

**Wolf Siegert**

**"Glottz nicht so romantisch" oder:  
Der Mythos der Medien als Methodologie des Studienerfolges<sup>1</sup>**

**Einleitung**

Wie soll ein auf Interaktivität angelegter Diskurs eines „Live-Events“ in eine lesbare Version „verwandelt“ werden können. Wie sollte es gelingen, das „zwischen den Zeilen“ Gesagte und nonverbal Vermittelte auf diesem Wege zu wiederholen? Wie kann eine solche auf Spannung und Interaktion mit dem Publikum aufgebaute Interaktion wiederholbar gemacht werden? Muss das Ganze nicht zwangsläufig in der Lese-Version in seiner Wirkung und Aussagekraft gegenüber dem Vor-Ort-Erlebten zurückbleiben? Ist es nicht so gut wie ausgeschlossen, das „besondere Etwas“ dieses Vortrages überhaupt in einer solchen Schriftform einzufangen?

Diese Fragen stellten sich mir im Prozess der Verschriftlichung des folgenden Beitrages, einem Vortrag der auf einer Power - Point - Präsentation basiert und die Sinnhaftigkeit, des Für und Wider hinsichtlich des Einsatzes des Mediums und die Akzeptanz dessen beim Publikum selbst thematisiert. Ein nicht einfaches Unterfangen, jedoch eine ganz andere Form der Herausforderung, der ich mich im Rahmen dieses Beitrages gern stellen möchte. Um dieser Herausforderung in Ansätzen gerecht zu werden, im Vorfeld an die LeserInnen die Bitte um Verständnis, dass mit dem folgenden Beitrag - der auf der Transkription des Vortrages basiert - nicht der Anspruch auf vollständige Wiedergabe besteht, sondern die Konzentration vor allem in der Darstellung der Kernaussagen und Zusammenhänge liegt. So ist weniger ein auf wissenschaftlichen Erkenntnissen basierender Beitrag zu erwarten, als vielmehr die Absicht, Antworten auf Fragen zu finden: In welchen Zusammenhängen ist der Einsatz bild- und textbearbeitender Medien sinnvoll bzw. kontraproduktiv? Wann resultiert mittels der Verwendung dieser Form der Medien ein wirklicher Mehrwert in der Kommunikation bzw. wann führen diese zur Überforderung des Publikums? So wird es im Rahmen dieses Vortrages - auch mittels der Medien - darum gehen, diese Fragen (auch im Sinne der Textdarstellung Abb.1) zu thematisieren und zu diskutieren, Widersprüche praktisch aufzuzeigen und Anregungen zu geben.

---

<sup>1</sup> Nachfolgender Text beruht auf der Transkription des Vortrages basierend auf einer Power-Point-Präsentation von Dr. Wolf Siegert anlässlich des Studierendenkongresses in Lützensömmern „Mein Wissen – Unser Wissen“.

**"Glottz nicht so romantisch"**  
**Der Mythos der Medien als Methodologie des Studienerfolges.**  
**Ein interaktiver Diskurs über den Entfremdungseffekt an den Hochschulen.**

Als Medienexperte und -nutzer stellt sich der Referent einer besonderen Herausforderung: über die Medien, ihre Nutzung und ihren Nutzen zu reden, ohne diese im Vortrag selber einzusetzen.

Jenseits jeglicher Power-Point-Pointen soll hier hic et nunc, jetzt und vor Ort versucht werden, einen Diskurs zu entfalten, in dem das Ritual von Vortrag und Fragen vom Kopf auf die Füße gestellt werden kann.

Die für den Vortrag vorbereiteten Thesen zur selbst gestellten Frage: "Medien: Mediatoren oder Methadon?" sollen möglichst als Erfahrungswissen entfaltet werden - will sagen, sie sollen nach Möglichkeit Antworten stimulieren, die auch latent für das Auditorium von Bedeutung sind.

Also sind alle Interessierte, Neugierige, Ungeduldige, ..., eingeladen, auch ihre Fragen schon vorab zu stellen.

Gemäss dem Motto: Wer nicht fragt, der nicht gewinnt, kann man dieses schon vorab per Mail tun an "wolf.siegert@iris-media.com" oder noch mit einem Zettel direkt vor Ort. Ja: Selbst während des Vortrages ist es gestattet, per SMS zu intervenieren.

In der Spannung zwischen der Aufgabe, einen "schönen Vortrag" zu halten (Methadon) und/oder einen Dialog vor und mit dem Auditorium zu inzenieren (Mediation) wird das Thema der Medien selbst zum "Kino im Kopf": "Verehrtes Publikum, los, such dir selbst den Schluss! Es muss ein guter da sein, muss, muss, muss!" \*)

\*) Brecht: "Der gute Mensch von Sezuan." Epilog, 1938

## Abb. 1: Textvariante 1

### Warum Power – Point?

Der Titel des Vortrages lautet: „Der Mythos der Medien als Methodologie des Studienerfolges“. Hinter diesem Titel verbirgt sich die übergreifende Frage: Wie setzen sowohl Studierende im Studium als auch ExpertInnen in ihrer Rolle als ReferentInnen diese Medien ein? Will man sich dieser Frage ernsthaft nähern, kommt man nicht umhin, sich zumindest folgenden Fragen zu widmen:

- Wie gehen wir in den Medien und in der Vermittlung derselben miteinander um?
- Welches sind die Medien, die uns dabei unterstützen?
- Wie nutzen wir diese Medien sinnvoll, dass uns diese in der beabsichtigten Aussage unterstützen?
- Aber auch anders gefragt: Wie und in welchen Zusammenhängen kann ich mich mittels des Einsatzes dieser Medien gewissermaßen hinter ihnen „verstecken“, mittels des Einsatzes ihrer vordergründigen Attraktivität über gewisse Lücken und Schwächen hinwegretten?

In der Regel werden in einem Dialog - z.B. zwischen Referent und Publikum - sehr klare Rollenverhältnisse zueinander eingenommen, klare Funktionen übernommen bzw. wird entsprechend der jeweiligen Rollenzuordnung auch miteinander kommuniziert. Ursprünglich war – wie im Abstract angekündigt – mit diesem Vortrag die Intention verbunden, die eigene Rolle als Referent ein Stückweit offener zu gestalten, auf eine Power – Point – Präsentation zu verzichten und den Schwerpunkt in der Interaktion mit dem Publikum zu setzen. Mit Beginn des Vortrages stellte sich für die TeilnehmerInnen heraus, dass dieser doch auf einer Power – Point - Präsentation basieren wird. Es stellt sich die Frage nach dem Warum? Wo und wie ist diese eine wirkliche Hilfe?



Abb.1: Warum: Power Point?

Zunächst sei festgestellt, dass es nicht zwingend Power - Point sein muss, sondern durchaus ein anderes Programm geeignet wäre, denn die Bandbreite an Software-Systemen, die Vergleichbares leisten, ist mittlerweile ausgesprochen vielfältig. So stellt sich also weniger die Frage nach dem Warum des Einsatzes von Power - Point als Präsentationsform, sondern vielmehr danach, worin überhaupt der Sinngehalt der Unterstützung eines Vortrages anhand von bild- und textgebenden Verfahren liegt.

Die Relevanz dieser Frage zeigt sich vor allem dann, wenn man selbst - bei diversen Veranstaltungen sowohl in der Funktion als Referent als auch in der Rolle als Teilnehmer - innerhalb des letzten Jahres zunehmend mit folgenden Beobachtungen und subjektiven Wahrnehmungen konfrontiert wurde. Nicht selten begann ein Vortrag von KollegInnen mit den Worten: „So, guten Tag meine Damen, meine Herren, ich kann ihnen mitteilen, mein Vortrag heute ist ohne Power - Point - Präsentation.“ In diesem Sinne erfolgte nicht selten die Reaktion der TeilnehmerInnen, die sich teilweise sogar darin äußern: „Oh; jetzt sind wir aber erleichtert. Kein Powerpoint - wie schön. Da tritt ein Mensch auf und er spricht richtig mit uns, zu uns.“

Hierbei handelt es sich um ein relativ neues Phänomen, welches man im ausgehenden letzten Jahrhundert - also noch bis vor ca. 5 Jahren - in dieser Form und Ausprägung nicht vorgefunden hätte. Galt mit zunehmender Technologisierung die Verwendung bild- und textgebender Verfahren bis vor einigen Jahren noch als zukunftsweisende Präsentationsform, scheint sich nun ein rückläufiger Trend abzuzeichnen. In der Gegenwart hingegen scheint die Besonderheit eines Vortrages nun nicht mehr in der Präsentation mittels neuer Technologien zu liegen, sondern - eher traditionell - in der Kompetenz, einen Vortrag ohne mediale Unterstützung interessant zu gestalten. Aufgrund der eigenen Wahrnehmung scheint tendenziell der Anteil an ReferentInnen zu steigen, die mit Beginn ihres Vortrages betonen: „Ich trete hier auf, ohne Power - Point - Präsentation, ohne mediale Unterstützung. Ich bin selber das Medium, dass mit ihnen

kommuniziert.“ Offenbar gibt es dafür derzeit einen gewissen „Publikumsbonus“. Warum? Ist es wirklich so verkehrt, dass wir unseren Vortrag sozusagen mit bild- und textgebenden Verfahren unterstreichen?

### **Präsentation ist ein Prozess der Abstraktion**

Im alltäglichen Leben wird und ist man – ob als Konsument oder als Anbieter – permanent mit verschiedensten Formen der Präsentation konfrontiert. Beide Rollen in den Blick genommen, ist zunächst feststellbar, dass der Unterschied qua Definition darin liegt, dass eben – je nach dem – konsumiert bzw. angeboten wird. Ein Blick hinter die Fassade zeigt jedoch trotz aller Unterschiedlichkeit, dass beide eine Gemeinsamkeit verbindet: beide implizieren das eigene ICH (die Person) und die jeweilige ihm zugeschriebene Rolle (Konsument oder Anbieter), wobei die Verbindung darin zu sehen ist, dass mit der jeweiligen Rolle bestimmte zugewiesene Erwartungshaltungen (beim Gegenüber) verbunden sind. Dies soll im folgenden anhand (m)eines Beispiels kurz skizziert werden.

Im Kern meiner beruflichen Tätigkeiten geht es darum, Paradigmenwechsel zu organisieren. D.h. der Aufgabenbereich besteht darin, große klassische analoge Konstrukte – wie z.B. die der Telekommunikation – im fortlaufenden Prozess in digitale „Gewerke“ bzw. Unternehmen umzuwandeln. Eine der ersten großen Herausforderungen bestand darin, in Kooperation mit der Europäischen Kommission (Brüssel), ISDN bei verschiedenen „Telkos“ deutschland- und europaweit einzuführen. Im Nachgang ergaben sich Anschlussaufträge mit ähnlicher Ausrichtung in der Rundfunkindustrie oder im Multimedia-Sektor, um hier die Implementierung des „Roadmap“ für die Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens „DVB-T“ zu gewährleisten. Derzeit liegen die Schwerpunkte in der Einführung der Kinoprojektion ohne Film, der Vorbereitung des D-Cinemas und des digitalen Kinos, was bedeutet, dass die traditionell verwendeten 16mm oder 35mm Filme durch den Einsatz eines Softwarefiles abgelöst werden, welcher weltweit über Server ausgespielt werden kann.



Abb. 3: Firma Iris®Media

Vorab stellt sich die Frage: Warum Iris®Media? All diese Projekte werden nicht als Einzelperson (ICH) ausgeführt, sondern als Firma (Rolle), selbst dann, wenn in einigen

dieser Projekte nur eine Einzelperson engagiert wird. D.h. jedoch nicht, dass die Auftraggeber nur die Einzelperson beauftragen, sondern sie „kaufen“ ein Profil, ein Brand, welches impliziert, dass der Auftragnehmer a persona immer auch als Repräsentant seiner Marke auftritt, ihren Wert repräsentiert und diesen Wert als Qualität im Markt anbietet. In diesem Kontext ist es erforderlich den Zusammenhang ICH und Rolle bezogen auf die damit verbundene Erwartungshaltung (des Auftraggebers) mitzudenken, sich dieser bewusst zu sein und diese in den eigenen Denk- und Handlungsweisen zu berücksichtigen.

Sich als eine „Art doppelter Person“ darzustellen, impliziert einen Lernprozess der zunächst auf eine Identitätsbildung und -übernahme hinausläuft: das ist die Firma, und das bin ich. Schlimmstenfalls ist es das gleiche: Ich bin die Firma und die Firma ist ich - und dennoch ist es nicht das Gleiche. Es sind zwei ganz unterschiedliche Strukturen, Wesensheiten, die beide miteinander korrespondieren und dennoch zwei verschiedene Persönlichkeiten darstellen. Eine juristische Person und eine natürliche Person. Heute wird dieser Zusammenhang u.a. auch mit dem Begriff der „Ich-AG“ umschrieben. Um diesen Lernprozess zu vollziehen, waren nicht nur Hilfsmittel wie z.B. ein Briefkopf, ein Logo, ein Firmenstempel notwendig und hilfreich, sondern vor allem diverse Dienste, die diese Präsentationsformen mittels Power - Point erst ermöglichten. So konnte die eigene Tätigkeit mittels dieser medialen Darstellung, ein Stückweit aus der eigenen Person herausgelagert und auf diesem Wege von dieser abstrahiert werden. So handelt es sich um einen Abstraktionsprozess der immer auch einen Lernprozess impliziert, der darauf basiert, mit Situationen konfrontiert zu sein, die situationsrelevante Entscheidungsprozesse abverlangen.

Warum dieser Studierendenkongress?

Mit dem Beitrag geht es genau darum, diesen Vermittlungsprozess in die Praxis hinein für sich selber ein Stückweit zu organisieren. Vor allem aus diesem Grund fand ich die Idee des Studierendenkongresses interessant, was schließlich auch zur Inspiration führte, an dieser Stelle die Möglichkeit wahrzunehmen, diese Diskussion ein Stückweit auch miteinander tatsächlich führen und gestalten zu können. Ursprünglich geplant als interaktiver Diskurs, indem die eigene Person mit zum Gegenstand gemacht wird, um an dieser exemplarisch und für die TeilnehmerInnen konkret vorzuführen und zur Disposition stellen zu können, wie ein solches Kommunikationskonvolut funktionieren könnte. Aber auch wie in dem Wechselbezug von eigener Kompetenz, sachlich begründeter Qualität und wirtschaftlicher Umsetzung die Basis für einen interessanten Dialog erreicht werden kann, über und vermittels dessen auch neue Werte entstehen können.

Warum diese Art des Vortrags?

Um diesem Anspruch auf Transparenz genüge zu tun, einige Hintergründe, die Aufschluss zur Entstehung der Idee hinsichtlich der Art des Beitrages geben. In der Regel bereiten ReferentInnen ihre Beiträge vor, ob in Form eines Skriptes oder einer Power - Point - Präsentation. Was aber wenn man sich plötzlich in der Situation befindet, in der die Vorbereitung - aus welchen Gründen auch immer - nicht im gewünschten Zusammenhang und zum betreffenden Zeitpunkt zur Verfügung steht? Eine schwierige

Situation, und eine Situation, die ein jeder in irgendeiner Weise bereits erlebt hat: ob im Rahmen der Abgabe von Abschlussarbeiten der Rechner abstürzt, ob infolge der versehentlichen Betätigung der Löschtaste eine komplette Datei unwiederbringlich verloren geht, da keine Sicherheitskopie erstellt wurde oder ob das Skript des Vortrages im Berg der Akten unauffindbar ist etc. In dieser Situation steht man unweigerlich vor der Entscheidung: Eine adäquate sich rechtfertigende Ausrede zu finden, um sich „stilvoll“ aus einer peinlichen Situation zu verhelpen. Oder: Die veränderten Ausgangsbedingungen als Herausforderung anzusehen, sich dieser Herausforderung zu stellen und eine adäquate Alternative anzubieten. Aufgrund der vorhandenen adäquaten Alternativen, betreffend des Wissens um die eigene Kompetenz im Umgang mit modernen Darstellungshilfen, wie sie eine Software wie Powerpoint anbietet, wurde die Entscheidung, sich der Herausforderung zu stellen, präferiert und vor Ort eine veränderte - der Situation angepasste - Vortragskonzeption entwickelt.

Dieses zu berichten ist der Teil einer Kommunikation, die normalerweise nicht stattfindet. Es schien aber gerade an diesem Punkt und vor diesem Publikum wichtig, vorgetragen zu werden. Es ist vorstellbar, dass sich bereits jeder irgendwann, irgendwo in einer mehr oder weniger vergleichbaren Situation befunden hat, wenn vielleicht auch mit anderen Rahmenbedingungen, Empfindlichkeiten und Ergebnissen. Plötzlich stimmen die Rahmenbedingungen nicht mehr überein, selbst wenn dieser Situation eine gute Vorbereitung vorausging, wodurch in der Konsequenz eine völlig neue Herangehensweise erforderlich wird, um in einer komplizierten Situation noch weitestgehend adäquat handlungsfähig sein zu können. Ein entscheidender Punkt ist es, diese Herausforderung anzunehmen und „das Beste daraus zu machen“. Mittels einer Kontextänderung wird nun diese Situation nicht mehr unter dem Negativaspekt - fehlendes Skript, sondern anhand der veränderten Verhältnisse unter dem Positivaspekt, als Chance begriffen, die ganz bewusst in die eigene authentische Kommunikation eingebaut wird.

Die Charakteristik dieses Beitrages liegt nun darin, dass er - inform eines „Selbstversuches“ - zwei Ebenen impliziert: zum einen die Beschreibung dessen, was zur Änderung der Art des Vortrages geführt hat (Ursache) und zum anderen die Beschreibung dessen, wie dieser Vermittlungsprozess zwischen Referent und Publikum stattfindet (Reflexion). Vor diesem Hintergrund wird der folgende Text - der ursprünglich als Einleitung des geplanten Vortrages gedacht war - aufgenommen und gemeinsam neu bearbeitet, um diesen unter verschiedenen Prämissen zu „highlighten“.

# "Glotzt nicht so romantisch"

**Der Mythos der Medien als Methodologie des Studienerfolges.  
Ein interaktiver Diskurs über den Entfremdungseffekt an den Hochschulen.**

Als Medienexperte und -nutzer stellt sich der Referent einer besonderen Herausforderung: über die Medien, ihre Nutzung und ihren Nutzen zu reden, ohne diese im Vortrag selber einzusetzen.

Jenseits jeglicher Power-Point-Pointen soll hier hic et nunc, jetzt und vor Ort versucht werden, einen Diskurs zu entfalten, in dem das Ritual von Vortrag und Fragen vom Kopf auf die Füße gestellt werden kann.

Die für den Vortrag vorbereiteten Thesen zur selbst gestellten Frage: "Medien: Mediatoren oder Methadon?" sollen möglichst als Erfahrungswissen entfaltet werden - will sagen, sie sollen nach Möglichkeit Antworten stimulieren, die auch latent für das Auditorium von Bedeutung sind.

Also sind alle Interessierte, Neugierige, Ungeduldige, ..., eingeladen, auch ihre Fragen schon vorab zu stellen.

Gemäss dem Motto: Wer nicht fragt, der nicht gewinnt, kann man dieses schon vorab per Mail tun an "wolf.siegert@iris-media.com" oder noch mit einem Zettel direkt vor Ort. Ja: Selbst während der Vortrages ist es gestattet, per SMS zu intervenieren.

In der Spannung zwischen der Aufgabe, einen "schönen Vortrag" zu halten (Methadon) und/oder einen Dialog vor und mit dem Auditorium zu inzenieren (Mediation) wird das Thema der Medien selbst zum "Kino im Kopf": "Verehrtes Publikum, los, such dir selbst den Schluss! Es muss ein guter da sein, muss, muss, muss!" \*)

\*) **Brecht**: "Der gute Mensch von Sezuan." Epilog, 1938

## Abb. 4: Textvariante 2

Der ursprüngliche Titel lautete: „Glotzt nicht so romantisch“. Dies ist natürlich eine kleine Alliteration sowohl in Bezug auf den ehemaligen Gründungsrektor der Erfurter Universität als auch zum vielfach inspirierenden Lehrer Brecht. Beide wurden sozusagen als Basis für die Präsentation herangezogen, um die folgende Frage zu verdeutlichen: Mittels eines Beamers wird an der Wand nur der projizierte Text lesbar sein. Was ist also wirklich die Basis einer Person, die den meisten nicht bekannt ist, mit der man auftreten kann? Also war es erforderlich, den Text noch einmal so zu bearbeiten und eine Textexegese der Zeilen der eigenen Präsentation anzufertigen, um diesen in dieser öffentlichen Kommunikation und in der Form und Inhaltlichkeit dieses Textes darzustellen.

Professor Peter Glotz selbst arbeitete und referierte langjährig zur Frage der medialen Präsenz. Darüber hinaus war er als „absoluter Kommunikator“ immer wieder und über die eigene Person heraus in der Lage, Widersprüche aufzuwerfen und diese kritisch zur Diskussion zu stellen. Im Rahmen eines gemeinsamen Diskurses entstand so die Idee, dieses Phänomen aufzugreifen und umzusetzen: Ein Vortrag sollte einem Dialog gleichen und zumindest mental interaktiv angelegt sein.

"Glotzt nicht so romantisch"  
Der Mythos der Medien als Methodologie des Studienerfolges.

# Ein interaktiver Diskurs über den Entfremdungseffekt an den Hochschulen.

Als Medienexperte und -nutzer stellt sich der Referent einer besonderen Herausforderung: über die Medien, ihre Nutzung und ihren Nutzen zu reden, ohne diese im Vortrag selber einzusetzen.

## Jenseits jeglicher Power-Point-Pointen

soll hier hic et nunc, jetzt und vor Ort versucht werden, einen Diskurs zu entfalten, in dem das Ritual von Vortrag und Fragen vom Kopf auf die Füße gestellt werden kann.

Die für den Vortrag vorbereiteten Thesen zur selbst gestellten Frage: "Medien: Mediatoren oder Methadon?" sollen möglichst als Erfahrungswissen entfaltet werden - will sagen, sie sollen nach Möglichkeit Antworten stimulieren, die auch latent für das Auditorium von Bedeutung sind.

Also sind alle Interessierte, Neugierige, Ungeduldige, ..., eingeladen, auch ihre Fragen schon vorab zu stellen.

Gemäss dem Motto: Wer nicht fragt, der nicht gewinnt, kann man dieses schon vorab per Mail tun an "wolf.siegert@iris-media.com" oder noch mit einem Zettel direkt vor Ort. Ja: Selbst während der Vortrages ist es gestattet, per SMS zu intervenieren.

In der Spannung zwischen der Aufgabe, einen "schönen Vortrag" zu halten (Methadon) und/oder einen Dialog vor und mit dem Auditorium zu inszenieren (Mediation) wird das Thema der Medien selbst zum "Kino im Kopf": "Verehrtes Publikum, los, such dir selbst den Schluss! Es muss ein guter da sein, muss, muss, muss!" \*)

\*) Brecht: "Der gute Mensch von Sezuan." Epilog, 1938

### Abb. 5: Textvariante 3

Auch wenn ein Referent vor dem Publikum steht und allein redet, hat er – ebenso wie das Publikum – die Möglichkeit, sehr genau die Reaktionen (des Gegenüber) zu beobachten: Folgen die TeilnehmerInnen dem Vortrag, gibt es Ermüdungserscheinungen, sind Abwehr, Interesse oder Zustimmung erkennbar? Diese vorwiegend nonverbale Form des interaktiven Diskurses findet in der Form der gegenseitigen Be(ob)achtung immer statt, was jedoch sehr oft kaum oder gar keine Beachtung findet. Vor diesem Hintergrund eine exemplarische Geschichte um die Relevanz der nonverbalen Reaktionen zu verdeutlichen:

Infolge eines langjährigen Aufenthaltes in Frankreich war es nicht nur möglich, die Sprache zu erlernen, sondern auch anhand der Konfrontation mit Einstellungen, Erwartungshaltungen und Vorurteilen die französische Kultur kennen zu lernen. Jahre später erfolgte eine Einladung als Referent einen Vortrag im Kongresszentrum in Paris zu halten. Die Atmosphäre entsprach der eines Kinosales, der Raum war abgedunkelt, im Publikum waren ca. 400 InteressentInnen, im Podium waren drei ReferentInnen beteiligt, die nacheinander referierten. In Frankreich gilt offenbar das Vorurteil: Menschen deutscher Herkunft gelten – jeglicher Situation entsprechend – als außergewöhnlich gut vorbereitet. Auch mit dem Wissen um dieses Vorurteil wurden die Vorbereitungen entsprechend getroffen, die Zusammenstellung der Unterlagen und Hilfsmittel, ein Taschenmesser und eine Taschenlampe beinhalteten – ein Ritual aus der Zeit der Tätigkeit im Theater und beim Film. Bereits kurz nach Beginn des Vortrages versagte das Rampenlicht, bis auf zwei Notlichter an den hinteren Ausgängen lag der Saal im Dunkeln. Außer einer Lautsprecheransage, die aufforderte Ruhe zu bewahren, war nichts zu vernehmen. Wie also in dieser Situation handeln? Nach einer ca. dreiminütigen Stille wurde der Vortrag mit Hilfe einer Taschenlampe fortgeführt.

Das Ganze war ein großer Erfolg, der sich schon beim Wiederaufleuchten der Scheinwerfer durch einen ersten Beifall auf offener Szene vorbereitete. Dieser kam jedoch nicht zustande, weil der Referent ausreichend gut französisch sprach, sondern ein Klischee



erfüllt hatte, welches lautete: „Die Deutschen sind gut vorbereitet.“ Das Klischee traf zu. In der im wörtlichen Sinne „dunklen Situation“ dieses Vortrages, in der jegliche Kommunikation abgeschnitten war, wurde im metaphorischen Sinne die Situation dadurch „erhellte“, indem ein kleines Detail - eine Taschenlampe - vor Ort war, funktionierte und im entscheidenden Moment effektiv platziert eingesetzt wurde. Damit galt man für die Zuschauer zwar nicht als Vorbild, aber es wurde in exemplarischer Weise dem im Bewusstsein der Öffentlichkeit vorherrschenden „Bild“ bedient.

In diesem Sinne ein Blick zurück zu den Vorbildern. Auch Vorbilder werden durch und von Vor-Urteilen geprägt, also von vorgefertigten „Bildern“, die vom Publikum auf die Person projiziert werden. In diesem Sinne ist das eigene ICH auch immer Gegenstand dieser Projektion. Und je nach dem, wie dieses Vor-Urteil-Bild das in diversen Zusammenhängen zurückgespiegelt wird, wäre auch zu entscheiden, welche Medien in welcher Weise in der öffentlichen Kommunikation mit eingesetzt werden sollten und welche eher nicht.

Damit auch wieder zurück zur Frage: Power - Point ja oder nein? Dabei bezieht sich diese Frage nicht nur auf die bloße Anwendung des Projektors, der passenden Software und der Stromversorgung, sondern impliziert immer auch die Frage, mit welcher Projektion man selbst belastet bzw. wie belichtet - in die Gruppe hineingehet bzw. vor ihr auftritt. Erst nach der Erörterung dieser verschiedenen Möglichkeiten lassen sich die Konsequenzen auf die Frage ableiten, mit welchen medialen Mitteln man eine Kommunikation im Dialog aufgreifen, zurückspielen, weiterführen kann. Anhand des exemplarischen Erlebnisberichtes lässt sich folgendes ableiten:

Zum einen eine Empfehlung, die Dinge nicht nur technisch zu betrachten, sondern immer auch zu hinterfragen: Wohin geht man eigentlich? In welcher Situation stellt man sich dar? Handelt es sich um eine Seminararbeit, um einen öffentlichen Vortrag, um eine Freilichtveranstaltung, um eine Geschichte, die auf der Bühne rezitiert werden soll etc? Aber auch: In welcher Rolle wird man dort erwartet? Was erwartet man von mir, und was erwarte ich von meinem Publikum? Es ist wichtig, dieses Konglomerat von Fragen und daraus abzuleitenden Haltungen und Verfahrensweisen immer ein Stückweit vorher zu beleuchten, und erst danach zu entscheiden und daraus abzuleiten, welche Medien denn eigentlich hilfreich sein könnten, um bei der Erfüllung und Vermittlung der jeweiligen Aufgabe zu unterstützen. Zum anderen, sich ein Stück weit geschickt zu verstecken, ob hinter einer Power - Point - Geschichte der aufgrund des „Unglücks“, dass vorbereitete Unterlagen abhanden kommen.

**"Glottz nicht so romantisch"**  
**Der Mythos der Medien als Methodologie des Studienerfolges.**  
**Ein interaktiver Diskurs über den Entfremdungseffekt an den Hochschulen.**

Als Medienexperte und -nutzer stellt sich der Referent einer besonderen Herausforderung: über die Medien, ihre Nutzung und ihren Nutzen zu reden, ohne diese im Vortrag selber einzusetzen.  
Jenseits jeglicher Power-Point-Pointen soll hier hic et nunc, jetzt und vor Ort versucht werden, einen Diskurs zu entfalten, in dem das Ritual von Vortrag und Fragen vom Kopf auf die Füße gestellt werden kann.

Die für den Vortrag vorbereiteten Thesen zur selbst gestellten Frage: **Medien:**  
**Mediatoren oder Methadon** ?) sollen  
möglichst als Erfahrungswissen entfaltet werden - will sagen, sie sollen nach Möglichkeit Antworten stimulieren, die auch latent für das Auditorium von Bedeutung sind.  
Also sind alle Interessierte, Neugierige, Ungeduldige, ... eingeladen, auch Ihre Fragen schon vorab zu stellen.  
Gemäss dem Motto: Wer nicht fragt, der nicht gewinnt, kann man dieses schon vorab per Mail tun an "wolf.siegen@iris-media.com" oder noch mit einem Zettel direkt vor Ort. Ja: Selbst während der Vortrages ist es gestattet, per SMS zu intervenieren.  
In der Spannung zwischen der Aufgabe,  
**einen "schönen Vortrag"**  
**halten** (Methadon) und/oder  
**einen Dialog vor und mit dem**  
**Auditorium inszenieren** (Mediation) wird das Thema der  
Medien selbst zum "Kino im Kopf": "Verehrtes Publikum, los, such dir selbst den Schluss! Es muss ein guter da sein, muss, muss, muss!" \*)

\*) Brecht: "Der gute Mensch von Sezuan." Epilog, 1938

Abb. 6: Textvariante 4

Es gibt zwei Möglichkeiten, einen Vortrag zu halten: mittels Mediation oder Methadon. Ein Vortrag hat immer diese zwei Möglichkeiten. Man kann also einen „schönen Vortrag“ halten, dabei viele sehr bewegte und bewegende Bilder einsetzen, jemanden „nehmen“, indem man ihn mitnimmt und zur Annahme verleitet. Oder man kann versuchen, einen Vortrag wie einen Dialog aufzubauen und zu inszenieren. Mit dem Wort „Dialog“ ist gemeint, sowohl miteinander zu kommunizieren, auch wenn der Referent vor dem Publikum steht und alleine redet, als auch, dass nach Beendigung des Vortrages ein Diskurs oder ein „Feed-back“ mit dem Publikum erfolgt. Beides haben dabei die je eigene Berechtigung und Bedeutung. In diesem Zusammenhang könn(t)en Medien immer auch ein Stückweit als wie eine Art „Ersatzdroge“ fungieren: als Ersatz für die mangelnde eigene Kompetenz oder die fehlende Durchschlagskraft der Argumente oder als Ersatz für die eigene Persönlichkeit etc.

**"Glotzt nicht so romantisch"**  
**Der Mythos der Medien als Methodologie des Studienerfolges.**  
**Ein interaktiver Diskurs über den Entfremdungseffekt an den Hochschulen.**

Als Medienexperte und -nutzer stellt sich der Referent einer besonderen Herausforderung: über die Medien, ihre Nutzung und ihren Nutzen zu reden, ohne diese im Vortrag selber einzusetzen.

Jenseits jeglicher Power-Point-Pointen soll hier hic et nunc, jetzt und vor Ort versucht werden, einen Diskurs zu entfalten, in dem das Ritual von Vortrag und Fragen vom Kopf auf die Füße gestellt werden kann.

Die für den Vortrag vorbereiteten Thesen zur selbst gestellten Frage: "Medien: Mediatoren oder Methadon?" sollen möglichst als Erfahrungswissen entfaltet werden - will sagen, sie sollen nach Möglichkeit Antworten stimulieren, die auch latent für das Auditorium von Bedeutung sind.

Also sind alle Interessierte, Neugierige, Ungeduldige, ..., eingeladen, auch ihre Fragen schon vorab zu stellen. Gemäss dem Motto: Wer nicht fragt, der nicht gewinnt, kann man dieses schon vorab per Mail tun an

"wolf.siegert@iris-media.com" oder noch mit einem Zettel direkt vor Ort. Ja:

# Selbst während der Vortrages ist es gestattet, per SMS zu intervenieren.

In der Spannung zwischen der Aufgabe, einen "schönen Vortrag" zu halten (Methadon) und/oder einen Dialog vor und mit dem Auditorium zu inzenieren (Mediation) wird das Thema der Medien selbst zum "Kino im Kopf":  
"Verehrtes Publikum, los, such dir selbst den Schluss! Es muss ein guter da sein, muss, muss, muss!" \*)

\*) Brecht: "Der gute Mensch von Sezuan." Epilog, 1938

## Abb. 7: Textvariante 5

Ursprünglich waren bei der Ausarbeitung dieses Vortrages weitere möglichen Szenarien angedacht. Dieses Konzept basiert auf Szenarien, die aus dem Improvisationstheater her bekannt sind, welches ermöglicht, noch während des Spielverlaufs Stichworte zuzurufen oder zu senden, die dann wiederum als Anhaltspunkt für den Fortgang der Geschichte eingesetzt werden können<sup>2</sup>. In der Fortführung dieser Idee war ein Szenarium angedacht, welches es erlaubt hätte, selbst während des Vortrages zu intervenieren: auf einer zweiten Leinwand per SMS zu signalisieren, was nicht verstanden wurde, nachzufragen, wozu man mehr wissen will, mittels kurzer Kommentare das Thema zu vertiefen oder ihm eine neue Richtung zu geben. Auch das ist eine ganz konkrete Möglichkeit, dieses Szenarium interaktiv zur Geltung zu bringen.

Der positive Aspekt besteht darin, dass direkt aus dem Publikum Nachfragen gestellt werden können und sich zeitversetzt die Möglichkeit bietet, im weiteren Verlauf des Vortrages, darauf Bezug zu nehmen. Ein negativer Aspekt kann darin bestehen, dass sich infolge der Verwendung dieses set-up's die TeilnehmerInnen dazu veranlasst sehen, auf der Leinwand einen eigenen Chat ablaufen zu lassen, der sich - wenn er vom Vortragenden nicht zugleich als Moderator beeinflusst werden kann - als kontraproduktiv entfaltet. Denn die Dramaturgie des Handlungsstranges der gesamten Veranstaltung riskiert dem Verantwortlichen dabei vollständig zu entgleiten.

## Konkurrenz - Kommunikation - Kooperation?

Die wichtigste Aufgabe jeder Vermittlung ist letzten Endes der berühmte Mehrwert, der darin liegt, „etwas mitnehmen zu können“. Das heißt, der „gute Schluss“ ist sozusagen im Grunde jene Wertschöpfung, die sich der Teilnehmer / die Teilnehmerin, im Rahmen

<sup>2</sup> Dieses Show-Spiel ist auch unter Zuhilfenahme von Power – Point - Folien möglich, indem diese vorgeführt oder unmittelbar zuvor mit frei zu assoziierenden Stichworten beschrieben werden, auf deren Basis eine Inszenierung bzw. Improvisation durch DarstellerInnen aus dem Publikum selbst erfolgt.

dieses Dialoges, für sich ableiten kann. Der wichtigste Punkt der Aussage sollte an diesen Fragen ansetzen:

- Wie vermittele ich mich mittels meines Textes, vermittels des darin implizierten Dialoges?
- wie organisiere ich die sprachlichen Mittel und Möglichkeiten um dieses Ziel zu erreichen in Form von Sprachbildern und wie die der Bildsprache?

Der Einsatz von Bildern und Grafiken kann dann hilfreich sein, um bestimmte komplexe Zusammenhänge zu unterstreichen und den eigenen Dialog zu unterstützen. D.h. in der jedem eigenen Art der Text-Bild-Sprache darzustellen, indem man die Parameter der Wahrnehmung zwischen Konkurrenz und Kooperation - und das ist das eigentliche Thema - mit den Mitteln der Darstellung unter Inanspruchnahme auch der eigenen Person zu erläutern. Diesem Ziel entsprechend wurden die weiteren Bilder ausgesucht: Auch die Organisation der Konkurrenz erfolgt nur über die Kommunikation. Aber die Organisation der Kommunikation erfolgt nur durch die Kooperation. Anstatt mit viel Theorie und großen Charts soll anhand der nun drei folgenden Darstellungen der Gesamtzusammenhang zwischen Konkurrenz und Kooperation auf eine andere Art - der Symbolsprache - in Ansätzen skizziert werden

Im folgenden Bild (Abb. 9) sind eine große Verteileranlage eines Telekommunikationsunternehmens und ein Techniker zu sehen, der die Aufgabe hat, diese Systeme zu warten. Ein Individuum in einer für Außenstehende vollkommen fremden Welt, in der dieses sich wiederum auskennt. Die Kooperation zwischen Maschine und Mensch, diese „Mensch-Maschine-Schnittstelle“, ist absolut auf Kommunikation ausgerichtet. Angesichts all dieser „Kommunikationsmittelbereitstellungsautomaten“ ist es schwierig, sich mit der Aussage zu identifizieren: „im Mittelpunkt steht der Mensch“.



Abb. 9: Verteileranlage eines Telekommunikationsunternehmens

In der folgenden Abbildung (10) ist „der Mensch im Mittelpunkt“. Auf das Bild Rene'

Margrittes (The False Mirror, 1928) bezogen welches den Blick auf den Horizont durch ein Auge freigibt, ist der Mittelpunkt ein schwarzes Loch. Der Blick in das Auge eines Menschen verspricht (scheinbar) den „echten Durchblick“. Und doch bekommt man nur zu sehen, was die Engländer „sky“ nennen und nicht das was man gerne vom Anderen (v)erklärt erhalten hätte: „heaven“. Da dieses Ziel nicht erreicht werden kann - Margritte spricht von einem „False Mirror“ - wäre es durchaus interessant, sich selbst zu fragen und sich dabei selbst beim Betrachten eines solchen Bildes zuzusehen. Gelingt dieses - eigentlich schon Unmögliche - sieht man sich bei der Betrachtung eines Bildes in der Eigensicht. Dieses ist ein Blick, der nur außerhalb der eigenen Person wirklich wird, durch einen anderen Menschen ermöglicht wird, oder einer Maschine, die ihn ersetzt: ein Fotoapparat mit Selbstauslöser zum Beispiel - oder kurz vor dem eigenen Tod.

Dieses ist mehr als nur die von Brecht gemeinte Verfremdung des Blickes. Es ist die Illustration eines Zustandes, der eingangs beschrieben wurde. Es ist nicht ausreichend, im Wirtschaftsleben „nur“ als natürliche Person aufzutreten, sondern auch auf diese handelnde Person den Blick eines Dritten zu haben, um im besten Falle, diesen Blick auch von der eigenen Sichtweise mit aufzunehmen. Zumeist aber ist es ein sehr komplexer Prozess der Widerspiegelungen und des „Feed-backs“, der dafür sorgt, dass diese Betrachtung des Betrachtenden auch als eine Form der externen Wahrnehmung funktionalisiert und operationalisiert werden kann: Anstatt dem „Guck-in-die-Luft“ in die Augen zu schauen wird ein Teil der Aufmerksamkeit der eigenen Betrachtung des Gegenstandes zugewandt.



Abb: 10: Foto: Selbstbetrachtung beim Betrachten eines Bildes

Bei dem nachfolgenden Bild (Abb. 11) - mit zugehörigem Titel - handelt es sich um eine als „Readymade“ angebotene Bild-Grafik-Clip-Vorlage aus den Microsoft Powerpoint-Sammelmappen. Die Besonderheit liegt in der Darstellung des „doppelten Blicks“ anhand einer ebenso eigentümlichen wie klaren Symbolsprache. Der Mensch als Geschäftsmann erblickt inmitten seiner aktuellen eigenen immer auch die ganze Welt. Verliert also nie die

Sicht auf das Grosse und Ganze, schließlich will er ja ganz groß werden, ein Beherrscher der Welt. Jene Figur von der jeder gerne träumt, der ein Wirtschaftsmagnat werden will, und die doch zugleich der Urtyp des Bösewichtes ist, der die Welt nach seinen Regeln beherrschen will.

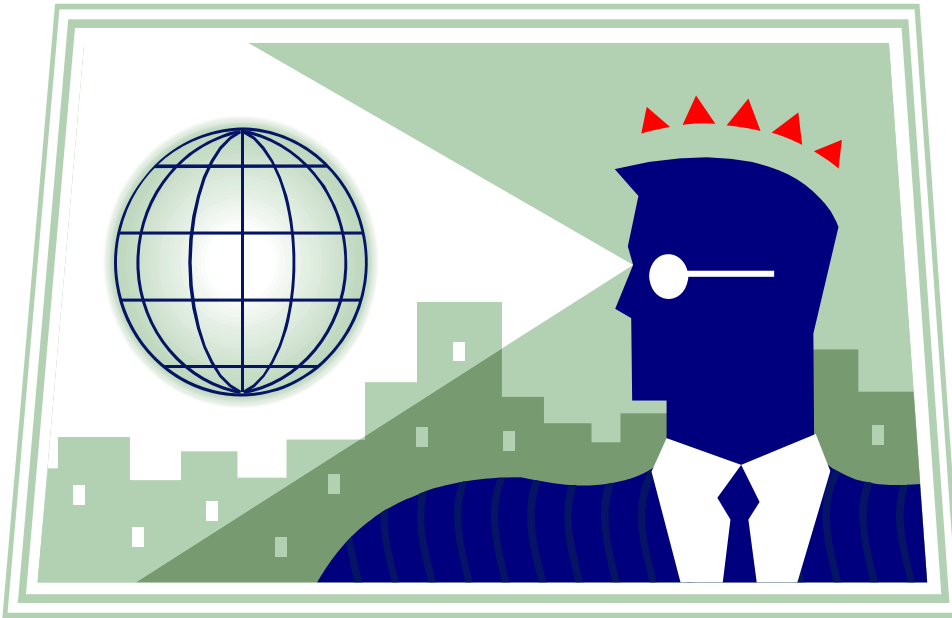


Abb. 11: Der Geschäftsmann blickt die Welt

Darauf Bezug nehmend lässt sich dieses Phänomen z.B. auch anhand der Situation beschreiben, die sich zwischen Marcel Duchamp und John Cage am 5. März 1968 in Toronto bei einem gemeinsamen Schachspiel ereignete. „Das Schachbrett war mit elektronischen Kontakten versehen, so dass jede Bewegung im Spiel die Klangstruktur eines angebundenen Musikstücks veränderte. Mit dem Reunion genannten Schachspiel an jenem 5. März kamen sowohl der soziologische Interaktionsbegriff (Mensch-Mensch) wie der kybernetische (Mensch-Machine/System) zum Zuge und es traten zwei Hauptvertreter moderner Kunst auf: Der eine unterminierte den Autor- und Werkbegriff, seit er 1914 im Pariser Kaufhaus Bazar de l’Hôtel de Ville einen Flaschentrockner gekauft und die Ästhetik des Readymade erfunden hatte. Der andere wirkte seit den 50er Jahren daraufhin, den Künstler vom Sockel zu holen und das Publikum zum Koautor zu machen.“ (Roberto Simanowski in [www.dichtung-digital.org/2004/2](http://www.dichtung-digital.org/2004/2)). Diesem Bild der Kooperation steht genauso exemplarisch das der Konkurrenz gegenüber, als am 5. Dezember 2006 das kommerzielle Schachprogramm „Deep Fritz“ der Firma ChessBase den amtierenden Schachweltmeister Wladimir Kramnik in der Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland in Bonn mit 4 zu 2 Punkten besiegt hatte.

Was soll also anhand dieses Beispiels verdeutlicht werden? An dieser Stelle noch einmal einen Blick zurück auf den eingangs ausgeführten Zusammenhang zwischen ICH und Rolle. Im Grunde befindet sich jede/r Einzelne in der gleichen Position: sobald er / sie sich öffentlich darstellt, „spielt“ er oder sie eine Rolle, hat also sozusagen ständig

potenziell diesen auf einen gerichteten Bildschirm-Blick um sich herum.

### **Kommunikation in der Informationsgesellschaft?**

Aus verschiedenen Umfragen geht hervor, dass der Anteil an „anonymen“ Online - Freundschaften tendenziell steigt, die offenbar vor allem auf der Ebene des Miteinander Chatters basieren, jedoch in selteneren Fällen zu einem persönlichen Treffen a persona führen. Unter diesem Aspekt kommt der Organisation des so genannten Dialogs im digitalen Zeitalter eine ganz entscheidende Bedeutung zu, dessen Ausmaß und Auswirkung, zum jetzigen Zeitpunkt - wenn überhaupt, dann - nur in Ansätzen erfasst werden kann. Zu den wesentlichsten Fragen zählen:

- Welche positiven und negativen Folgen haben Informationstechnologien für die Gesellschaft?
- Wie und in welchen Zusammenhängen können Informationstechnologien sinnvoll für den Menschen eingesetzt werden?
- Wie können Kommunikationsprozesse infolge des Einsatzes von Informationstechnologien im positiven Sinne für die jeweils Beteiligten effektiviert werden?

Diesen Fragen wird jedoch in vielen Fällen zugunsten der technologischen Erneuerungen und Entwicklungen nur marginal Interesse entgegengebracht. Betrachtet man sich z.B. die CeBIT, wird deutlich, dass hinsichtlich dieser neuen Technologien, ob im Falle von ISDN, von DVB-T oder in Zukunft des SMPTE - DCI - Standard für das Digitale Kino, der Fokus darin gesehen wird, diese einzurichten und anhand der neuesten technischen Vorgaben umzusetzen.



Abb. 12: Lasershow anlässlich der CeBIT

Ähnlich zeigt sich diese Entwicklung bei der IFA. Innerhalb der letzten zehn Jahre wurden unter Einbezug multimedial und technologisch versierter Fachexperten der „Charakter“,

das „Wesen“ der IFA auf der Basis neuester technologischer multimedialer Entwicklungen verändert. So wurde aus einer ursprünglichen Messe für die so genannten „braunen Waren“ – wie die Güter der Unterhaltungsindustrie (z.B. Fernsehapparate aus braunem Holz mit einer Braunschen Röhre) früher genannt wurden, zu einer Messe für vernetzte und mobile Multimediaerzeugnisse und -ereignisse.

So liegt der Schwerpunkt auf der Erneuerung der Technologien, hingegen wird das was eigentlich im Hintergrund stattfindet, also die Vermittlung zwischen Technologie und Gesellschaft, der Versuch, diese ein Stückweit in diesen Kommunikationsprozess zu integrieren, in der Regel kaum thematisiert. Wenn jedoch – wie oftmals von verschiedensten Seiten beteuert wird – der Mensch im Mittelpunkt stehen soll, wäre ein Perspektivenwechsel erforderlich, der der darauf abzielt, den Dialog, also die Kommunikation im digitalen Zeitalter – in der so genannten Informationsgesellschaft – als eine der in der Zukunft und für zukünftige „Gewerke“ prägenden und zentralsten Aufgaben anzusehen.



Abb. 12: Werbefoto der CeBIT

Anhand dieser Abbildung (12) gilt es zunehmend sehr konkret darüber nachzudenken, wie die CeBIT in 5 oder zumindest in 3 Jahren aussehen kann. Unter anderem auch wenn man den Blick auf die aktuellen Entwicklungen hinsichtlich der Erfassung biometrischer Daten richtet und daraus ableitet, welche Dimensionen sich anhand technologischer Errungenschaften hinsichtlich der Datenerfassung abzeichnen.

Ein anderes Beispiel um zu zeigen, was Informationsgesellschaft in Zukunft für uns noch bedeuten und welche ganz andere Relevanz ihre Vermittlung in Zukunft erhalten könnte: Im Rahmen einer Karikatur sind zwei Angebotsstände dargestellt, die sich äußerlich völlig gleichen. An einem werden „Wissen“ und am anderen „Witze“ angeboten. Während am „Wissensstand“ gähnende Leere herrscht, drängen sich am „Witzstand“ die Menschen. Auf der einen Seite wird die Information pur angeboten und auf der anderen wird auf



bereits Bekanntes zurückgegriffen und dieses in Form der Karikatur (des Witzes) gewissermaßen „revitalisiert“. Im Gegensatz zur „reinen“ Information ist die Karikatur eine Metainformation, die nach ganz eigenen Gesetzen funktioniert. Und dass sie funktioniert, macht dieses „Bild“ in seiner Sprache durchaus deutlich.

Der Witz ist, methodologisch gesehen, nichts anderes als der mediale und mentale Unterschied der Informationsträger. Der Witz benötigt keinerlei Power - Point - Präsentation, um zu funktionieren. Er hat eine Metastruktur über die - in der rein narrativen Binnenkommunikation einer verkürzten Schärfe - eine besondere Form von Wahrheit dargestellt bzw. bloßgestellt wird. Ihre Art der Information ist immer auch gespiegelt über die eigene Person, oder über einen anderen Parameter der diese Kommunikation in einer besonderen Weise auflädt, wie in einem Turbo. Der Witz ist, im Zusammenhang mit Informationsvermittlung - ähnlich wie das berühmte Bild - manchmal vielleicht mehr zu sagen in der Lage, als die als Zitat berühmt gewordenen 1000 Worte.

### **Abschließende Bemerkungen**

Abschließend noch einmal ein Rückgriff auf die eingangs erwähnten Fragen: Wie gehen wir also in den Medien und in der Vermittlung derselben miteinander um? Welches sind die Medien, die uns dabei unterstützen? Und wie nutzen wir diese Medien sinnvoll, dass uns diese in der beabsichtigten Aussage unterstützen? Um diese Fragen zusammenfassend und in Ansätzen beantworten zu können, soll dies im Folgenden noch einmal an einem ganz konkreten Beispiel aus dem Arbeits- und damit Kommunikations- und Interaktionsprozess unter Verwendung neuer Technologien verdeutlicht werden.

Im Vortrag von Herrn Prof. Dr. Rebensburg wurden folgende Begriffe unter dem Aspekt „positive Verheißungen“ thematisiert:

- Kunstdünger
- Maschinen
- Computer
- Gen-/Bio-Tec

Noch vor Beginn des Vortrages war auf der Folie anstelle des Begriffes „Kunstdünger“ der Begriff „Dünger“ aufgeführt. Beim nochmaligen Lesen (vor drei Stunden) der Präsentation fiel jedoch auf, dass im Rahmen der Präsentation der Begriff „Kunstdünger“ relevant ist. Um eine Änderung vorzunehmen, ist es nur erforderlich, den Rechner zu bedienen, das entsprechende Programm und die Datei aufzurufen und die betreffende Information zu korrigieren. Eine Banalität aus heutiger Sicht, was so noch vor einigen Jahren nicht möglich gewesen wäre, ebenso wenig wie der Umstand, dass auch nur diese wenigen Worte ad hoc in die eigene und direkt nachfolgende Präsentation aufgenommen werden können. Mittels dieser Technologien ist es also kurzfristig möglich unseren Kommunikationsprozess aufgrund solcher neuen Eingaben, Hinweise etc. zu korrigieren. Eine interaktive Aufnahme solcher Elemente ist noch umso wahrscheinlicher, wenn sich die Verweildauer eines Referenten über einen längeren Zeitraum (mehrere Tage) hinzieht, wodurch die Möglichkeit resultiert, den eigenen Beitrag erst im Verlauf der Tagung zu erstellen, zu verändern, zu konkretisieren, dem Diskussionsstand anzupassen, etc.

Oder aber es kommt wie in diesem konkreten Fall dazu, dass nicht mehr, sondern weniger

Informationen zur Verfügung stehen und es eine *conditio sine qua non* ist, schnell und konsequent auf diese misslichen Umstände zu reagieren. Infolgedessen haben diese Medien einen durchaus eigenen Wert und verändern die Art der eigenen Vortragsarbeit nachhaltig. Soweit, dass bei einem Vortrag, der am Schluss einer Session vorgestellt werden soll, nicht mehr der ursprünglichen angedachten Version entspricht (entsprechen muss). Mehr noch, das Beispiel dieses Vortrages zeigt, wie es dazu gekommen ist, schlussendlich im Rahmen des Studierendenkongresses doch mit Powerpoint-Folie zu arbeiten und diese zu präsentieren, obwohl dies anfänglich nicht so geplant war.

In der Variabilität und Flexibilität der eigenen Handlungsweisen liegen zwei der wesentlichen spannenden Aspekte, die der Arbeit mit diesen neuen elektronischen, digitalen Medien zu Grunde liegen: man kann sehr schnell, interaktiv, direkt und unmittelbar einen neuen Status aufrufen und diesen schon nach wenigen Minuten als eine allgemeine, und nicht nur für die nächsten Minuten gültige Referenz zurückspeiegeln. Und: Man ist damit *in medias res*, inmitten des Themas, nämlich beim Einsatz der Medien in der Vermittlungsarbeit, so wie diese im Rahmen der Veranstaltung an und im Alltag der Hochschule zu organisieren und methodologisch zu bewerten ist.

Mit diesen Worten sei der Leser / die Leserin abschließend dazu aufgefordert, sich -mit Brechts Worten gesprochen - einen eigenen Reim auf das Erlebte bzw. das Gelesene zu machen:

**"Glottz nicht so romantisch"**  
**Der Mythos der Medien als Methodologie des Studienerfolges.**  
**Ein interaktiver Diskurs über den Entfremdungseffekt an den Hochschulen.**

Als Medienexperte und -nutzer stellt sich der Referent einer besonderen Herausforderung: über die Medien, ihre Nutzung und ihren Nutzen zu reden, ohne diese im Vortrag selber einzusetzen.  
Jenseits jeglicher Power-Point-Pointen soll hier *hic et nunc*, jetzt und vor Ort versucht werden, einen Diskurs zu entfalten, in dem das Ritual von Vortrag und Fragen vom Kopf auf die Füße gestellt werden kann.  
Die für den Vortrag vorbereiteten Thesen zur selbst gestellten Frage: "Medien: Mediatoren oder Methadon?" sollen möglichst als Erfahrungswissen entfaltet werden - will sagen, sie sollen nach Möglichkeit Antworten stimulieren, die auch latent für das Auditorium von Bedeutung sind.  
Also sind alle Interessierte, Neugierige, Ungeduldige, ..., eingeladen, auch ihre Fragen schon vorab zu stellen.  
Gemäss dem Motto: Wer nicht fragt, der nicht gewinnt, kann man dieses schon vorab per Mail tun an "wolf.siegert@iris-media.com" oder noch mit einem Zettel direkt vor Ort. Ja: Selbst während der Vortrages ist es gestattet, per SMS zu intervenieren.  
In der Spannung zwischen der Aufgabe, einen "schönen Vortrag" zu halten (Methadon) und/oder einen Dialog vor und mit dem Auditorium zu inzenieren (Mediation) wird das Thema der Medien selbst zum "Kino im Kopf":

**"Verehrtes Publikum, los,  
such dir selbst den Schluss!  
Es muss ein guter da sein,  
muss, muss, muss!"** \*)

\*) Brecht: "Der gute Mensch von Sezuan." Epilog, 1938

Abb. 13: Textvariante 6