

„Klingt wie Sputnik“ Der typische Sound von Radiomoderationen aus Sicht der Hörer

Inhalt

1. Ausgangspunkt.....	1
2. Forschungsstand.....	2
3. Fragen, Ziele, Anwendungsbereiche.....	3
4. Theoretischer Hintergrund: Wahrnehmung und Kategorisierung von Radiomoderation.....	4
5. Entwurf einer Methode.....	6
6. Vorläufige Gliederung.....	8
8. Auswahlbibliografie.....	8

1. Ausgangspunkt

Hörer können einen Radiosender häufig innerhalb weniger Sekunden erkennen. Radiopraktiker sind auch sehr darum bemüht, ihrem Programm einen hohen Wiedererkennungswert zu verleihen, verspricht er doch einen Vorteil gegenüber konkurrierenden, ähnlich formatierten Programmen. Um den Eindruck einer einheitlichen *Wellenidentität* entstehen zu lassen, werden in sogenannten *Stylebooks* teils klar strukturierte Merkmalskomplexe vorgegeben (z.B. die Programm- und Stundenuhr), zum Teil wird darin aber auch die gewünschte *Anmutung* beschrieben – ein eher intuitives, durch jahrelange Erfahrung geprägtes Empfindungsschema, wie der typische „Sound“ des Senders zu klingen hat. Dazu gehören beispielsweise die *Ansprechhaltung*, die den Hörern gegenüber eingenommen werden soll, oder das *Mixing*, die Art und Weise, in der die Musik abgemischt wird (vgl. Föllmer 2011, 335; Thorn 2010, 7f.). Ob und wie es gelingt, solche Vorgaben umzusetzen und ob die Hörer einen Sender tatsächlich anhand derjenigen Merkmale erkennen, die die Produzenten zu diesem Zweck entworfen haben, ist meist nur sehr indirekt zu beantworten.

Die Programmforschung befasst sich kaum mit der Anmutungsdimension von Radiosendern. Schwerpunkte liegen hier eher auf der journalistischen Qualität und Themenwahl der Beiträge, dem Musik-Wort-Verhältnis oder dem verwendeten Sprachstil (vor allem unter dem Gesichtspunkt der Informationsdichte). Dass es sich bei Radio um ein klingendes Medium handelt, das auch Sinne und Gefühle anspricht, wird lediglich bei der Erforschung der Musikfarbe deutlich. Dabei ist es längst bekannt, dass die Art der Präsentation die Verarbeitung der dargebotenen Informationen deutlich beeinflussen kann.

Dieser „blinde Fleck“ der Anmutung soll nun in einem interdisziplinären Projekt zur Radioästhetik untersucht werden, unter der Leitung von Prof. Golo Föllmer vom Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaften und Prof. Ines Bose vom Seminar für Sprechwissenschaft und Phonetik der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (Überblick dazu: Föllmer 2011). Da zu Musik im Radio bereits intensiv geforscht wird, konzentriert sich dieses Projekt stärker auf bisher vernachlässigte Programmelemente, die ebenso zum charakteristischen Sound eines Senders beitragen – darunter die sogenannte *Verpackung* (z.B. Jingles, Bumper, Musikbetten; vgl. Rüdinger 2010) und die technische Bearbeitung des Audiosignals (Stimmschlüssel, Wellenkompression). Auch das Zusammenspiel der einzelnen Elemente wird analysiert und auf seine Auswirkungen auf die Anmutung hin untersucht; dazu werden Vergleiche zwischen Sendern ähnlicher und unterschiedlicher Formate angestellt (vgl. z.B. Richter 2010). Mein Beitrag zu diesem Projekt soll sich der Moderation widmen.

2. Forschungsstand

Nach Lindner-Braun (1998) geben 74% der Hörer an, sie würden ein Radioprogramm anhand der Moderatoren erkennen; die Moderation scheint also bei dem typischen Sound eines Senders eine wichtige Rolle zu spielen. Dabei lassen sich drei wesentliche Einflussfaktoren vermuten: erstens die individuelle Stimme und Ausdrucksweise des Moderators und zweitens der format- und sendertypische Sprechstil. Der dritte Faktor ist die Audiotbearbeitung, die den individuellen Stimmklang, je nach Format, zum Teil stark überformt, um ein unverwechselbares Klangprofil zu erreichen (vgl. Gawlik / Maempel 2009).

Die Forschung zum Wortanteil im Radio beschränkt sich größtenteils auf Inhaltsanalysen und die Verständlichkeit des Sprachstils. Aus einer großen Zahl an Befragungen zu Nutzungsgewohnheiten und -motiven geht hervor, dass Hörer das Radio nicht nur einschalten, um informiert und unterhalten zu werden, sondern auch, um sich zu entspannen, „nicht so allein“ zu sein (vgl. Schenk 2007, 718ff.) oder um sich als Teil einer Gruppe zu fühlen (vgl. Fronatale / Mills 1980, 12). Radio wird häufig nebenbei gehört, während man sich auf andere Tätigkeiten konzentriert. Es kann dazu genutzt werden, die Stimmung zu heben („*mood management*“), als Takt- und Tempogebener zur Strukturierung des Tages oder einfach als „Klangtapete“ zur Untermalung (vgl. z.B. Åberg 2001, 89). Die Vermutung liegt nahe, dass bei all diesen Nutzungsformen und Bedürfnissen nicht nur die Inhalte, die ein Radioprogramm vermittelt, oder deren verständliche Darstellung von Bedeutung sind. Hier geht es nicht nur um konzentriertes Zuhören, sondern vielmehr um „*a listening mainly to sound or tone*“ (vgl. ebd.).

Freilich ist die Musikauswahl an dieser Stelle ein wichtiger Faktor (z.B. Vowe / Wolling 2004, 251), aber auch dem stimmlichen Ausdruck wurde in zahlreichen Untersuchungen bescheinigt, dass er einen bedeutenden Einfluss auf die affektive Wirkung von Sprecher und Gesprochenem nehmen kann (Überblick z.B. Wendt 2007, Kap. 2.3; Hirschfeld / Neuber / Stock 2009). Es wäre sehr unwahrscheinlich, wenn der Stimm Ausdruck der Moderatoren nicht ebenfalls zur Anmutung eines Senders beitragen würde. Bisher wurde dieser Zusammenhang jedoch kaum erforscht. Der noch stärker sozial geprägte Sprechausdruck (Sprechstimmhöhe, Sprechmelodie, Stimmklang, Dynamik, Sprechtempo, Artikulation, Sprechspannung, vgl. stellvertretend Stock / Suttner 1991, 65f.) gilt unter anderem als Erkennungszeichen für die Zugehörigkeit zu sozialen und regionalen Gruppen (klassisch hierzu z.B. Giles / Scherer / Taylor 1979). Kann sich ein Hörer mit einem Radiosender identifizieren, so erhöht sich zugleich die Wahrscheinlichkeit einer Bindung an das Programm (vgl. Pawlowski 1987, 96f.; Hillmoth 2004, 301f.). Es ist anzunehmen, dass neben der Musik auch der Sprechausdruck einen Einfluss auf solche Identifikationsprozesse hat (zum gezielten Einsatz von dialektalen Anklängen in der Werbung zu eben diesem Zweck vgl. z.B. Pennock-Speck 2006).

Eine neuere Strömung in den Kognitionswissenschaften, die sich unter dem Begriff „*grounded*“ oder „*embodied cognition*“ zusammenfassen lässt, weist darauf hin, dass Wahrnehmung und mentale Zustände enger und direkter mit der Zuweisung von Kategorien verbunden sind als lange Zeit angenommen (vgl. Pecher / Zwaan 2006). Bezogen auf Radiomoderation könnte das beispielsweise bedeuten, dass nicht nur der wahrgenommene Schall als Hinweisreiz für das Erkennen, die Zuordnung zu einem bestimmten Sender fungieren kann, sondern auch die damit verbundenen kognitiv-affektiven Wirkungen (ausführlicher dazu siehe Absatz 4).

Die Wirkung von Stimm- und Sprechausdruck auf die Hörer wurde bislang fast ausschließlich mit Hilfe von eigens dafür konstruiertem Material untersucht, das sich häufig nur sehr begrenzt auf den Alltag übertragen lässt (vgl. Bose 2010, 44ff.). Arbeiten, die sich explizit auf die Wirkung von Stimmen und Sprechweisen im Radio beziehen, verwenden zwar in der Regel authentische Mitschnitte (wie z.B. die Studien im Sammelband von Sendlmeier 2005 oder in der Übersicht von Mattstedt / Apel 2011), durch die Befragungsmethoden werden allerdings die Möglichkeiten der Probanden, die Wirkung zu beschreiben, massiv eingeschränkt. Bei Semantischen Differenzialen oder Likert-Skalen, die sich in der Wirkungsforschung als Standardmethoden etabliert haben, können die Befragten üblicherweise nur zwischen Antworten wählen, die ihnen von Experten

vorgegeben wurden (vgl. Scheer 1993, 37). So lassen sich zwar recht gut Hypothesen untermauern, die Begriffe der Experten sind aber nicht notwendigerweise auch die der Probanden. Hinzu kommt, dass nur vage Schlüsse darüber gezogen werden können, welche der vorgegebenen Skalen für die Probanden tatsächlich von Bedeutung sind, wenn sie „ihre“ Wirkung beschreiben sollen, geschweige denn, welche der Beschreibungen für sie tatsächlich auch im Alltag relevant wären. Ferner sind es gerade die für die Probanden irrelevanten Skalen, die zu unerwünschten Artefakten führen (vgl. z.B. Heise 1969). Die externe Validität solcher Untersuchungen ist also durchaus fragwürdig.

Will man nun herausfinden, was Radiohörer an den Moderationen eines bestimmten Senders als typisch wahrnehmen und woran sie diesen Eindruck festmachen, wäre ein solches Vorgehen äußerst unbefriedigend – denn bei der Klärung dieser Fragen sind zweifellos die Hörer die Experten.

3. Fragen, Ziele, Anwendungsbereiche

Wie wirkt die Moderation eines bestimmten Radiosenders auf seine Hörer? Woran erkennen sie diese? Was macht für die Hörer das Typische an dieser Moderation aus und wie würden sie es beschreiben? An diesen Leitfragen soll sich meine Dissertation orientieren. Methodisch interessant ist dabei vor allem die Beschreibung. Ist es möglich, ein Beschreibungsprofil (etwa in Form eines Semantischen Differenzials) für die typische Moderation eines Senders zu entwickeln, und zwar in der Sprache seiner Hörer?

Dazu soll eine theoretisch wohl fundierte Methode entwickelt und getestet werden, mit der über mehrere Untersuchungsschritte am Ende ein solches Profil gewonnen werden kann. Die Vorzüge qualitativer und quantitativer Verfahren sollen dabei gewinnbringend miteinander verknüpft werden. Ein wichtiger Kern dieser Methode, die Hörerbefragung, orientiert sich am Repertory Grid-Verfahren, das ursprünglich von Kelly (1991, Original 1955) entwickelt wurde. Es handelt sich hierbei um eine Form teilstrukturierter Interviews, die auf den Vorgängen des Vergleichens und des Unterscheidens basieren – wobei der Interviewte seine *eigenen* Unterscheidungen trifft (vgl. Ohme 2008, 144; genauere Beschreibung siehe Absatz 5). Dieses sehr flexible Verfahren fand bereits in den unterschiedlichsten Bereichen Anwendung; eine beeindruckende Übersicht dazu bietet ein 2003 von Fransella herausgegebene Aufsatzband. Bisher ist mir aber kein einziger Fall bekannt, in dem die Wahrnehmung und Wirkung von Stimme und Sprechen, ganz zu schweigen von Radiomoderationen, auf diese Weise untersucht wurden. Ob und wie sich das Verfahren für Untersuchungen dieser Art urbar machen lässt, soll in meiner Arbeit geklärt werden. Der Schwerpunkt liegt hier also eher im sorgfältigen Entwickeln, Durchführen und Prüfen der angewandten Methodik und ihrer theoretischen Grundlegung, weniger auf dem Erhalt statistisch repräsentativer Ergebnisse. Angesichts des Arbeitsaufwandes wäre letzteres wohl eher mit einem Forscherteam umzusetzen. Für größer angelegte Untersuchungen kann die geplante Arbeit aber eine wichtige Grundlage bilden. Sie kann darüber hinaus zu einer wertvollen Quelle für neue Impulse und Forschungsfragen werden, da gerade die Perspektive der Hörer bei diesem Thema noch kaum, und wenn doch, dann nur mittels geschlossener Fragen untersucht wurde. Vier bereits durchgeführte Probeinterviews deuten darauf hin, dass sich auf diese Weise umfangreiches und für die Wirkungsforschung hochinteressantes Material erheben lässt. Interessant dürften in diesem Zusammenhang auch die sich abzeichnenden Tendenzen in den Beschreibungsprofilen werden.

Die im Rahmen meiner Dissertation entwickelte Methode soll beispielhaft an Moderationen der Jugendwelle MDR Sputnik erprobt werden. Sollte sich zeigen, dass sich die Profile der Sputnikmoderationen untereinander ähneln und sich (zumindest in einigen Punkten) signifikant von den Profilen anderer Programme unterscheiden, wäre ein daraus errechnetes Sputnik-Moderationsprofil vielseitig anwendbar. In Folgestudien können dann z.B. diverse Parameter am Stimulus-Material manipuliert werden (Melodieumfang, mittlere Sprechstimmlage, Position der Formanten, Pausensetzung etc.), um zu untersuchen, in welche Richtung sich die Profile daraufhin ändern. Dies kann wiederum Auskunft über die Relevanz und Funktion einzelner Merkmale geben. Es lassen sich Ähnlichkeiten und Unterschiede zu Sendern ähnlichen oder unterschiedlichen

Formats untersuchen – wie unterscheidbar sind beispielsweise Sender innerhalb eines Formats? In einem größer angelegten Rahmen ließen sich solche Profile auch für interkulturelle Vergleiche einsetzen. Nicht zuletzt könnten Radioanbieter mit ihrer Hilfe überprüfen, ob und wie sich ihr Profil bei der Einführung neuer Programme und Layouts verändert.

4. Theoretischer Hintergrund: Wahrnehmung und Kategorisierung von Radiomoderation

Wie kommen Radiohörer dazu, einzelne, in unterschiedlichen Situationen erlebte Klangeindrücke (unter anderem Moderationen) einer Kategorie wie „MDR Sputnik“ zuzuordnen? Bei dieser Frage werde ich mich grundlegend an den analytischen Sprachphilosophen Quine und Goodman orientieren. Diese beiden holistischen Ansätze sollen auf den Untersuchungszweck hin mit einigen kognitionswissenschaftlichen Erkenntnissen unterfüttert und erweitert werden. Dabei will ich mich insbesondere auf den Bereich der *grounded cognition* konzentrieren. Diese relativ junge Strömung in den Kognitionswissenschaften geht, im Gegensatz zum traditionellen Kognitivismus, davon aus, dass das Gehirn nicht wie ein Computer mit abstrakten Symbolen arbeitet, die mit Wahrnehmung, Introspektion (Affekte, Motivationen etc.) und Propriozeption (Körperwahrnehmung) nichts mehr zu tun haben – im Gegenteil, Kognitionsvorgänge *begründen* sich gerade darin (daher auch „*grounded*“ oder „*embodied cognition*“). Der Ansatz eignet sich vor allem, um die Situationsabhängigkeit, Fehlertoleranz und hohe Flexibilität kognitiver Vorgänge zu erklären. Kognition besteht nach dieser Grundauffassung nicht darin, dass ein vorbestimmtes Gehirn eine vorgegebene Welt wie einen Spiegel repräsentiert, „*but is rather the enactment of a world and a mind on the basis of a history of the variety of actions that a being in a world performs*“ (Varela / Thompson / Rosch 1993, 9). Auf dieser Basis gelangte ich zu folgendem theoretischen Standpunkt, den ich im Rahmen meiner Dissertation weiter ausbauen werde:

Ein Hörer erkennt einen bestimmten Radiosender wieder, weil er verschiedene Episoden, in denen ihm dieser Sender begegnet ist, als ähnlich wahrgenommen und daraus eine *Ähnlichkeitsgrundlage* abgeleitet hat. Diese Episoden lassen sich als „*kurze Zustände oder Zeitabschnitte des Körpers des Wahrnehmenden auffassen. Es sind Zeitabschnitte in seinem Leben. Damit sind es Gesamt-Episoden mit allen unwesentlichen Einzelheiten. Doch die zwischen ihnen bestehende Wahrnehmungs-Ähnlichkeit ist keine umfassende Ähnlichkeit Punkt für Punkt. Sie kann beliebig eingeschränkt sein auf den wesentlichen Vorgang*“ (Quine 1976, 33; vgl. auch Barsalou 1999, Abschnitt 2.2.2). Über die *Wahrnehmungs-Ähnlichkeit* können also mehrere Episoden zueinander in Beziehung gesetzt werden. Diese Ähnlichkeit bezieht sich dabei nicht nur auf ähnliche Sinnesreize, sondern kann unter anderem auch durch Emotionen beeinflusst werden, durch Stimmungen und (mehr oder weniger präsente) Vorerfahrungen, die wiederum Auswirkungen darauf haben können, auf welche Aspekte einer Episode jeweils die Aufmerksamkeit gelenkt wird (vgl. Quine 1976, 44-52).

Die Ähnlichkeitsgrundlage, die ein Radiohörer aus einer Anzahl wahrnehmungs-ähnlicher Episoden abstrahiert, kann also von vielen Faktoren abhängig sein – seine Erfahrungen mit verschiedenen Radiosendern, die Kontexte, in denen er diese Erfahrungen gesammelt hat, und der Fokus seiner Aufmerksamkeit in der aktuellen wie auch in vergangenen Episoden können sich darauf auswirken, *welche* Aspekte einer Gesamtsituation für ihn relevant sind, um einen neuen akustischen Reiz als „MDR Sputnik“ zu klassifizieren (vgl. auch Goodman 1978, 8ff.; Keane / Smyth / O'Sullivan 2001; Heit 2001). Das kann beispielsweise der Klangeindruck selbst sein, der Schriftzug auf der Digitalanzeige des Radios oder auch bestimmte Inhalte, wenn z.B. gerade ein bekanntes Gewinnspiel läuft. Es ist zudem davon auszugehen, dass hier nicht nur Erfahrungen mit dem Medium Radio einen Einfluss haben, sondern auch Erfahrungen aus anderen Kontexten, unter anderem aus der alltäglichen zwischenmenschlichen Kommunikation.

Zumindest, was das Lernen aus Episoden mit ähnlichen Sinnesreizen angeht, bieten konnektionistische Ansätze (auf denen die Forschung zur *grounded cognition* maßgeblich aufbaut) eine recht plausible Vorstellung, auf welche Weise eine Ähnlichkeitsgrundlage zustande kommen könnte. Konnektionisten betrachten das Gehirn als ein neuronales Netzwerk, bei dem Verbindungen zwischen Neuronen verstärkt werden, sobald

sie, etwa durch einen Sinnesreiz, gleichzeitig aktiviert werden, und abgeschwächt, sobald die jeweiligen Neuronen einzeln und nicht gleichzeitig aktiviert werden. Je häufiger bestimmte Teile des Netzwerkes durch ähnliche Stimulationen in ähnlichen Mustern gemeinsam aktiviert werden, umso größer ist dadurch die Wahrscheinlichkeit, dass ein neuer, ähnlicher Stimulus erkannt und zugeordnet wird, selbst wenn z.B. nur bestimmte Teile des Ganzen wahrgenommen werden (vgl. McClelland / Rumelhart / Hinton 1986; Pulvermüller 1999).

Dies wäre auch eine mögliche Erklärung für die Gestalthaftigkeit vieler Wahrnehmungsprozesse. Das gilt ebenso für die Wahrnehmung und Kategorisierung von Gesprochenem, wobei häufig „*signifikante Hinweisreize*“ der verbalen oder phonischen Ebene genügen, damit ein Hörer die dazugehörige Gestalt ergänzt, die er aus vergangenen Erfahrungen in ähnlichen Situationen erlernt hat und erwartet (vgl. Bose 2010, 52). Solche Ergänzungen sind auch als *pattern completion inferences* bekannt (vgl. z.B. Barsalou 2009). Es ist also auch im Falle der Rezeption von Radiomoderationen von einer ganzheitlichen, an typischen Beispielen orientierten Verarbeitung bei den Hörern auszugehen, wobei die Zuordnung zu bestimmten Kategorien nicht allein vom Schallereignis selbst abhängig ist (vgl. Lakoff 1987, 37f., 46f.; Kleiber 1993, 48f.; Harley 2008, 332f.). Die Beschränkung auf bestimmte Teilbereiche eines Phänomens (wie hier der typische „Sound“ von Radiomoderationen) ist als Operationalisierung zur wissenschaftlichen Untersuchung möglich und nötig, kann aber – geht man vom oben beschriebenen holistischen Ansatz aus – das Phänomen nicht vollständig greifen, weil hier auch Einflüsse wie Hörgewohnheiten, die übliche Hörsituation, Erwartungen, die Inhalte der Moderation etc. herein spielen.

Diese Ganzheitlichkeit macht sich auch in der Weise bemerkbar, wie im Alltag über die Wirkung von Sprechern und Sprechweisen geredet wird; so etwa die (in einer Vorbefragung gehörte) Aussage: „*Die Moderatoren von Sender XY klingen für mich wie diese Obercoolen, die ich in der Schule schon nicht leiden konnte.*“ Individuelle Erfahrungen mit einer bestimmten sozialen Gruppe („die Obercoolen“) aus einem bestimmten Kontext (Schule, was auch Rückschlüsse auf die Altersstruktur dieser Gruppe zulässt), die affektive Bewertung und Einstellung gegenüber dieser Gruppe – all dies überträgt die befragte Hörerin auf die Moderatoren von Sender XY, es kann in diesem Falle also von einer recht umfangreichen *pattern completion inference* ausgegangen werden. Aussagen dieser Art erfolgen in der Regel relativ spontan und mühelos. Fragt man die Hörer aber, an welchen Merkmalen (z.B. stimmlichen Parametern) sie ihren Eindruck jeweils festmachen, fällt ihnen das meist wesentlich schwerer. Eine Ausnahme bilden besonders auffällige Merkmale, die den Erwartungen der Hörenden deutlich widersprechen (vgl. Stock 1991, 25).

Bei aller Individualität der Wahrnehmung und der eigenen *Hörbiografie* (vgl. Geißner 1984) scheinen sich Hörer aber, wenn sie sich über die Wirkung und Zuordnung eines konkreten, soeben gehörten Sprechers austauschen, dennoch erstaunlich häufig einig darüber zu sein, welche Beschreibung den Höreindruck jeweils besonders gut „trifft“. Beispielsweise herrscht bei der Einschätzung der Persönlichkeit eines Sprechers, von einigen wenigen Streitfällen abgesehen, in der Regel große Übereinstimmung. Dieser Zusammenhang ist schon seit Langem bekannt und untersucht (vgl. z.B. Allport / Cantril 1934; Aronovitch 1976). Es ist auch bekannt, dass bei bestimmten Beschreibungskategorien (wie etwa „klingt gediegen“ oder „laut und fröhlich“) bestimmte Referenzobjekte (z.B. das Schallereignis, auf das sich die Beschreibung bezieht) als „typischer“ für diese Beschreibung wahrgenommen werden als andere, und dass Mitglieder einer Sprachgemeinschaft darin weitgehend übereinstimmen (vgl. Ungerer / Schmidt 2006, 107f.).

Aus konnektionistischem Blickwinkel kann man, wie die Anthropologinnen Strauss und Quinn, Kultur betrachten als „*regular occurrences in the humanly created world, in the schemas people share as a result of these, and the interactions between schemas and this world.*“ (vgl. Strauss / Quinn 1997, 7). Diejenigen Ereignisse, Erfahrungen, Merkmale, die einem Menschen besonders häufig gleichzeitig oder zumindest in engem Zusammenhang begegnen (also „*regular occurrences*“), schlagen sich als besonders starke neuronale Verbindungen nieder – zufällige Variationen um den Durchschnitt herum werden dagegen durch wesentlich schwächere Verbindungen repräsentiert, die auch einen wesentlich geringeren Einfluss auf die kognitive Ver-

arbeitung haben (vgl. ebd. 83; 123). Die Welt von Menschen im gleichen sozialen Umfeld ist häufig in einer Weise organisiert, dass sie viele ähnliche Erfahrungen sammeln und ihnen ähnliche Muster begegnen. Zahlreiche soziale Praktiken setzen solche geteilten Erfahrungen voraus. So hat eine gemeinsam verwendete Sprache z.B. einen gewissen Einfluss darauf, welche Aspekte von Episoden eher bemerkt und somit auch eher erinnert werden (vgl. ebd. 123f.). Ein Beispiel, wie eine gemeinsame Sprachpraxis über „Sound“ auf der Basis gemeinsamer Erfahrungen erlernt werden kann, bietet z.B. Porcello (2004).

Gespräche über die Wirkung, Bewertung und Einordnung von Stimm- und Sprechausdruck sind im Alltag nicht unüblich. Nach Lindner-Braun (1998) redet etwa jeder Vierte (24%) über Leute im Radio. Es ist wahrscheinlich, dass dabei auch klangliche Aspekte eine Rolle spielen. Ohne eine zumindest ansatzweise etablierte Sprachpraxis, die auf einem geteilten Erfahrungsschatz beruht, wäre eine Verständigung in solchen Gesprächen unmöglich.

Die „passende“ Beschreibung eines Schallereignisses ist natürlich nicht gleichzusetzen mit dem individuellen Höreindruck, auch nicht mit der Ähnlichkeitsgrundlage, aufgrund derer die Beschreibung dem Hörer als „passend“ erscheint. Beide sind aber kulturell beeinflusst und so sind die Bezeichnungen, die Hörer spontan wählen, um beispielsweise die Moderationen von MDR Sputnik zu beschreiben, und auch die Häufigkeit, mit der sie in ihren Beschreibungen übereinstimmen, vielleicht noch die dichtest-mögliche Annäherung an ihre Ähnlichkeitsgrundlagen, denn – *„The moral of this is that the fixed points are just the shared stimulus and the word; the ideas between are as may be and may vary as they please, so long as the external stimulus in question stays paired up with the word in question for all concerned.“* (Quine 1974, 84).

5. Entwurf einer Methode

Stimuli und Probanden

Die Stimuli meiner Untersuchung bestehen aus zwei Gruppen authentischer Moderationsmitschnitte. Die erste Gruppe bildet das „eigentliche“ Untersuchungsmaterial: die „Sputnik-Stimuli“. Das sind Ausschnitte von jeweils fünf bis sieben Sekunden von verschiedenen Moderatoren zu verschiedenen Tageszeiten (morgens und später Nachmittag / früher Abend, da hier die Hörerzahlen am größten sind), ohne Verpackungselemente und ohne Nennung des Sendernamens. Die zweite Gruppe dient als Vergleichsmaterial: die „Nicht-Sputnik-Stimuli“. Es handelt sich hierbei um Moderationsausschnitte, die unter ähnlichen Gesichtspunkten ausgewählt wurden wie die Sputnik-Stimuli (fünf bis sieben Sekunden, möglichst keine Verpackung, kein Sendername, ungefähr zur selben Tageszeit gelaufen wie die Sputnik-Mitschnitte). Diese Mitschnitte stammen allerdings aus anderen Programmen des MDR, die zum Teil ähnlich formatiert sind wie MDR Sputnik (Jump), zum Teil anderen Formaten zugeordnet werden (Figaro, Info, MDR 1 Radio Sachsen-Anhalt). All diese Programme sind in der Region um Halle, aus der die Probandenstichprobe gezogen wird, zu empfangen. Sämtliche Aufnahmen sind dabei so, wie sie auch auf den Endgeräten der Hörer ankommen, sie sind also technisch nachbearbeitet. Das Korpus, aus dem die Sputnik- und Nicht-Sputnik-Stimuli ausgewählt werden ist bereits erhoben worden. Ich habe mich entschieden, mich in meiner Untersuchung auf MDR-Programme zu beschränken, um die Anzahl der Stimuli für die Repertory Grid-Interviews und die Befragungen mittels der Semantischen Differenziale zu verringern. Zwar können die Stimuli damit nicht als repräsentativ gelten, aber die Wahrscheinlichkeit ist geringer, dass die Probanden durch zu lange, zu umfangreiche Befragungen überfordert und ermüdet werden, was meist zu Artefakten führt. Bei einer größer angelegten Erhebung ließe sich die Belastung besser verteilen, indem nicht jeder Proband zu allen Stimuli befragt wird.

Die Probandenstichprobe wird aus Studierenden verschiedener Fachrichtungen der Martin-Luther-Universität bestehen (allerdings ohne Sprech- oder Medienwissenschaftler). Von der Alters- und Bildungsstruktur her gehören diese zur Zielgruppe von MDR Sputnik. Im ersten Schritt der Untersuchung ist auch geplant, die Online-Community des Senders einzubeziehen, die Verhandlungen mit MDR Sputnik dazu sind zurzeit aber noch nicht abgeschlossen.

Schritt 1: Welche der Moderationsausschnitte sind besonders sputniktypisch?

Zunächst soll festgestellt werden, welche der erhobenen Stimuli am ehesten dem typischen „Sputniksound“ entsprechen. Die Operationalisierung von „typisch“ ist dabei angelehnt an Rosch (1975), wonach ein Vertreter umso typischer für eine Kategorie ist, je größere Einigkeit unter den Probanden herrscht, dass es sich hierbei um einen Vertreter dieser Kategorie handelt. Die Probanden bekommen Sputnik- und Nicht-Sputnik-Stimuli in zufälliger Reihenfolge zu hören, um dann jeweils zu entscheiden, welche dieser Stimuli auf MDR Sputnik laufen könnten und welche nicht. Dadurch soll herausgefunden werden, welche der Sputnik-Stimuli am zuverlässigsten als solche erkannt werden, also einen besonders hohen Wiedererkennungswert für das Programm haben. Eher untypische Sputnik-Stimuli werden auf diese Art aus dem Korpus herausgefiltert. Es würde sich anbieten, die so gewonnenen „typischen Exemplare“ auf Ähnlichkeiten untereinander hin zu untersuchen (akustische, stimmliche Parameter, Sprachstil etc.). Im Rahmen der Promotionsarbeit wird dies aus zeitlichen Gründen kaum möglich sein, sollte aber im Anschluss daran erfolgen.

Dieser erste Untersuchungsschritt soll als Onlinespiel in der Sputnik-Community umgesetzt werden. Auf diese Weise lässt sich nicht nur eine große Anzahl an Sputnikhörern erreichen, die Probanden sind vermutlich auch motivierter als in einer klassischen Laborsituation. Eine kleine Geschichte zur Einführung könnte beispielsweise lauten: *„Du bist bei deinen Großeltern zu Besuch. Kaffee und Kuchen satt, nette Sache. Aber den ganzen Tag laufen volkstümliche Schlager. Du fängst schon an, das Zeug mitzusummen, es wurmt sich in dein Ohr; langsam kriegst du's mit der Angst (ggf. mit einem Crescendo an Heintje o.ä. unterlegen). Dann die Rettung: auf dem Dachboden sollst du Omas Album mit Kinderfotos suchen. Dabei stolperst du über ein altes Radio. Es funktioniert sogar noch, nur die Anzeige ist kaputt. Finde Sputnik – und dem fiesen Ohrwurm geht's an den Kragen!“*. Die Geschichte basiert auf der Erfahrung, dass viele der jüngeren Hörer (im Gegensatz zu älteren) den genannten Musikstil stark ablehnen (vgl. Egger / Windgasse 2007). Die User können dann per Mausklick die Suche in Gang setzen (indem sie z.B. den Schieberegler auf dem Bild eines alten Radios bewegen) und ebenfalls per Klick entscheiden, ob sie „ihren“ Sender gerade gefunden haben oder nicht. Durch eine solche Einbettung würde sich die Untersuchungssituation auch etwas weniger künstlich gestalten.

Schritt 2: Begriffe zur Beschreibung des typischen Sounds einer Sputnikmoderation sammeln

Die Vorgehensweise von Schritt 2 ist inspiriert von den Repertory Grid-Interviews nach Kelly (1991). Den Probanden werden jeweils drei Moderationsausschnitte hintereinander vorgespielt (eine sogenannte *Triade*). Davon ist mindestens einer ein Sputnik-Stimulus, der sich im vorangegangenen Untersuchungsschritt als sputniktypisch erwiesen hat. Die anderen beiden sind – in zufälliger Kombination – Nicht-Sputnik-Stimuli oder sputniktypische Sputnik-Stimuli. Die Probanden sollen nun entscheiden, welche zwei der drei Stimuli ähnlicher zueinander sind. Daraufhin werden sie gebeten, kurz zu beschreiben (Adjektiv, Wortgruppe), woran sie diese Ähnlichkeit festmachen und wodurch sich diese beiden Stimuli von dem weniger ähnlichen unterscheiden. Anschließend wird die nächste Triade vorgespielt und der Prozess wiederholt.

Dieses Herangehen gibt Aufschluss über zweierlei Fragen: einmal, wie die Probanden (soweit es ihnen bewusst ist) die Sputnikmoderationen von anderen abgrenzen und außerdem, ob und worin sich ihrem Eindruck nach die Sputnik-Stimuli untereinander ähneln. Da nur eine begrenzte Zahl an Interviews von begrenzter Dauer durchgeführt werden kann, werden die Kombinationsmöglichkeiten der Stimuli dahingehend eingeschränkt, dass nur solche Stimuli in eine Triade aufgenommen werden, die ungefähr zur selben Tageszeit gelaufen sind. Diese Einschränkung ist durchaus alltagsnah, da z.B. Hörern bei der Sendersuche im Autoradio auch nicht hintereinander Moderationen der Morningshow und des Vorabendprogramms begegnen, zumal sich diese Programme, zumindest strukturell, durchaus voneinander unterscheiden können (vgl. z.B. Åberg 2001).

Die Interviews sollen in Kleingruppen durchgeführt werden. Dadurch kommt zwar der möglicherweise störende Einfluss gruppenspezifischer Prozesse hinzu, es lässt sich auf diese Weise aber besser beobachten,

bei welchen Begriffen und Wortgruppen sich die Probanden einig sind, dass sie den Höreindruck „auf den Punkt bringen“ und wie schnell und sicher sie zu diesem Ergebnis gelangen. Darüber hinaus ist die Wahrscheinlichkeit größer, dass die Probanden sich dann gegenseitig erklären müssen, was sie meinen, was das Begriffsrepertoire vergrößern und vereindeutigen könnte. Möglicherweise kann dadurch auch der Interviewereinfluss verringert werden, da weniger Bedürfnis besteht, der sprechwissenschaftlichen Expertin entlocken zu wollen, ob die vorgeschlagenen Beschreibungen nun „richtig“ sind oder nicht.

Schritt 3: Profil erstellen

Ziel dieses Schrittes ist es, die in Schritt 2 gewonnenen Begriffe zu einem Semantischen Differenzial nach Osgood (1957) zu formieren, wobei die Dimensionierung bei diesem sehr spezifischen Themenbereich wahrscheinlich von den klassischen Dimensionen Evaluation, Potency und Activity mehr oder weniger stark abweichen wird (vgl. Schäfer 1987, 163).

Wie genau die Begriffe aus den Interviews zu einer repräsentativen Liste zu vereinigen sind, ist abhängig von deren konkreten Ergebnissen. Kommt ein sehr großes Korpus an Beschreibungen zustande, wäre folgende Variante vermutlich die geeignetste: Eine Probandenstichprobe bekommt alle typischen Sputnik-Stimuli und alle Nicht-Sputnik-Stimuli zu hören. Dabei wird ihnen zu jedem Stimulus eine Liste vorgelegt, auf der sämtliche Adjektivpaare und Wortgruppen verzeichnet sind. Die Probanden sollen nun für jeden Stimulus auf einer Ratingskala angeben, für wie „passend“ sie die Beschreibungen auf der Liste jeweils halten. Diese Methode hat den Vorteil, dass die Relevanz der Beschreibungen für die Probanden zuverlässiger ermittelt wird, als würde man die Liste in Form eines langen Semantischen Differenzials vorlegen und im Anschluss faktorenanalytisch untersuchen. Erweist sich die Liste der Beschreibungen als nicht so lang, wäre dieses Verfahren aber durchaus zu begrüßen, da man so einen ersten Einblick in möglicherweise zugrundeliegende Dimensionen gewinnen und die Skalen anhand ihrer Faktorenladungen auswählen könnte. Bei langen Listen wäre diese Methode aber vermutlich wesentlich ermüdender als die erste Variante und damit recht fehleranfällig. Mit Hilfe des „fertigen“ Differenzials soll dann eine weitere Probandenstichprobe wiederum sämtliche Stimuli einschätzen. Zu prüfen wäre dann, ob bei den sputniktypischen Mitschnitten ähnliche Beschreibungsprofile herauskommen, die sich von den Profilen der anderen Mitschnitte unterscheiden.

8. Auswahlbibliografie

- Åberg, C. (2001):** Radio analysis? Sure! But how? In: Stuhlmann, A. (Hg.): Radio-Kultur und Hör-Kunst. Zwischen Avantgarde und Popularkultur 1923 – 2001, Würzburg, 83-104.
- Allport, G. W. / Cantril, H. (1934):** Judging personality from voice. In: Journal of Social Psychology, 5:1, 37-55.
- Aronovitch, C. D. (1976):** The voice of personality: Stereotyped judgements and their relation to voice quality and sex of the speaker. In: Journal of Social Psychology, 99:2, 207-220.
- Barsalou, L. W. (2009):** Simulation, situated conceptualization and prediction. In: Philosophical Transactions of the Royal Society B 364, 1281-1289.
- Barsalou, L. W. (1999):** Perceptual symbol systems. In: Behavioural and Brain Sciences 22, 577-660.
- Bose, I. (2010):** Stimmlich-artikulatorischer Ausdruck und Sprache. In: Deppermann, A. / Linke, A. (Hg.): Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton. Berlin, New York, 29-68.
- Egger, A. / Windgasse, T. (2007):** Radionutzung und MNT 2.0. Eine erste Analyse auf Basis der weiterentwickelten MedienNutzerTypologie. In: Media Perspektiven 5, 255-263.
- Föllmer, G. (2011):** Indikatoren qualitativer Identitäts-Marker im Broadcast Sound Design. Theorie und Methodik der Untersuchung qualitativer Merkmale sprecherischer und anderer Sendeelemente im Radio. In: Bose, I. / Schwiesau, D. (Hg.): Nachrichten schreiben, sprechen, hören. Forschungen zur Hörver-

ständigkeit von Radionachrichten. Berlin, 335-352.

- Fransella, F. (2003) (Hg.):** International handbook of personal construct psychology. Chichester.
- Fromm, M. (1995):** Repertory Grid Methodik. Ein Lehrbuch. Weinheim.
- Fronatale, P. / Mills, J. (1980):** Radio in the television age. New York.
- Gawlik, F. / Maempel, H.-J. (2009):** Der Einfluss des Sendewegprocessings auf die Senderwahl von Radiohörern. In: Bericht der 25. Tonmeistertagung 13.-16.11. 2008, Leipzig. Bergisch Gladbach: Verband Deutscher Tonmeister e. V., 278-290.
- Geißner, H. (1984):** Über Hörmuster. Gerold Ungeheuer zum Gedenken. In: Gutenberg, N. (Hg.): Hören und Beurteilen. Sprache und Sprechen, Bd. 12, Frankfurt a. M., 13-56.
- Giles, H. / Scherer, K. R. / Taylor, D. M. (1979):** Speech markers in social interaction. In: Scherer, K. R. / Giles, H. (Hg.): Social markers in speech. Cambridge, 343-388.
- Goodman, N. (1978):** Ways of worldmaking. Indianapolis, Indiana.
- Harley, T. (2008):** The psychology of language. From data to theory. 3. Aufl. Hove, New York.
- Heise, D. (1969):** Some methodological issues in semantic differential research. In: Psychological Bulletin 72, 6, 406-422.
- Heit, E. (2001):** Background knowledge and models of categorization. In: Hahn, U. / Ramscar, M. (Hg.): Similarity and categorization. Oxford, New York, 155-178.
- Hillmoth, H.-D. (2004):** Das Programm als Markenartikel. In: La Roche, W. v. / Buchholz, A. (Hg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München, Leipzig, 299-301.
- Hirschfeld, U. / Neuber, B. / Stock, E. (2009):** Sprach- und Sprechwirkungsforschung. In: Fix, U. / Gardt, A. / Knape, J. (Hg.): Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung. 1. Halbbd. Berlin, New York, 772-786.
- Keane, M. / Smyth, B. / O'Sullivan, J. (2001):** Dynamic similarity: A processing perspective on similarity. In: Hahn, U. / Ramscar, M. (Hg.): Similarity and categorization, Oxford, New York, 179-192.
- Kelly, G. A. (1991):** The psychology of personal constructs. Bd. 1 u. 2, London, New York.
- Kleiber, G. (1993):** Prototypensemantik. Eine Einführung. Tübingen.
- Lakoff, G. (1987):** Woman, fire, and dangerous things. What categories reveal about the mind. Chicago, London.
- Lindner-Braun, C. (1998):** Moderatorentest für den Hörfunk. In: Lindner-Braun, C. (Hg.): Radioforschung. Konzepte, Instrumente und Ergebnisse aus der Praxis. Opladen, Wiesbaden, 175-190.
- Mattstedt, N. / Apel, H. (2011):** Medienwirkungen – Methoden ihrer realitätsnahen Messung. In: Bose, I. / Schwiesau, D. (Hg.): Nachrichten schreiben, sprechen, hören. Forschungen zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten. Berlin.
- McClelland, J. L. / Rumelhart, D. E. / Hinton, G. E. (1986):** The appeal of Parallel Distributed Processing. In: Rumelhart, D. E. / McClelland and the PDP Research Group (Hg.): Parallel Distributed Processing. Explorations in the microstructure of cognition vol. 1: Foundations. Cambridge, Massachusetts, 3-44.
- Niedenthal, P. M. / Barsalou, L. W. / Winkielman, P. / Krauth-Gruber, S. / Ric, F. (2005):** Embodiment in attitudes, social perception, and emotion. In: Personality and Social Psychology Review 9, 184-211.
- Ohme, U. (2008):** Vielfalt entfalten. Musikhören und Musikdenken in Netzen. Die Psychologie der Persönlichen Konstrukte und das Repertory Grid von George A. Kelly: Theorie und Anwendung in Musikwissenschaft und Musikpsychologie. Essen.
- Osgood, C. E. / Suci, G. J. / Tannenbaum, P.H. (1957):** The measurement of meaning. Urbana, Chicago.
- Pawlowski, K. (1987):** Wie sprechen Hörfunkjournalisten? Eine sprechwissenschaftliche Analyse. In: Geißner, H. / Rösener, R. (Hg.): Medienkommunikation: vom Telephon zum Computer. Frankfurt a. M.
- Pecher D. / Zwaan, R. (2006):** Introduction to grounding cognition: The role of perception and action in memory, language, and thinking. In: Pecher, D. / Zwaan, R. (Hg.): Grounding cognition. The role of perception and action in memory, language and thinking. Cambridge, 1-7.
- Pennock-Speck, B. (2006):** Styling the voice, selling the product. In: Mourón Figueroa, C. / Moralejo Gárate, T. I. (Hg.): Contrastive linguistics: Proceedings of the 4th International Contrastive Linguistics Conference, Santiago de Compostela, September 2005. Santiago, 973-980.

- Porcello, T. (2004):** Speaking of sound: Language and the professionalization of sound-recording engineers. In: *Social Studies of Science*, 34:5, Special issue on sound studies: New technologies and music, 733-758.
- Pulvermüller, F. (1999):** Words in the brain's language. In: *Behavioural and Brain Sciences* 22, 256-336.
- Quine, W. v. O. (1976):** Die Wurzeln der Referenz. Frankfurt a. M.
- Quine, W. v. O. (1975b):** Mind and verbal dispositions. In: Guttenplan, S. (Hg.): *Mind and language*. Wolfson College lectures 1974. Oxford, 82-95.
- Redecker, B. (2008):** Persuasion und Prosodie. Eine empirische Untersuchung zur Perzeption prosodischer Stimuli in der Werbung. Frankfurt a. M.
- Richter, A. (2010):** Studien zur Bestimmung klangästhetischer Merkmale von Radioprogrammen. Magisterarbeit Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. (Mskr.)
- Rosch, E. (1975):** Cognitive representations of semantic categories. In: *Journal of Experimental Psychology: General* 104, 192-233.
- Rüdinger, T. (2010):** Ästhetik und Dramaturgie von On-Air-Promotion im Radio. Magisterarbeit Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. (Mskr.)
- Schäfer, B. (1983):** Semantische Differential Technik. In: Feger, H. / Bredenkamp, J. (Hg.): *Datenerhebung*. Göttingen, Toronto, Zürich, 154-221.
- Scheer, J. W. (1993):** Planung und Durchführung von Repertory Grid-Untersuchungen. In: Scheer, J. W. / Catina, A. (Hg.): *Einführung in die Repertory Grid-Technik*. Bd. 1 Grundlagen und Methoden. Bern, 24-40.
- Schenk, M. (2007):** Medienwirkungsforschung. Tübingen.
- Sendlmeier, W. (2005)(Hg.):** Sprechwirkung - Sprechstile in Funk und Fernsehen. Berlin.
- Spang, W. (2006):** Qualität im Radio. Determinanten der Qualitätsdiskussion im öffentlich-rechtlichen Hörfunk in Deutschland. St. Ingbert.
- Stock, E. (1991):** Grundfragen der Sprechwirkungsforschung. In: Krech, E.-M. / Richter, G. / Stock, E. / Suttner, J. (Hg.): *Sprechwirkung. Grundfragen, Methoden und Ergebnisse ihrer Erforschung*. Berlin, 9-58.
- Stock, E./Suttner, J. (1991):** Wirkungen des Stimm- und Sprechausdrucks. In: Krech, E.-M./Richter, G./Stock, E./Suttner, J. (Hg.): *Sprechwirkung. Grundfragen, Methoden und Ergebnisse ihrer Erforschung*. Berlin, 59-129.
- Strauss, C. / Quinn, N. (1997):** A cognitive theory of cultural meaning. Cambridge.
- Thorn, C. (2010):** Ansprechhaltung. Eine Begriffsbestimmung. Diplomarbeit Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. (Mskr.)
- Ungerer, F. / Schmidt, H.-J. (2006):** An introduction to cognitive linguistics. Harlow, UK.
- Varela, F. J. / Thompson, E. / Rosch, E. (1993):** The embodied mind. Cognitive science and human experience. Cambridge, Massachusetts.
- Vowe, G. / Wolling, J. (2004):** Radioqualität. Was die Hörer wollen und was die Sender bieten. München.
- Wendt, B. (2007):** Analysen emotionaler Prosodie. Frankfurt a. M.