

Werner Wintersteiner

Der Jugend eine mediale Stimme geben!

Das Bild ergänzt das Wort und umgekehrt. Die Erklärung macht uns eine Sache verständlich, das Verständnis gibt uns die Sicherheit und erleichtert uns die Praxis.

Das, was wir wissen sollen, muss gelehrt und gelernt werden und muss zum Gelingen einer jeden Sache die nötige Ruhe vorhanden sein. Gerade in der jetzigen Zeit, wo ein Hasten auf der Tagesordnung steht, leidet auch unsere physische Kraft umso eher, wenn wir über das, was wir machen sollen, zweifeln und noch dazu nicht die nötige Ruhe haben.

Wie dieser Text, aus einem Kochbuch aus den Zeiten der k.u.k. Monarchie, zeigt, beschäftigt man sich mit der Text-Bild-Beziehung, mit der geeigneten Präsentation und mit der Notwendigkeit des Lernens nicht erst seit heute. Das Modethema *Kommunikation und Präsentation* ist so neu nicht, und es hat – abgesehen von der Kochkunst – auch im Deutschunterricht eine lange Tradition. Vor allem Rhetorik ist – als Sprecherziehung, als mündliche Kommunikation, als Redeübung usw. – seit je Bestandteil des Faches Deutsch. Dieser praktischen Bedeutung steht allerdings nicht unbedingt eine gleichwertige didaktisch-wis-

senschaftliche Beschäftigung gegenüber. Albert Bremerich-Vos (1991) hat schon vor Jahren diesbezüglich eine linguistische Absenz kritisiert und als Gründe dafür unter anderem einen akademischen Dünkel ausgemacht: Damit beschäftigen sich doch nur die, die es nötig haben, ihren Auftritt zu verbessern. Die »besseren Leute« haben so viel Kultur, dass sie diese »Nachhilfe« nicht brauchen.

Kommunikation und Präsentation vor 200 Jahren

Machte ich einem der Käufer einen Bückling oder empfahl mich ihnen, so sagte sie barsch, ehe die Leute noch zur Tür hinaus waren: Die Ware empfiehlt! und kehrte mir den Rücken.

Franz Grillparzer, *Der arme Spielmann*

Inzwischen hat sich einiges geändert. Als Schlagwort *Präsentation* und noch häufiger unter dem attraktiven Doppeltitel *Kommunikation & Präsentation* hat das Thema vor allem in der Wirtschaft Furore gemacht und kehrt von dort, geadelt durch das Flair des Erfolgs, wieder in Pädagogik und Deutschdidaktik zurück. Mit dem Optimismus des Siegers stellt das Duo den hohen Anspruch, nun als eine neue Schlüsselqualifikation zu gelten. Was sind die Gründe für diesen Vormarsch? Vermutlich spielen eine Reihe von Faktoren zusammen:

- Der wirtschaftliche Konkurrenzkampf erfordert es immer mehr, dass sich jede und jeder selbst profiliert, um bestehen zu können. Dadurch rücken Fragen der Präsentation und Selbstdarstellung in den Vordergrund.
- Das ständig wachsende Interesse an psychologischen Fragen hat ein breites Alltagswissen auch bezüglich Selbstdarstellung und Kommunikation mit anderen hervorgebracht.
- Neue Medien erlauben und erfordern zugleich Visualisierungen und optische Präsentationsformen, wie sie früher nur mit großem Aufwand von SpezialistInnen leistbar waren.
- Klassische rhetorische Kenntnisse sind wieder gefragt, allerdings immer in Kombination mit technisch unterstützten, multimedialen Darstellungsformen.

Es ist verständlich, dass es angesichts dieses äußeren Drucks nicht nur Zustimmung, sondern auch ein gewisses Misstrauen gibt. Sollen denn die Inhalte des Deutschunterrichts von außen, von »der Wirtschaft« vorgegeben werden? Besteht nicht die Gefahr, dass die Inhalte zu kurz kommen, wenn es mehr und mehr darum geht, *wie* das Gelernte dargestellt wird?

Man wird aber zugeben müssen, dass es nicht zwangsläufig einen Verlust an Inhalten bedeutet, wenn man sich mit verschiedenen Präsentationsmöglichkeiten vertraut macht. Und es ist auch schwer zu leugnen, dass wir nicht an den beruflichen Bedürfnissen der SchülerInnen vorbei unterrichten können. Nur wenn wir uns intensiv mit Kommunikation und Präsentation beschäftigen, ist es möglich, Übertreibungen zu vermeiden, falsche Erwartungen zu dämp-

fen und die richtigen Prioritäten zu setzen. Vor allem aber muss folgendes Argument beachtet werden: In medial geprägten Zeiten ist es von elementarer Bedeutung und im Sinne eines *emanzipatorischen* Unterrichts, Kindern und Jugendlichen eine »mediale Stimme« zu geben.

Präsentation ist bereits, zumindest an einigen berufsbildenden Schulen, ein wichtiger Bestandteil der Deutschlehrpläne. Das Thema ist jedoch in allen Schultypen von Bedeutung. Für den Deutschunterricht sind dabei besonders alle Fragen interessant, die sich aus der Kombination der Bereiche sprachliche und optische Gestaltung ergeben.

Das Ziel dieses Heftes ist deswegen ein zweifaches:

- Einerseits soll es eine praktisch brauchbare Einführung in diesen immer wichtigeren Bereich der Kommunikation bieten, und damit nicht nur für DeutschlehrerInnen eine Hilfestellung sein.
- Zum anderen soll es auch eine kritische Betrachtung des genannten Themenbereichs leisten und übertriebene Ansprüche zurückweisen.

Vor allem darf man nicht vergessen, dass es bei der Präsentation um die SchülerInnen selbst geht. Es lassen sich vor allem drei Aspekte ausmachen, deren optimales Zusammenspiel erst eine gelungene Präsentation und – im weiteren – erfolgreiche Kommunikation ausmachen: der Persönlichkeitsaspekt, der Sachaspekt und schließlich auch der technischen Aspekt. Dabei zeigt es sich, dass Präsentieren keineswegs bedeutet, ausschließlich die neue-

sten Medien einzubeziehen. Auch die »traditionellen« Formen müssen wieder zu Ehren kommen und gelehrt werden.

Im ersten Abschnitt *Zuspruch, Einspruch, Widerspruch* macht Diethard Suntinger (»Präsentation ohne Namen«) kritische Anmerkungen zum Boom des Präsentierens. Monika Dannerer überprüft Kommunikationsratgeber aus linguistischer Sicht (»In 10 Schritten zum Erfolg!«).

Das zweite Kapitel *Vom Sehen und vom Hören* konzentriert sich auf inhaltliche Analysen dieser beiden Bereiche. Margit Makrandreou gibt einen Überblick über das »Visualisieren«. Sie plädiert dafür, »mit Bildern zu sprechen«, das heißt, dass man sich der Wirkungsweise des Bildes bzw. der Text-Bild-Kombination bewusst sein muss, um sie optimal einzusetzen. Unter dem provokanten Titel »Power Point oder des Kaisers neue Kleider« kritisiert Reinhard Wieser, dass die Balance zwischen Inhalt und medialer Vermittlung oft nicht mehr gegeben ist. Er schlägt vor, neben der PC-Präsentation auch die »alten« Visualisierungstechniken wie Flipchart, Tafel, Overhead nicht zu vernachlässigen. Christian Berger will durch Radio-Arbeit ein Gegengewicht gegen die Vorherrschaft der Bilder schaffen. Sein Beitrag über Radiopräsentationen in Thesenform ist von der emanzipatorischen Idee geleitet, dass sich SchülerInnen mit Hilfe dieses Mediums hörbar machen können. Gerhard Grabners Beitrag bietet im Detail Präsentationstechniken schulischer Radioarbeit in der Praxis.

Das dritte Kapitel liefert *Projekt-Beispiele und Unterrichtsmodelle*. Elisabeth Schabus-Kant schildert, wie aus einer

Deutsch-Olympiade ein eigener Unterrichtsgegenstand *Kommunikation und Präsentation* geworden ist. Der Wettbewerbsgedanke wird nun mit einer systematischen Ausbildung kombiniert. Johann Radlberger berichtet, wie an seiner Schule aus den alten »Redeübungen« die Präsentation von »Interessensprojekten« geworden ist. Karl Mellacher wendet sich der schwierigen Frage der Leistungsbeurteilung zu und diskutiert drei Modelle für die Beurteilung mündlicher Präsentationen. Ebenfalls mit der Beurteilung setzt sich der Beitrag von Isabel Niedermüller auseinander, und zwar im Rahmen der Reifeprüfung an technischen Lehranstalten. Hier ist der Deutschunterricht ein Schlüsselfach für fächerübergreifendes Arbeiten. Für denselben Schultyp stellt Lisa Pardy ein Fortbildungsprojekt für Lehrkräfte vor. – Wer sich selbst – über die Lektüre dieses Heftes hinaus – weiterbilden möchte, sei auf die *Bibliographie* verwiesen, die in bewährter Manier von Friedrich Janshoff besorgt wurde.

Die Neugestaltung der *ide* hat bei unseren LeserInnen viele positive Reaktionen ausgelöst. Wir freuen uns darüber und bemühen uns, die Zeitschrift weiterhin schrittweise zu verbessern. In diesem Heft beginnt eine neue Serie »Das Gedicht im Unterricht« (im Magazinteil), womit wir die praktische Brauchbarkeit der *ide* noch erhöhen wollen.

Literatur

Bremerich-Vos, Albert: *Populäre rhetorische Ratgeber*. Historisch-systematische Untersuchungen. Tübingen: Niemeyer 1991.