

Hinweise zu Seminaren der AG Martini

Unsere Seminare geben Studentinnen und Studenten die Gelegenheit, **Schlüsselqualifikationen für die Berufspraxis** zu erwerben und wissenschaftliches Arbeiten zu üben. Eine zentrale Stellung nehmen **Referate** ein, die

- **kurz**,
- **prägnant** und
- **interessant** sein sollen.

Falsch: Referate mit dem Ziel, **möglichst viel Stoff** zu vermitteln.

 Lehre als Trichtermodell

Richtig: Referate mit dem Ziel, **Inhalte teilnehmerorientiert** zu vermitteln.

Hinweis: Der Vortrag richtet sich an die Mit-Studierenden, nicht an die Dozenten !!

 Lehre als Interaktionsprozess

Das Referat wird begleitet von einer schriftlichen Ausarbeitung (ca. 15 Seiten), die zwei Wochen vor dem Vortrag vorliegen muss (Ausschlussfrist!!).

Beachten Sie bitte auch unseren „Seminarleitfaden“:

<http://www.informatik.uni-bonn.de/IV/martini/Lehre/Seminarleitfaden.html>

2 Varianten von Referaten

Wir bieten zwei Varianten von Referaten an:

Variante A: Der Klassiker

 45 min Vortrag,
15 min Diskussion über inhaltliche Aspekte

Variante B: „Mal ‘was Neues“.

 20 min Vortrag,
20 min Videoaufzeichnung betrachten,
Ca. 10 min Diskussion über „Vortragstechnik“ / „Präsentationsstil“
Ca. 10 min Diskussion über inhaltliche Aspekte

Die Variante B ist nur in ausgewählten Semestern verfügbar.

Tipps zur Erstellung und Präsentation von Referaten

Ziel: Mündliche Präsentation im Seminar

- **schriftliche Ausarbeitung** eines Vortragsmanuskriptes
(ca. 15 Seiten, max. 45 min Sprechzeit)
- Evtl. Erstellen von Stichwortkarten für einen **freien mündlichen Vortrag**
- **Kernaussagen** zu einem wissenschaftlichen Thema
- **verständliche Sprache** zum Zuhören
- **methodisch abwechslungsreiche** Präsentation
- **Medieneinsatz** und unterstützende Visualisierung
- **eventuell** Erstellen eines **Thesenpapiers**

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 1.1-1

Der Referatstext

Ein Referat ... sollte sich **an Studierende wenden, sprachlich verständlich** sein und **möglichst frei vorgetragen** werden. Dazu ist die Ausarbeitung eines Vortragsmanuskriptes notwendig. **Üben Sie den Vortrag zu Hause und halten Sie die Zeit ein!** Gestalten Sie den Vortrag abwechslungsreich, planen Sie Unterbrechungen und Methodenwechsel ein.

Ein Referatstext sollte inhaltlich

- **klar und übersichtlich gegliedert** sein,
- einen **interessanten Einstieg** bieten,
- inhaltliche **Prioritäten** setzen / **Kernaussagen** bearbeiten,
- nach **Einleitung, Hauptteil und Schluss** strukturiert sein,
- **Fragen, Probleme und Thesen** aufwerfen,
- am Schluss zu einer **Diskussion** überleiten/anregen.

Ein Referatstext sollte formal

- aus **Deckblatt, Inhaltsverzeichnis, Text und Literaturverzeichnis** bestehen,
- **Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens** berücksichtigen,
- einen Umfang von ca. 10-15 Manuskriptseiten bzw. **20-45 Minuten Sprechzeit** nicht überschreiten,
- als **Redemanuskript in eine optisch übersichtliche Form** gebracht werden (Absätze, Unterstreichungen, Hervorhebungen, breiter Rand) und am Rand mit persönlichen Regieanweisungen versehen sein (z. B. Folie auflegen, Pause machen).
- Für den **freien Vortrag sollten Karteikarten mit Stichworten, Kernaussagen, Zitaten sowie Anfangs- und Schlussformulierungen** angefertigt werden.

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 1.1-2

Eingrenzung des Referatthemas (durch die Dozenten)

- Formulieren Sie die Referatthemen immer so, dass sie für die Studierenden auch **in angemessener Zeit bearbeitbar** sind.
- Geben Sie Hilfestellung zur thematischen **Einordnung des Referatthemas in den Gesamtkontext des Seminars**
(z. B. durch einen überblickartigen Einführungsvortrag zu Seminarbeginn).
- Empfehlen Sie Studierenden, ein **Referatthema in eine Fragestellung umzuformulieren**.
- **Beraten** Sie Studierende und **zeigen Sie Grenzen auf**
(zu anderen Referatthemen, wissenschaftlichen Positionen oder Problemstellungen).
- **Grenzen Sie die Literaturliste ein**
(z. B. nach Stichworten, Autoren, Semesterapparat, Literaturliste).

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 1.1-3

Gliederung des Referates

Die Einleitung (15 % Präsentationszeit)

- weckt **Interesse** und **wirft Fragen auf**,
- **führt in** ein Thema ein,
- **grenzt ein** Thema ein bzw. ab,
- stellt **Bezüge** her,
- führt zu einer **Problemstellung** hin,
- führt die **Reihenfolge der Bearbeitung** auf.

Der Hauptteil (75 % Präsentationszeit)

- ist **klar gegliedert**,
- enthält **Kernaussagen**,
- macht "**roten Faden**" erkennbar,
- setzt **Prioritäten**,
- greift **auf vorher Gesagtes** zurück,
- **fasst längere Passagen zusammen**.

Der Schluss (15 % der Präsentationszeit)

- **schließt** ein Thema **ab**,
- **fasst Ergebnisse zusammen**,
- **beantwortet eingangs aufgeworfene Fragen**,
- zieht **persönliche Schlussfolgerungen**,
- zieht **Vergleiche oder Synthesen**,
- stellt Fragen/Probleme in einen **größeren Zusammenhang**,
- weist auf offene Fragen hin (**Ausblick**),
- kommt zu **Thesen oder Aussagen**,
- regt eine **Diskussion** an.

Quelle:

- „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
- Handout G 1.1-4

Ein Thesenpapier kann verschiedene Funktionen haben:

- **als Grundlage und Anreiz für Diskussionen**

Eine These ist ein Satz mit einer Behauptung, die zum Zweck eines Beweises aufgestellt wird. Oft drückt sich in einer These die Auffassung der/des Referierenden zu einem theoretischen oder praktischen Problem aus. Sie sollte kurz, prägnant und provokativ formuliert sein. Ihr folgt meist eine kurze Begründung oder eine Gegenthese.

- **als schriftliche Zusammenfassung zentraler Informationen**

Wenn Thesen die Meinung anderer Autoren zusammenfassen, dienen sie eher dazu, Informationen zu verdichten und Kernaussagen zu machen.

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 1.1-5

Der motivierende Einstieg

Das Interesse an einem Thema wird gefördert durch:

- einen Verweis auf dessen **Aktualität**
- das Ansprechen von **Erfahrungen der Teilnehmenden**
- **Aufhänger** (Zeitungsartikel, Karikaturen, Zitate, Witze)
- das Aufstellen von **provokanten Thesen**
- Bezugnahme auf **Fall- bzw. Praxisbeispiele**
- Herstellen des **Berufsbezuges**

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 1.1-6

Bei der Umsetzung der Visualisierung ist zu achten auf:

- **große, lesbare Schrift**
- **einfache, kurze Formulierungen**
- **stichwortartige Kernaussagen**
- **begrenzte Zahl von Inhaltspunkten oder Aufzählungen**

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 1.1-7

Abwechslungsreiche Unterbrechung

Schaffen Sie Abwechslung, indem Sie

- **Informations- und Transferfragen** stellen
- **Praxisbeispiele** nennen und -bezüge herstellen
- **Diskussionen** anregen
- **provokante Thesen** einführen (Thesenpapier)
- überschaubare **kleine Arbeitsaufträge** vergeben
- ein **kurzes Partnergespräch** anregen

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 1.1-8

Zeiten richtig einplanen

Bereiten Sie sich vor, indem Sie

- den Vortrag **zu Hause mündlich laut üben** (mit Uhr)
- neben der reinen Sprechzeit **Zeitpuffer einbauen**
- Zeiten für **Fragen, Diskussionen, Feedback einplanen**
- **Zeitreserven** für Auf- und Umbau von Medien/Versuchsanordnungen etc. einplanen
- sich **beim Vortrag eine Uhr** daneben stellen

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 1.1-9

Rhetorische Tipps

zu

Vortrag und Gespräch

1. Grundregeln der Rhetorik

- Beachten Sie die **Maximen des Umgangs mit den Zeichensystemen der Kommunikation**.
- Holen Sie Ihr **Publikum dort ab, wo es steht**.
- Durchlaufen Sie für jede wichtige kommunikative Handlung die **fünf Planungsschritte der Rhetorik**.

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 2.1-1

2. Maximen zwischenmenschlicher Kommunikation

- Behalten Sie das **Ziel** im Auge!
- Achten Sie auf **kommunikative Routinen**!
- Nicht Ihre **Argumente** zählen, sondern die **Ihres Publikums**!
- Beachten Sie den **Kontext**!
- Bedenken Sie, **was gespielt* wird**!
- Achten Sie **bei jeder Nachricht** auf die **vier Seiten**!
- Achten Sie auf **Logik** und **Voraussetzungen**!
- Kontrollieren Sie **alle Zeichensysteme**!

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 2.1-2

* Beispiele für „Kommunikationsspiele“:

- König und Untertan,
- Hintergangener und Schuldiger,
- Sadist und Masochist,
-

2.1. Behalten Sie das Ziel im Auge !

Menschen setzen Kommunikation dann ein, wenn sie für die Umsetzung ihrer Ziele auf andere angewiesen sind.

Achtung:

Die Kommunikation weist nicht immer darauf hin, welche Ziele jemand verfolgt!

Funktionsprinzip kommunikativer Handlungen



Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002, Abb. 2.1-1

Kommunikative Routine



**ist nicht in
jeder Situation
erfolgsversprechend**

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002, Abb. 2.1-2

2.3. Kommunikation muss sich am Empfänger orientieren !



Beachten Sie:

Beziehung

a) zum Thema

- Vorkenntnisse?
- Relevanz?
- Einstellung?

b) zu Ihnen

- Vorkenntnisse?
- Relevanz?
- Einstellung?

Charakteristika des Publikums:

- ! Wertvorstellungen
- Berufe
- Interessengebiete
- politische Standpunkte
- Geschlecht
- Altersstruktur
- Bildungs-/Gesellschaftsschicht

Kommunikative Gewohnheiten des Publikums:

- Übung im Zuhören
- Grammatische Kompetenz
- Wortschatz

Eigenschaften des Publikums:

- Stimmung
- freiwilliges oder erzwungenes Zuhören?
- Größe > wenn mehrere Personen:
- Einheitlichkeit der Gruppe
- „Minimalkonsens“

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002, Abb. 2.1-3

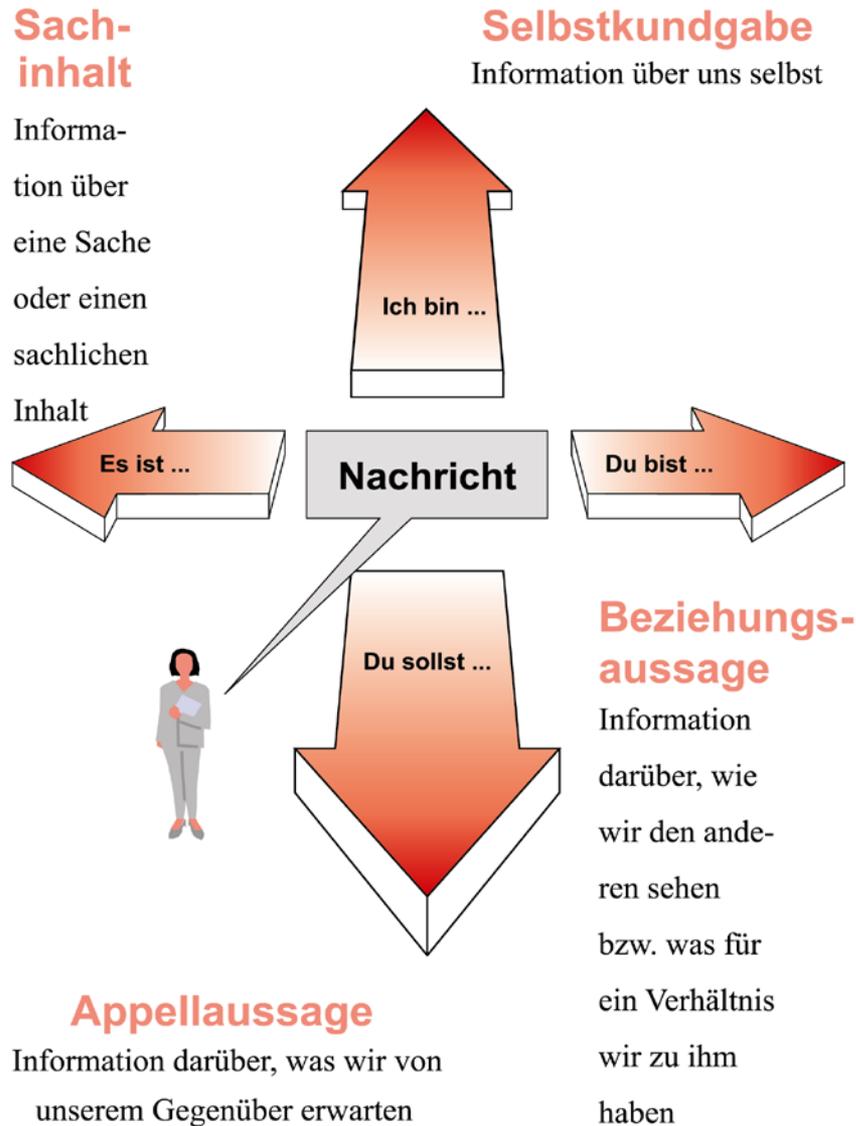
2.4. Beachten Sie den Kontext



Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002, Abb. 2.1-4

KOMMUNIKATION findet immer im **Kontext** statt

2.5. Die vier Seiten jeder Nachricht



Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002, Abb. 2.1-5

2.6. Kontrollieren Sie alle Zeichensysteme



3. Regel Nr. 1: Umgang mit den Zeichensystemen

3.1. „Verständlichkeit“ kontra „Interessantheit“ – Maximen der Verbalsprache

3.2. Professionelle Artikulation

3.3. Maximen für den Umgang mit nonverbalen Zeichensystemen

3.1. „Verständlichkeit“ kontra „Interessantheit“ – Maximen der Verbalsprache

Verständlichkeit

- **Prägnanz**
 - "auf den Punkt bringen"
- **Kürze**
- **Anschaulichkeit**
 - aktive Formulierungen
 - Beispiele
 - Metaphern
 - Vergleiche
 - Erzählungen
- **Angemessenheit**
 - in Inhalten (Vorwissen?), Wortschatz, Grammatik, logischem Aufbau und Länge

Zeichenhandlungen müssen - sollen sie denn verstanden werden - so eingängig sein, dass sie beim ersten (und oft einzigen!) Zuhören verstanden werden können und ihre wichtigsten Aussagen in Erinnerung bleiben.

Interessantheit

- **Variation**
 - von Formulierungen
 - von Inhalten
- **"Schönheit"**
 - sprachliche Gefälligkeit
 - inhaltliche Gefälligkeit
- **Bewertung**
 - Einschätzungshilfen geben!
- **Ungewöhnlichkeit**
 - in Bezug auf Formulierungen (neue oder sehr alte Wörter etc.)
 - in Bezug auf Verbindungen (Vergleiche etc.)
 - unübliche Stilformen (Redeabbruch, Abwendung vom Publikum etc.)

Zeichenhandlungen müssen (sollen Sie zum Zuhören anregen) abwechslungs- und einfallsreich sein. Gerade der Umgang mit Verbalsprache hat viel Spielerisches: Monotonie in Worten, Satzbau und Stil produziert Langeweile. Wie bei einer Orgel: Wer immer die gleichen zehn Töne spielt, dem wird nicht gerne zugehört.

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 2.1-3

„Verständlichkeit“ kontra „Interessantheit“ – Maximen der Verbalsprache (2)

Verständlichkeit

• Wiederholen Sie sich!

Wiederholung ist ein Mittel der Betonung und Einprägung.

• Definieren Sie unbekannte Begriffe!

Definieren Sie lieber zu viel als zu wenig. Wenn ein Zuhörer einen Begriff nicht kennt, kann er Ihnen nicht folgen.

• Stellen Sie Subjekt und Objekt nahe aneinander!

Damit ermöglichen Sie einen schnellen Überblick über Ihre Sätze.

• Vermeiden Sie zu lange und grammatisch zu komplizierte Sätze!

Zu lange oder komplexe Satzkonstruktionen bemühen die Zuhörenden über Gebühr und verleiten zum gedanklichen Abschweifen.

(z. B. statt *"Diese Grafik, die ich Ihnen an dieser Stelle noch zeigen möchte, beinhaltet die Quintessenz der Entwicklungen der letzten drei Jahre, was den Gegenstand meines Vortrags angeht."* lieber: *"Hier sehen Sie die Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt seit 1994."*)

Interessantheit

• Erzählen Sie "filmisch"!

Wann haben Sie den letzten Western gesehen? Erinnern Sie sich an die "klassischen" ersten Einstellungen:

Die Weite der Steppe, am Horizont eine Bergkette, davor Pferd und Reiter, klein wie ein Punkt. Dann der Held auf seinem Pferd - Totale. Schwenk auf die Bergkette, Zoom auf einen Gipfel - oben der Rauch aus dem Lager des Feindes. Dann wieder der Held, nun in Nahaufnahme: der stolz-lässige Blick auf den Horizont, die Zigarette hängt im Mundwinkel.

Beschreiben Sie wie ein Filmemacher: Betten Sie den Gegenstand Ihrer Ausführungen in den Kontext ein und zeigen Sie ihn dann immer genauer - und zeigen Sie dabei pro Satz nicht mehr als einen Gedanken.

• Benutzen Sie Synonyme!

Wenn es sich nicht um zentrale Begriffe handelt, verwenden Sie für häufig verwendete Worte andere Formulierungen. (z. B. statt dreimal "Abfallentsorgung" lieber "die Beseitigung von Abfällen", "die Müllentsorgung", "die Abfallentsorgung" oder statt dreimal "Politiker" lieber "die Lenker der Staatsgeschäfte", "die Organisateure des Gemeinwesens", "die Politiker")

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 2.1-4

„Verständlichkeit“ kontra „Interessantheit“ – Maximen der Verbalsprache (3)

Verständlichkeit

• Benutzen Sie aktive Formulierungen!

Passive Formulierungen sind abstrakt und unpersönlich. (statt "man kann sagen" lieber: "ich bin/Herr X ist der Auffassung" oder "wir alle wissen, dass ...")

• Bringen Sie Ihre Ausführungen "auf den Punkt"!

Denken Sie an die Methoden der Werbung - griffige "Merksätze" werden besser verstanden und bleiben besser in Erinnerung als umständliche Ausführungen. (z. B. statt: *"Wie ich bereits umfassend dargelegt habe: es beinhaltet erhebliche Schwierigkeiten, das Forschungsprojekt in der geplanten Form zu einem relevanten Ergebnis zu bringen."*: *"Kurz gesagt: wenn wir das Projekt so durchführen, kommt am Ende nichts heraus."*)

• Bleiben Sie alltagsnah!

Wählen Sie zur Veranschaulichung Beispiele aus dem Alltag der Zuhörenden und ihnen bekannte Vergleiche. (z. B. "Gestern traute ich meinen Augen kaum, als ich in die U-Bahn einstieg . . . Was bedeutet Derartiges für unser heutiges Thema?" oder "Stellen Sie sich dieses Molekül vor wie eine Spinne.")

Interessantheit

• Benutzen Sie Metaphern und ungewöhnliche Vergleiche!

Die Metapher ist eine Form des Vergleichs (s. u.). Sie ist für Zuhörende interessanter, weil sie mehr "Denkarbeit" erfordert. ("Diese Rechnung ist wie ein altes Fahrrad: vorne eine acht, hinten eine acht, und dazwischen stimmt auch nichts.")

• Nehmen Sie Stellung!

Es mag Situationen geben, in denen persönliche Meinungen unangebracht sind - doch generell gilt, dass derjenige, der eine eigene Meinung (angemessen) formuliert, damit Eindruck hinterlässt. (Artikulieren Sie auch Ihre persönliche Meinung - wenn Sie damit nicht mit Sicherheit in einen Fettnapf treten! Geben Sie Hilfestellungen zur Bewertung: Ist etwas Ihrer Meinung nach positiv oder negativ, groß oder klein, wichtig oder unwichtig etc.)

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 2.1-4

3.2. Professionelle Artikulation

Regel Nr. 1: Machen Sie Pausen!

Pausen

- helfen Ihnen, Ihren **Beitrag zu gliedern**;
- geben Ihnen **Zeit zum Atmen**,
- vor und nach wichtigen Aussagen geben diesen **Aussagen Gewicht**;
- geben den Zuhörenden auch **Zeit zum Überdenken des Gehörten**. Wenn Sie ihnen diese Zeit nicht lassen, werden Sie sie sich nehmen, während Sie sprechen - und Ihren Aussagen während dieser Zeit nicht folgen.

Regel Nr. 2: Variieren Sie Tempo, Tonhöhe, Klangfarbe ("Stimmung"), Lautstärke, Pausenlänge und Satzmelodie!

Ohne Variation bei der Artikulation wirkt ein Beitrag nicht nur monoton und langweilig, sondern ist auch **schlecht verständlich**. Vorsicht bei der Variation ist lediglich hinsichtlich des Sprechbogens angebracht:

Regel Nr. 3: Verwenden Sie den passenden "Sprechbogen"!

In unserer Gesellschaft werden Aussagen folgendermaßen intoniert:

- Bei Aussagen heben Sie die Stimme zur Satzmitte und senken Sie zum Ende.
- **Heben Sie die Stimme bei Fragen** bis zum Satzende?

Wenn Sie Aussagen als Fragen intonieren, stellen Sie diese Aussagen in Frage! Wenn Sie hingegen eine Frage als Aussage intonieren, stellen Sie den Fragecharakter in Frage und könnten daher als autoritär wahrgenommen werden.

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 2.1-5

3.3. Maximen für den Umgang mit nonverbalen Zeichensystemen (1)

Signalisieren Sie:

- **Freundlichkeit**
 - Blickkontakt
 - Lächeln
 - Orientierung der Bewegungen auf die Zuhörenden zu
 - "offene Bewegungen" (Arme offen, Hände seit- oder aufwärts)
- **Achtung**
 - Angemessenheit der Kleidung, Redezeit, Sprache und Inhalt
- **Selbstbewusstsein**
 - gehobener Kopf
 - gerade Kopfhaltung
 - gerade Schultern
 - "Raum einnehmen"
 - offenes Anblicken

Vermeiden Sie:

- **"negative Selbstdarstellung":**
 - "schlaffe Haltung,, (hängende Schultern)
 - zu viel Statik
 - Äußerungen "gefährlicher" Emotionen (Tränen, Wutausbrüche etc.)
- **Selbsterabsetzung:**
 - "demütige Haltung" (schräger Kopf, gebeugte Haltung)
 - Vermeidung von Blickkontakt
 - Zeichen der Unsicherheit (Hibbeln, Hände ins Gesicht etc.)

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 2.1-6

Maximen für den Umgang mit nonverbalen Zeichensystemen (2)

Tipp 1:

Stellen Sie sich vor, Sie sind eine Marionette, die am Scheitel und an den Schultern an der Decke bzw. am Himmel aufgehängt ist - dann stehen Sie automatisch gerade.

Tipp 2:

Halten Sie die Hände zu Beginn des Sprechens, als wollten Sie jemandem mit jeder Hand ein Brötchen geben. Alles weitere erledigt die Gestik allein. Wenn Sie nicht wissen, wohin mit Ihren Händen, nehmen Sie etwas in die Hand - aber nichts, womit Sie spielen könnten!

Quelle: „Neues Handbuch Hochschullehre“, Raabe Verlag, 2002
Handout G 2.1-6

4. Regel Nr. 2: Holen Sie Ihr Publikum dort ab, wo es steht !

Informieren Sie sich im Vorfeld über Ihr Publikum!



Und setzen Sie diese Informationen um:

Sprechen Sie seine Sprache
Bringen Sie seinen Alltag ein
Finden Sie ihm plausible Gründe
Arbeiten Sie mit seinen Wertvorstellungen
Tragen Sie seine Kleidung
Bedenken Sie seine aktuelle Verfassung
Verwenden sie seine Bilder und Vergleiche



Denken Sie wie einer Ihrer Zuhörer

5. Regel Nr. 3: Durchlaufen Sie die 5 Planungsschritte

Die fünf Planungsschritte der Rhetorik:

1. Gedankenfindung

„was will ich vermitteln?“

2. Ordnung und Anordnung der Gedanken

„in welcher Reihenfolge will ich es vermitteln?“

3. Formulierung

„mit welchen Zeichen will ich es vermitteln?“

4. Erstellung eines „Merkzettels“, eines Skripts

„wie erinnere ich mich an Punkt 1 bis 3?“

5. Umsetzung des Skripts in eine kommunikative Handlung

„was muss ich beim Kommunizieren beachten?“