

LET ME ENTERTAIN YOU?

REFLEXIONEN ZU UNTERHALTSAMER LEHRE NACH EINEM PROFESSORALEN DJ-AUFTRITT

VON BRIGITTE BIEHL-MISSAL

Professoren müssen ein wenig von Entertainern haben, aber müssen sie *eine gute Show* bieten? Diese Frage hat sich mir kürzlich gestellt, als ich selbst als DJ vor einem Publikum aus Studierenden in einem Berliner Club aufgelegt habe. Zunächst zum Kontext: Die Frage nach niveauvoller, aber ansprechender Lehre taucht in populären Medien auf, ebenso in der Zeitschrift *Forschung und Lehre* des Deutschen Hochschulverbands und in internationalen Fachzeitschriften. Hier zirkuliert auch der Begriff *Edutainment*. Im *Journal of Management Education* erklärt Billsberry (2014), dass dieses Portemanteau zunächst einmal Education meinte, oder Lehre und Lernen, das an Unterhaltung, also Entertainment, angelehnt ist. Das Konzept ist zunächst positiv konnotiert, denn langweilig vermitteltes Lehrmaterial wird oft kaum verstanden, nicht erinnert, und noch weniger umgesetzt. Doch schon bald wurden die Kehrseiten deutlich, nämlich dass der Unterhaltungsfaktor von Lehre auf Kosten der Inhalte und des Lernens gesteigert wird. Trotz des Spaßes ist Lernen auch eine Herausforderung, gerade in Geisteswissenschaften und der Managementdisziplin, wenn Studierende ihre eigenen Werte, Meinungen und Verhalten auf den Prüfstand stellen, langwierig verhandeln und erweitern müssen.

Als Gründe für Edutainment wird gerne das digitale Zeitalter mit Facebook und Co. angeführt, das etwa ausführlichere Argumentationsführung erschwerete (Billsberry, 2014, S. 152). Einfluss hat auch die Veränderung der Hochschullandschaft, wobei besonders an den staatlichen Universitäten die Prioritäten einer Masse an Dozenten, die auf befristeten Stellen sitzen und einem zunehmenden Publikations- und Drittmitteldruck ausgesetzt sind (Brems & Brennicke, 2015), nicht primär auf guter Lehre liegen können. In einer amerikanischen Untersuchung geben Professoren an, sie würden lieber *entertainen*, als demotivierte und lernschwache Studierende zu fordern und zu konfrontieren, um keine schlechte Bewertung zu erhalten (Billsberry, 2014, S. 152). Solche Verzerrungen in Ausbildungsinstitutionen, die trotz Studiengebühren mehr und ernster sind als ein Konsumakt, sind offensichtlich zu aller Nachteil.

Eine Anekdote zum trügerischen Wert des Entertainment ist die berühmte Dr. Fox-Vorlesung von Naftulin und Kollegen (1973, S. 630): Ein trainierter Schauspieler hielt einen passionierten, aber inhaltsleeren Vortrag. Die meisten Zuhörer im Hörsaal beurteilten ihn danach „gut“ und gaben an, „etwas gelernt“ zu haben. Das bewies, dass Studierenden-Evaluationen zum großen Ausmaß auf der Persönlichkeit des Dozenten basieren können, nicht auf Kompetenz und Lehrstoff. Aus der Gender-Perspektive müsste noch ergänzt werden, dass hier noch ein Mann mittleren Alters auftrat, wobei eine „typisch männliche“ Erscheinung in Wirtschaft und Wissenschaft häufig als „kompetent“ eingeschätzt wird, während weibliches Aussehen oft als weniger führungsstark und qualifiziert gedeutet wird (von Rennenkampff, 2005). In dem Schauspieler-Beispiel ist effiziente Lehre und Lernen also abgekoppelt von der Unterhaltung und der Illusion des Lernens.

Der bekannte Soziologe Erving Goffman (1981, S. 160) hatte sich im Aufsatz *The Lecture* mit dem Darstellungsaspekt einer Vorlesung beschäftigt. Er rät zwar den einen oder anderen rhetorischen Effekt aber empfiehlt generell einen ernsthaften und fast leicht unpersönlichen Stil, da es nicht Ziel sei, einen emotionalen Effekt zu provozieren, sondern die Zuschauer gedanklich zu involvieren und Verständnis zu schaffen.

So einige dieser Gedanken gingen mir nach der Professorennacht im Fritzclub durch den Kopf. Professoren legen hier vor Studierenden ein kurzes Set auf, wie in der Vorlesung geben sie Ton und Tempo vor, mixen Inhalte ineinander. Bei Hits kommt viel Jubel – hach, wie toll, auf tausend euphorische Studierende zu blicken! – bei unbekanntem Tracks sinkt erst einmal die Stimmung. Ein DJ ist nichts, wenn die Leute nicht tanzen, und so ist ein Professor auch nichts, wenn sich keiner geistig bewegt.

An der BSP haben wir das Event in die Lehre integriert: Die Studierenden aus KMWS2013 im Modul Eventmarketing haben die Veranstaltung begleitet, die ausrichtende Event-Agentur Blackbox im Vorfeld besucht, und Ideen für die



Online-Kommunikation der Facebook-Seite mitentwickelt, meine Playlist aufgestellt, sowie die Veranstaltung vor Ort hinter, vor und auf der Bühne miterlebt, sowie Fachliteratur zum Thema besprochen. Auch mit Studierenden der Medienwissenschaften habe ich Theorie zu Tanz als Medium, Atmosphäre und Clubkultur durchgenommen sowie die Frage, was ein Kommunikationsmanager denn von einem DJ lernen kann, in Bezug auf Kommunikation, Motivation und das Schaffen von Energie in Gruppen.

Hier kommen Lehre und Forschung zusammen, denn einer unserer Forschungsschwerpunkte heißt *Wirtschaftsästhetik* oder *Art of Management* und untersucht Kunst als Inspiration für Manager, beispielsweise in Form von psychologischem Kunstcoaching oder unter dem Stichwort Business Punk. Es werden auch Parallelen zwischen Theater und Management sowie Inszenierungsprozesse untersucht. In einem laufenden Projekt interviewen wir

weiteren will. In diesem Sinne kann ich mich dann mit der *Kulturindustrie* von Horkheimer und Adorno beruhigt ins nächste Seminar begeben mit den Ziel, dass wir uns gemeinsam darüber *unterhalten*, um zu lernen.

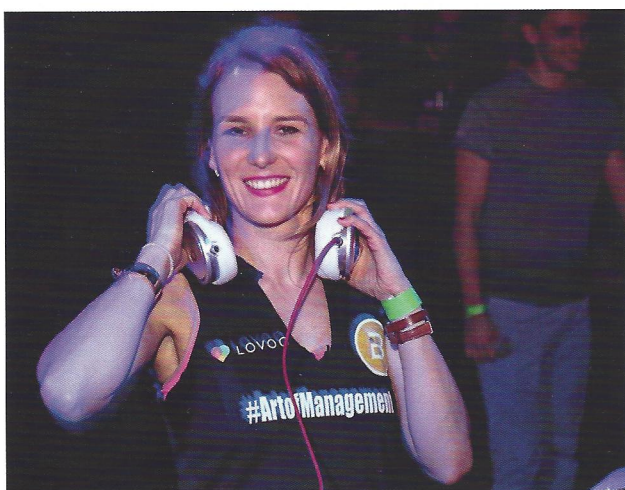
Billsberry, J. (2014) The Rise and Fall of Edutainment, *Journal of Management Education*, 38(2): 151-159.

Brems, B. & Brennicke, A. (2015) Arbeitsbedingungen an Unis. Wir flexibilisieren uns zu Tode. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 7. Januar, s.l.

Goffman, E. (1981) The Lecture, in: *Forms of Talk*, 160-196. Oxford: Basil Blackwell.

Naftulin, D. H., Ware, J. E., Jr., & Donnelly, F. A. (1973). The Doctor Fox lecture: A paradigm of educational seduction, *Journal of Medical Education*, 48: 630-635.

von Rennenkampf, Anke (2005), Aktivierung und Auswirkungen geschlechtsstereotyper Wahrnehmung von Führungskompetenz im Bewerbungskontext, Mannheim 2005, <http://bibserv7.bib.uni-mannheim.de/madoc/volltexte/2005/860/> (Abruf: Jan 2015).



Techno-DJs, um Lehren für die Managementpraxis abzuleiten. Hier habe ich etwa schon erfahren, dass auch ein DJ mit Anspruch nicht nur Party machen will, sondern auch mit besonderen Platten den Horizont des Publikums er-