merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Elisabeth Jäcklein-Kreis: Warum? Weil's geht.

Beitrag aus Heft »2013/04: Exzessive Mediennutzung«

Ein Surren. Ein Krachen. Unter vernehmlichem Stöhnen rutschen die Dias in der Schlange einen Platz nach vorne, für eine Sekunde blitzt die Leinwand grell weiß auf und leuchtet den sonst schummrigen Raum gnadenlos aus, jeden Anflug von Schläfrigkeit entlarvend. Pupillen springen schreckartig auf, um sich gleich wieder zu entspannen: Die Mutter lacht übermütig von der Leinwand, streckt dem mühsam flackernden Diaprojektor ihren Tequila Sunrise entgegen. KLACK. Papa und Sohnemann, stolz vor der gemeinsam errichteten Sandburg. KLACK. Mama, Tochter und der halbe Sohn, der in letzter Sekunde doch nicht aufs Bild wollte. KLACK. Mamas sonnenrotes Dekolleté, dazu ein Stück vom Oberarm, greifend nach dem fliehenden Sohn gestreckt, unter dem Arm ein schelmisches Auge der Tochter. KLACK. Sonnenuntergang.Zeitsprung. Wer heute von einer Reise heimkehrt, muss sich nicht mehr mit dem Diaprojektor herumärgern, dafür häufig genauso lange und intensiv mit dem Beamer. Die Fotos erscheinen gestochen scharf an der Wohnzimmerwand, dazu verbreitet der Laptop ostasiatische Klänge. An der Wand: Die Mutter, herzlich lachend, in der Hand den halb geleerten Mai Tai. Der Sohn mit dem gerade am Strand gefangenen Krebs vor dem Gesicht. Mutter und Sohn, gehüllt in ein zerlöchertes Betttuch, ausgemergelt und mit verzweifelten, großen Augen im Straßenstaub. Aber keine Sorge: Natürlich ist es nicht dieselbe Mutter, die ihren properen Nachwuchs eine Woche zuvor im gepolsterten Flieger ins ‚Exotische' entführt hat und vom Aufenthalt dort so mitgenommen ist. Mitnichten. Die Frage nach der Identität der abgebildeten Familie ist dennoch zumeist keine geeignete für den gemütlichen Abend, wird sie doch mit großer Wahrscheinlichkeit mit einem Schulterzucken beantwortet und der Aussage: „Keine Ahnung, Einheimische, die saßen da am Straßenrand. Aber ist das nicht herzerweichend? Die großen Augen? Schau doch mal, wie furchtbar arm die Leute da sind!"Man verlegt sich also auf empathisches Nicken, auf ‚Oh' und ‚Ah', teilt einen Moment der emotionalen Überwältigung im Angesicht der Armut der Menschen in fernen Ländern, nimmt einen Schluck aus der ausgehöhlten Kokosnuss und geht weiter zum nächsten Bild.

Straßenkinder beim Fußballspiel mit zum Ball zusammengezimmerten Socken. Kleine Mädchen, die versuchen, selbstgebastelte Armbänder zu verkaufen. Drogendealer. Eine Schlägerei. Eine Frau in ärmlicher Kleidung mit unmutig erhobenem Arm. „Die war komisch. Wollte sich nicht fotografieren lassen." Komisch – dabei werden ‚Einheimische' doch von den Reiseveranstaltern so dekorativ in fremde Länder gesetzt, um als Touristenattraktion und emotionales Highlight jeder Fotoshow zu dienen. Dabei wurden Filmdöschen und Diaprojektoren doch eigens durch größenwahnsinnige Speicherkarten ersetzt, damit man sich nicht mehr auf die fünf wichtigsten Augenblicke der Reisegruppe beschränken muss, sondern auch munter auf jede sich darbietende Szene des ‚landestypischen' Alltagsleben draufhalten kann. Und dabei geben sich die großen Medien doch extra so viel Mühe, ihrem Publikum zu vermitteln, dass jeder ein ‚Bürgerreporter' sein kann – und sollte. Da darf man die neu entdeckte Paparazzi-Ader im Urlaub doch nicht gleich wieder verkümmern lassen.Gerade wo die teure Kamera das Elend am Straßenrand doch auch aus sicherer Entfernung noch pixelfrei ablichtet! Da wären ja die technischen Möglichkeiten vollkommen ungenutzt!

Bisweilen scheint im Umgang mit medialen und technischen Möglichkeiten die Devise zu gelten: Was geht, muss auch getan werden. Warum? Weil's geht. Taktgefühl, gesunden Menschenverstand und ‚Denken vor dem Klicken' sind was für Langweiler oder Leute ohne gutes, technisches Equipment.Das machen Reality-TV und Co. vor und

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Otto Normalverbraucher macht's nach. Und was bleibt für die Medienpädagogik? Nun, die ‚macht was dagegen'-Rolle wäre noch zu besetzen.