

1 Die Teletubbies – Vorlieben für Figuren

2 Kinder entwickeln bei ihrer Fernsehnutzung Vorlieben für bestimmte Medienfiguren,
3 die bei den Erwachsenen ein sehr geteiltes Echo finden. Die **Teletubbies**,
4 eine speziell für Kinder zwischen drei und fünf Jahren entwickelte Kindersendung,
5 ist dafür ein deutliches Beispiel. (vgl. Projekt Teletubbies)

6 Ein paar Daten zur Einordnung:

- 7 • Zwei Drittel der drei- bis sechsjährigen Kinder sehen die Teletubbies.
- 8 • Eine Million Lizenzprodukte, davon 60 % im Weihnachtsgeschäft des Jahres
9 hat der US-Spielekonzern Hasbro im Jahr 1999 in Deutschland verkauft.
- 10 • 30 verschiedene Teletubbies-Produkte werden (1999) angeboten. (vgl. Der
11 Spiegel, zit.n. medien+erziehung, 1(2000), S.2)
- 12

13 Titus Arnu hat in seinem Kommentar in der Süddeutschen Zeitung vom
14 5./6. Januar 2000 formuliert:

15 "Der Grund für die allgemeine Verstörung ist offensichtlich eher bei den Erwach-
16 senen zu suchen als bei den Kindern. Seit die Teletubbies weltweit die Program-
17 me der Kleinen unterwandert haben, stehen die Großen vor einem Rätsel. Was ist
18 nur dran an diesen Wesen? Warum werden sie schon von den Einjährigen ge-
19 liebt? Die Antwort: sie sind harmlose Kerlchen, die niemandem etwas zu Leide
20 tun. Sie streiten nie, schreien nie, schlagen sich nie, trennen sich nie. Kurz, sie
21 sind das genaue Gegenteil von Erwachsenen. Und das Gegenteil von dem, wie
22 sich Erwachsene Kinderfernsehen vorstellen."

23 Verschiedene **wissenschaftliche Studien** haben sich mit den Teletubbies ausei-
24 nandergesetzt.

25 Eine **Studie, die vom Kinderkanal**, der die Teletubbies in Deutschland ausstrahlt,
26 **in Auftrag gegeben** worden ist, brachte folgende Ergebnisse:

- 27 • Die Kindersendung hat keinerlei negative Einflüsse auf die Entwicklung der
28 Kinder.
- 29 • Die Sendung entspricht den entwicklungsbedingten und altersspezifischen
30 Bedürfnissen und Interessen von Vorschulkindern.
- 31 • Der Aufbau der Sendung und ihre Gestaltung regen zum Mitmachen und
32 Bewegen an.
- 33 • Die Sendung gibt Impulse, die die Entwicklung unterstützen.
- 34 • Durch das langsame Tempo, die Wiederholungen und den ritualisierten Ab-
35 lauf werden die Kinder ermuntert, sich schon während der Sendung auszu-
36 drücken oder sich Fernsehpausen zu nehmen.

37 Eine **Studie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bil-**
38 **dungsfernsehen (IZI)** hat herausgestellt:

- 39 • Die Kindersendung trifft "mit Fingerspitzengefühl und Intuition" sowohl pä-
40 dagogisch als auch ökonomisch den Nerv der Kinder.
- 41 • Allerdings stellt die Sendung an die Eltern auch neue Herausforderungen.
42 Sie müssen sich jetzt noch früher mit dem Fernsehkonsum ihrer Kinder

43 auseinandersetzen. Außerdem müssen sie sich mit einem Programmange-
44 bot befassen, das sie aus eigener Kindheitserfahrung überhaupt nicht ken-
45 nen. Daher fehlen den Eltern Deutungsmuster und sie haben Schwierigkei-
46 ten, dieses Angebot einzuordnen.

- 47 • Wenn die Sendung mit Erwachsenen gesehen werden, werden die Kinder
48 angeregt, das Teletubbie-Geschehen zu erklären und zu kommentieren.
- 49 • Die einzelnen Folgen sind durch den ritualisierten Ablauf sehr gut bere-
50 chenbar und das Geschehen für Kinder antizipierbar, was Erfolgserlebnisse
51 verschafft.
- 52 • Der ruhige Rhythmus der Sendung gibt den Kindern Gelegenheit die Hand-
53 lung sogar zu überholen.
- 54 • Kinder verwechseln den "Tubbietalk" nicht mit ihrer normalen Sprache, son-
55 dern lernen die Ausdrücke wie "Vokabeln".

56 (vgl. Der Spiegel, zit.n. medien+erziehung, 1(2000), S.2)

57 **Die Teletubbies im Urteil der Medienpädagogen**

58 **Prof. Dr. Peter Struck , Erziehungswissenschaftler, Hamburg**

59 Die Teletubbies sind eine völlig neue Form des Fernsehens für Kinder.
60 Gewöhnungsbedürftig zwar für uns, aber punktgenau die Seh-Welt der Kinder tref-
61 fend. Die Wiederholungen helfen den Kleinen, Gesehenes zu begreifen und zu
62 verarbeiten. Und die Babysprache hat einen Vorteil: Es ist die Sprache der jüngs-
63 ten Zuschauer, ihre Sprache, ihre Worte für Dinge, die sie verstehen. So ergibt
64 sich eine Synthese von Bild und Wort, die Sehen, Hören und die Kombination von
65 beidem schult.

66 Die Teletubbies sind unbedenklicher Fernsehgenuss für Kinder.
67 Trotzdem sollten Eltern sie nicht alleine vor dem Bildschirm lassen, sondern mit
68 ihnen gemeinsam schauen, um aufkommende Fragen beantworten zu können.
69 (aus: Familie & Co 6/99)

70 **Prof. Jo Groebel, Medienwissenschaftler, Universität Utrecht, Holland**

71 Fernsehen für Kinder muss nicht mehr automatisch besserwissend oder pädago-
72 gisch wertvoll sein. Zunächst soll es einfach unterhalten, und wenn es noch etwas
73 vermittelt, um so besser. Das gilt auch für Kleinkinder, die heute mit dem Fernse-
74 hen so selbstverständlich aufwachsen wie mit anderem Spielzeug. Insofern sind
75 die Teletubbies nur das konsequente Angebot auch für diese Altersgruppe:
76 Nette Unterhaltung mit ein bisschen Lernen. Der Wert der Teletubbies besteht für
77 Kinder darin, dass sie sie gern haben können. Sie haben ein hohes Teddy-
78 Potential und sind allemal besser als die "Haudrauf"-Figürchen manch anderer
79 Serie. Die Teletubbies sind harmlos. Erwachsene sollten akzeptieren, dass sich
80 Ästhetik und Erzählstrukturen mit jeder Generation ändern.
81 (aus: Familie & Co 6/99)

82 **Fernsehen nie für Babys**
83 **Michael West**

84 Die bunten Fabelwesen «Teletubbies» sollen Kleinkinder vor den Bildschirm lo-
85 cken. Verführen die farbigen Kreaturen allzufrüh zum Fernsehkonsum? Die vier

86 ulkigen Gestalten heissen Tinky-Winky, Dipsy, Laa-Laa und Po. Sie sehen aus wie
87 eine Mischung aus Teddybären und zwergwüchsigen Aliens.
88 Jede der Kreaturen hat auf dem Kopf eine Antenne und im Bauch einen Bild-
89 schirm. Ab und zu dreht sich ein magisches Windrad. Dann beginnen die vier
90 Mattscheiben zu flimmern und zeigen lehrreiche Kurzfilme, in denen es darum
91 geht, wie man einen Kuchen bäckt oder ein Fahrrad repariert. Die vier kunterbun-
92 ten Wesen sind die Teletubbies - die Helden einer gleichnamigen Serie, die vom
93 englischen Sender BBC seit zwei Jahren mit großem Erfolg ausgestrahlt wird. Be-
94 reits ist die Serie in über 30 Ländern zu sehen. Die englischen Schöpfer der Tele-
95 tubbies haben die Serie für Kinder im Alter von eineinhalb bis drei Jahren entwi-
96 ckelt. Die Sendung ist so langsam geschnitten, dass auch kleine Kinder dem
97 Rhythmus der Bilder folgen können. Doch gerade das macht die Sendung zur
98 Zielscheibe von Kritik.
99 Die Zeitschrift «Spiegel» nannte die Teletubbies «Sandmännchen auf Ecstasy»
100 und meinte ironisch, die Serie richte sich an Babys, «also an Menschen, für deren
101 Entwicklung es nichts Dringlicheres gibt als fernzusehen». Dani Bodmer, der zu-
102 ständige Redaktor am Schweizer Fernsehen, weist diese Kritik zurück. «Wir wol-
103 len mit den Teletubbies nicht Babys an den Bildschirm fesseln. Wir zeigen die Se-
104 rie eingebettet in ein Kinderprogramm, das auf Fünf- bis Siebenjährige zugeschnit-
105 ten ist.» Dani Bodmer lobt die «Wärme und Herzlichkeit» der vier Serienhelden. «
106 Die Teletubbies benehmen sich nie aggressiv. Sie behandeln sich gegenseitig
107 sehr rücksichtsvoll und umarmen sich immer wieder.» Faszinierend findet Bodmer
108 den Schauplatz der Serie, ein sanfthügeliges Märchenland. Doch die heile Welt
109 der Teletubbies löst bei manchen Menschen offenbar heftige Abneigung aus. Zu
110 kaum einer anderen TV-Sendung finden sich im Internet so viele «Hass-Seiten».
111 Auf diesen Seiten werden die vier herzigen Serienhelden beschimpft und sogar
112 hingerichtet.

113 (aus: Brückenbauer Nr. 15 (1999) vom 13.04.1999, gekürzt)
114

115 **Arbeitsauftrag:**

- 116 1. Lies die Texte aufmerksam durch.
- 117 2. Schreibe die Argumente heraus.
- 118 3. Ordne die Argumente pro und kontra zu
- 119 4. Erstelle eine Rangliste – vom schwächsten zum stärksten Argument.
- 120 5. Schreibe eine Argumentation.