Off kommentiert.

Die Spannung wird einmal durch den Streit und einmal durch den kaputten Ball erzeugt. Zwischendrin befinden sich jedoch immer Hochpunkte, in denen sich die Kinder entspannen können. Die Farben des Beitrags sind eher zurückhaltend gewählt, sodass sie nicht durch zu hohen Kontrast ablenken.

Es überwiegen langsame Schnitte. Als der Ball jedoch kaputt geht, ist die Szene schneller geschnitten. Auch beim gemeinsamen Fußballspielen ist der Schnitt zügiger. Die Länge des Beitrags beträgt 4 Minuten und 52 Sekunden. Aus diesem Beitrag gehen die Kinder mit einem guten Gefühl und haben somit Spaß an der Lachgeschichte.

5.3.5 Mausspot 2

Hier wird wieder der letzte Beitrag aufgegriffen, denn die Maus sitzt an einem Esstisch. Das letzte Bild der Lachgeschichte vorher, war das fröhliche Beisammensitzen der Protagonisten. Die Maus sitzt am gedeckten Tisch und wartet. Das Bild verschiebt sich nach links und man sieht den Elefanten, wie er vor dem Herd schläft. Ein Wasserkocher auf der Platte. Das Bild verschiebt sich wieder nach rechts. Die Maus wartet und wird langsam ungeduldig. Das Bild verschiebt sich und man sieht der Elefant bekommt zwar alles mit, schläft aber weiter. Die Maus hält es kaum mehr aus und das Wasser beginnt zu kochen. Sie pfeift nach dem Elefanten und er trötet zurück. Die Maus pfeift wieder. Der Elefant nimmt den Stopfen von dem Wasserkocher und durch den aufgebauten Druck fällt die Maus vom Stuhl.

In diesem Mausspot wird sehr deutlich, dass man jemanden nicht herumkommandieren soll, da man sonst auch nicht das bekommt was man möchte. Die Maus zieht den Kürzeren. Der Spot ist mit langsamer und entspannter Klaviermusik unterlegt und hat eine Länge von 30 Sekunden.

5.3.6 Zweite Sachgeschichte: Der Fußballroboter Bruno

Das Thema Fußball wird auch hier fortgeführt. Die Zuschauer werden in den Beitrag hineingeführt, indem sie mit den Wissenschaftlern das entsprechende Gebäude betreten. Diese möchten „uns“ was zeigen. Zunächst sieht man nur Detailaufnahmen. Das erhöht die Spannung. Von Bild zu Bild wird immer mehr gezeigt. Es folgen weitere Detailaufnahmen von einem Akku, wie er eingesteckt wird und wie das Gerät eingeschaltet wird. Stückchenweise wird immer mehr preisgegeben, dennoch kann der Zuschauer nur raten um was es sich handelt. Letztendlich geht es um einen Roboter, der Tore schießen kann. Es wird erklärt, wie das funktioniert. Hier werden wieder verschiedenste Perspektiven gezeigt. Das Agieren des Roboters aus der objektiven Sicht des Zuschauers, sowie aus der subjektiven Sicht des Roboters. Das dient dem besseren und vollständigen Verständnis.

Aufgelockert wird das eigentlich trockene Thema, indem es dem Roboter extra schwer gemacht wird das Tor zu treffen. So bleibt die Spannung erhalten, denn die Frage, die sich immer wieder stellt ist „trifft Bruno (Roboter) das Tor?“. Im Laufe des Beitrags kommt noch ein Torwart-Roboter dazu, was die Spannung weiterhin hält. Bruno gewinnt das Spiel. Damit der Zuschauer in Fußballstimmung kommt wird durch Ton und Jubel der Wissenschaftler Stadionatmosphäre geschaffen. Ansonsten ist der Beitrag mit leichter beschwinglicher Musik unterlegt und von einem Sprecher gesprochen der sehr jung ist. Das bringt den Kindern die jungen Wissenschaftler und das Stadion noch näher. Wie in der anderen Sachgeschichte auch, sind die Schnittfolgen sehr langsam und die Bilder werden aus vielen Perspektiven, sehr detailliert gezeigt. Anders als bei der ersten Sachgeschichte jedoch ist, dass der Beitrag wenig Erklärendes hat, sondern eher etwas Besonderes vorstellt. Das sorgt für Abwechslung. Auch bei diesem Beitrag gibt es ein Happy End, denn Bruno gewinnt. Somit endet er für die Kinder positiv. Mit einer Länge von 6 Minuten und 47 Sekunden ist sie etwas kürzer als die erste Sachgeschichte. Sie ist für die Kinder auch entspannter, da sie weniger Informationen enthält. Deswegen wurde sie von der Redaktion wahrscheinlich als zweite Sachgeschichte ausgewählt, da die erste Sachgeschichte der uneingeschränkten Aufmerksamkeit der Kinder bedarf.

5.3.7 Mausspot 3:

Der vorherige Beitrag wird aufgegriffen, denn der Elefant liegt schlafend in einem Fußballtor. Die Maus kommt mit einem Fußball, schießt aufs Tor und der schlafende Elefant hält mit seinen Rüssel den Ball. Die Maus köpft den Ball noch einmal ins Tor, der Elefant hält ihn wieder. Die Maus ist überrascht. Doch sie hat eine Idee, sie dribbelt mit dem Ball und schießt erst nach einiger Zeit auf das Tor. Leider vergebens, der Ball wird gehalten. Sie veräppelt den Elefanten indem sie ihm zu erst einen Apfel zu wirft, er ihn fängt und dann erfolgreich auf das Tor schießt. Der Spot ist mit leichter Klaviermusik unterlegt und vermittelt Leichtigkeit und Ideenreichtum. Mit einer Länge von 57 Sekunden zeigt die Maus wie sie durch immer neue Ideen an ihr Ziel kommt.

5.3.8 Zweite Lachgeschichte: Shaun das Schaf

„Shaun das Schaf“ ist eine Serie die aus Knetfiguren erstellt wird. Die Folge beginnt mit dem typischen Titelsong von „Shaun das Schaf“. Die Mausredaktion hat sich hier für eine Folge entschieden in der es ebenfalls um Fußball geht. Ein Bauer verliert einen Kohlkopf und Shaun findet ihn. Die Herde bastelt sich ein Tor und sie spielen alle gemeinsam Fußball. Der Hund ist der Schiedsrichter. Die Schweine wollen auch mitspielen und versuchen sich den Kohl zu stibitzen. Ohne Erfolg. Der Kohl geht jedoch auf lustige Art und Weise verloren, sodass weder die Schafe noch die Schweine den Streit um den Kohl gewinnen. In dieser Serie findet Kommunikation nur in Form von Geräuschen statt. Die Bilder auf insgesamt 4 Minuten und 14 Sekunden Länge sind mit leichter Musik unterlegt.

Die Kinder lernen auf lustige Art und Weise, dass Prinzip: „Wenn zwei sich streiten freut sich der Dritte“. Die Serie und auch diese Folge ist jedoch von logischen Abläufen und lehrreichem Inhalt weit entfernt. Sie dient lediglich zur Unterhaltung, was am Ende von

„Die Sendung mit der Maus“ ein gelungener Schluss ist. Dennoch ist die Serie eher etwas für größere Kinder.

5.3.9 Der Abspann und Ergebnisse der Analyse

Der Abspann wird von der Titelmusik begleitet und man sieht im Hintergrund Ausschnitte aus den verschiedenen gezeigten Beiträgen und im Vordergrund läuft wie üblich die Schrift.

Wie man in der Analyse feststellen kann, ist die Art der Sendung durch die unterschiedlichen Beiträge ein Magazin. Der Vorteil ist hier, dass die Aufmerksamkeitsspannen nicht so lang sind und die Kinder jederzeit in die Sendung einsteigen können.¹²⁵ Pro Sendung werden ca. sieben Beiträge gezeigt. Die Mausspots dienen als Orientierung und roter Faden der Sendung. Die Maus nimmt eine Moderatorenrolle ein. Die Mausspots beziehen sich meistens auf den vorhergegangenen Beitrag.

In jeder Folge sind immer zwei Sachgeschichten und zwei Lachgeschichten getrennt von drei Mausspots. Immer unterschiedlich ist jedoch ob die Sendung mit einer Lach- oder Sachgeschichte beginnt.

In dieser Folge beginnt die Sendung mit einer Sachgeschichte, welche sehr viel Aufmerksamkeit von den Kindern abverlangt. In der zweiten Sachgeschichte geht es um ein einfacheres Thema. Prinzipiell kann man beobachten, dass diese Folge am Anfang viel Aufmerksamkeit benötigt und je mehr es gegen Ende geht, unterhalten möchte. Die Sachgeschichten nehmen in dieser Folge den größten Teil der Sendezeit ein (14 Minuten, 15 Sekunden), sie sollen den Kindern ihre nähere Umwelt erklären.

Der Unterhaltungsteil, die Lachgeschichten und die Mausspots füllen die Sendung mit insgesamt 11 Minuten und 11 Sekunden. Durch das öftere Vorkommen des Unterhaltungsteils meint man jedoch, dass die Lachgeschichten den größten Teil der Sendung ausmachen. Es gibt auch Sendungen in denen das so ist. Das bedeutet, jede Sendung steht für sich und kann in ihrer Abfolge, der Länge und der unterschiedlichen Oberthemen mit keiner anderen verglichen werden. Auch der Inhalt ist immer anders. So kommt nicht in jeder Sendung eine Folge von „Shaun das Schaf“. Die einzelnen Beiträge sind immer in sich abgeschlossen.

Überwiegend sind die Lachgeschichten Trickfilme. Das ermöglicht Träume und Wünsche darzustellen.¹²⁶

Insgesamt variieren die Sendungslängen zwischen 25 und 30 Minuten.

5.4 Der Aufbau des Formats

Wie in der Analyse bereits festgestellt, ist „Die Sendung mit der Maus – Lach- und Sachgeschichten“ als Sendeform dem Magazin zuzuordnen. Wichtig ist hierbei ein wiederkehrender Aufbau, ständig wechselnde Beiträge mit verschiedenen Themen und Inhalten.

¹²⁵ Stötzel 1990, 234

¹²⁶ Stötzel 1990, 45f

Diese werden durch Moderationen (hier die Maus) verbunden. Nach dem Vorspann folgen immer verschiedene Lach- und Sachgeschichten.

Vorspann (1 Minute)
Lach- oder Sachgeschichte (4-8 Minuten)
Mausspot (30 Sek. – 1 Minute)
Lach- oder Sachgeschichte (4- 8 Minuten)
Mausspot (30 Sek. – 1 Minute)
Lach- oder Sachgeschichte (4-8 Minuten)
Mausspot (30 Sek. – 1 Minute)
Lach- oder Sachgeschichte (4- 8 Minuten)
Abspann (1 Minute)

Abbildung 7: Aufbau „Die Sendung mit der Maus“

5.5 Die Charaktere: Die Maus, der Elefant, die Ente:

Die Maus wurde von Isolde Schmitt-Menzel illustriert und die Animationen werden von Friedrich Streich erstellt.¹²⁷ Die Maus ist keine gewöhnliche Maus, sie läuft aufrecht, ist orange, spricht nicht, aber klimpert klackert und schnüffelt. Da die Maus in den Mausspots sehr viele Probleme lösen muss, ist sie mechanisch. Sie kann also ihren Bauch aufklappen, man hört das Augenklimpern, sie kann ihre Beine ausfahren und sie kann auch ihren Schwanz abschrauben und ihn zur Hilfe nehmen. Außerdem hört man immer wenn sie kommt (tack, tack). Die Maus versteht viel Spaß und ist immer fröhlich.

Im Jahr 1975 bekommt die Maus den Elefanten als neuen Freund. Er ist der frechere von beiden und kleiner als die Maus. Er trompetet als Ausdruck von Wut. Der Elefant löst die Probleme meist effizienter und schneller als die Maus, da er ganz anders an die Probleme

¹²⁷ Stötzel 1990, 51ff

herangeht. Trotz allem leidet er an chronischer Müdigkeit und schläft gerne. Er wurde von Friedrich Streich geschaffen, so wie auch die Ente.¹²⁸

Mit der Ente kommt im Jahr 1987 ein erneuter völlig anderer Charakter zu den Mausspots dazu, die gelbe Ente.¹²⁹ Sie ist etwas schusselig, hektisch und immer aufgebracht. Durch diese Charakterzüge entstehen manchmal Probleme, die der Elefant und die Maus gemeinsam lösen.

5.6 Wissenswertes über „Die Sendung mit der Maus“

„Die Sendung mit der Maus“ ist seit über 40 Jahren auf Sendung und fasziniert die kleinen Zuschauer. Obwohl das Format nicht mit der Absicht der Wissensvermittlung konzipiert wurde, gewann sie sehr viele Auszeichnungen.

5.6.1 Sendegeschichte:

Im Januar 1972 begann die Erfolgsgeschichte der Sendung mit der Maus.¹³⁰ Viele Auszeichnungen folgten (siehe Seite 42). 1991 wurde das Format kurzzeitig abgesetzt. Nach Zuschauerprotesten wurde die Maus jedoch wieder auf Sendung geschickt.

Am 11. Juni 1995 wurde die 1000. Folge ausgestrahlt und Armin Maiwald und Christoph Biemann wurde das Bundesverdienstkreuz verliehen.¹³¹

Ab dem Jahr 1996 wurde das Mausoleum ins Leben gerufen.

In den Anfängen der Ausstrahlung waren die Beiträge eher mit Themen wie Verkehr oder Puppenspielen gefüllt. Das veränderte sich im Laufe der Jahre. Interessant wurden dann die technischen Produktionsseiten, die man gut mit den neu aufgekommenen Slowmotions und Makroaufnahmen verwirklichen konnte. Die Sachgeschichten hatten schon immer den größten Anteil der Sendezeit. Die Einzelausstrahlungen wurden pro Jahr immer mehr.¹³²

Die einzelnen Beiträge der Sendung wurden immer länger. Da die Sendezeit immer gleich blieb wurden pro Sendung immer weniger Beiträge gesendet.

Die Beiträge werden auch öfter wiederholt, da sich die Zielgruppe ständig verändert. Schon immer versucht die Redaktion mehr über Bilder zu erzählen, dennoch ist ihr bewusst, dass die Kinder eine „Anleitung“ benötigen. Dies wurde im Laufe der Jahre zunehmend optimiert. Der Off-Text wird seit sehr langer Zeit oft von Armin Maiwald gesprochen. Er spricht den Text ohne Vorlage, einfach aus dem Bauch heraus. Außerdem ist er auch der Produzent der Sachgeschichten. Kindgerecht verändert haben sich mit der Zeit auch das Tempo und die Schnitffrequenz, weil die Welt insgesamt schneller geworden ist. Schweren Themen widmet die Redaktion eine ganze Sendung, damit man ihnen gerecht

¹²⁸ Ebd.

¹²⁹ Ebd.

¹³⁰ WDR Redaktion „Die Sendung mit der Maus“ 2012, o.S (E-Mailkontakt: Siehe Anhang)

¹³¹ WDR Pressestelle 1999, 16

¹³² Stötzel 1990, 246 ff

werden kann. Das größte Maus-Special wurde zum Thema „Wie wird ein Flugzeug gebaut?“ produziert.¹³³

Christoph Biemanns Markenzeichen ist sein grüner Pullover, den er in jeder Sendung trägt. Um Anschlussfehler zu vermeiden, hat er sich entschlossen bei jedem Dreh einen grünen Pullover zu tragen. Er ist der Tollpatsch der Sendung.

„Die Sendung mit der Maus“ zeichnet sich in den mehr als 40 Jahren Sendezeit durch ihre Kontinuität aus.¹³⁴ Dazu Heike Sistig, ehemalige verantwortliche Maus-Redakteurin:

„Hier ist es tatsächlich geglückt, den Staffelstab weiterzugeben, ohne dass die Vorläufer aufgehört haben weiterzulaufen. Die Produktion ist absolute Teamarbeit. Nur so schaffen wir es, dass die Maus über diesen großen Zeitraum spannend, modern, offen, neugierig und generationsübergreifend bleibt.“¹³⁵

Die aktuellen Sendezeiten von „Die Sendung mit der Maus“ sind Sonntag 11:30 Uhr in der ARD und auf Kika. Eine Wiederholung läuft ebenfalls Sonntag um 13:55 Uhr im WDR.¹³⁶

5.6.2 „Die Sendung mit der Maus“ aktuell

Das Format ist eine Gemeinschaftsproduktion vom Westdeutschen Rundfunk (WDR), vom Südwestdeutschen Rundfunk (SWR), bis 2003 auch vom Ostdeutschen Rundfunk (ORB) und dem Saarländischem Rundfunk (SR).¹³⁷ Die Federführende Redakteurin ist Brigitta Mühlenbeck. Mit den Redakteuren Dörte Hanke, Matthias Körnich und Joachim Lachmuth stellen sie in der wöchentlichen Redaktionskonferenz gemeinsam die Sendung für den nächsten Sonntag zusammen.¹³⁸ Dennoch sind außerdem viele freie Mitarbeiter an der Produktion beteiligt.¹³⁹

Thematisch versucht „Die Sendung mit der Maus“ auf Jahreszeiten oder kalendarische Ereignisse Bezug zu nehmen.

Zielgruppe sind Zuschauer jeden Alters. Die Fernsehzuschauerzahl liegt bei ca. zwei Millionen Zuschauern pro Woche.¹⁴⁰ Das Durchschnittsalter der Zuschauer liegt laut WDR bei 40 Jahren.¹⁴¹ Die Maus ist eine der bekanntesten Kinderfernsehformate der Welt.

¹³³ WDR Pressestelle 1999, 13

¹³⁴ WDR Redaktion „Die Sendung mit der Maus“ 2012, o.S (E-Mailkontakt: Siehe Anhang)

¹³⁵ WDR Pressestelle 1999, 5

¹³⁶ WDR o.J, o.S

URL: www.wdr.de/wissen/wdr_wissen/sendungen/fernsehen/maus.php5
(Zugriff: 23.06.2012)

¹³⁷ WDR Pressestelle 1999, 9

¹³⁸ WDR Redaktion „Die Sendung mit der Maus“ 2012, o.S (E-Mailkontakt: Siehe Anhang)

¹³⁹ WDR Pressestelle 1999, 9

¹⁴⁰ WDR Redaktion „Die Sendung mit der Maus“ 2012, o.S (E-Mailkontakt: Siehe Anhang)

¹⁴¹ Pilz 2011, o.S

URL: <http://www.welt.de/fernsehen/article12670411/Unendlicher-Erfolg-einer-stummen.Moderatorin.html> (Zugriff: 20.05.2012)

5.6.3 Die Entwicklung und eine Auswahl des Erfolgs der Maus im Überblick:

- 1971 1. Sendung „Lach- und Sachgeschichten“, ARD
- 1972 Neuer Name: „Die Sendung mit der Maus“
- 1973 Der Vorspann wird in einer Fremdsprache wiederholt
- 1973 Auszeichnung: Goldener Bambi für Gert K. Müntefering
- 1975 1. Auftritt des blauen Elefanten
- 1980 Auszeichnung: Prix Jeunesse International für die Lachgeschichte „Oh, wie schön ist Panama“
- 1983 Christoph Biemann (Regisseur) das 1. Mal vor der Kamera
- 1983 Auszeichnung: Prix Danube International
- 1984 Auszeichnung: Zeitschrift „Leben und Erziehen“ Preis für die beste Kindersendung
- 1987 1. Auftritt der gelben Ente
- 1988 Auszeichnung: Adolf-Grimme-Preis Gold
- 1991 Zuschauer Proteste wegen Absetzung der Maus
- 1993 Auszeichnung: Deutscher Fernsehpreis Telestar
- 1995 Auszeichnung: Goldener Spatz Gera
- 1995 Auszeichnung: Bundesverdienstkreuz für Armin Maiwald und Christoph Biemann
- 1996 25 Jahre „Die Sendung mit der Maus“
- 1996 Eröffnung der Wanderausstellung „Mausoleum“
- 1997 Auszeichnung: Goldene Kamera (Hörzu)
- 1999 Die Maus im Internet
- 2001 Die Maus wird 30¹⁴²
- 2009 Auszeichnung: Lehrer-Welsch-Sprachpreis des Vereins Deutsche Sprache, VDS-Region Köln¹⁴³
- 2012 Auszeichnung: Kulturpreis der deutschen Sprache¹⁴⁴

Ca. 75 weitere nationale und internationale Preise hat „Die Sendung mit der Maus“ bisher erhalten.

Außerdem sehen Zuschauer in über 80 Ländern Filme mit und aus der Maus.¹⁴⁵

Die Beliebtheit der Maus bestätigt auch die Existenz von ca. 800 verschiedenen Merchandisingartikeln.¹⁴⁶ Von Bettwäsche über Tapeten und Wandtattoos kann man alles erhalten, was man sich nur vorstellen kann und wieder erkennbar ist.

¹⁴² WDR Pressestelle 1999, 14 fff

¹⁴³ WDR Pressestelle 2009, o.S

URL: http://www.wdr.de/unternehmen/presselounge/pressemitteilungen/2009/06/20090625_lehrer_welsch_sprachpreis.phtml (Zugriff: 22.06.2012)

¹⁴⁴ EPD 2012, o.S

URL: <http://www.abendblatt.de/kultur-live/article2285455/Sprachkultur-Preis-fuer-die-Sendung-mit-der-Maus.html> (Zugriff: 13.06.2012)

¹⁴⁵ WDR Pressestelle 1999, 7

5.7 Die Wirkung von „Die Sendung mit der Maus“ auf die Rezipienten

„Die Sendung mit der Maus“ vereint Spaß und Unterhaltung mit Informationen. Aufgrund dessen wird die Sendung von Groß und Klein geschaut. Alle Altersklassen lernen etwas von ihr und für manche dient sie sogar als Vorbild für den Beruf.

5.7.1 Was fesselt die Kinder und Erwachsene an „Die Sendung mit der Maus“?

„Die Sendung mit der Maus“ vereint Information und Unterhaltung. Einerseits wird die Neugier der Kinder aufgegriffen und befriedigt, andererseits haben sie Spaß bei der Sendung. Den Kindern ist es jederzeit möglich ein- oder auszusteigen und sie brauchen keine Vorkenntnisse, da die Sendung für jede Zielgruppe gemacht wurde. Sie können sich durch die kurzen Pausen (Mausspots) gut entspannen um dann am nächsten Beitrag teilzunehmen. Die Maus als Figur fesselt die Kinder ebenfalls. Sie identifizieren sich mit ihr und wollen auch weiterhin den „Freund“ begleiten. Die Maus erweckt Sympathie, so wie auch Armin und Christoph. Die Menschlichkeit der Protagonisten und das Einbeziehen der Zuschauer tragen außerdem zum Erfolg des Konzeptes bei. Für die Kinder ist es eine Art Familie die zum Sonntagvormittag dazugehört. Eine wichtige Rolle spielt unter anderem das Ritual. Für Kinder ist es sehr wichtig, dass sie sich orientieren können. Durch das wöchentliche Gucken der Sendung und den Aufbau der Serie, wissen die Kinder grob wie der weitere Verlauf sein wird. Das gibt ihnen ein Gefühl der Sicherheit.

Die Erwachsenen lernen viel über „Selbstverständlichkeiten“ und diese sind kinderleicht aufbereitet, kompliziertes Denken ist somit nicht erforderlich. Außerdem ist das Schauen der Maus für viele Erwachsene eine unkomplizierte Rückreise in die Kindheit. Emotional holen sich die Erwachsenen die Nestwärme und Kindheitserinnerungen wieder für kurze Zeit zurück.

Vor allem aber fesselt die Zuschauer der Spaß an der Sendung.

5.7.2 Lernen mit der Maus

Kinder und Erwachsene lernen sehr viel Interessantes von der Sendung, weil die Informationen ohne Zwang und Druck vermittelt werden. Die Zuschauer wissen unterbewusst, dass das Wissen niemals abgefragt wird. Außerdem werden komplexe Dinge sehr einfach und auf das Wesentliche beschränkt dargestellt, sodass manche Sachgeschichten manchmal sogar im Schulunterricht verwendet werden. Die „Atom Maus“ (1988) dient oft im Physikunterricht als Unterstützung für den Lehrer. Lehrer haben außerdem angegeben, dass sie „Die Sendung mit der Maus“ schauen, um sich für den eigenen Unterricht inspirieren zu lassen¹⁴⁷

¹⁴⁶ Telefonat mit Frau Wolk (WDR), 19.06.2012

¹⁴⁷ Storch 2007, 32

Dafür das bei der Entwicklung des Formats der Fokus auf dem Spaß für die Zuschauer lag, hat sich eine Sendung entwickelt von der man nicht nur lernt, sondern eine die auch als Inhalt von Schulunterricht verwendet wird und Lehrinspiration für manchen Lehrer bietet. Der Erfolg ist also darauf zurückzuführen, dass die Schöpfer der Sendung den Spaß im Vordergrund hielten und sich somit eine Sendung entwickelt hat die Wissen mit Spaß vermittelt.

5.8 Diskussion und Meinungen von Medienpädagogen

In den Anfängen der Lach- und Sachgeschichten wurde der Redaktion vorgeworfen, dass kein Konzept hinter der Sendung steht. Es wurde viel diskutiert und erwartet, dass das Format keinen Erfolg haben würde.

Mittlerweile sind sich die Medienpädagogen fast einig. Michael Gurt vom Institut für Medienpädagogik (JFF) fasst die Meinung der meisten Medienpädagogen zusammen:

„Die Sendung mit der Maus ist pädagogisch wertvoll, weil sie einen starken Bezug zur Alltagswelt der Kinder herstellt und ihnen die Möglichkeit bietet, ihren Blick auf die Umwelt zu erweitern. Und gerade die Lachgeschichten werden altersgerecht umgesetzt. Weil die Beiträge kurz und einfach gestrickt sind, verstehen Kinder sie gut. Die Macher der Sendung greifen Fragen auf, die Kinder stellen und nehmen bei der Beantwortung die Perspektive ihrer kleinen Zuschauer ein.“¹⁴⁸

Es gibt jedoch auch Medienpädagogen die „Die Sendung mit der Maus“ teilweise kritisieren, sowie z.B. Dr. Sabine Schiffer vom Institut für Medienverantwortung:

„Die Sendung mit der Maus etwa ist für Fernsehanfänger denkbar ungeeignet – jedenfalls für die Altersklasse der 4-Jährigen, für die sie empfohlen wird. Innerhalb von einer halben Stunde wechseln mindestens 6 verschiedene Beiträge, die sich in Thematik, Aufmachung und Symbol-schlüssel stark unterscheiden. Diese werden durch ein Wiederholelement unterbrochen, die Maus eben, die aber jedes Mal mit einer eigenen Geschichte daher kommt. Wer seinem Kind Konzentration, Interesse für und Auseinandersetzung mit einem Thema beibringen will, sollte diese Form der Präsentation in diesem Alter noch meiden.“¹⁴⁹

Dennoch ist dies eine eher seltene Meinung, die auch nicht prinzipiell gegen das Format geht, sondern eher die Zielgruppe für die es gemacht ist kritisiert.

Prinzipiell ist „Die Sendung mit der Maus“ ein von Medienpädagogen empfohlenes Format für Kinder.

¹⁴⁸ Botica 2011, o.S

URL: http://www.focus.de/schule/familie/medien-tipps/tid-21591/medienpaedagogik-was-die-maus-so-erfolgreich-macht_aid_606306.html (Zugriff: 19.06.12)

¹⁴⁹ Schiffer 2006, 15

URL: http://www.medienverantwortung.de/wp-content/uploads/2009/07/Medienerziehung_Medienverwahrlosung_0.pdf (Zugriff: 19.06.12)

6. Gegenüberstellung der beiden Formate

Die beiden verschiedenen Formate haben fast dieselbe Zielgruppe. Im Vergleich der Sendungen wird jedoch deutlich, dass sich viele Unterschiede entdecken lassen und unterschiedliche Grundlagen der Medienpädagogik berücksichtigt wurden.

6.1 Vergleich: „Teletubbies“ und „Die Sendung mit der Maus“

Ausgangspunkt und Ziel der Entwicklung der beiden Formate war jeweils unterschiedlich. Die Entwickler der Teletubbies wollten ein Format ins Leben rufen, in dem es zunächst darum gehen sollte, dass die Kinder einen Mehrwert aus dem Format ziehen können. Sie sollten spielerisch lernen. Während sich die Macher von „Die Sendung mit der Maus“ den Spaß und die Unterhaltung der Kinder als Ziel gesetzt hatten.

Vergleicht man nun die beiden Endprodukte, so benötigen die Kinder weder bei der einen, noch bei der anderen Sendung Voraussetzungen um das Format zu schauen. Dennoch lernen die Kinder mehr von „Die Sendung mit der Maus“, denn die Teletubbies leben in einer ganz eigenen realitätsfernen Welt. Bei „Die Sendung mit der Maus“ lernen die Kinder kindgerecht aus den Sachgeschichten, wie einzelne Dinge der Realität funktionieren, und können die Lachgeschichten, die immer Zeichentrickfilme sind, im direkten Vergleich von der realen Lebenswelt trennen.

Bei den beiden Formaten ist der Schwerpunkt der realen Welt genau umgekehrt. Die Teletubbies leben in einer künstlichen Welt und sind nur durch die TV-Bildschirme in ihren Bäuchen mit der realen kindlichen Welt verbunden. Die Sachgeschichten finden ganz klar in der realen Welt statt, während die Lachgeschichten allein schon durch die Animation von der realen Welt getrennt sind.

Kritiker würden nun behaupten, dass den Kindern vermittelt würde, dass nur die künstliche Welt Spaß machen würde, dem ist jedoch nicht so, denn die Sachgeschichten sind so aufbereitet, dass sie den Kindern auch Spaß machen. Sie befriedigen die Neugier und den Wissensdurst der Kinder.

Vergleicht man die beiden Lebenswelten der Charaktere, so fällt auf, dass die Teletubbies in einer sehr großen bunten Welt mit viel Technik leben. Die klaren und grellen Farben sollen die Kinder faszinieren und so zu ihrer Aufmerksamkeit beitragen. Die Maus hingegen lebt für den Zuschauer in jedem Spot nur in einem Raum, in welchem sich nur die nötigsten Dinge für den jeweiligen Spot befinden. Als Farben werden nur die Komplementärfarben genutzt und diese sind im Vergleich zu den Farben bei den Teletubbies eher zurückhaltend gewählt. Die Begründung, die Farben lenken nicht von der eigentlichen Geschichte ab.

Wenn man die Wahl der Charaktere vergleicht, so fällt auf, dass die Teletubbies an Babies in Kombination mit Teddies erinnern. Sie werden von echten Menschen gespielt und sind vier Freunde, die gemeinsam ihre eigene Welt erleben. Bei „Die Sendung mit der Maus“ existieren ein Hauptcharakter und insgesamt vier Nebencharaktere. Drei davon sind Tiere die nicht sprechen können und zwei davon sind Menschen, die den Kindern in manch einer Sachgeschichte die Welt näher bringen. Charaktere sind sehr wichtige Be-

standeile einer Kindersendung, denn mit ihnen identifizieren sich die Kinder, suchen Vorbilder und Muster mit deren Hilfe sie ihr Selbstbild erweitern können. Bei den Teletubbies finden die Kinder eigene Verhaltensweisen wieder und können sich somit mit den Charakteren identifizieren. Die Teletubbies sind immer fröhlich, lachen, singen und tanzen und sind die Freunde der Kinder. Aber reicht Fröhlichkeit für eine qualitativ hochwertige Kindersendung? Da die Teletubbies kein Vorbild sein können, haben die Kinder keine Entwicklungsmöglichkeit. Sie fühlen sich in ihrer Identität lediglich bestätigt. Bei „Die Sendung mit der Maus“ ist das anders. Die Maus bietet Kreativität in der Problemlösung, genau wie der Elefant. Die Ente hingegen dient mehr der Unterhaltung. Armin und Christoph sind reale Personen mit denen sich die Kinder identifizieren können und von denen sie viele spannende Dinge der Realität gezeigt bekommen. Sie gelten als Vorbilder und die Kinder vertrauen ihnen.

Beobachtet man die Rezipienten während der Sendungen, so ist auffällig, dass die Teletubbies zu Interaktion einladen. Die Kinder singen und tanzen mit den Teletubbies gemeinsam. In „Die Sendung mit der Maus“ sind die Kinder physisch nicht ansatzweise so aktiv. Im Vergleich sind sie, jedoch kognitiv mehr gefordert.

Da meist Armin die Sachgeschichten spricht, gilt er als der Schlaue unter den beiden. Christoph dient eher der Unterhaltung, da er oft als Tollpatsch auftritt.

Die Sprache bei „Die Sendung mit der Maus“ ist kindgerecht, ohne Fremdwörter, einfach und melodisch. Der Vorspann wird seit geraumer Zeit ein zweites Mal in einer anderen Sprache wiederholt, was zur Entwicklung des Sprachgefühls für andere Sprachen beiträgt.

Die Teletubbies haben einen eher eingeschränkten Sprachgebrauch. Dennoch wird die Sendung der Teletubbies durch einen Off-Sprecher begleitet, weswegen die Kinder nicht Gefahr laufen die „Teletubbie-Sprache“ komplett zu adaptieren.

Die Titelmusik der beiden Formate ist zwar sehr unterschiedlich, beide haben aber einen hohen Wiedererkennungswert, sodass die Kinder sofort wissen was sie als nächstes erwartet. Während der Beiträge und Spots bei „Die Sendung mit der Maus“ wird meist eine leichte klare Klaviermusik gewählt. Bei den „Teletubbies“ sind es immer wiederkehrende Geräusche und Musiksequenzen, die explizit nur den Teletubbies zu geordnet werden können.

Beide Formate beinhalten dramaturgisch gewisse Rituale. Bei den „Teletubbies“ sind es die immer wiederkehrenden verschiedenen Sequenzen, die in jeder Folge in der gleichen Reihenfolge auftauchen. Das gibt den Kindern Sicherheit, denn sie wissen was sie als nächstes erwartet.

Bei „Die Sendung mit der Maus“ wurde die Sendeform eines Magazins gewählt. Das Grundgerüst des Formats besteht aus Lach- und Sachgeschichten, die sich immer durch einen Mausspot getrennt abwechseln.

Die Kinder wissen jedoch zu Beginn einer Folge nicht, ob diese mit einer Lach- oder Sachgeschichte anfängt. Die Beiträge haben immer ein Ende und eine Pointe, wodurch der Spannungsbogen während der einzelnen Beiträge aufrecht erhalten wird. Für die Kinder sind die Mausspots eine Möglichkeit zum Ausruhen, um sich auf den nächsten Beitrag konzentrieren zu können. Bei den Teletubbies hingegen wird der Spannungsbogen über die gesamte Sendung hin gehalten. Es geht immer darum, was die Teletubbies als nächstes machen. Das wurde ein bisschen unglücklich konzipiert, weil sich eine so junge Zielgruppe (zwei bis fünf Jahre) nicht über 30 Minuten lang konzentrieren kann.

Die Schnittfolgen und Schnittrhythmen sind in beiden Formaten sehr ruhig und langsam, dem Tempo des Denkens und Begreifens der Kinder angepasst.

Die Kameraperspektiven sind jedoch unterschiedlich. In dem Format „Teletubbies“ ist die Perspektive prinzipiell die der Kinder. „Die Sendung mit der Maus“ hebt sich dahingehend ab, weil sie den Kindern in den Sachgeschichten alle möglichen Perspektiven anbietet - die Perspektive des Beobachters, des Arbeiters und der Maschine. Die Bilder bleiben oft lange stehen, um die Kinder nicht zu überfordern. Die räumlichen Dimensionen werden den Kindern hingegen bei den „Teletubbies“ besser vermittelt. Sie bewegen sich sehr viel hin und her, tanzen und spielen beispielsweise Ball.

Für beide Formate gibt es eine Menge Merchandisingartikel, während diese bei den „Teletubbies“ in der Konzeptentwicklung und der Finanzierung schon berücksichtigt und eingerechnet wurden, kamen sie bei der „Sendung mit der Maus“ erst später hinzu.

Beide Formate waren und sind sehr erfolgreich. Dennoch ist „Die Sendung mit der Maus“ erfolgreicher zu bewerten. Während die „Teletubbies“ im Vergleich über einen kürzeren Zeitraum einen größeren Erfolg hatten, ist „Die Sendung mit der Maus“ weiterhin erfolgreich und das schon seit über 40 Jahren. Aufgrund dessen ist „Die Sendung mit der Maus“ bei einem großflächigeren Publikum bekannt. Die „Teletubbies“ hingegen kennt nur die jüngere Generation.

6.2 Die Untersuchung der beiden Formate auf medienpädagogische Grundlagen

Wichtig ist der heutigen Medienpädagogik, dass die Kinder nicht nur Rezipienten sind, sondern dass sie die Formate auch für ihr Leben nutzen können, beispielsweise Informationen. „Die Sendung mit der Maus“ bringt diese in jedem Fall zu den Zuschauern. Zusätzlich bringt sie Ideen zu den Kindern, die ihnen im Alltag und der Realität helfen können. Die „Teletubbies“ hingegen sind ein reines Spaß- und Unterhaltungsformat. Die Existenz der Sendung bringt die Kinder essentiell nicht weiter.

Sprachlich lernen die Kinder weder von der einen, noch von der anderen Sendung etwas, denn eine Entwicklung der Sprache ist über den Fernseher nicht möglich. Diese findet viel mehr zwischenmenschlich statt. Zur richtigen Sprachentwicklung brauchen die Kinder ein Gegenüber um Gestik, Mimik und das Formen der Lippen ablesen zu können.¹⁵⁰ Auch die Reaktion auf die eigenen Formulierungen von jemandem, bringen die Kinder in der Sprachentwicklung weiter.

Die Bewährpädagogik soll die Kinder vor ungeeigneten Inhalten und übermäßigem Konsum schützen. Vor übermäßigem Konsum können sich die Kinder noch nicht selber schützen, das ist die Aufgabe der Erziehungsberechtigten. Betrachtet man die beiden Formate unter dem Aspekt inwieweit der Inhalt geeignet ist, so kommt es dabei auf den Entwicklungsstand jedes einzelnen Rezipienten an. Lässt man diesen Fakt außen vor, so ist „Die Sendung mit der Maus“ das Format aus dem die Kinder aus lehrpädagogischer Sicht mehr lernen. Die Teletubbies hingegen sind, wie vorher beschrieben, ein reines Spaßformat.

¹⁵⁰Biedermann o.J, o.S

URL: <http://www.sprachheilberater.de/Sprachentwicklung.htm> (Zugriff: 03.07.2012)

Betrachtet man im Vergleich die Länge und Intensität der Emotionen, so sind hier die „Teletubbies“ die Vorreiter. Sie knuddeln sich, streiten sich, sind fröhlich und haben viel Spaß. Bei „Die Sendung mit der Maus“ sind die Emotionen hauptsächlich in den Lachgeschichten verbaut. Sie bieten den Kindern kleine Entspannungspausen, während die „Teletubbies“ 25 Minuten die komplette Aufmerksamkeit der Kinder fordern.

Das Selbstbewusstsein wird bei beiden Formaten auf unterschiedliche Weise unterstützt und gestärkt. Die „Teletubbies“ tun dies, indem die Kinder viele Reime und Lieder wiedererkennen können und indem sie durch die Wiederholungen oft vorher sagen können was als nächstes geschieht. „Die Sendung mit der Maus“ unterstützt und stärkt das Selbstbewusstsein, indem sie Wissen vermittelt.

Die Kinder sehen Fernsehen bis sie ca. zwölf Jahre alt sind sehr Ich-bezogen, weswegen die „Teletubbies“ nicht so sehr als Vorbilder dienen. Sie sind einfach nur Freunde. Kinder bis zwölf Jahre unterteilen außerdem sehr stark in Gut und Böse. Die „Teletubbies“, wie auch „Die Sendung mit der Maus“, geben keinen Anlass, dass die Kinder sich vor bösen Figuren fürchten müssten.

Beide Formate liefern den Kindern leider nur Sekundärerfahrungen. Das sind Gründe, weswegen Kinder in diesem Zeitraum die für sie so wichtigen Primärerfahrungen nicht machen können. Das ist jedoch bei jeder Art des Konsums von Medien der Fall.

Die Gefahr der Reizüberflutung ist in beiden Formaten gegeben. Die „Teletubbies“ bieten jedoch eine größere Gefahr. Durch die sehr leuchtenden Farben und die vielen Geräte und Maschinen ist eine Reizüberflutung schneller möglich.

Abschließend ist festzuhalten, dass das größte Ziel der Medienpädagogik das Erlangen von Medienkompetenz, Fernsehformate (auch Kinderfernsehformate) nicht leisten können. Dies können nur Lehrer, Eltern und andere mündige Bezugspersonen den Kindern vermitteln.

7. Ein eigens entwickeltes Kinderformat



Abbildung 8: Cover zu „Lillis und Bobbys Abenteuer“

„Lillis und Bobbys Abenteuer“ ist eine Zeichentricksendung in der das Mädchen und der Affe gemeinsam die Welt erkunden. Lilli zeigt Bobby die menschliche Welt und Bobby zeigt Lilli die Tierwelt. Dabei treffen die beiden an den verschiedensten Orten auf Menschen die ihnen helfen die Welt zu verstehen. Neben ihnen helfen auch die Zuschauer den beiden weiter. Sie werden aktiv in die Sendung mit einbezogen.

7.1 Das Konzept

Die Zeichentrickserie ist für Kinder von drei bis fünf Jahren gedacht. Da Kinder in diesem Alter am liebsten Zeichentrick sehen, wurde diese Machart gewählt.

Ziel dieser Sendung ist Unterhaltung, Wissen und Spaß.

Die Sendezeit pro Serie beträgt zehn Minuten, damit die Kinder nicht überfordert sind oder die Gefahr der Reizüberflutung besteht. Es ist ihnen so möglich ihre volle Aufmerksamkeit einer ganzen Sendung zu widmen.

Der Titel musste für die Kinder einfach gestaltet sein und das Format beschreiben.

Als Hauptcharaktere wird unter anderem ein Mädchen von ca. vier Jahren gewählt. Mit ihr können sich die Kinder identifizieren und sie ist nicht zu klein um dem Affen einiges zu zeigen. Ihr Lieblingskuscheltier Hund ist immer dabei. Sie lebt in einem Waisenhaus und hat Bobby im Zoo kennengelernt. Der andere Hauptcharakter ist der Affe namens Bobby. Er ist durch einen unglücklichen Schicksalsschlag vom Dschungel in den Zoo gekommen. Affen sind sehr beliebt bei Kindern und ziehen die Aufmerksamkeit sofort auf sich. Außerdem sind Affen sehr schlaue und menschenähnliche Tiere, sodass den Kindern keine falsche Realität vermittelt wird. Die einzige Besonderheit: Nur Lilli kann Bobby verstehen und so mit ihm sprechen. Auch die Kinder, die zu schauen, können den Affen verstehen. Für jeden anderen ist Bobby jedoch ein ganz normaler Affe. Das Privileg, dass nur die Kinder den Affen verstehen, löst bei ihnen das Gefühl aus, dass sie etwas Besonderes sind. Die beiden Charaktere sind die besten Freunde und erleben sehr viel gemeinsam. Das Thema Freundschaft wird gewählt, da dies in dem Alter der Zielgruppe einen großen Stellenwert hat. Bobby ist ein Affe und ist deswegen in den Aktionen oft ein bisschen tollpatschiger als Lilli. Dies unterstützt den Unterhaltungsfaktor.

Die beiden verbindet, dass sie beide keine Familie mehr haben. Dennoch sind sie glücklich, weil sie sich haben.

Die Sendung ist an eine Art Quizsendung für die Kleinsten angelehnt, damit sie nicht nur konsumieren, sondern geistig gefordert werden und interagieren. Der Affe fragt die Kinder in der Sendung beispielsweise, ob sie wissen wie man sich bettfertig macht. Der Affe denkt darüber nach. In dieser Zeit haben die Kinder die Möglichkeit dem Affen zu helfen. Der Affe kommt nach und nach auf die verschiedenen Aktionen, welche sich bildlich auf dem Fernsehbildschirm sammeln. Diese Interaktion hat auch den Effekt, dass die Kinder sich in ihrem Selbstbewusstsein gestärkt fühlen, da sie „ihren Freunden“ weiterhelfen konnten.

Teil der Serie ist es außerdem, dass die beiden Freunde alles was sie zunächst erklärt und gezeigt bekommen auch selbst ausprobieren. Somit haben die Zuschauer jede Perspektive - die des Beobachters und die des Handelnden. Da Bobby als auch Lilli die Dinge ausprobieren, wird das Gezeigte wiederholt und dient dem besseren Verständnis der Kinder.

Langsame Schnittrhythmen und teilweise stehende Bilder unterstützen die kindgerechte Produktion der Serie.

Die Unterhaltung in der Sendung wird durch die Mischung aus Information und Spaß gewährleistet. Die Informationen werden jedoch spielerisch in das Geschehen integriert, weswegen die Neugier der Kinder und der Spaß an den Informationen gewährleistet sind. Das Konzept sieht vor, dass die Informationen im Laufe der Sendung abnehmen und der Spaß zunimmt, weil die Aufmerksamkeit der Kinder im ersten Teil der Sendung am höchsten ist. Die Serie klingt somit entspannt aus.

Im Vorspann ist eine fröhliche Titelmusik mit hohem Wiedererkennungswert geplant. Während der Sendung soll leichte Musik die verschiedenen Szenen lediglich untermalen. Ein Off-Sprecher¹⁵¹ kommt nur sehr selten vor, um den Fluss der Serie nicht zu unterbrechen. Zu Beginn leitet er die Sendung ein, indem er den Platz des Geschehens kurz ortet. Während der Sendung schafft er, wenn es nötig ist, Überleitungen zu anderen Geschehnissen, um sie für die Zuschauer verständlicher zu machen. Am Ende der Sendung ver-

¹⁵¹ Eine Stimme, die nicht im Bild zu sehen ist.

abschiedet er sich mit einem kindgerechten Gruß von den Zuschauern. Die Sätze sind einfach und treffend formuliert.

Die Farben der Serie sind zurückhaltend gewählt um die Kinder nicht von dem Wesentlichen abzulenken.

Um den Kindern noch mehr Sicherheit zu geben, hat jede Folge im Prinzip den gleichen Aufbau, nur mit immer anderen Themenschwerpunkten.

Das Format soll keine Serie sein, in der die eine Folge abhängig von der nächsten ist. Es sind in sich abgeschlossene Geschichten, sodass die Kinder nicht gezwungen sind bei jeder Folge einzuschalten.

Es ist wichtig, dass man keine Vorkenntnisse benötigt um die Sendung sehen zu können. Um dies zu vermeiden, hat jede Folge den gleichen Vorspann in dem die Gegebenheiten vorgestellt werden.

Das Format wurde so entwickelt, dass man jederzeit eine Fülle an neuen Themen für die Sendung findet. Auf Seite 53 findet man einige Ideen.

7.2 Ein Beispiel einer Folge „Lillis und Bobbys Abenteuer“

Vorspann:

Man sieht im Close Up¹⁵², wie auf einer Treppe vor einer großen Tür ein Körbchen abgestellt wird. Ein Blick in den Korb zeigt ein sehr kleines Baby. Ein Finger tippt auf die Türklingel. Eine Betreuerin des Waisenhauses öffnet die Tür und nimmt das Baby mit den Worten „Du siehst aus wie eine Lilli“ liebevoll auf. Die Tür schließt sich.

Im tiefen Dschungel springt Bobby von Ast zu Ast. Plötzlich rutscht er auf einer Bananenschale aus und verletzt sich am Bein. Eine zufällig vorbeikommende Dschungeltouristin sieht Bobby. Weit und breit kann sie niemanden aus seiner Affenfamilie sehen. Sie nimmt ihn mit nach Deutschland in den Zoo, wo Bobby ein neues Zuhause findet.

Bei einer Tagestour der Waisenkinder im Zoo sieht die nun vierjährige Lilli den kleinen Bobby. Bobby ist traurig. Als er Lilli sieht und sie ihm zur Aufheiterung ihren Hund geben möchte, geht es Bobby gleich besser. Der Beginn einer großen Freundschaft.

Hauptteil:

Besuch auf dem Bauernhof:

Vor dem Bauernhof stehen Lilli und Bobby. (Ritual der Sendung: Bobby und Lilli stehen zunächst einmal zusammen vor dem Überthema der Sendung)

Bobby fragt Lilli: „Weißt du, welche Tiere auf dem Bauernhof wohnen?“

Lilli schaut fragend. Sie fragt direkt die zuschauenden Kinder: „Könnt ihr mir helfen?“

In der nächsten Einstellung sieht man nur Lillis nachdenkliches Gesicht. Sobald ihr Tiere einfallen, spricht sie diese aus und sie erscheinen als Bilder auf dem Bildschirm. Die zu-

¹⁵² Close-up ist eine Großaufnahme. Ein Begriff für Einstellungsgrößen bei Film-, Fernseh-, und Fotoaufnahmen.

schauenden Kinder raten mit und können die Tiere gleich visualisieren. So haben die Kinder sofort ein spielerisches Feedback zu ihren Vorschlägen.

Nach dem Rätselraten geht es auf den Bauernhof.

Zunächst zeigt Bobby Lilli die Kühe. Die Kühe stehen etwas weiter entfernt auf ihrer Wiese und grasen. Lilli winkt den Kühen vom Zaun aus zu, die Kühe kommen jedoch nicht. Lilli nimmt ein Grasbüschel und versucht die Kühe damit anzulocken. Die Kühe reagieren immer noch nicht auf die Zurufe von Lilli. Bobby sagt zu Lilli „So geht das nicht, du musst ihnen in ihrer Sprache zurufen, weißt du wie die Kühe machen?“ Lilli denkt nach und bittet die zuschauenden Kinder um Unterstützung. „Wisst ihr wie die Kuh macht?“. MUUUHHHH!!!! Nun kommen die Kühe „muhend“ zu Lilli und Bobby.

Da kommt der Bauer hinzu, der gerade die Kühe in den Stall treiben möchte um diese zu melken. Lilli und Bobby begrüßen den Bauer. Bobby erklärt Lilli, dass von den Kühen die Milch kommt. Sie helfen dem Bauern die Kühe hineinzutreiben und lassen sich zeigen, wie man die Kühe melkt. Lilli und auch Bobby melken die Kühe. Während Bobby den Milcheimer umstößt und sich nicht ganz so geschickt anstellt, gelingt es Lilli für beide ein großes Glas Milch zu melken. Sie trinken ihre Milch und streicheln die Kühe. Dann geht es weiter.

Bobby zeigt Lilli den Hühnerstall. Die Hühner picken unbeeindruckt ihre Körner. Lilli winkt und ruft. Doch die Hühner beachten Sie nicht. Lilli fragt Bobby „Muss ich denn jetzt auch so machen wie der Gockelhahn?“ Bobby nickt aufgeregt. Lilli fragt sich wie das Huhn macht. Sie denkt nach und fragt die Zuschauer „Wisst ihr wie ein Gockelhahn macht?“ KICKERICKIII, der Gockelhahn antwortet, KICKERICKIII. Und schon kommen alle Hühner zu Lilli und Bobby. Beide füttern die Hühner mit frischen Körnern, die sie vom Bauern bekommen. Zusammen sammeln sie die Eier der Hühner ein und Bobby fragt Lilli „Weißt du was man alles mit Eiern machen kann?“ Lilli fallen mit der Hilfe der Zuschauer viele leckere Gerichte ein, die sich wie beim Tiere raten vor dem Bauernhof, als Bilder auf dem Bildschirm sammeln.

Weiter geht es zu den Schweinen.

Bobby zeigt Lilli die Schweine. Bobby fragt Lilli „Weißt du was das für ein Tier ist?“ und zeigt auf ein dickes Schwein. Lilli guckt fragend in den Fernseher, mit den Zuschauern kommt Sie auf die Lösung. „Ist das ein Schwein?“ Bobby freut sich und klatscht. Bobby fragt Lilli „Und wie macht das Schwein?“ Lilli weiß die Antwort: „Oink Oink“

Voller Freude und lachend wegen der witzigen Schweinsgeräusche springen sie zu den Schweinen in den Dreck und toben gemeinsam im Schlamm.

Abspann:

Man sieht die beiden im Hintergrund im Schlamm spielen.

Ein Off-Sprecher: „Lilli und Bobby haben heute sehr viel Lustiges und Neues entdeckt. Sie spielten bis in den späten Abend voller Freude mit den Tieren auf dem Bauernhof. Bis zum nächsten Mal, wenn es wieder heißt: Lillis und Bobbys Abenteuer“.

Anmerkung:

Das Konzept und das Format, werden bei Zustandekommen detaillierter ausgefertigt.

7.3 Themenideen für weitere Folgen:

Lilli zeigt Bobby die Stadt:

- Öffentliche Verkehrsmittel
- Wie geht man Einkaufen?
- Was ist ein Krankenhaus?

Lilli zeigt Bobby ihren Alltag:

- Bobby mit im Kindergarten
- Bobby und Lilli decken den Tisch
- Lilli zeigt Bobby wie man sich bettfertig macht

Bobby zeigt Lilly die Tierwelt

- Zoo
- Zirkus
- Reiterhof

Lilly zeigt Bobby andere Kulturen

- Bobby und Lilli in Afrika: Warum sind die Menschen dort dunkelhäutig?
- Andere Essenskulturen
- Wie leben die Menschen in der Wüste?

Bobby und Lilly entdecken die Natur

- Wie wachsen die Pflanzen?
- Ebbe und Flut
- Wie entsteht das Wetter?

8. Fazit

Die „Teletubbies“ und „Die Sendung mit der Maus“ wurden auch unter der Berücksichtigung eines Mehrwerts für die Kinder konzipiert, dennoch liegen der Entwicklung der Formate auch wirtschaftliche Interessen zu Grunde.

Bei den „Teletubbies“ sind diese wirtschaftlichen Interessen jedoch von der Entwicklung an in das Konzept mit eingeflossen. Der Aspekt Merchandising wurde bereits bei der Planung der Finanzierung berücksichtigt. Ich komme zu dem Schluss, dass das Format „Teletubbies“ nicht nur schlecht ist, es jedoch definitiv geeignetere Formate für Kinder gibt. Man hat sich viele Gedanken bei der Konzeption des Formats gemacht. Dennoch wird den Kindern eine völlig andere Welt vermittelt als die in der sie leben. Aber vielleicht ist es auch nicht nötig sie in den jungen Jahren schon mit „harten Realitäten“ zu konfrontieren. Brauchen die Kleinsten denn das Fernsehen überhaupt? Ich bin der Meinung, dass Kinder bis zu drei Jahren nur Vorteile haben, wenn sie kein Fernsehen schauen, denn die Entwicklung der Kinder wird durch das Fernsehen in keinster Weise gefördert. Das Gegenteil ist eher der Fall. Die dramatischen Folgen aus zu frühem und regelmäßigem Fernsehkonsum, für die Entwicklung der Kinder, sind wissenschaftlich nachgewiesen. Nichtsdestoweniger ist es wichtig, dass ältere Kinder nicht fern von Medien groß werden, denn diese bestimmen einen großen Teil unserer Welt in der sich die Kinder später alleine zu rechtfinden müssen. Daher ist es wichtig, dass sich die Erwachsenen, wenn die Kinder älter sind, mit Medienerziehung eingehend beschäftigen.

Anlässlich dessen stellt sich mir die Frage, ob man die Produktion von Fernsehsendungen für Kinder unter drei Jahren nicht generell verbieten sollte, um den Eltern keinen Anreiz zu bieten die Kinder vor dem Fernseher „zu parken“. Andererseits schauen die Kinder dann trotzdem Fernsehen und dann zwingend Dinge, die nicht für ihre Zielgruppe bestimmt sind? Hier sind die Eltern gefragt, denn nur sie können ihre Kinder letztendlich beschützen.

Bei der Planung der Finanzierung von „Die Sendung mit der Maus“ wurde der Aspekt des Merchandising zunächst außer Acht gelassen. Er kam erst später hinzu. Somit ist festzustellen, dass die Produzenten von „Die Sendung mit der Maus“ zunächst nicht übermäßige Rücksichtnahme auf den wirtschaftlichen Aspekt legten, sondern im Interesse der Kinder handelten.

„Die Sendung mit der Maus“ ist nicht ohne Grund ein Kult-Kinderformat. Es ist eine familiäre Sendung auf dessen Ereignis sich die ganze Familie freut. Auch bei mir war das Format fester Bestandteil eines Sonntagmorgens. Nach Befragung meiner Eltern haben diese die Sendung auch sehr gerne geschaut. Das Format vermittelt Wissen und Spaß, so dass die Sendung ein sehr gelungenes und lehrreiches Format ist. Dennoch bin ich auch hier der Meinung, dass Kinder im Kleinkindalter nicht vor den Fernseher gehören und viele Komplexitäten der Sachgeschichten, trotz kindgerechter Aufarbeitung, nicht verstanden werden können. In der von mir analysierten Sendung ist eine der Lachgeschichten „Shaun das Schaf“. Bei dieser bin ich beispielsweise der Ansicht, dass diese erst zu verstehen ist, wenn Kinder ein gewisses Alter (sechs Jahre) erreicht haben. Denn die dort dargestellten Szenen vermitteln ein völlig irrationales und verdrehtes Weltbild. Das ist in dieser Sendung zwar ein gewolltes Stilmittel um Witz in den Beitrag zu bringen, jedoch für Kinder die

nicht wissen, wie die Realität aussieht schwer zu verstehen und vermittelt somit verkehrte Fakten.

Als zusammenfassendes Fazit würde ich die Sendung Kindern ab 6 Jahren ohne schlechtes Gewissen zeigen und auch anderen Sendungen vorziehen. Da Kleinkinder leider zunehmend früher fernsehen, stellt „Die Sendung mit der Maus“ eine geringere Gefahr für die Kinder dar, als beispielsweise die Teletubbies.

Da Kinderformate immer aus der Motivation des Geldverdienens entstehen, werden sie niemals ohne wirtschaftlichen Hintergedanken entwickelt werden. Dennoch kann man den Grad des wirtschaftlichen Aspektes bei der Entwicklung so gering wie möglich halten, damit man bei der Entwicklung tatsächlich nur auf den Mehrwert für die Rezipienten achtet. Ergibt sich nach Sendestart ein hoher wirtschaftlicher Erfolg wie bei „Die Sendung mit der Maus“ so ist dies ein sehr positiver Nebeneffekt und kann mit den Möglichkeiten des Merchandisings auch weiter ausgebaut werden. Hier sollten besonders die Eltern darauf achten, dass die Kinder auch damit den richtigen Umgang lernen. Denn auch hier gilt: Diese Artikel sind in Maßen in Ordnung, es sollte jedoch kein „Hype“ entstehen.

In Zukunft wird sich die Kindermedienwelt diesbezüglich nicht ändern, da es bei jeder Neuentwicklung darum geht den Umsatz eines Unternehmens zu steigern. Die Verantwortlichen sollten sich jedoch ihrer Verantwortung bewusst sein, da falsches Fernsehen besondere Auswirkungen auf den späteren Bildungsgrad der Kinder hat und diese unsere Zukunft sind.

Bei der Entwicklung des Kinderformates habe ich alle wichtigen Grundlagen der Medienpädagogik berücksichtigt und aus den „Fehlern“ der anderen Formate meine Schlüsse gezogen. Diese habe ich in meinem Kinderformat vermieden und auch der wirtschaftliche Aspekt findet keinerlei Berücksichtigung. Leider ist es nicht möglich mit einem gut konzipierten Kinderformat eine gute Medienerziehung der Kinder zu gewährleisten. Dennoch konnte ich mit meinem Format im Rahmen meiner Möglichkeiten etwas dazu beitragen.

Abkürzungsverzeichnis:

- o.O. ohne Ort
- o.J. ohne Jahr(gang)
- o.V. ohne Verfasser

Literaturverzeichnis

Bücher und Broschüren:

- Aufenanger, S.; Baacke, D.; Lauffer, J.; Rölleke, R.; Gottberg, H. (1999):
Gutes Fernsehen, schlechtes Fernsehen?
KoPäd, o.O
- Baacke, D. (1999)
Die 6-12 Jährigen: Einführung in die Probleme des Kindesalters.
Beltz Taschenbuch, Weinheim/Basel
- Barsch, A.; Erlinger, H. (2002):
Medienpädagogik: Eine Einführung
Klett-Cotta, o.O
- Bründel, H; Hurrelmann, K. (1996):
Einführung in die Kindheitsforschung
Beltz Verlag, o.O
- Epperlein, R. (1996):
Mausoleum - 25 Jahre Sendung mit der Maus.
WDR, Köln
- Erlinger, H. (Hrsg.) (1989):
Kinderfernsehen
Die Blaue Eule, Siegen
- Grewenig, S. (1991):
„Television: Die Sendung mit der Maus“, S. 11-13.
Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) o.O
- Hiegemann, S.; Swoboda, W. (1994):
Handbuch der Medienpädagogik.
Leske + Budrich, Opladen
- Hoffmann, B. (2003):
Medienpädagogik
Verlag Ferdinand Schöningh, Paderborn
- Home, A. (1998):
„Television: Mit "Tönnchen" lernen: Die Teletubbies“ S. 24-28.
Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) o.O

-
- Hüther, J.; Schorb, B.; Brehm-Klotz, C. (Hrsg.) (1997):
Grundbegriffe der Medienpädagogik
KoPäd, o.O
- Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) (1999):
Television: Opa langsam dunkel wird. Teletubbies kommen!
Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)
- Krcmar, M. (2007):
„Can Toddlers Learn Vocabulary from Television? An Experimental Approach“
In: Krcmar M.; Grell B.; Lin K.: *Media Psychology Volume 10* (S. 41-63)
Routledge, o.O
- Maletzke, G. (1988):
Kulturverfall durch Fernsehen?
Spiess Volker GmbH, o.O
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2010):
KIM Studie 2010.
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, o.O
- Moser, H. (1995)
Einführung in die Medienpädagogik: Aufwachsen im Medienzeitalter
VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden
- Müller, Dr C. (2009)
Schaden Fernsehen und Video-Spiele unseren Kindern?
St.Urban, o.O
- Neubauer, W.; Tulodziecki G. (Hrsg); Hagemann, W.; Zimmermann, G. (1979):
Medienpädagogik, Medienpraxis, Medientheorie
Verlagsgesellschaft Schulfernsehen, Köln
- Neuß, N.; Koch C. (Hrsg.) (2001):
Teletubbies & Co.: Schadet Fernsehen unseren Kindern?
Beltz Taschenbuch, Weinheim/Basel
- Paus-Haase, I.; Schell, F. (Hrsg.); Stolzenberg, E. (Hrsg.); Theunert, H. (Hrsg.) (1999):
Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln
KoPäd, o.O
- Stötzel, D. (1990)
*Das Magazin "Die Sendung mit der Maus": Analyse einer Redaktions- und
Sendungskonzeption*
Otto Harrassowitz, Wiesbaden

- Storch, S. (2007):
Die Sendung mit der Maus - Ein Wissensmagazin für Erwachsene? *Eine Explorative Studie zu Rezeptionsmotiven*
Bachelorarbeit, Augsburg
- Tulodziecki, G. (1989):
Medienerziehung in Schule und Unterricht
Klinkhardt, Bad Heilbrunn
- WDR Pressestelle (1999):
Ein Drehbuch
WDR Pressestelle, Köln
(Unveröffentlicht, auf Anfrage bei der WDR Pressestelle erhältlich)
- Wulff, H. (1996):
„Charaktersynthese und Paraperson“
In: Vorderer, P. (Hrsg.): *Fernsehen als „Beziehungskiste“*, (S. 31)
Westdeutscher, o.O
- ZDF; ARD (1999)
Viel Freude und viel Kopferbrechen: Pressemappe "Teletubbies" des Kinderkanals ARD/ZDF
ZDF/ARD, Erfurt

Artikel in Zeitschriften oder Zeitungen:

- Bachmair, B. (1999):
„Kinderkultur und Fernsehen“
In: *medien praktisch*, S.53-56
- Gangloff, T. (1999):
„Den Kaninchen hinterher“
In: *Berliner Morgenpost*, o.S
- Gangloff, T. (2006):
"Völlig überflüssig" - Pädagogen warnen vor Baby TV
In: *Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen*, S.78-79
- Gangloff, T. (2007):
Der Nerv der Kinder
In: *Der Tagespiegel*, o.S
- Häntzschel, J. (1997):
Was geschieht im Tubby-Land?
In: *Die Zeit*, o.S

- Levine, T. (1999):
Im Bett mit Laa-Laa
In: Berliner Zeitung, o.S
- Handwerk, M.; Ruzas, S. (1999):
Die Brabbelmacht
In: Focus Magazin, o.S
- Müller, S. (2000):
Kinderprogramm ist eine Investition in die Zukunft
In: tendenz, S. 20 f.
- Schiffer, L. (2003):
*Fernsehen und Kindheitserleben, Teletubbies - ein kindgerechtes
Fernsehformat?*
In: Erziehungskunst, S. 974-991.
- Schulte-Holtey, K. (2012):
Fernsehen und Sprachentwicklung
In: Für die Familie e.V, Infobrief 3 .
- Weidinger, B. (2000):
*Die "Teletubbies", eh-oh - Beim Londoner "World Summit of Children`s
Television.*
In: EPD Medien, o.S

Elektronische Medien

- Lippmann, W. (2000):
Medienpädagogik
CD-Rom
- Wood, A. (2001):
Hier kommen die Teletubbies
DVD

Quellen aus dem Internet:

- o.V. (o.J [2010?]):
Kindchenschema
URL: <http://lexikon.stangl.eu/165/kindchenschema/>
Zugriff: 06.06.2012

o.V. (1999):

Die Teletubbies kommen: Blablabla der quietschebunten Männchen

URL: <http://www.kinderfreund.de/contra.htm>

Zugriff: 16.4.2012

o.V. (2000):

Die letzten Folgen der Teletubbies werden unweit von Shakespears Geburtsort gedreht.

URL: <http://www.handelsblatt.com/archiv/winke-winke-in-deutschland-noch-mindestens-bis-2007-die-letzten-folgen-der-teletubbies-werden-unweit-von-shakespeares-geburtsort-gedreht/1997630.html>

Zugriff: 22.04.2012

o.V. (o.J [2003?]):

Behind the Scenes...some Technical Details

URL: http://wap.parrette.net/TELETUBBIES_WEB/ttlBehindTheScenes.php

Zugriff: 13.04.2012

BBC Germany (2007):

Die Teletubbies in den Medien: Zehn Jahre Aufsehen erregende Schlagzeilen

URL: http://www.bbcgermany.de/GERMANY/dokumentationen/genre5/98/en/resources/10years/Infos_TTmedien.pdf

Zugriff: 20.05.2012

Biedermann, K. (o.J [2004?]):

Sprachentwicklung

URL: <http://www.sprachheilberater.de/Sprachentwicklung.htm>

Zugriff: 3.7.2012

Botica, M. (2011):

Was die Maus so erfolgreich macht

URL: http://www.focus.de/schule/familie/medien-tipps/tid_21591/medienpaedagogik-was-die-maus-so-erfolgreich-macht_aid_606306.html

Zugriff: 19.06.2012

Bundesprüfstelle - Fernsehen und Medienerziehung (o.J [2009?]):

Welche zeitlichen Grenzen der Fernsehnutzung sind für Kinder sinnvoll?

URL: <http://www.bundespruefstelle.de/bpjm/Jugendmedienschutz-Medienerziehung/film-fernsehen,did=106662.html>

Zugriff: 30.05.2012

-
- Engel, M. (2007):
Die Teletubbies unter Generalverdacht
URL: <http://pressemitteilung.ws/node/109698>
Zugriff: 20.05.2012
- Epd. (2012):
Sprachkulturpreis für die "Sendung mit der Maus"
URL: <http://www.abendblatt.de/kultur-live/article2285455/Sprachkultur-Preis-fuer-die-Sendung-mit-der-Maus.html>
Zugriff: 13.06.2012
- Flash Filmstudio GmbH (o.J [2010?]):
Armin Maiwald
URL: <http://www.flashfilm.tv./index.php?id=8>
Zugriff: 11.06.2012
- Flash Filmstudio GmbH (o.J [2007?]):
Oft gestellte Fragen
URL: <http://www.flashfilm.tv/index.php?id=9>
Zugriff: 10. 06 2012
- Gebel, C. (o.J [2007?]):
Sprachförderliche Potenziale der Medienarbeit in Kindertagesstätten
URL: http://www.dji.de/bibs/384_Expertise_Medien_JFF_Parabol.pdf
Zugriff: 25.04.2012
- Kjos, B. (1999):
How Teletubbies Teach Toddlers.
URL: <http://www.crossroad.to/text/articles/teletubbies10-99.html>
Zugriff: 21.05.2012
- Kohm, R. (2005):
Kommunikation, Medien, Medienpädagogik Grundkurs.
URL: http://www.evmedienhaus.de/uploads/media/GrundkursKommunikation_8495.pdf
Zugriff: 27.04.2012
- Leimann, E. (2007):
'Die Teletubbies machen einen subtilen Job' - Vor zehn Jahren erfand der britische Logopäde Andrew Davenport das Fernsehen für Babys.
URL: http://www.monstersandcritics.de/artikel/200723/article_8730.php
Zugriff: 27.05.2012
- Pilz, N. (2011):
Unendlicher Erfolg einer stummen Moderatorin.
URL: <http://www.welt.de/fernsehen/article12670411/Unendlicher-Erfolg-einer-stummen-Moderatorin.html>
Zugriff: 20.05.2012

-
- Posega, A. ([2004?]):
Hans Posega
URL: <http://www.hans-posegga.de/kind.html>
Zugriff: 12.06.2012
- Ramdohr, S. (2003):
Alle Infos zu den "Teletubbies".
URL: <http://www.tvshows.de/teletubbies/infos.htm>
Zugriff: 23. 03 2012
- Rudolph, Dr. E. ([2011?]):
Wachsender Einfluß elektronischer Medien auf Kinder
URL: <http://www.kinderarzt-online.org/de/ratgeber/Fernsehen.php>
Zugriff: 14.06.2012
- Schiffer, Dr. S. (2006):
Was ist echte Medienkompetenz? Und was nicht!
URL: http://www.medienverantwortung.de/wp-content/uploads/2009/07/Medienerziehung_Medienverwahrlosung_0.pdf
Zugriff: 19.06.2012
- Spitzer, M. (2005):
Vorsicht Bildschirm!
URL: <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/fernsehen-vermuellt-die-koepfe-der-kinder--es-macht-macht-dumm-und-gewalttaetig-vorsicht-bildschirm,10810590,10313974.html>
Zugriff: 19.06.2012
- Ragdoll (o.J. [2004?]):
Teletubbies Concept Deveoped in Mid-1990s
URL: <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/Ragdoll-Productions-Ltd-company-History.html>
Zugriff: 05.01.2012
- WDR Pressestelle (2011):
40 Jahre Lach- und Sachgeschichten - Die Sendung mit der Maus feiert Geburtstag
URL: <http://www.phoenix.de/content//363142>
Zugriff: 11.06.2012
- WDR Pressestelle (2012):
WDR Wissen
URL: www.wdr.de/wissen/wdr_wissen/sendungen/fernsehen/maus.php5
Zugriff: am 23.06.2012

Andere:

- Telefonische Nachfrage beim WDR: Gespräch mit Frau Wolk (19. Juni 2012)
- WDR, E-Mail Kontakt mit der Mausredaktion vom 15.05.2012. (Anhang)
- Mitschnitt von „Die Sendung mit der Maus“ vom 10.06.2012

Anhang:

E-Mail der Mausredaktion vom 15.05.2012:

Liebe Sarah,

nochmals vielen Dank für deine E-Mail und dein Interesse an der Sendung mit der Maus. Wir freuen uns, dass du dich unter wissenschaftlichen Aspekten mit unserer Sendung beschäftigen möchtest, doch möchten wir um Verständnis bitten, dass wir dich dabei - angesichts einer Vielzahl an Anfragen ähnlicher Art, die uns fast täglich hier in der Redaktion der Sendung mit der Maus erreichen - kaum individuell beraten bzw. unterstützen können. Leider verfügen wir auch über kein wissenschaftlich aufbereitetes Informationsmaterial zu unserer Sendung, das wir dir zur Verfügung stellen könnten. Angesichts der vielen Anfragen im Rahmen von Diplomarbeiten solltest du aber in den Uni- und Fachbibliotheken hilfreiche Literatur finden.

Hier nur einige kurze Stichworte zur Idee der Sendung mit der Maus:

Unser erstes Ziel ist im Gegensatz zum Auftrag des Schulfernsehens zunächst einmal die Unterhaltung unserer Zuschauer. Dass sich das in Verbindung mit Wissenszuwachs und Einblicken in die technische Welt durchaus einstellen kann, beweist nicht nur der nachhaltige Erfolg der Sendung mit der Maus sondern auch das Aufkommen zahlreicher Nachahmer. Dabei ist es uns natürlich wichtig, dass die Informationen, die wir vermitteln, sachlich richtig, verständlich und relevant sind. Information wird unter anderem dadurch spannend, dass Sie Einblicke in Bereiche gibt, die dem Zuschauer nicht ohne Weiteres zugänglich sind. Wenn man dabei auch noch bedenkt, dass das Fragen stellen eine Lieblingsbeschäftigung von Kindern ist, erklärt sich, warum sich die Sendung mit der Maus trotz der Angebotsfülle durchsetzen kann.

Obwohl die Maus nunmehr seit 40 Jahren Bestand hat, hat sie sich in dieser Zeit auch verändert: Die Bildsprache ist anders geworden und im Gegensatz zu den frühen Anfängen gibt es mittlerweile auch Kommentare zu den Sachgeschichten. Das hat z.T. etwas mit veränderten Sehgewohnheiten und Möglichkeiten der MausMacher zu tun. Gleichzeitig sind die Themen andere geworden. Nur durch den "Siegesszug" des Internets z.B. werden Fragen nach dessen Funktionsweise möglich. Andere Fragen sind Dauerbrenner und werden nach über 30 Jahren immer noch gestellt.

Wie bereits oben geschrieben, halten wir die Vermittlung von Information für einen möglichen Bestandteil von gut gemachter Unterhaltung. Dementsprechend wollen wir Unterhaltung nicht per se "verteufeln" - im Gegenteil: Sie ist wie gesagt unser erstes Ziel. Und da viele Wege zu einer unterhaltsamen Sendung führen, bieten wir eine Mischung aus Lach- und Sachgeschichten an.

Erziehung und Lehre finden zunächst einmal in Elternhaus und Schule statt. Diese Aufgabe können und wollen wir nicht übernehmen. Wir sind uns zwar der Verantwortung bewusst, die sich mit der Glaubwürdigkeit unserer Sendung einstellt, doch sehen wir uns dadurch vor allem zu den allgemeinen journalistischen Qualitätskriterien wie sachliche Richtigkeit und Verständlichkeit verpflichtet. Dabei profitieren wir von dem Vorteil, dass sich im Fernsehen Dinge sehr anschaulich darstellen lassen. Wir wollen aber nicht bevormunden oder Eltern und Lehrer aus ihrer Rolle entlassen. Insofern sollten unserer Meinung nach die wichtigsten Grundsteine für die Entwicklung von Kindern nicht im Fernsehen gelegt werden, sondern im Elternhaus. Das bezieht sich im Übrigen auch auf den richtigen Umgang mit Medien.

Im Anhang an diese E-Mail findest du unsere FAQs. Armin Maiwald gibt Auskunft zur Sendung mit der Maus u.a. unter www.flashfilm.tv. Auch auf der Homepage von Christoph Biemann unter <http://www.mauschristoph.de/> findet man vieles Interessantes rund um die Maus. Darüber hinaus können wir dir nur empfehlen, dir die Sendung häufiger anzuschauen. Viele Fragen beantworten sich dann von selbst.

Wir wünschen dir viel Spaß und gutes Gelingen und schicken auf diesem Wege viele Grüße aus Köln, das Mausteam

P.S.: Federführende Redakteurin der Sendung mit der Maus ist Brigitta Mühlenbeck, Redakteure der Sendung sind Dörte Hanke, Matthias Körnich und Joachim Lachmuth. In der wöchentlich stattfindenden Redaktionskonferenz wird jeweils die Sendung für den kommenden Sonntag zusammengestellt, wobei wenn möglich, auch auf jahreszeitliche oder andere kalendarische Besonderheiten thematisch Bezug genommen wird. Die Zielgruppe sind Fernsehzuschauer jeden Alters. Die Zuschauerzahl liegt bei ca. 2 Millionen Zuschauern pro Woche. Am 07.03.1971 wurde die erste Sendung mit der Maus unter dem Titel „Lach- und Sachgeschichten“ ausgestrahlt. Unter dem Titel „Die Sendung mit der Maus“ läuft sie seit dem 23.01.1972.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname