

Rückblick auf die Kinder- und Jugendmedientagung 2007

Wie funktionieren Medienverbände? Wie werden sie rezipiert? Und wie reagieren Schulen, Bibliotheken, aber auch die Leseförderung auf die Herausforderung, die der kompetente Umgang mit Medienverbänden bedeutet? Diese Fragen beschäftigten die TeilnehmerInnen an der Jahrestagung des SIKJM vom 7. und 8. September 2007 in Murten.

Medienverbund – der Begriff versetzt viele in Angst und Schrecken. Kinder, die gamen, surfen, klicken und zappen anstatt sich in ein Buch zu versenken, sind für viele PädagogInnen und Erziehende keine schöne Vorstellung. Doch dass sich Lesen und Klicken nicht ausschliessen müssen, dass die heutigen Kinder und Jugendlichen nicht nur literale Mängelwesen, sondern auch ExpertInnen in Sachen Medienkompetenz sind, ist eine Sicht, die sich erst allmählich durchzusetzen beginnt.

Alle ReferentInnen an der Jahrestagung des SIKJM in Murten waren sich aber einig, dass ein produktiver Umgang mit dem Phänomen Medienverbund in Schule, Bibliothek und Familie ein wichtiges Ziel für die nächsten Jahre ist. Klaus Maiwald, Didaktikprofessor in Augsburg, brachte es auf den Punkt: “Medienverbände sind eine kulturell massgebliche Realität und als solche eine pädagogische und eine fachdidaktische Herausforderung.” Er plädierte für einen Deutschunterricht, der das Potenzial des multimedialen Denkens und Wahrnehmens für die Leseförderung nutzt. Christine Garbe von der Universität Lüneburg beschrieb den Medienverbund am Beispiel von “Harry Potter” als aktiven Gestaltungsraum, während Petra Wieler, Professorin an der Freien Universität Berlin, eine empirische Studie vorstellte, in der die Bedeutung der Kommunikation in der Familie nachgewiesen wird. In zahlreichen Workshops wurde vergleichend an verschiedenen Medien gearbeitet und es wurden konkrete Vorschläge für Schule und Bibliothek vorgestellt. Medienverbände, wie Ingrid Tomkowiak, die wissenschaftliche Leiterin der Abteilung für Populäre Literaturen und Medien an der Universität Zürich aufzeigte, gibt es schon lange. Mitte des 19. Jahrhunderts entstanden parallel zur Unterhaltungsindustrie erste Verbände, bald darauf wurden die Kinder als KaufmotivatorInnen entdeckt. Das Beispiel Globi zeigt, wie ein relativ früher Medienverbund funktionierte, mit Events, Büchern und Merchandisingartikeln.

Die grossen Medienverbände dringen mit ihren Produkten bis in den hintersten Winkel des Lebens vor. Das wurde am Beispiel der Maus aus der “Sendung mit der Maus” – Mausmacher Christoph Biemann war zu Gast – und den entsprechenden Merchandisingartikeln visualisiert – ein ganzes Kinderzimmer, mit Bettwäsche, PC-Spiel, Nachttischlampe und Bettlektüre – konnte besichtigt werden und kamen am Ende der Tagung in einer amerikanischen Versteigerung unter den Hammer.

Christine Lötcher