

SCHRIFTEN ZUR SPRECHWISSENSCHAFT
UND PHONETIK

Ines Bose/Clara Luise Finke/Anna Schwenke (Hg.)

Medien – Sprechen – Klang

**Empirische Forschungen
zum medienvermittelten Sprechen**

Ines Bose / Clara Luise Finke / Anna Schwenke (Hg.)
Medien – Sprechen – Klang

Schriften zur Sprechwissenschaft und Phonetik,
herausgegeben von Ines Bose, Kati Hannken-Illjes,
Ursula Hirschfeld, Baldur Neuber und
Susanne Voigt-Zimmermann
Band 27

Ines Bose / Clara Luise Finke / Anna Schwenke (Hg.)

Medien – Sprechen – Klang

Empirische Forschungen zum medienvermittelten Sprechen

Der vorliegende Band wurde von Ines Bose betreut.



CC-BY-NC-ND

ISBN 978-3-7329-9135-8

ISSN 2364-4494

DOI 10.26530/20.500.12657/51399

© Frank & Timme GmbH Verlag für wissenschaftliche Literatur
Berlin 2021. Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar.
Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen,
Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in
elektronischen Systemen.

Herstellung durch Frank & Timme GmbH,
Wittelsbacherstraße 27a, 10707 Berlin.

Printed in Germany.

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier.

www.frank-timme.de

Inhaltsverzeichnis

Ines Bose / Clara Luise Finke / Anna Schwenke Medien – Sprechen – Klang. Einführung in diesen Band.....	7
Ines Bose / Golo Föllmer „ <i>Et à tout à l'heure!</i> <SWOOSH>“ – Rhetorizität hybrider Radioprodukte.....	17
Grit Böhme / Sonja Kettel „ <i>Und dann fühlt man, als ob der Moderator das, äh, so eigentlich fühlt</i> “ – Wie deutsche und kanadische Hörerinnen und Hörer Radiomoderationen beschreiben.....	45
Jasmin Galonski / Clara Luise Finke „ <i>die MORgenMÄdels</i> “ – Untersuchung zu Gender-Konstruktionen in Radio-Morningshows.....	69
Riccarda Funk Stimmumfang und Sprechmelodie zur Markierung von „Weiblichkeit“ und „Männlichkeit“ in Radio-Morningshows.....	101
Thomas Wilke „ <i>Haudi Gaudi und bleibt Soulful</i> “ – HipHop-Radio als Educated Radio und Nischenangebot in der deutschen Rundfunklandschaft.....	125
Heiner Apel / Anna Schwenke Sprach- und Sprechstil von Radionachrichten als advance organizer.....	145
Valentina Sergeeva / Ines Bose Nachrichtensprechstile im russischen Radio des 20. Jahrhunderts.....	167
Valentina Sergeeva Sprechstil und Formatbezug in aktuellen russischen Radionachrichten.....	183
Johanne Gerhardt / Anna Schwenke <i>nachrichtenleicht</i> – Sprachliche und sprecherische Merkmale eines barrierefreien Informationsangebots.....	197

Heiner Apel / Ines Bose / Anna Schwenke Verständlich, angemessen, zielgruppenorientiert: Schreiben und Sprechen von (Nachrichten-)Texten in Leichter Sprache.....	219
Florian Eib / Ines Bose „ <i>dass der Hörer das Kopfkino einschalten kann</i> “ – Spannungsphasen und Formatbezug in Fußballreportagen.....	243
Anne Nieper Vorlesen versus freies Sprechen im Hörbuch.....	279
Lina Krüger Kindgerechte Informationsaufbereitung in Audioguides.....	301
Maria Naumann Stimmen im Hörspiel – Expertinnen und Experten berichten.....	319
Alexandra Ebel / Lena Schotters Sprechwirkung in Instagram-Stories und YouTube-Videos.....	337
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren.....	359

Medien – Sprechen – Klang. Einführung in diesen Band

Ines Bose, Halle (Saale) / Clara Luise Finke, Leipzig /
Anna Schwenke, Greifswald

Der vorliegende Band vereint empirische Untersuchungen zu Sprache und Sprechen sowie zur Verknüpfung von Sprachlich-Sprecherischem mit musikalisch-klanglichen Elementen in den Medien (Radio, Audioguide, Hörbuch, Hörspiel sowie YouTube- und Instagram-Videos). Damit knüpft er an den Sammelband „Radio, Sprache, Klang“ (Bose (Hg.) 2015) an, in dem Zwischenergebnisse interdisziplinärer Forschungen zur „Radioästhetik – Radioidentität“ präsentiert wurden. Ein Großteil der Radio-Forschungen konnte bereits erfolgreich abgeschlossen werden, z. B. Apel (2018) zur Text- und Hörverständlichkeit von Nachrichten, Finke (2019) zu Identitätsangeboten und zur Alltagsästhetik in Primetime-Moderationen, Böhme (2019) zu Moderationsstilen aus Sicht von Rezipient*innen und Schwenke (2020) zu Nachrichtensprechstilen zwischen Formatierung und Hörverständlichkeit. Andere Untersuchungen sind dazugekommen, zu Fragen des Kulturvergleichs, der Genderkonstruktion und der medialen Zielgruppen- und Formatspezifika vor allem von Radiogenres, aber auch von anderen medialen Angeboten. Ihre Ergebnisse werden nun im vorliegenden Band präsentiert. Einige Beiträge basieren auf Pilotstudien im Rahmen von Abschluss- oder Qualifikationsarbeiten, die unter der Betreuung der Herausgeberinnen entstanden sind.

Die ersten fünf Beiträge widmen sich verschiedenen Fragestellungen der Radiomoderation und beleuchten unterschiedliche Perspektiven:

Ines Bose und Golo Föllmer verknüpfen bei der Analyse standardisierter Kurzmoderationen in Radio-Morgensendungen unterschiedlicher Länder (Ecuador, Österreich, Frankreich, Deutschland) sprech-, medien- und musikwissenschaftliche Perspektiven. Im Fokus der exemplarischen Studie von vier Beispielen steht, inwieweit bei der Interaktion von sprechsprachlichen und musikalisch-klanglichen Bestandteilen rhetorische Prinzipien erkennbar sind. Es zeigt sich, dass der Gesamtcharakter der Kurzmoderationen erst durch das intensiv aufeinander abgestimmte Zusammenspiel der verschiedenen Bestandteile zustande kommt. Wort und Klang werden virtuos und variantenreich klimaktisch miteinander verstrickt. Damit sind musikalische Strukturen und klangliche Bestandteile von vorproduzierten Verpackungselementen und Musik und Sprechpassagen der Mo-

erator*innen gleichberechtigte Bestandteile einer Radiorhetorik. Das Verhältnis zwischen den sprechsprachlichen Moderationsanteilen und der Verpackung variiert je nach Programmsituation und angewendeter produktionstechnischer Raffinesse.

Grit Böhme und Sonja Kettel untersuchen die Wirkung von Radiomoderationen auf Hörer*innen im Kulturvergleich. Ausgangspunkt ist die Beobachtung, dass Radioprogramme einerseits meist auf die Bedürfnisse lokal definierter Zielgruppen zugeschnitten sind und dass Radio andererseits ein globalisiertes Medium ist, das in der Programmgestaltung weltweit stark geprägt ist durch das US-amerikanische Formatradio und die BBC. Anzunehmen ist deshalb, dass sich dies auch auf die Gestaltung des Programmelements Moderation auswirkt. Die Autorinnen untersuchen, wie Radiohörer*innen verschiedener Länder und Kulturen Formate und Stile kategorisieren und bewerten. Exemplarisch wurden kanadische Radiohörer*innen, die zwar fließend Deutsch sprechen, aber nicht in Deutschland und mit dessen Radiolandschaft sozialisiert sind, anhand von Moderationsstimuli nach ihren Bewertungen deutscher Radiomoderationen befragt (teilstrukturiertes Interview-Verfahren). Die Ergebnisse wurden anschließend mit den Ergebnissen von Hörer*innengruppen einer Studie von Böhme (2019) zu denselben Stimuli verglichen, die mit deutschsprachigen und in Deutschland sozialisierten Probanden durchgeführt wurde. Im Beitrag werden ausgewählte Ergebnisse sowie Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Beschreibungen der verschiedenen Hörer*innengruppen aufgezeigt und diskutiert. Es zeigt sich, dass Formatierung und Zielgruppenspezifität überregional erkannt werden und dass Hörgewohnheiten bzw. -vorlieben größeren Einfluss auf die Bewertungen haben als Länderzugehörigkeiten.

Jasmin Galonski und Clara Luise Finke wenden sich Gender-Konstruktionen in den Moderationen von Radio-Morningshows zu. In dieser meistgehörten und prestigereichen Sendestrecke ist eine vornehmlich männliche Besetzungspolitik festzustellen, in der sich zudem eine Inszenierung stereotyper Geschlechterrollenbilder abzeichnet. Zunächst wird der Gender-Begriff definiert und in Bezug auf Interaktionen erörtert. Anhand einer Stichprobe von Mehrfach-Moderationen aus zwanzig Sendern werden Relevanz und interaktive Konstruktionsmechanismen von Geschlecht in Doppel-Moderationen analysiert und es wird differenzierend herausgearbeitet, wie sich hierarchisch oder gleichberechtigt angelegte Funktionsrollen (Anchor vs. Sidekick oder Anchor vs. Anchor) innerhalb der Moderator*innen-Teams auf die Konstruktion von Geschlechterrollenbildern auswirken. Die Analysen ergeben, dass das gesellschaftlich grundlegende Dichotom „Mann-

Frau“ ein wichtiges stilistisches Mittel innerhalb von Mehrfach-Moderationen zur Kontrastierung der Moderierenden darstellt. Insgesamt zeigt sich, dass die in der Radio-Primetime inszenierten Konzepte des „Doing Gender“ und „Doing Heteronormativity“ einen konservativen, heteronormativen Gesellschaftsdiskurs abbilden, in welchem einer Diversität von Gender-Identitäten und sexuellen Orientierungen keine Geltung zukommt.

Riccarda Funk beschäftigt sich mit der Frage, ob Radiomoderator*innen Stimmumfang und Melodieverläufe als Mittel für typisch „weibliches“ und „männliches“ Sprechverhalten in Morningshows einsetzen. Dafür analysiert sie in einer Pilotstudie, ob der phonetisch messbare Stimmumfang und die akustisch hörbaren Melodievariationen von Radiomoderatorinnen größer sind als von Radiomoderatoren. Anhand von jeweils drei Moderationsabschnitten aus Morningshows eines öffentlich-rechtlichen und eines privaten Senders untersucht sie zudem den Einfluss des Senderformats. Vorbehaltlich der sehr kleinen Stichprobe kommt die Autorin zu dem Ergebnis, dass die verwendeten Stimmumfang und Melodieverläufe eher sender- als genderspezifisch sind. In den untersuchten Abschnitten werden sie offensichtlich nicht als Marker für typisch „weibliches“ und „männliches“ Sprechverhalten benutzt, sondern scheinen ein radiotypisches Sprechmuster aufzuzeigen.

Thomas Wilke thematisiert informelle Bildungsprozesse im Radio, für die neben den Aspekten Vermittlung, Ressourcen, Vorwissen und Motivation auch schwer quantifizier- und messbare Faktoren wie Vertrauen, Authentizität, Respekt und Autorität charakteristisch sind. Er nimmt dafür das 2018 gestartete Hamburger HipHop-Webradio *Say Say – Soulful HipHop Radio* in den Blick. Dieses noch junge Radioangebot spricht jugend- und popkulturell ein breites Publikum an, ist aufgrund seiner charakteristischen Musikfarbe (englischsprachiger HipHop, Funk und Soul der 70er Jahre bis zur Gegenwart) jedoch als Nischen-Programm einzuordnen. Zunächst verortet der Autor den Sender innerhalb der digitalen Audio- und Webradiolandschaft und analysiert dann die moderierte Morningshow. Er fragt, warum bestimmte Medienangebote auch als ganz spezifische, informelle Bildungsangebote („educated radio“) verstehbar sind, und demonstriert das insbesondere am „Sample des Tages“. Wilke kennzeichnet diese wiederkehrende redaktionell aufbereitete Rubrik als radiophone Plattform, die den Hörer*innen mit einer spezifischen Ästhetik detailreich und tiefgründig sowohl den Zugang zu Musik als auch Hintergrundwissen und Kontextualisierung vermittelt und dadurch ein geschultes, emphatisches Hören ermöglicht. Der Moderator ver-

knüpft Hingabe zur Musik und zur HipHop-Kultur mit kultureller Multiplikatorrolle in einer spezifisch medialen Form.

Die folgenden vier Beiträge widmen sich der formatspezifischen Beschreibung von sprachlichen und sprecherischen Merkmalen in Radionachrichten.

Heiner Apel und Anna Schwenke kennzeichnen den Sprach- und Sprechstil von Radionachrichten als *advance organizer*, der beim Erfüllen rezipienteninhärenter Erwartungen die Verständlichkeit der Nachrichten erhöhen kann. Anhand aktueller Ergebnisse sprechwissenschaftlicher Hörverständlichkeits- und Sprechstilforschung wird das *advance organizer*-Prinzip anhand von Radionachrichten diskutiert, insbesondere im Hinblick auf radiorhetorische Fragen nach Angemessenheit, Zielgruppenorientierung und Wiedererkennbarkeit. Abschließend werden Untersuchungsfragen formuliert, die konkrete Anknüpfungspunkte für weitere Forschungen darstellen. Damit wird das sprechwissenschaftliche Feld für eine umfassende Beschreibung und systematische Auseinandersetzung mit sprach- und sprechstilistischen Merkmalen authentischer Radionachrichten umrissen.

Valentina Sergeeva und Ines Bose geben einen schlaglichtartigen Überblick über die historische Entwicklung der Radionachrichten in Russland, wobei der Fokus auf dem Sprechstil liegt. Dabei wird ein Bogen von der Anfangsphase der Radioübertragung in Russland 1895 über das Radio in der Sowjetunion bis zum russischen Radio unter Marktbedingungen von 1990 bis heute gespannt. Da es kaum einschlägige Publikationen gibt, ziehen die Autorinnen als Quellen Einzeltexte und Beschreibungen zu typischen Nachrichtensprechmustern bestimmter Epochen heran, darüber hinaus Anforderungskataloge ans Nachrichtensprechen aus Sicht von Radioschaffenden und Sprechtrainer*innen, Charakteristika berühmter Radiosprecher*innen sowie öffentlich zugängliche Audiobeispiele.

Daran anknüpfend stellt **Valentina Sergeeva** eine laufende empirische Untersuchung zu Nachrichtensprechstilen im aktuellen russischen Radio vor. Die Untersuchung umfasst sowohl auditiv-akustische Nachrichten-Untersuchungen als auch Hörexperimente mit russischen und deutschen Radiohörer*innen zur Formatidentifikation. Zunächst wird das Korpus von Nachrichten unterschiedlicher Senderformate vorgestellt und charakterisiert, danach wird über die Hörexperimente zur Formatidentifikation berichtet. Die Selbstpositionierungen der russischen Radiosender im Internet zeigen, dass hinsichtlich des Formatbezugs für russische Radionachrichten ähnliche Formatkategorien wie für deutsche oder

amerikanische gelten. Das Hörexperiment anhand ausgewählter Nachrichtenmeldungen zeigt, dass die Anmutung aktueller russischer Radionachrichten mittels Sprechstil und Hintergrundmusik so eindeutig gestaltet ist, dass der Nachrichtenklang und der Formatbezug unabhängig vom Sprachverständnis deutlich erkennbar werden.

Johanne Gerhardt und Anna Schwenke legen eine Pilotstudie zur Analyse barrierefreier Informationsangebote im öffentlich-rechtlichen Radio vor, indem sie zehn *nachrichtenleicht*-Meldungen des Deutschlandfunks im Hinblick auf ausgewählte sprachliche und sprecherische Merkmale beschreiben. Diskussionsgrundlage bildet das Konzept *Leichte Sprache* im Bezug zu sprechwissenschaftlichen Untersuchungen zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten. Vorbehaltlich der sehr kleinen Stichprobe kommen die Autorinnen zu dem Ergebnis, dass die Meldungstexte als hörverständlich, die sprecherischen Realisierung jedoch nur als bedingt hörverständlich zu bewerten sind. Da sich die angelegten sprechwissenschaftlichen Analysekriterien von Formulierungsprinzipien ableiten, die sich auf die hörverständliche Informationsvermittlung für ein breites Publikum ohne sprachlich-kognitive Beeinträchtigungen beziehen, regen die Autorinnen an, anhand von Wirkungstests empirisch zu prüfen, ob die sprechwissenschaftlichen Hörverständlichkeitskriterien für die spezielle(n) Zielgruppe(n) barrierefreier Nachrichten strenger ausgelegt werden sollten und ob weitere Kriterien hinzukommen müssten, um sie als barrierefrei hörverständlich einstufen zu können.

Daran schließt der Beitrag von **Heiner Apel, Ines Bose und Anna Schwenke** an. Die Autor*innen stellen zunächst fest, dass die öffentlich-rechtlichen Radiosender, die barrierefreie Inhalte zu Verfügung stellen, sich bisher vor allem auf die Herstellung von Schrifttexten konzentrieren und dass sie sich dabei an entsprechenden Regelwerken orientieren. Da diese barrierefreien Texte oft auch als Audios präsentiert werden, sollten analog zu schriftsprachlichen Regeln auch entsprechende Regeln für die mündliche Präsentation erarbeitet werden. Dazu können sprechwissenschaftliche Erkenntnisse beitragen, die auf empirischen Forschungen zum hörverständlichen Vorlesen beruhen. Es wird aus einer Wissenschafts-Praxis-Kooperation mit dem MDR berichtet, in der zurzeit Standards für hörverständliche Nachrichtensendungen in Leichter Sprache erarbeitet und getestet werden. Darüber hinaus werden wissenschaftlich basierte Regeln zum barrierefreien Vorlesen thesenartig präsentiert, aber auch offene Fragen formuliert. Insofern bildet der Beitrag stärker als viele andere in diesem Band eine Brücke von wissenschaftsbasierten Analysen zur berufspraktischen Anwendung im Medienalltag.

Abgeschlossen werden die Beiträge zum Radio mit der Untersuchung von **Florian Eib und Ines Bose** zu Fußballreportagen. Die Fußballreportage ist die populärste Form der Sportreportage in Deutschland. Die Reporter*innen sollen ein Spiel möglichst umfassend und nachvollziehbar beschreiben und einordnen sowie das Spielgeschehen vor Ort für die anvisierte Zielgruppe und im Sinne des Senderformats lebendig und empathisch vermitteln. Eib und Bose kennzeichnen zunächst das Genre und analysieren dann sechs Fußballreportagen unterschiedlicher Senderformate zu demselben Bundesligaspiel. Dabei legen sie den Fokus auf die sprachliche und sprecherische Gestaltung unterschiedlicher Spannungsphasen des Spiels in Bezug auf Senderformat und Zielgruppenorientierung. Die Analyseergebnisse werden verknüpft mit Selbstauskünften der Reporter zu ihrem beruflichen Selbstverständnis und mit Praxiserfahrungen des Autors, der selbst als Fußballreporter tätig ist. Die vergleichende Untersuchung legt den Schluss nahe, dass Fußballreportagen sprachlich und sprecherisch insgesamt ein sehr stabiles Genre darstellen. Die untersuchten Reporter agieren nach erworbenen genretypischen Mustern, die sie durch individuelle Nuancen nur leicht modifizieren. Je nach Zielpublikum und Senderformat zeigen sich aber auch Unterschiede in der inhaltlichen Fokussierung und sprachlichen Gestaltung der Reportagen.

Die weiteren Beiträge beschäftigen sich mit unterschiedlichen medialen Formen außerhalb des Radios. Sie untersuchen das medial vermittelte Sprechen im Hörbuch und in Museums-Audioguides für Kinder sowie stimmlich-sprecherische Phänomene und Anforderungen bzw. Wirkungen im Hörspiel und in YouTube-Lernvideos.

Anne Nieper widmet sich dem Hörbuch, das sich einer wachsenden Beliebtheit erfreut und diverse Genres von Belletristik und Lyrik, über Sachliteratur und Ratgeber bis hin zu Sprachkursen umfasst. Hinsichtlich der sprecherischen Produktionsweise dominiert auf dem deutschen Markt das vorgelesene Hörbuch. Es existieren jedoch einige wenige Produktionen, die andere sprecherische Produktionsweisen aufweisen und dadurch aus der Masse der vorgelesenen Hörbücher hervorstechen. Zu diesen Sonderformen des Hörbuchsprechens zählt das freie Sprechen, das die Autorin als Alternative zum Vorlesen aufgreift. Zunächst beschreibt sie Charakteristika des Vorlesens und des freien Sprechens und vergleicht sie miteinander. Dann analysiert sie exemplarisch ein prominentes Beispiel des österreichischen Autors, Musikers und Hörbuchsprechers Michael Köhlmeier, der mit seinen frei gesprochenen Hörbuchproduktionen große Bekanntheit erlangt hat und ein beinahe einzigartiges Phänomen auf dem Hörbuchmarkt darstellt.

Lina Krüger stellt eine Pilotstudie zur adressatengerechten Informationsaufbereitung in Museums-Audioguides für Kinder vor. Zunächst erläutert die Autorin Kennzeichen einer speziell auf die Bedürfnisse von Kindern zugeschnittenen Informationsaufbereitung und setzt diese in Beziehung zu verschiedenen Formen von Museums-Audioguides. Dann analysiert Krüger sieben speziell für Kinder konzipierte Audioguides deutscher Museen hinsichtlich ihrer Audioqualität, Makrostruktur und Erzählweise, den Charakteren sowie der sprachlichen und sprecherischen Gestaltung im Hinblick auf die kindgerechte Informationsaufbereitung. Als besonders typisch für die Inhaltsvermittlung erweist sich das Story Telling. In den tragenden Rollen werden häufig Kinder eingesetzt, die den kindlichen Rezipient*innen eine potenzielle Projektionsfläche zur Identifikation bieten. Anonymität und bloßes Informieren werden vermieden, stattdessen wird Wert gelegt auf Personalisierung und die Schaffung einer persönlichen Beziehung. Alle untersuchten Audioguides sind durch eine einfache und anschauliche Sprache gekennzeichnet (einfacher Satzbau, Verbalstil, Erklärung von Fachwörtern). Charakteristisch für die sprecherische Gestaltung ist ein variabler, lebendig wirkender Sprechstil.

Maria Naumann wendet sich den stimmlichen Anforderungen im Hörspiel zu. Zunächst betont sie, dass das Hörspiel in seiner langen Tradition als Kunstgattung auch die Entwicklung von Stimmmoden und eine Veränderung der Anforderungen an Hörspielsprecher*innen nachvollzogen hat und dass die verschiedenen Formen des Hörspiels eine Vielzahl an stimmlich-sprecherischen Realisierungsmöglichkeiten geprägt haben (von theatralisch-literarischen Ansätzen über offene Darstellungsarten hin zu Verbindungen mit der akustischen Kunst). Dann stellt Naumann eine Pilotstudie vor, in der sie Interviews mit sieben Hörspielverantwortlichen von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durchgeführt hat. Die interviewten Expert*innen berichten, wie die Suche nach Hörspiel-Sprecher*innen erfolgt, nach welchen Kriterien diese engagiert werden, welche aktuellen Anforderungen sie an Hörspielstimmen stellen und welche Funktionen sie ihr zuschreiben. Ein Ergebnis der Befragung ist, dass im Hörspiel die Hauptfunktionen der Stimme die Erzeugung einer gewünschten Wirkung und die Einladung zum Hin- und Weiterhören sind. Die Expert*innen erwarten in der Zusammenarbeit mit Sprecher*innen außerdem Wandlungsfähigkeit, Präzision, professionellen Umgang mit der eigenen Stimme und dem Mikrofon sowie eigene Gestaltungs-ideen.

Alexandra Ebel und Lena Schotters fokussieren die sozialen Medien Instagram und YouTube. Sie gehen davon aus, dass in der Kommunikation über Social Media alle zu potenziellen Produzent*innen werden können und dass positive Bewertungen durch andere Nutzer*innen über den Erfolg eines Beitrags entscheiden. Die Autorinnen stellen zwei Pilotstudien zum Einfluss von Sprechausdrucksparametern auf die Zuschreibung von Authentizität sowie auf den Erfolg einzelner Social-Media-Ereignisse vor. In der ersten Studie wird mittels einer Fragebogenerhebung anhand vorgegebener (In-)Authentizitätskriterien untersucht, ob User*innen den Akteur*innen zweier Instagram-Stories Authentizität zuschreiben und inwiefern dafür Sprechausdrucksmerkmale verantwortlich gemacht werden können. Vorbehaltlich der sehr kleinen Stichprobe zeigt sich, dass Sprecher*innen, deren Sprechweise geschult wirkt, als weniger authentisch wahrgenommen werden. In der zweiten vorgestellten Studie wird mittels einer auditiv-phonetischen Analyse untersucht, ob der Erfolg von YouTube-Lernvideos zu schulisch oder universitär relevanten Themen mit bestimmten Ausprägungen von Sprechausdrucksmerkmalen in Zusammenhang steht, die in erfolgreichen Videos häufiger zu finden sind als in weniger erfolgreichen Videos. Hier zeigt sich, dass diejenigen Lernvideos erfolgreicher (bezogen auf Klickzahlen und Userkommentare) sind, in denen Sprecher*innen mit geschulten Stimmen zu hören sind.

Die Mehrzahl der Beiträge dieses Bandes enthält Datenbeispiele in Form von Transkripten und Audios. Zum Auffinden der Audios in einem Beitrag werden jeweils ein QR-Code und ein Hyperlink angegeben. Die Transkriptionen orientieren sich sämtlich am Gesprächsanalytischen Transkriptionssystem GAT 2 (Selling et al. 2009). In einigen Transkripten sind die Sprechereinheiten, die durch auditiv wahrnehmbare Einschnitte (z. B. Sprechpausen oder starke phonetische Kontraste) voneinander abgegrenzt werden, zusätzlich als prosodisch nicht abgeschlossen (|) bzw. abgeschlossen (||) vermerkt.

Literatur

- Apel, H. (2018): Nachrichten: hörbar informativ. Eine Untersuchung zur Text- und Hörverständlichkeit von Radionachrichten. Berlin.
- Böhme, G. (2019): Sprechstile aus Rezipientensicht. Ein metalinguistisches Beschreibungsprofil. Berlin.
- Bose, I. (Hg.) (2015): Radio, Sprache, Klang. Frankfurt a. M. u. a. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).

- Finke, C. L. (2019): *Senderidentität und Alltagsästhetik. Radiomoderationen in der Primetime.* Berlin.
- Schwenke, A. (2020): *Nachrichten: mehr als informativ. Nachrichten-Sprechstile im Radio zwischen Formatierung und Hörverständlichkeit.* Berlin.
- Selting, M. / Auer, P. / Barth-Weingarten, D. / Bergmann, J. R. / Bergmann, P. / Birkner, K. / Couper-Kuhlen, E. / Deppermann, A. / Gilles, P. / Günthner, S. / Hartung, M. / Kern, F. / Mertzluft, C. / Meyer, C. / Morek, M. / Oberzaucher, F. / Peters, J. / Quasthoff, U. / Schütte, W. / Stukenbrock, A. / Uhmann, S. (2009): *Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2).* In: *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 10, S. 353–402. <http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2009/px-gat2.pdf> (21.04.2021)

„*Et à tout à l’heure!* <SWOOSH>“ Rhetorizität hybrider Radioproducte

Ines Bose / Golo Föllmer, Halle (Saale)



Im Beitrag wird am Beispiel von standardisierten Sendebestandteilen in Radio-Unterhaltungssendungen untersucht, inwieweit im Radio musikalisch-klangliche und sprechsprachliche Elemente nach rhetorischen Prinzipien interagieren. Speziell geht es um zwei hybride Radioproducte, den Three Element Break (3EB) und den Service- / Informationsblock in Radio-Morgensendungen zur Primetime. Dabei werden medien- und musikwissenschaftliche Fragestellungen mit sprechwissenschaftlichen verknüpft. Es zeigt sich, dass die Rhetorizität des Radios sich nicht nur auf die sprachlich-sprecherische Gestaltung von Alltagsradio erstreckt, sondern vorproduzierte Verpackungselemente und Musik gleichermaßen rhetorisch eingesetzt werden und das Rhetorische damit weit in musikalische und klangästhetische sowie in apparative, produktionstechnische und den Sendeablauf betreffende Strukturen hineinreicht. Ein Vergleich der Funktionen des sog. Three Element Break als Teil der Moderation und der verwendeten Verpackungen als Teil vorproduzierter Rahmungselemente legt nahe, dass eine kategorische Trennung zwischen diesen Elementen in der Praxis nicht aufrecht zu erhalten ist.

1 (Radio-)Rhetorik

Wenn man Rhetorik als Methodenlehre vom wirksamen Sprechen auffasst, ausgestattet mit einer rhetorischen *Téchné* i. S. einer reflektierten Zweck-Mittel-Relation (vgl. z. B. Gutenberg 2001, Hannken-Illjes 2004), dann kann auch Radio als rhetorische Praxis aufgefasst werden (vgl. Bose / Föllmer 2015, Finke 2019, Schwenke 2020). Radioformate sind sorgfältig durchgeplant: In Stylebooks sind möglichst alle Komponenten der Anmutung festgelegt, in Redaktionskonferenzen werden alle Einzelheiten einer Sendung diskutiert und geplant, über eine „Stundenuhr“ wird die Einhaltung des geplanten Ablaufs während der Präsentation gesichert und die Präsentator*innen kontrollieren ihr Verhalten genau. Rhetorizität

zeigt sich dabei nicht nur an Aufbau, Struktur und Präsentation verbaler Sendeanteile, sondern erstreckt sich auch auf nichtsprachlich-klangliche Anteile (z. B. Bumper, Soundeffekte, Show Opener, Stinger, Musikbetten).

Multimodale Rhetorikkonzepte

Es ist ein alter rhetorischer Grundsatz, dass neben dem Sprachlichen auch das Wie des Vortrags, die sprecherische und körperliche Präsentation, einen wichtigen Beitrag leistet – auch wenn die „stimmliche und körperliche Beredsamkeit“ innerhalb der Rhetorik zu verschiedenen Zeiten unterschiedliche Aufmerksamkeit erfahren hat (Steinbrink 1992; Campe / Wilczek 2009; Schulz 2014). Seit der Antike werden sprecherische Gestaltungsmittel wie Stimme, Lautheit, Sprechgeschwindigkeit, Rhythmus und Pausen (*figura vocis*) zusammen mit körperlichen Gestaltungsmitteln wie Haltung, Gestik, Mimik und Atemtechnik (*motus corporis*) in den *rhetorices partes* als rednerische Praxis, als Kategorie der *actio* bzw. *pronuntiatio*, und damit multimodal gefasst (Auctor ad Herennium 1998; Cicero 2007). In der aktuellen rhetorischen Forschung findet sich dieses Interesse an Multimodalität innerhalb der Sound Studies und der Rhetorik unter der Überschrift *sonic persuasion* (Gunn 2007; Goodale 2011; Gunn et al. 2013). Auch in der aktuellen linguistischen Gesprächsforschung wird die Multimodalität von Kommunikation zunehmend berücksichtigt (z. B. Mondada / Schmitt 2010; Schmitt 2015; Hausendorf et al. 2016). Ausgehend von der Annahme, dass jedes kommunikative Ereignis *situiert* ist, werden insbesondere Beschreibungen gefordert, die den „Beitrag aller verfügbaren Handlungsressourcen zur Sinnkonstitution und ihr Zusammenspiel im interaktiven Geschehen“ in den Blick nehmen (Dausendschön-Gay et al. 2015, 33). Grawunder et al. (2017, 8) plädieren für eine Analyse mündlichen rhetorischen Handelns an der Schnittstelle zwischen Rhetorik und Phonetik, wobei Konzepte und Methoden produktiv aufeinander zu beziehen sind. Nur mit einem solchen interdisziplinären Blick können demnach „die persuasiven Mittel, Verfahren und deren Funktionen innerhalb eines mehrdimensionalen, dynamischen, interaktiven situativ gerahmten rhetorischen Ereignisses“ adäquat erfasst werden (ebd.).

Musikalische Rhetorikkonzepte

Die westliche Musiktheorie weist viele Bezüge zwischen musikalischen und sprachlich-rhetorischen Konzepten auf. Krones (1997) unterscheidet diese unter Bezug auf Forkels „Allgemeine Geschichte der Musik“ aus dem Jahr 1788 in fünf Bereiche: 1) eine musikalische Periodologie, aus der sich Möglichkeiten und Bedingungen der Erzeugung abgeschlossener zeitlicher Einheiten oder Phrasen ergeben; 2) eine Lehre musikalischer Stile bzw. „Schreibarten“, die z. B. Epochen

oder regionale Schulen differenziert; 3) einen Fundus musikalischer Gattungen, die sich u. a. aufgrund ihrer jeweiligen Instrumentation und ihres Aufführungskontextes unterscheiden; 4) dann die zentrale Kategorie der „Anordnung musikalischer Gedanken [...] nebst der Lehre von den Figuren“ (Forkel 1788, 39); 5) schließlich die Art des Vortrags bzw. der „Declamation der Tonstücke“ (ebd.).

Den fünf Bereichen vorgeschaltet ist nach Forkel eine vor-rhetorische Grammatik als Regelwerk für die Zusammenfügung einzelner Töne und Harmonien zu Wörtern und Sätzen, die u. a. vorgibt, welche Zusammenklänge, Intervalle oder parallele Fortschreitungen mehrerer Stimmen möglich sind. Als musikalisch-rhetorische 'Figuren' wurden schon seit dem 17. Jahrhundert Abweichungen von der Satztechnik des Kontrapunkts verstanden, die entweder als Ausschmückung (ornatus) dienen oder einen inhaltlichen Zweck verfolgen, d. h. Bilder, Emotionen oder konkrete Inhalte transportieren und damit Affekte darstellen oder erregen sollen (Krones 1997, Sp. 826f.). Ein auf diesen Grundlagen gebildeter „Satz“ (hier im sprachlichen Sinne, also nicht im Sinne von Formkategorien wie „Sonatensatz“) bildet die „kleinste Einheit der musikalischen 'Unterredung'“ (a. a. O., Sp. 818) und konstituiert sich wie in der Sprache aus Subjekt und Prädikat, d. h. aus einem prägnanten Motiv und dessen Art des Auftretens, Erscheinungsweise oder Charakter (ebd.).

Nach Auhagen (2014, 26) fasste Burmeister verschiedene Typen von „Figuren“ 1606 in einer Figurenlehre zusammen, die einzelne Affektausdrücke bestimmten Figuren mit hervorstechendem melodischem oder harmonischem Gepräge zuordnete. Matheson sah die figurenhafte Ausschmückung einer Melodie 1739 weniger als Aufgabe des Komponisten denn des Interpreten. Bei dieser Aufgabe könnten „die haeuffigen Figuren oder Verbluemungen aus der Redekunst, wenn sie wol angeordnet werden, vornehmlich gute Dienste leisten.“ (Matheson 1739, 242). Das achte Kapitel von „Der Vollkommene Capellmeister“ überschreibt Matheson gar mit „Von der Melodien Einrichtung, Ausarbeitung und Zierde“ und stellt so einen direkten Bezug zur rhetorischen Schrittfolge *dispositio*, *elaboratio* und *decoratio* her (vgl. dazu ausführlich Auhagen 2014, 27).

Ein Beispiel dafür ist die melodische Figur des großen aufsteigenden Intervalls, das analog zur Ekphrasis bzw. Exclamatio als emotionaler Ausruf die Forderung nach Aufmerksamkeit ausdrückt. Ist es als große Sexte aufgeführt, wird es in der Regel mit positiven Emotionen wie freudige Erwartung oder dem Auftreten eines herbei ersehnten Charakters verbunden (Krones 1997). Diese Figur charakterisiert

z. B. das Leitmotiv von Jill (Claudia Cardinale) im Western-Klassiker „Once upon a time in the West“ (dt. „Spiel mir das Lied vom Tod“, Sergio Leone 1968). Im Moment höchster Emphase sind sogar zwei Sexten in Folge verkettet. Die aufsteigende kleine Sext wird dagegen eher als elegischer, sehnsuchtsvoller Ausdruck gehört, die None gar als Ausdruck von Schmerz, alle großen aufsteigenden Intervalle aber als Ausruf, der Aufmerksamkeit einfordert. Ein Beispiel für eine harmonische Figur ist der verminderte Septakkord, der für den Zweifel steht (Krones 1997).

2 Sendebestandteile in Radio-Unterhaltungsformaten

Radiosendungen bestehen üblicherweise aus gesprochenem Wort, Musik und Sendeverpackung. Hauptmotor von Unterhaltungssendungen ist die Musik; die Wortanteile in Radiosendungen verteilen sich u. a. auf Nachrichten, Moderation und Service. In **Morgensendungen** ist dieses Konglomerat aus Musik, Nachrichten, Moderation und Service deutlich stärker auf Unterhaltung und Aufmerksamkeit ausgerichtet als im restlichen Tagesprogramm der Sender (für einen Überblick vgl. Finke 2019, 19 ff.; La Roche / Buchholz 2017, 88). Sendungen zur morgendlichen Primetime zwischen 06.00 und 09.00 Uhr und wollen die Hörer*innen nach dem Aufstehen aktivieren, damit diese unbeschwert in den Tag starten können. Sie verbreiten vor allem gute Laune, liefern aber auch notwendige Informationen wie Wetter und Verkehrslage und berichten über die wichtigsten Ereignisse. Morgensendungen zählen zu den wichtigsten, hörerstärksten Sendungen eines Senders und werden deshalb mit viel Aufwand gestaltet und beworben: „Philosophie, Themen und inhaltliche Mischung des Senders (Unterhaltungs- oder Informationsschwerpunkt, Verhältnis von Musik- und Wortanteil, Einsatz von Comedy, Musikbett etc.) sollen klar erkennbar sein und die angestrebte Hörerzielgruppe soll zur Identifikation mit dem Sender eingeladen werden.“ (Finke 2019, 20).

Die **Musik** stellt in vielen Radioformaten den zentralen Programmbestandteil dar. Im Durchschnitt aller Sender in Deutschland macht sie weit über die Hälfte der Sendeinhalte aus (Gushurst 2000; Schramm 2008, 37). Das lässt sich vor allem dadurch erklären, dass die Musik zugleich den wichtigsten Zuwendungsgrund zu einem bestimmten Radioprogramm darstellt: Menschen hören in erster Linie deswegen einen bestimmten Sender, weil dort eine bestimmte Musik gespielt wird. Dabei ist bedeutsam, dass Radio überwiegend als Begleitmedium genutzt wird, d.

h. parallel zu Tätigkeiten wie Hausarbeit, beruflichen Aufgaben, Essen oder Autofahren (Schramm 2008, 39). In dieser Begleitrolle erfüllt das Radio in Abhängigkeit von der aktuellen Situation und den individuellen Bedürfnissen der Nutzer*innen unterschiedliche Funktionen. Neben dem Bedürfnis nach Information und nach parasozialen Beziehungen zu Radiomoderator*innen richten sich die Bedürfnisse primär auf die gespielte Musik (Schramm / Hofer 2008, 113). Unter anderem sind dies Stimmungsregulation, Erregungsstimulation, Abschalten des Kopfes, Tagträumen und das Gefühl der Zugehörigkeit zu antizipierten Radiohörer*innen desselben Programms und Lebensstils (Schramm 2008, 40), die sich neben nichtmusikalischen sendertypischen Merkmalen wie Themenauswahl und Sprechweise wesentlich über den angesprochenen Musikgeschmack äußern.

Wortbeiträge unterbrechen den Musikfluss und werden im deutschen Radio-Jargon deshalb häufig als „Break“ bezeichnet (In den USA sind damit in der Regel Werbepausen gemeint.). Der Begriff betont, dass die Musik als „eigentlicher“ Programminhalt verstanden wird, und hebt die Notwendigkeit hervor, diese Unterbrechung des Broadcast Flow möglichst sacht zu gestalten und durch anregende Inhalte sowie Sprechweise Aufmerksamkeit zu erzeugen. Eichmann (2012, 249) empfiehlt daher in seiner „Checkliste für eine gute Moderation“ den Moderator*innen folgende „Testfrage bei der Vorbereitung: Werde ich es so schaffen, dass der Hörer dranbleibt?“. Wann Breaks stattfinden, ist bei Formatradios präzise in der Sendeuhr festgelegt (ebd., 261).

Die **Moderation** lenkt mit verbindenden Worten von einem Programmelement zum andern und hat damit vorwiegend „eine strukturierende, verknüpfende und Orientierung gebende Funktion“ (Finke 2019, 17). Die Moderation trägt wesentlich zur Wiedererkennbarkeit eines Programms bei und sorgt im besten Fall für eine Hörerbindung (Buchholz 2017, 304; Finke 2019, 20). Denn die Moderator*innen sind „Repräsentanten der jeweiligen Welle. Hörer identifizieren sich mit ihren Lieblichsendern nicht selten über die Moderatoren.“ (Pawlowski 2004, 9).

In Unterhaltungsformaten sind wesentliche Aufgaben von Moderator*innen die Vermittlung von guter Laune und Zuversicht, optimistischer Ansprache und Lebensfreude. Dabei greifen Moderator*innen insbesondere Alltagsthemen in einer zu Sender und Zielgruppe passenden Weise auf. Sie thematisieren und interpretieren das Alltagsgeschehen der Hörerzielgruppe und legen damit deren spezifische Weltsicht und Alltagsrealität offen (Finke 2019, 18). Ein*e Moderator*in stellt dadurch eine emotionale Nähe zu den Radiohörer*innen her (Luginbühl

2014, 107). Damit sind Moderator*innen nicht nur Bindeglied zwischen verschiedenen Sendeelementen, sondern auch zwischen dem Sender und seinen Hörer*innen; sie werden damit zu Bezugspersonen für das Publikum (Burger / Luginbühl 2014).

Service- / Informationsblöcke gelten als „kundenbindende Services“ und umfassen „alle Sendeinhalte, die dem Hörer helfen oder ihn informieren“ (Media-Lexikon Funkhaus Halle). Sie werden zu fest etablierten Servicezeiten gesendet, meist zur vollen, mitunter auch zusätzlich zur halben Stunde, und dauern zumeist höchstens zwei bis fünf Minuten. In der Regel werden darunter Wettervorhersagen und Verkehrsmeldungen (oft mit Blitzer-Warnungen) oder Pollenflugprognosen, Auf- und Untergangszeiten von Sonne und Mond usw. zusammengefasst, aber auch Veranstaltungshinweise (ebd.). Gelegentlich zählen Radiosender die Nachrichten dazu; vgl. z. B. das ISN-Webradio: „[Unser Serviceblock] ist der Teil, den ihr bei uns immer zur vollen Stunde hören könnt. Dort werdet ihr mit den aktuellen Nachrichten und dem Wetter versorgt.“ (Internetquelle 2).

Die Service- / Informationsblöcke sind in jedem Sender standardisiert in Bezug auf Länge und Verhältnisse, Abfolge, Verpackungsrahmungen; dadurch soll die Wiedererkennbarkeit des Programms gewährleistet werden. Von Radiopraktiker*innen wird immer wieder die Gefahr benannt, dass durch solche „Wortblöcke“ die stimmungsvolle Sendeatmosphäre, die vor allem durch die Musik erzeugt wird, durchbrochen, zerrissen wird. Deshalb übernehmen inzwischen in einigen Programmen die Moderator*innen selbst Teile des Serviceblocks, z. B. Wetter und Verkehr.

Die **Sendeverpackung** oder kurz Verpackung umfasst alle Sendebestandteile, die zur On-Air-Promotion, also zur Eigenwerbung eines Senders innerhalb des Programms und zur Strukturierung seiner Inhalte beitragen. Der Begriff der Verpackung nimmt Bezug auf das linguistische Prinzip des Framing (Tolson 2006, 51 mit Verweis auf Goffman 1974), wonach Kommunikationssituationen durch formalisierte Rahmungen kontextualisiert und dadurch strukturiert werden. Verpackungselemente aktivieren also mittels gewählter Sprechweisen, durch musikalische und klangliche Codes spezifische Kontexte, die den Hörer*innen z. B. signalisieren, dass nach einem unterhaltenden Teil ein ernster Teil mit den Nachrichten folgt. Aber auch die Atmosphäre eines gesamten Senderkonzepts kann sich auf diese Weise rahmend durch alle in einem Sender verwendeten Verpackungselemente ziehen.

Unter dem Begriff Verpackung wird eine große Zahl verschiedener Typen subsumiert, die von Radiopraktiker*innen in Redaktionen und Produktionsabteilungen teils relativ einheitlich, teils unterschiedlich bezeichnet werden (Haas et al. 1991, 463 ff.). Dazu gehören unter anderem die Typen Bumper (führt ein einzelnes Programmelement oder eine Rubrik ein), Trailer (kündigt Sendungen, Beiträge oder Events anderer Programmslots an), Show Opener (eröffnet eine Sendestunde), Musikbett (sendungs- oder rubrikspezifische Instrumentalmusik, über die live moderiert wird), Jingle (gesungener Claim / Sendername), Logo (melodisches Motiv, das den Sender ähnlich einem visuellen Logo wiederholt repräsentiert), Stinger (Outro eines Beitrags oder einer Rubrik), Donut (fertiges Paket aus Bumper, von den Moderator*innen live zu besprechendes Musikbett und Stinger), Sounder (elektronisch erzeugter Signalklang) und Transition (musikalische Überleitung zwischen zwei Hit-Titeln) (Föllmer 2018). Eine besondere Stellung besitzt der Swoosh, ein glissandierendes Zischen oder Rauschen, das viele Verpackungselemente ein- oder ausleitet. Durch seinen nicht-tonalen Charakter lässt sich der Swoosh ohne Dissonanzwirkung über Ende und Anfang jedes Musiktitels legen und eignet sich zum Verbinden von Programmelementen, zum Beispiel als Teil von Transitions (ebd.). Zugleich weckt das meist weit aufsteigende Zischen analog zu großen aufsteigenden Intervallen, und damit im Sinne der *exclamatio*, Aufmerksamkeit für die darauf folgende Information, etwa die Nennung des Sendernamens, des Sender-Claims oder des nächsten Musiktitels.

Neben den genannten strukturierenden, aufmerksamkeitslenkenden Funktionen haben Verpackungselemente weitere Aufgaben, etwa die Erwartung der Hörer*innen auf kommende Sendeinhalte abzustimmen und ein kohärentes Sender-Image zu etablieren.

Der **Three Element Break** (3EB) gilt in der Literatur als Bestandteil der Moderation (für einen Überblick vgl. z. B. Finke 2019, 24 ff.). Er dient speziell der formattypischen Organisation einer Radiosendung im Sinne einer Dramaturgie. Er verbindet unterschiedliche Programmelemente miteinander (Haas et al. 1991), überwiegend als Überleitung von einem Musik- zu einem Wortbeitrag oder umgekehrt. Seinen Namen verdankt der Three Element Break dem formelhaft-ritualisierten Aufbau aus oft drei (bis fünf) Schritten, die klimaktisch angeordnet werden (vgl. z. B. Eichmann 2012). Häufige Bestandteile sind der Sendername, die Uhrzeit, die Hörerbegrüßung oder Moderator*innen-Selbstvorstellung, ein Intro oder Outro, Titel und / oder Interpret*in der gerade gespielten oder folgenden Musik oder ein Teaser auf ein anderes Programmelement (Haas et al. 1991; Kröm-

ker / Klimsa 2005; La Roche / Buchholz 2017). Dabei wird meist eine Pflichtinformation, also die Platzierung bestimmter vom Sender vorgegebener Inhalte (z. B. Senderslogan, Stationsansage), verknüpft mit einer Service-Information (z. B. Uhrzeit) (Finke 2019, 27).

Indem 3EBs üblicherweise die Uhrzeit und / oder den Sendeort als eines der drei Elemente enthalten, plausibilisieren sie die Kopräsenz der Hörer*innen in einer Live-Sendung. Couldry (2003) schreibt solchen Inszenierungen von „Liveness“ einen rituellen Charakter zu. Er stellt fest, dass der umfassendste Anspruch der Medien die Repräsentation der Realität ist, speziell der sozialen Realität einer Gesellschaft. Medienrituale basieren für ihn auf diesem Anspruch. Eine zentrale rituelle Kategorie dabei ist Liveness: Da die inhaltlich korrekte Repräsentation der Realität durch den Sender praktisch nicht überprüfbar ist, liefert der Sender wiederholt Elemente, an denen deutlich wird, dass die Sendung live übertragen wird, und das ist an erster Stelle die korrekte Nennung der Zeit. „If so, the decisive criterion of liveness is not the factuality of what is transmitted, but the fact of live transmission itself.“ (ebd., 96). Die Ideenkette der Kategorie Liveness lässt sich demnach so darstellen:

„1) that we get access through liveness to something of broader significance, worth getting access to now, not later; 2) that the ‚we‘ who gain live access is not random, but a representative social group; 3) that the [this] media (not some other social mechanism) is the privileged means for obtaining that access.“ (ebd., 98 f.).

Demnach markiert ein 3EB den folgenden Song, Beitrag etc. als aktuell, von größerer Bedeutung, „worth getting access now“ innerhalb einer spezifischen sozialen Gruppe und durch das dafür geeignetste Medium: den gerade gehörten Sender.

In praxisorientierten medienrhetorischen Publikationen finden sich Anweisungen und Tipps zur Gestaltung von 3EBs (vgl. z. B. Krömker / Klimsa 2005; Lühje 2009; Eichmann 2012; La Roche / Buchholz 2017). Die knappe, formelhaft-ritualisierte Struktur und der klimaktische Aufbau sollen Sicherheit bei der Suche, Auswahl, Strukturierung und Präsentation der Inhalte vermitteln und vor sinn- und inhaltslosen Bemerkungen bewahren (Haas et al. 1991). In diesen Ratschlägen wird sowohl der Bezug zu den Rede- und Redeverfertigungsstadien der Rhetorik deutlich als auch der zu den elocutionären Maximen *Perspicuitas* und *Brevitas*:

„Weniger ist mehr. Ehe Sie mit dem Hörer reden, überlegen Sie, ob Sie ihm auch wirklich etwas zu sagen haben. [...] Alles Überflüssige weglassen, das spart Zeit

und erhält die Aufmerksamkeit der Hörer für das Wesentliche.“ (La Roche / Buchholz 2013, 55).

Es wird aber auch empfohlen, in den 3EBs nicht immer die gleiche formelhaft-ritualisierte Abfolge zu verwenden, sondern mit Variationen und akustischen oder inhaltlich-verbalen Ear-Catchern die Aufmerksamkeit der Hörer*innen zu erregen (Internetquelle 1).

Der dreischrittige, mitunter auch fünfschrittige Aufbau von Argumentationen und Kurzreden ist nicht nur beim Three Element Break ein verbreitetes rhetorisches Muster. Kurze, prägnante Dreierformeln mit einer Spannungssteigerung gelten in der praktischen Rhetorik generell als dynamisch, eindringlich und wirkungsvoll (vgl. z. B. Geißner 1968 und 1986). Durch ihre Knappheit und Musterhaftigkeit sind sie gut sprechbar und für Hörer*innen leicht verständlich. Rhetorische Ratgeber (z. B. Geißner 1968, Wachtel 2020) empfehlen drei kurze Äußerungen mit je einer Kerninformation, mit denen zunächst an den bisherigen Kontext angeknüpft und dann die eigene Meinung begründet wird, bevor klimaktisch der eigentliche Zweck- bzw. Zielsatz formuliert wird. Oft wird der mittlere Begründungsteil ausführlicher, in drei Denkschritten, abgehandelt, so dass ein Fünfschritt entsteht.

3 Analysematerial und -methode

Die Beispiele hybrider Radioprodukte, die in diesem Beitrag analysiert werden, stammen aus Morgensendungen verschiedener Länder. Sie sind Bestandteil des Forschungsprojekts „Transnational Radio Encounters TRE“ (Föllmer / Badenoch 2018). Dieses Projekt verfolgte das Ziel, Programme formal ähnlichen Zuschnitts aus möglichst unterschiedlichen geografischen Regionen auf Ähnlichkeiten und Unterschiede in ihrer Machart zu vergleichen. Es wurde ein umfangreiches Radiokorpus formal ähnlicher Sendungen erstellt, um analytisch erkennbare Differenzen möglichst weitgehend auf allgemeine kulturelle Unterschiede zurückführen zu können und damit möglichst wenig auf solche Unterschiede, die sich aus Binnendifferenzierungen des Medienmarktes (Popp 2008) ergeben. Zu diesem Zweck wurde das Radioformat Contemporary Hit Radio (CHR) gewählt, da es in Westeuropa und auch weltweit sehr verbreitet ist, regional in der Regel in mehreren Varianten vorkommt und sehr hohe Hörerzahlen aufweist (Kropp / Morgan 2008). Um bei der Analyse Sprachverständlichkeit zu gewährleisten und zugleich eine möglichst weite geografische Verteilung zu erreichen, wurden Länder mit

den Amtssprachen Englisch (Großbritannien, Irland, Australien), Französisch (Marokko, Elfenbeinküste, Frankreich), Spanisch (Mexiko, Kolumbien, Ecuador, Spanien) und Deutsch (BRD, Österreich, Schweiz) ausgewählt.

Durch die Wahl eines speziellen Datums sollte erreicht werden, dass zumindest zeitweise gleiche oder ähnliche Inhalte in den Programmen thematisiert werden. Die Wahl fiel auf den 13. Juni 2014, weil mit dem Datum zwei dominante, weltweit relevante Themen verbunden waren und somit damit gerechnet werden konnte, dass diese in der einen oder anderen Weise in den Programmen aufgegriffen wurden. Dies waren der Beginn der Fußballweltmeisterschaft 2014, die am Tag zuvor gestartet war, und der „Pechtag“ Freitag der Dreizehnte. Mitgeschnitten wurden jeweils zwei Stunden der Kernzeit der Morgensendungen der ausgewählten Programme. Zusätzlich wurden die Senderselbstauskünfte im Internet gesichtet.

Als methodische Grundlage der Sequenzanalyse diente der Ansatz von Åberg (1999), der technisch und strukturell erweitert und verfeinert wurde. Bei der Sequenzanalyse wurde ermittelt, welche Arten von Sendeelementen in welcher Länge, Position und Kombination vorkommen. Dazu wurden zuerst die acht Sendeelement-Typen Moderation, Music (Hit-Titel), Bed (Hintergrundmusik, im Radio-Jargon „Musikbett“), Packaging (Verpackung), News (Nachrichten), Service, Advertisement (Werbung) und Piece (Beitrag) unterschieden und separat untereinander als Spuren in der DAW angelegt. Innerhalb dieser Typen wurden dann Kategorien konkreter einzelner Sendeelemente ermittelt, darunter auch Three Element Breaks.

4 Beispielanalysen

Im Folgenden werden exemplarisch drei Beispiele von Three Element Breaks und ein Beispiel eines Service- / Informationsblocks im Hinblick auf ihre multimodale Rhetorizität analysiert. Die Transkription orientiert sich an GAT2 (Selting et al. 2009). Die Audios zu den Beispielen sind verfügbar über den QR-Code zu Beginn des Artikels bzw. unter: <https://cloud.uni-halle.de/s/5pKjU5sf1pbq4yW>.

4.1 „Radio la Bruja“ aus Ecuador (Three Element Break)

Das erste Beispiel stammt vom privaten ecuadorianischen Jugendsender „Radio la Bruja“. Das Musikformat umfasste zum Aufnahmezeitpunkt die Top 40, Latino Pop und Modern Rock.

01	MUSIK	((instrumental: Musikbett
02	MOD I	<<all,ruf> amigos y aMIgas; de JOta ce Radio La BRUJ[a;]
03		[Musikakzent↑↓]
04	II	buenos Dí[a::s;]
05		[Musikakzent↑↓]
06	III	estamos VIENdo un fanTÁStico día VIERnes; TREce de JUNio; dos mil ca!TOR!ce:. >
08		Musikakzent↑
09	MUSIK	instrumental: Musikbett))

Transkript 1: „Radio la Bruja“ aus Ecuador (Audio 1)

Der Ausschnitt beginnt mit einem lauten, rhythmisch-dynamischen Musikbett (Z. 01). Es wird schlagartig nahezu auf Null geregelt („gefadet“), als die Moderatorin anfängt zu sprechen (Z. 02), läuft aber anfangs fast unhörbar und später sehr leise bis zum Ende weiter. Gelegentlich wird die Lautstärke des Musikbettes plötzlich zum „Musikakzent“ aufgedreht (Z. 03, 05, 08). Diese Praxis des sogenannten Fader Riding, hier in extremer Ausprägung ausgeführt, war unter anderem bei US-amerikanischen Radiomoderatoren in den 1970er Jahren verbreitet. Wird sie manuell ausgeführt, kann sie nur im Selbstfahrermodus von den Moderator*innen ausgeübt werden, weil die Regelbewegungen eng in Sprechpausen eingepasst sind und nur die Moderator*innen selbst wissen, wann sie Sprechpausen setzen. Dem Höreindruck nach liegt hier mit hoher Sicherheit die manuelle Ausführung vor. Das Fader Riding kann allerdings auch automatisiert durch sogenanntes Gating ausgeführt werden. Bei diesem Verfahren blendet ein Regelverstärker die Musik ab, sobald ein Mikrofonsignal eines bestimmten Mindestpegels anliegt. Beide Verfahren sind sowohl im europäischen als auch im US-amerikanischen Radio heute nicht mehr gebräuchlich und wirken aus einer heutigen westeuropäisch akkulturierten Perspektive anachronistisch.

Die Moderatorin befindet sich allein im Studio. Sie spricht freundlich, mit zahlreichen starken Akzenten, mittellaut bis laut mit einer Tendenz zum Rufen, schnell und artikuliert präzise, zum Teil mit Lautdehnungen und Lautheitssteigerungen am Ende der Äußerungen. Der klassisch knappe Break besteht aus drei inhaltlichen Schritten:

1. Die Moderation redet die Hörer*innen als Freunde und Freundinnen von Radio la Bruja an: *amigos y aMlgas; de JOta ce Radio La BRUJfa;* (Z. 02),
2. wünscht ihnen einen guten Tag: *buenos DÍa::s;* (Z. 04)
3. und stellt in der Wir-Form fest, dass man einem fantastischen Freitag, dem 13. Juni 2014, entgegen sehe: *estamos VIENdo un fanTÁStico día VIERnes; TREce de JUnio; dos mil ca!TOR!ce:.* (Z. 06–07).

Das Ende jedes Schrittes wird jeweils durch einen kurzen Musikakzent verdeutlicht. Dadurch wird der dreischrittige Aufbau des 3EB verdeutlicht und die Spannung steigert sich jeweils: Die ersten beiden Musikakzente (Z. 03 und 05) beginnen überlappend, also bereits kurz vor dem Ende der gesprochenen Äußerung, und werden durch rasches und kurzes Anheben und Absenken der Lautstärke erzeugt. Der letzte Musikakzent (Z. 08) beginnt erst, nachdem die gesprochene Äußerung inhaltlich und prosodisch abgeschlossen ist, hier wird die Lautstärke des Musikbettes rasch angehoben, aber nicht wieder abgesenkt. Dadurch wirkt dieser Musikakzent stärker als die beiden ersten, durch ihn wird ein abschließender Spannungshöhepunkt erzeugt.

In diesem Beispiel werden also gesprochene Moderationsäußerungen verwoben mit musikalischen Akzenten, die die Struktur des Gesagten verdeutlichen und die Spannung bis zum Ende steigern. Moderation und Musik sind aber wenig aufeinander abgestimmt. Die Sprechpassagen sind rhythmisch nicht so in den musikalischen Verlauf eingepasst, wie dies bei der Verwendung von Verpackungselementen üblicherweise der Fall ist. Der Einstieg der Moderation erfolgt beispielsweise nicht zum Beginn des Taktes des Musikbettes, sondern wirkt beliebig. Das gleiche gilt für den Abschluss, der mitten in (und eben nicht rhythmisch passend unmittelbar vor) einem klimaktischen Bläserinsatz der Musik erfolgt.

4.2 „Live Radio“ aus Österreich (Five-Element-Break)

Das zweite Beispiel stammt vom größten privaten Regionalsender in Oberösterreich „Live Radio“. Als Musikformat wurde zum Aufnahmezeitpunkt Fresh AC (Pop- und Rockmusik seit 1985) angegeben.

01	MUSIK		((Musiktitel „Seven seconds“))
02	MOD	I	<<all,mf,☉ > sechs uhr zweiundVIERzig-
03		II	Guten morgen Oberösterreich.ch.
04		III	und DA> <<f,rit> WAR er, >)
05	SOUNDER	IV	((BEEP BEEP))
06	MOD	V	unser BRÜCKenpicknickbaSA:R.
07	BUMPER		((...)) Das LIVE radio BRÜCKenpicknick.
08	MOD + Musikbett		((Musikbett) am(.)NEUNzehnten juni sperren wir die HALbe nibeLUNgenbrücke,
09			LEgen RAsen aus und WARTen auf EINTAUsendFÜNFhundert LIVE radio HÖrer,
10			mit denen wir geMEINsam PICKnicken werden,) ((...))

Transkript 2: „Live Radio“ aus Österreich (Audio 2)

Die Moderatorin befindet sich allein im Studio und beginnt diesen Break (Z. 02), während noch der Musiktitel „Seven Seconds“ läuft. Die Musik wird (wahrscheinlich über eine Gate-Schaltung durch automatisiertes Fader Riding, siehe Beispiel 1) leiser geregelt, während gesprochen wird, läuft aber über den ersten Einspieler (Sounder in Z. 05) bis zum Bumper in Zeile 07 als leises Musikbett durch. Der Sounder (Z. 05), ein zweifaches „BEEP“, erinnert an eine Hupe aus alten Slapstick-Filmen und wird gefolgt von lebendigem Vogelgezwitscher. Die beiden Elemente wecken auf freundlich-humorvolle Art die Aufmerksamkeit. Der Break besteht aus fünf Schritten und ist stärker noch als das erste Beispiel als Hybrid aus Sprach- und Klangelementen gestaltet. Die Moderatorin spricht den Five Element Break durchweg freundlich-sachlich, mittellaut, mittelschnell, mit mittelpreziser Artikulation:

1. Sie sagt zunächst die Uhrzeit an: *sechs uhr zweiundVIERzig-* (Z. 02),
2. begrüßt dann das Sendegebiet: *Guten morgen Oberösterreich.ch.||* (Z. 03)
3. und bezieht sich auf ein Klangereignis, das allerdings noch gar nicht zu hören war: *und DA WAR er,|* (Z. 04).
4. Dann erst folgt das Klangereignis, nämlich der vorproduzierte Sounder: *BEEP BEEP* (Z. 05).
5. Dieser Sounder wird abschließend von der Moderatorin als akustische Kennung identifiziert: *unser BRÜCKenpicknickbaSA:R.||* (Z. 06).

Es folgt ein vorproduzierter Bumper (Z. 07), der noch einmal auf das Live Radio-Brückenpicknick hinweist. Der Bumper wird durch einen Swoosh eingeleitet, der die gleichzeitig erfolgende Ausblende des noch darunter liegenden Musiktitels verdeckt. Damit schafft er Raum und leitet zugleich hin auf den folgenden Unisono-Schlag mehrerer Band-Instrumente (vermutlich Snare Drum, E-Gitarre und

E-Bass). Die vorproduzierte Äußerung des Promo-Sprechers „*Das LIVE radio BRÜCKenpicknick*“ (Z. 07) klingt aufgrund eines Filters andeutungsweise nach Telefonübertragung und vermittelt dadurch den Eindruck von Aktualität und Dringlichkeit. Exakt mit Äußerungsende (Z. 08) setzen durchgehende 32stel-Schläge auf der Hi Hat ein, was abgeschwächt an einen Snare-Wirbel erinnert, wie er zum Beispiel im Zirkus zur Steigerung der Spannung vor besonders gefährlichen artistischen Darbietungen erklingt. Der Ankündigung des Events durch die Moderatorin (Z. 08 ff.), schneller, gespannter und lauter gesprochen auf mittellautem, dynamisch-rhythmischem Musikbett, verleiht dies die Aura eines besonders bedeutungsvollen Moments.

Insgesamt erzeugt die Passage den Eindruck von Intensität und aktueller Bedeutsamkeit. Die Moderation trägt hierzu die verbalen Inhalte bei und setzt besonders gegen Ende sprecherisch Spannungskzente. Die herausgehobene Markierung mit den Attributen Intensität und Bedeutsamkeit erfolgt aber vorwiegend durch die schnelle Abfolge, die produktionsbedingt hohe klangliche Prägnanz und das präzise Timing der verwendeten Verpackungselemente im Zusammenspiel mit den gesprochenen Moderationsäußerungen. Im Gegensatz zum Beispiel des ecuadorianischen Senders La Bruja (Beispiel 1) wird hier eine Vielfalt unterschiedlicher Verpackungselemente verwendet. Die Elemente sind hochwertig produziert und werden so eingespielt, dass Melodieverläufe, Rhythmen und Akzente von Moderation und Verpackungselementen sich wie im musikalischen Zusammenspiel eines Duos gegenseitig ergänzen.

4.3 „Fun Radio“ aus Frankreich (Three and Five Element Break)

Das dritte Beispiel „Fun Radio“ stammt aus einem französischen Radionetzwerk verschiedener FM Radiostationen (RTL Gruppe). Als Musikformat wurde zum Aufnahmezeitpunkt R&B, Tanz-, Elektro- und House Musik angegeben.

Im Studio befinden sich vier Moderator*innen (drei Männer und eine Frau) und erzeugen eine quirlige gesellige Atmosphäre von hoher akustischer Intensität. Starmoderator der Morgensendung ist Bruno. Auf ihn beziehen sich viele vorproduzierte Soundeffekte. Offensichtlich war er einige Zeit abwesend und kehrt heute in die Sendung zurück, was durch vorproduzierte Äußerungen verschiedener Sprecher*innen mit Soundeffekten (im Transkript mit VP gekennzeichnet) gebührend hervorgehoben wird.

01	MOD AUDREY		eh JEAN-paul ROUVE, Eric eh JUDOR et-
02			AUDrey laMILLE; comPLÈTent eh le castING ah;
03		I	<<all, f, ruf> il est euh SEPT heures trente-deux;
04		II	un TRÈS beau reVEIL;
05		III	une BONNE matinÉE sur FUN,
06		IV	avec tout de SUITE le reTOUR de BRUno dans la raDIO;
07		V	et à tout à l'HEURE. >
08	SOUNDER		((SWOOSH))
09	OPENER	I	((WECKERKLINGELN) <<f, ruf> wä:: wake !UP! BRU::}NO::; >
10	VP[♀]	II	c'est bruNO DANS la raDIO.
11	VP^{♂1}	III	<<amerikanisch> BRUno. >
12	VP^{♂2}	IV	SIX heures NEUF heu:res SUR FUN radio.
13	VP^{♂1}	V	LISten DANCE floor.
14	MOD BRUNO	I	<<all, f> SEPT heures trente-QUATre
15		II	c'est FUN radio;
16		III	BON reVEIL;
17		IV	je m'appelle bruNO;
18		V	BONNE FÊTE aujourd'hui; à tout- >

Transkript 3: „Fun Radio“ aus Frankreich (Audio 3)

Vor dem hier präsentierten Ausschnitt wurden Nachrichten aus der Musikszene gesendet, gesprochen von der Moderatorin Audrey. Nun schließen sich drei fünfschrittige Breaks in Folge an, die aufwändig gestaltet sind. Zu hören sind zwei der vier Moderator*innen, Audrey (Z. 01–07) und Bruno (Z. 14–18). Darüber hinaus wird mehrfach die vorproduzierte akustische Programmkennung eingespielt, in Variationen und insgesamt von drei Stimmen gesprochen (einer weiblichen, zwei männlichen; Z. 10–13). Außerdem werden vorproduzierte Soundeffekte eingesetzt: der Trenner (Swoosh in Z. 08), der Show Opener (Weckerklingeln in Z. 09) und die vorproduzierte zweisprachige Programmkennung (französisch und englisch, Z. 11 und 13) auf einem prominenten, lauten Musikbett (Z. 10–13).

Unter der gesamten Passage liegt ein Musikbett, das im Stil eines Techno-Tracks einen einzelnen Ton in Achteln wiederholt, gelegentlich in die Oktave springt oder für einen Schlag einen Ganzton absinkt. Die schnell wiederholten elektronischen Achtel ähneln dem Sound von Morse-Tönen. Mit ca. 130 bpm ist das Metrum „eilig“. Mit der Tonart h-Moll wird eine gewisse Dramatik signalisiert. Dadurch erhält die Musik das typische Gepräge von News-Intros oder -Betten.

Der erste Break (Z. 03–07) beginnt nach den Musiknachrichten ohne akustischen Trenner, aber mit verändertem Sprechstil: Hatte die Moderatorin Audrey die Musiknachrichten mittellaut und mittelschnell präsentiert, wird sie mit Beginn des Breaks plötzlich deutlich schneller und lauter (mit einer Tendenz zum Rufen) und spricht mit größerer Sprechspannung. Dieser Break besteht aus fünf Schritten:

1. Die Moderatorin sagt die Uhrzeit an: *il est euh SEPT heures trente-deux;* | (Z. 03),
2. wünscht den Hörer*innen ein sehr schönes Aufwachen: *un TRÈS beau reveIL;* | (Z. 04)
3. und einen guten Vormittag auf dem Sender: *une BONNE matiNÉE sur FUN;* | (Z. 05),
4. kündigt Brunos Rückkehr in Kürze an: *avec tout de SUITE le reTOUR de BRUno dans la raDIO;* | (Z. 06)
5. und verabschiedet sich bis gleich: *et à tout à l'HEURE.* || (Z. 07).

Als Überleitung zum nächsten Break fungiert ein Sounder (Z. 08), und zwar ein Swoosh, der eher ungewöhnlich nicht auf einem breitbandigen Rauschsignal beruht, sondern als aufsteigender Sinus-Sweep ausgeführt ist, d. h. als Glissando eines Einzeltons. Dieser setzt exakt mit Audreys Wortende ein und mündet in eine abschwächend verrauschte, aber noch als solche erkennbare Explosion. Indem die Lautstärke des Musikbetts und der hinzugefügten Elemente stark an- und in den Vordergrund gehoben werden, ergibt sich eine deutliche Intensitätssteigerung. Durch kurzes Ausbleiben des Musikbetts nach der Explosion wird hier eine Segmentgrenze kenntlich gemacht. Das direkt darauf folgende Weckerklingeln ist dem nächsten Break zuzuordnen.

Der zweite Break ist ebenfalls fünfschrittig. Er besteht komplett aus vorproduzierten gesprochenen und klanglichen Elementen, zum Teil auf Französisch, zum Teil auf Englisch:

1. Der Break beginnt mit einem Show Opener, eingeleitet durch ein Weckerklingeln, überlappend dazu der langgezogene Weckruf *wa: wake !UP! BRUU:::NOOO:::;* | (Z. 09), von einer männlichen Stimme scheinbar aus der Ferne gerufen (als solches kenntlich gemacht durch eine ausgeprägte Hallfahne am Signalende). Nach *wake !UP!* setzt ein erster Schlagzeug-Fill In (Überbrückung der Pausen melodischer Phrasen) ein und wird unter dem o. g. Ruf nach Bruno durch einen zweiten Fill In, einen Tomtom-Wirbel, intensiviert fortgesetzt. Das gerufene *BRUU:::NOOO:::* intoniert absteigend

die Töne E und D und manifestiert damit den Dominantseptakkord Fis7 der zuvor eingeführten Tonika h-Moll. Damit ist musikalisch der Moment größter Spannung erreicht.

2. Auf den Weckruf folgt die akustische Sendungskennung: *c'est bruNO DANS la raDIO.*| (Z. 10), gesprochen von einer hohen und hauchigen weiblichen Stimme. Diese wird unterlegt vom dritten Schlagzeug-Fill, der selbst aus drei tonal absteigenden Akzenten (hohe, mittlere und tiefe Toms) besteht und durch einen auf den Schlagzeug-Sound gelegten Phasing-Effekt besonders intensiviert wird.
3. Der Name des Starmoderators wird in diesem Moment höchster Intensität noch einmal von einer sehr tiefen männlichen Stimme mit amerikanischem Akzent wiederholt: *BRUno.*|| (Z. 11). Eng gefolgt erscheint das hohe Jauchzen einer Männerstimme, die auf dem stark erhöhten Intensitätslevel rhythmisch mit dem Drop des Musikbetts zusammenfällt, also dem Wiedereinsatz des nun energetischeren, üppiger instrumentierten Musikbetts, das in eben diesem Moment eine kleine Terz absteigend zur Tonika h-Moll zurückkehrt.
4. Dann nennt eine jugendlich-hohe und helle männliche Stimme Uhrzeit und Sendername: *SIX heures NEUF heu:res SUR FUN radio.*|| (Z. 12). Darunter schwillt kurz das Johlen einer großen Menschenmenge an.
5. Es folgt das Sendungsmotto *LISten DANCE floor.*|| (Z. 13), gesprochen von der tiefen männlichen Stimme mit amerikanischem Akzent, die bereits in Zeile 11 zu hören war. Die Musik setzt in diesem Moment wieder kurz aus und macht Platz für die Stimme der Hauptperson, den Starmoderator Bruno.

Der dritte Break wird komplett vom Starmoderator Bruno präsentiert. Der Break besteht aus fünf Informationen, die nur schwach prosodisch voneinander abgesetzt sind und insgesamt einen einzigen Spannungsbogen bilden, mit einer Klimax am Ende. Das Musikbett darunter ist wieder nur sehr leise pulsierend wahrzunehmen. Es liegt weiterhin in der Haupttonart h-Moll und vermittelt dadurch den Eindruck von Verlässlichkeit, Stetigkeit, einer sicheren Basis. Bruno setzt auf diesem Fundament lässig ein. Dabei spricht er aber extrem schnell.

1. Bruno sagt die Uhrzeit an: *SEPT heures trente-QUATre* (Z. 14)
2. und nennt die Senderkennung: *c'est FUN radio;*| (Z. 15),
3. wünscht ein gutes Aufwachen: *BON reVEIL;*| (Z. 16),
4. stellt sich vor: *je m'appelle bruNO;*| (Z. 17)
5. und wünscht abschließend allen eine schöne Feier: *BONNE FÊTE aujourd'hui; à tout-*| (Z. 18).

4.4 Die SWR1 Halbarie (Service- / Informationsblock)

Die unter Mitarbeiter*innen sogenannte Halbarie im Morgenprogramm des Südwestdeutschen Rundfunks (SWR1) ist ein Beispiel für eine zeitlich deutlich länger ausgedehnte Konstruktion aus Sprechpassagen und Verpackungselementen (Beispiel 4). Mit „Halbarie“ ist der relativ lange Service- / Informationsblock zur halben Stunde gemeint, der überwiegend mit Musik unterlegt ist und aus mehreren unterschiedlichen, aufeinander abgestimmten Teilen besteht. Er erfordert von den Moderator*innen besondere Konzentration, da sie nicht nur moderieren, sondern auch alle anderen Bestandteile des Blocks passgenau steuern müssen, so dass eine pointierte Performance entsteht. Die aufwändig gestaltete Verpackung wird aus drei aufeinanderfolgenden Donuts mit angehängtem kurzem Show Opener gebildet. Donuts bestehen aus einem Logo oder Bumper als markantem Einstiegssegment, einem darauffolgenden, stilistisch angepassten Musikbett zum Darübersprechen von Inhalten (hier über dem ersten Musikbett Verkehr / Service, über dem zweiten Nachrichten und über dem dritten Wetter) und einem weiteren Logo oder Stinger als Abschluss, der hier durch die dreifache Aneinanderreihung zweimal mit dem nächsten Logo zusammenfällt bzw. mit ihm identisch ist.

Im Transkript sind die Wortanteile (Nachrichten, Moderation, Wettervorhersage) verkürzt wiedergegeben, da es in der Analyse vor allem auf die Übergänge zu den Klangelementen ankommt. Im Studio befindet sich der Morgenmoderator (Thomas Schmitt). Der ca. fünfminütige Ausschnitt setzt 06.31 Uhr ein, mit einem Sounder, der die Verkehrsmeldungen ankündigt („Verkehrs-Beep“; Z. 01).

01	SOUNDER	((Verkehrs-BEEP))
02	MODERATOR	SECHS uhr EINunddreißig;
03	LOGO	f#"–g"–a"–d" (110bpm)
04	MODERATOR	Swr EINS BadenWÜRTtemberg ist HIER –
05		mit dem aktuELLsten verKEHRSService im land,
06		eine geFAHrenmeldung haben wir hier von der A5 ((...))
07		ihnen unterwegs GÜte und SICHere FAHRT.
08	LOGO	a"–bb"–c"–f" (130bpm)
09	MODERATOR	DER NACHrichtenüberblick mit Petra RETner.
10	NR-Spre.in	guten MORgen.
11		der vor zwei jahren in SYrien verschleppte us-journalist peter CURTis ist wieder FREI;
12		((...))
13		die NÄCHsten NACHrichten in swr EINS;
14		um SIEben uhr.
15	LOGO	c#"–d"–e"–a" (135bpm)

16	MODERATOR	ANDreas MaraLITza ist im swr eins WETterstudio; ich hab GRAdE schon ((...))
17	WETTER-MOD.	((...)) das wetter bleibt INSGesamt doch ZIEMlich durchWACHsen.
18	MODERATOR	DANke andREAs;
19	SHOW OPENER	h"-a"-f#"-"d"-e"-d" (115bpm)
20	STAT.VOICE	SWR EINS Guten MORGen Baden Württemberg.
21		<<gesungen> Guten MORGGe:n>
22		mit THOMas SCHMITT.
23	MUSIK	((instrumental: Musiktitel))

Transkript 4: Morgensendung des SWR1 Baden-Württemberg (Audio 4)

Der Moderator sagt die Uhrzeit an (Z. 02) und es folgt das erste Logo (Z. 03). Dann nennt der Moderator den Sendernamen (Z. 04) und kündigt den Verkehrs-service an (Z. 05), den er dann auch selbst spricht (Z. 06). Er schließt mit einem Wunsch ab: *GUte und SICHere FAHRT.*|| (Z. 07). Dann folgt das zweite Logo (Z. 08). Danach leitet der Moderator zu den Nachrichten über und nennt den Namen der Nachrichtensprecherin (Z. 09). Nachdem sie die Nachrichten präsentiert und auf die nächsten Nachrichten 07.00 Uhr verwiesen hat (Z. 10–14), folgt das dritte Logo (Z. 15). Der Moderator leitet nun zu den Wettermeldungen über, indem er den Namen des Wettermoderators nennt und offensichtlich von einer eigenen Wettererfahrung vom Morgen berichtet (Z. 16). Nachdem der Wettermoderator die Wettervorhersage präsentiert hat (Z. 17), bedankt sich der Moderator der Morgensendung. Durch die Anrede mit dem Vornamen stellt er seine Vertrautheit mit dem Kollegen heraus: *DANke andREAs;*|| (Z. 18). Nun erklingt ein Show Opener (Z. 19), gefolgt von der Station Voice (Z. 20–22), und schließlich beginnt der nächste Musiktitel.

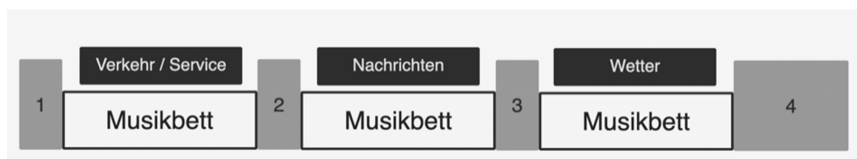


Abb. 1: Verlaufsstruktur von Beispiel 4




Logo (1)	Logo (2)	Logo (3)
		
f#"-g"-a"-d" (D-Dur) aufsteigend 110 bpm	a"-b b"-c"-f" (F-Dur) aufsteigend 130 bpm	c#"-d"-e"-a" (A-Dur) aufsteigend 135 bpm

Abb. 2: Musikalische Struktur der drei Logos

Die Konstruktion zeichnet sich durch mehrere Merkmale als klimaktische Struktur aus. Die drei Logos (in den Abbildungen Nummer 1–3) wiederholen das gleiche melodische Motiv in sequenzierender Form, d. h. sie beginnen jeweils auf einem höheren Ton als das vorherige. Der abschließende Show Opener dagegen (Nummer 4 in Abb. 1) verwendet ein anderes Motiv mit größerer zeitlicher Ausdehnung. Mit jedem Logo nimmt das Tempo zu, beginnend mit 110 bpm, dann 130 bpm und beim dritten 135 bpm, was bereits recht „eilig“ wirkt. Parallel steigen die Dynamik und die empfundene Lautheit vom ersten zum zweiten Logo deutlich an, sinken zum dritten geringfügig ab und erreichen beim Show Opener ihr Maximum. Die Instrumentation der Logos beruht auf synthetischen Sounds, die an Piano, Streicher und Bläser erinnern, was tendenziell verhalten wirkt, durch eine recht hohe Lage aber eine gewisse Intensität erhält. Beim zweiten Logo werden zudem tiefe Trommeln eingesetzt, die sich in Radio- und TV-Trailern generell als typisches Ankündigungselement von Nachrichten etabliert haben (Föllmer 2018). Melodisch wird ein gebrochener, im Anstieg sich beschleunigender Sextaufschwung eingesetzt (vier Töne in der aufsteigenden Folge Halbtonschritt–Ganztonschritt–Quart). Sextaufschwünge gelten als sehnsuchtsvoll (siehe Abschnitt 1), wobei die gebrochene Form die verwendete kleine Sext nur bedingt exponiert und daneben den abschließenden Quartaufschwung betont, der eine ausgeprägte Schlusswirkung, einen Eindruck des „Angekommenseins“ vermittelt. Das kann hier so interpretiert werden, dass jedes Logo eine neue Rubrik einführt und jeweils signalisiert: Nun sind wir bei einem neuen Thema angekommen.

Das Motiv durchläuft in den Logos die drei Tonarten D-Dur, F-Dur und A-Dur, bevor der abschließende Show Opener das D-Dur wieder aufgreift und damit den Zirkel schließt. Das A-Dur des letzten Logos bildet mit dem abschließenden D-Dur des Show Opener eine schließende Kadenzwendung, in der A-Dur die Dominante und D-Dur die Tonika darstellt. Im Verhältnis zu dieser eindeutigen Schlusswirkung vermitteln die harmonischen Verhältnisse der beiden davorlie-

genden Logos Offenheit oder Ungewissheit. Funktionsharmonisch sind die Bewegungen von D-Dur nach F-Dur und A-Dur nur vage als Sequenzierung zu bestimmen. In der Tradition der deutschen Schlagermusik werden Sequenzierungen zur Spannungssteigerung oder -erhaltung eingesetzt, quasi um einem mittlerweile „verbrauchten“ Material noch einmal Energie zu verleihen.

Show Opener (4)
h"-a"-f#"-d"-e"-d" (D-Dur) absteigend 115 bpm

Abb. 3: Musikalische Struktur des abschließenden Show Openers

Der abschließende Show Opener weist zwar verwandte instrumentatorische Elemente auf (Bläser, Streicher, Drums), unterscheidet sich aber deutlich, indem er mit einem chorisch von Frauenstimmen gesungenen Motiv einsteigt. Im Gegensatz zu den Logo-Motiven ist dieses nun absteigend angelegt. Die Tonfolge h"-a"-f#"-d"-e"-d" (mit der Tonschrittfolge Ganzton–kleine Terz–große Terz–ganzer Wechselton hoch und wieder runter) ist zum Grundton d der dominierenden Tonart D-Dur orientiert. Mit der Verlangsamung von davor 135 auf 115 bpm kommt das musikalische Geschehen zur Ruhe. Mit der anschließenden Überleitung in den ersten Musiktitel nach diesem Service- und Nachrichtenblock kommt der bis dahin mehrere Minuten währende Break (ununterbrochene Aufeinanderfolge aufeinander abgestimmter Logos, Musikbetten und Show Opener) zum Ende und übergibt an die Musik. Die klimaktische Struktur der ersten drei Elemente kulminiert also im letzten, das wiederum in einen Popsong mündet.

Die Struktur der Verpackung steht damit im Kontrast zur häufig angenommenen höheren Wichtigkeit von Informationen im Radio gegenüber der Musik. Die Sprechhaltung von Sprecher*innen und Moderator*innen des Nachrichten- und Serviceblocks vermittelt in der Regel eine gewisse Dringlichkeit und Gewichtigkeit, die auch als Behauptung eines Primats dieser Inhalte interpretiert werden kann. Der primär durch musikalische Mittel getragene klimaktische Aufbau der Verpackungselemente steht dem diametral entgegen. Auf fast schon subversive Art orientieren die vier Elemente die Aufmerksamkeit auf die dem Nachrichten- und Serviceblock folgende Musik.

5 Fazit

Die exemplarische Analyse der vier Beispiele für Three Element Breaks bzw. Service- / Informationsblöcke macht deutlich, dass ihr Gesamtcharakter erst durch das intensiv aufeinander abgestimmte Zusammenspiel unterschiedlicher Elemente zustande kommt. Musikalische Strukturen und klangliche Bestandteile von Verpackungselementen erweisen sich als gleichberechtigte Bestandteile einer Radiorhetorik wie die Sprechpassagen der Moderator*innen. Auch (oder gerade) bei Moderationen mit hoch standardisierten, häufig wiederholten und wenig informativen Inhalten wie den Three Element Breaks spielen Verpackungselemente eine tragende Rolle. Wenn Moderator*innen ihre Äußerungen kunstvoll mit Bumpers, Musikbetten und Show Openern verschränken, können sie besonders üppige Wirkungen erzielen. Der Ornatus kommt dabei zu wesentlichen Teilen durch Verpackungselemente zustande, während die verbalen Moderationsanteile häufig sogar zurücktreten. Die Kunstfertigkeit der Moderator*innen besteht darin, die verschiedenen Elemente im Moment des Sendens so passgenau und dynamisch miteinander zu verweben, dass ein lebendiger Fluss entsteht, welcher erst in seiner Gesamtheit die gewünschte Wirkung entfaltet (vgl. auch Münch 1995, 176).

Die Beobachtungen zu den Three (bzw. Five) Element Breaks im TRE-Korpus zeigen über Länder- und Sprachgrenzen hinweg übereinstimmend: Es handelt sich überwiegend um eine routinisierte, formelhaft-standardisierte drei- oder fünfschrittige Struktur, die durch das häufige Vorkommen vorhersehbar ist und sich damit gut eignet, eine Sendung zu strukturieren. Die Breaks werden genutzt zur Selbstpräsentation der Moderator*innen und zur Kontaktaufnahme mit den Hörer*innen, vor allem aber zur Präsentation des Sender-Images, also auch zur Abgrenzung von ähnlichen Programmen. Three Element Breaks verankern die Sendung im Hier und Jetzt. Sprachlich sind sie schlagzeilenartig gestaltet: knapp, kurz, klar (Brevitas und Perspicuitas). Stimmlich-artikulatorisch sind die Breaks aufwändig und aufmerksamkeitsheischend gestaltet (Ornatus). Überwiegend werden sie mit hoher Sprechspannung laut gesprochen oder gerufen, sie enthalten viele und starke Akzente, so dass eine Rhythmisierung entsteht. Der Spannungsbogen ist oft klimaktisch gestaltet, mit einer stimmlichen Pointe am Ende. Für alle Breaks gilt, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß gemäß der Programmidentität, dass Verpackungselemente gleichberechtigte Bestandteile der drei- oder fünfschrittigen Struktur sind und den klimaktischen Aufbau unterstützen. Es stehen sprachlich-klangliche Hybridprodukte.

Die kurzen Zwischenmoderationen in Form von 3EBs oder 5EBs sind zwar nicht inhaltsleer, aber die Information über Sachverhalte (*docere*) steht nicht im Vordergrund, sondern das Erzeugen von Vergnügen, Emotion und Hörerbindung (*delectare, movere, conciliare*). Dafür werden Wort und Klang virtuos und variantenreich klimaktisch miteinander verschränkt. Einen Sonderfall stellt die „Halbarie“ dar. Sie ist erheblich schlichter gestaltet und rahmt ein längeres wort- und informationsreiches Programmelement.

Das Verhältnis zwischen den verbalen Moderationsanteilen und der Verpackung variiert je nach Programmsituation und angewandeter produktionstechnischer Raffinesse. Beim ecuadorianischen Sender La Bruja ist die Moderatorin auf ihre Stimme, den gespielten Musiktitel und den Lautstärkeregler beschränkt; vorproduzierte Verpackungselemente kommen nicht zum Einsatz. Die Kernbotschaft dieses 3EB beschränkt sich auf die Kenntlichmachung des Senders und seiner Claims.

Beim österreichischen Sender Live Radio setzt die Moderatorin einen Sounder und einen Bumper mit insgesamt fünf unterscheidbaren Elementen präzise getimt und unterstützt durch ein elektronisch geregeltes Gating ein. Die Passage fokussiert darauf, das Sender-Event möglichst reizvoll erscheinen zu lassen, um möglichst viele Hörer*innen zur Teilnahme zu bewegen und den Sender als aktiv und hörernah darzustellen.

Beim französischen Sender Fun Radio sind die Verpackungselemente rhythmisch, melodisch und instrumentarisch noch gehaltvoller ausgeführt. Insgesamt zehn vorproduzierte Sound- und Sprach-Bestandteile werden innerhalb der Verpackungselemente aneinandergereiht oder geschichtet. Sie leiten auf eine Pointe hin, die keinerlei Nachrichtenwert, sondern allein soziale Relevanz besitzt: die Rückkehr des Star-Moderators Bruno und das Angebot einer parasozialen Beziehung zu ihm.

Das letzte Beispiel des Senders SWR1 weist eine geringere Dichte vorproduzierter Bestandteile auf und enthält weder Sounder noch vorproduzierte Sprachsequenzen. Drei Variationen des musikalischen Sender-Logos und ein abschließender Show Opener rahmen die insgesamt ca. fünfminütige Passage. Die Gesamtkonstruktion fokussiert aber nicht die sprachlich vermittelten Inhalte der Verkehrsmeldungen, Nachrichten und Wetter, die diese Passage eigentlich ausmachen, sondern die nachfolgende Musik, die in Unterhaltungsformaten wie diesem in Rotation teils mehrmals am Tag wiederholt wird und somit keinen Neuigkeitswert besitzt. Zu diskutieren wäre, ob damit ein Widerspruch zum

informationsorientierten Kommunikationsanspruch der Servicepassage besteht oder eine Verbindung geschaffen wird, so dass die informationsorientierte Servicepassage nicht aus der Anmutung des Programms herausfällt, sondern „eingebettet“ erscheint.

Insbesondere die Beispiele von Live Radio und Fun Radio verwenden gesprochene Moderationsanteile und Verpackungselemente zum Zweck des Sign Posting. Nach Shingler / Wieringa (1998, 136) bedeutet dies die Markierung eines bestimmten Bestandteils, Moments oder Wechsels im Broadcast Flow. Sign Posting ersetzt im Zeitmedium Radio das Inhaltsverzeichnis, die Headlines oder die Rubrikenkennzeichnung, die im Raummedium Zeitung durch die räumliche Anordnung auf dem Zeitungstableau gängig sind (Crisell 1986/²1996, 6). „Radio has nothing but different sounds, some of which it uses to establish the beginnings and ends of programmes for us [...]“ (Shingler / Wieringa 1998, 8). Diese Sign Postings signalisieren den Hörer*innen mittels spezieller Sounds die Linien und Wechsel der Programmstruktur.

In einem folgenden Schritt könnte untersucht werden, in welchem Verhältnis erkennbare Kommunikationswirkungen und dafür verwendete Sendebestandteile der 3EBs oder 5EBs zu übergeordneten Zielen des jeweiligen Senderbetriebs stehen. Privatkommerzielle Radiosender stellen ökonomisch einen speziellen Fall dar, weil sie nicht ihr eigentliches Produkt, das Radioprogramm selbst, vermarkten, sondern seine Transportkapazität für Werbung. Aus ökonomischer Sicht müssen Radiobetreiber*innen daher danach streben, die Transportkapazität des Mediums so zu steigern, dass möglichst viel Werbung gespielt werden kann, ohne Zuhörer*innen zu vergraulen. Unter diesen Bedingungen werden die beschriebenen Mechanismen umso sinnfälliger.

Literatur

- Åberg, C. (1999): *The Sounds of Radio. On Radio as an Auditive Means of Communication.* Stockholm.
- Auctor ad Herennium (1998): *Rhetorica ad Herennium.* Düsseldorf, Zürich.
- Auhagen, W. (2014): Beziehungen zwischen Musik und Sprache aus musiktheoretischer und musikpsychologischer Sicht. In: Bose, I. / Neuber, B. (Hg.): *Sprechwissenschaft: Bestand, Prognose, Perspektive.* Frankfurt a. M., S. 25–32.
- Bose, I. / Föllmer, G. (2015): Forschungen zur Anmutung des Radios. In: Bose, I. (Hg.): *Radio, Sprache, Klang.* Frankfurt a. M. u. a., S. 13–76. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).

- Buchholz, A. (2017): Morningshow / Frühsendung. In: La Roche, W. v. / Buchholz, A. (Hg.): Radio-Journalismus: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. Wiesbaden, S. 301–306.
- Burger, H. / Luginbühl, M. (2014): Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. Berlin, New York.
- Campe, R. / Wilczek, M. (2009): Stimme, Stimmkunde. In: Ueding, G. (Hg.): Historisches Wörterbuch der Rhetorik, Bd. 9. Tübingen, S. 83–89.
- Cicero, M. T. (2007): De Oratore – Über den Redner. Düsseldorf, Zürich.
- Couldry, N. (2003): Media Rituals. A Critical Approach. London.
- Crisell, A. (1986/²1996): Understanding Radio. London, New York.
- Dausendschön-Gay, U. / Gülich, E. / Krafft, U. (2015): Zu einem Konzept von Ko-Konstruktion. In: Dies. (Hg.): Ko-Konstruktionen in der Interaktion. Die gemeinsame Arbeit an Äußerungen und anderen sozialen Ereignissen. Bielefeld, S. 21–36.
- Eichmann, R. (2012): Journalismus. In: Kleinsteuber, H. (Hg.): Radio. Eine Einführung. Wiesbaden, S. 235–267.
- Finke, C. L. (2019): Senderidentität und Alltagsästhetik. Radiomoderationen in der Primetime. Berlin.
- Föllmer, G. (2018): Jingle. In: Morat, D / Ziemer, H. (Hg.): Handbuch Sound. Geschichte, Begriffe, Ansätze. Stuttgart, S. 194–198.
- Föllmer, G. / Badenoch, A. (Hg.) (2018): Transnationalizing Radio Research. New Approaches to an Old Medium. Bielefeld.
- Forkel, J. N. (1788): Allgemeine Geschichte der Musik. Leipzig.
- Geißner, H. (1968): Der Fünfsatz. Ein Kapitel Redetheorie und Redepädagogik. In: Wirkendes Wort 18. Düsseldorf, S. 258–277.
- Geißner, H. (1986): Sprecherziehung. Didaktik und Methodik der mündlichen Kommunikation. Frankfurt a. M.
- Goffman, E. (1974): Frame Analysis. New York.
- Goodale, G. (2011): Sonic Persuasion. Reading Sound in the Recorded Age. Illinois.
- Grawunder, S. / Schwarze, C. / Tworek, A. (2017): Rhetorik – Persuasion – Phonetik. In: Blachut, E. / Cirko, L. / Tworek, A. / Grawunder, S. / Schwarze, C. (Hg.): Persuasives Handeln im Spannungsfeld von Rhetorik und Phonetik. Wrocław, S. 7–24.
- Gunn, J. / Goodale G. / Hall, M. / Eberly, R. (2013): Auscultating again: Rhetoric and Sound Studies. Rhetoric Society Quarterly 43/5, S. 475–489.
- Gunn, J. (2007): Gimme Some Tongue (On Recovering Speech). Quarterly Journal of Speech 93/3, S. 361–364.
- Gushurst, W. (2000): Popmusik im Radio. Musik-Programmgestaltung und Analysen des Tagesprogramms der deutschen Servicewellen 1975–1995. Baden-Baden.
- Gutenberg, N. (2001): Einführung in Sprechwissenschaft und Sprecherziehung. Frankfurt a. M.

- Haas, M. / Frigge, U. / Zimmer G. (1991): Radio-Management. Ein Handbuch für Radio-Journalisten. Konstanz.
- Hannken-Illjes, K. (2004): Gute Gründe geben. Frankfurt a. M. u. a.
- Hausendorf, H. / Schmitt, R. / Kesselheim, W. (Hg.) (2016): Interaktionsarchitektur, Sozialtopographie und Interaktionsraum. Tübingen.
- Krömker, H. / Klimsa, P. (2005): Handbuch Medienproduktion. Produktion von Film, Fernsehen, Hörfunk, Print, Internet, Mobilfunk und Musik. Wiesbaden.
- Krones, H. (1997): Musik und Rhetorik. In: Blume, F. / Finscher, L. (Hg.): Musik in Geschichte und Gegenwart. Sachteil Bd. 6. Kassel. Sp. 814-852.
- Kropp, K / Morgan, P. (2008): Konzeption und Gestaltung von CHR-Formaten. In: Schramm, H. (Hg.): Musik im Radio. Wiesbaden, S. 179–192.
- La Roche, W. von / Buchholz, A. (2013): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. Wiesbaden.
- La Roche, W. von / Buchholz, A. (2017): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. Wiesbaden.
- Luginbühl, M. (2014): Medienkultur und Medienlinguistik. Komparative Textsortengeschichte(n) der amerikanischen ‚CBS Evening News‘ und der Schweizer ‚Tagesschau‘. Bern.
- Lüthje, C. (2009): Das Medium als symbolische Macht. Norderstedt.
- Mattheson, J. (1739): Der Vollkommene Capellmeister. Hamburg.
- Media-Lexikon Funkhaus Halle, hg. von der Funkhaus Halle GmbH & Co. KG; <https://www.funkhaus-halle.de/media-lexikon/#Service> (19.03.2021)
- Mondada, L. / Schmitt, R. (2010): Zur Multimodalität von Situationseröffnungen. In: Mondada, L. / Schmitt, R. (Hg.): Situationseröffnungen. Zur multimodalen Herstellung fokussierter Interaktion. Tübingen, S. 7–52.
- Münch, T. (1995): „Hit me with your rhythm stick“ – Musikalische Gefühlsinszenierung im Radio. In: Müller-Dohm, S. / Neumann-Braun, K. (Hg.): Kulturinszenierungen. Frankfurt a. M., S. 167–185.
- Pawlowski, K. (2004): Grundlagen der Hörfunkmoderation. Münster.
- Popp, J. (2008): Angebot an Radioprogrammen. In: Schramm, H. (Hg.): Musik im Radio. Wiesbaden, S. 9–34.
- Schmitt, R. (2015): Positionspapier: Multimodale Analyse. In: Dausendschön-Gay, U. / Gülich, E. / Krafft, U. (Hg.): Ko-Konstruktionen in der Interaktion. Die gemeinsame Arbeit an Äußerungen und anderen sozialen Ereignissen. Bielefeld, S. 43–51.
- Schramm, H. (2008): Nutzung von Radioprogrammen. In: Schramm, H. (Hg.): Musik im Radio. Wiesbaden, S. 35–64.
- Schramm, H. / Hofer, M. (2008): Musikbasierte Radioformate. In: Schramm, H. (Hg.): Musik im Radio. Wiesbaden, S. 110–133.
- Schulz, V. (2014): Die Stimme in der antiken Rhetorik. Göttingen.

- Schwenke, A. (2020): Nachrichten: mehr als informativ. Nachrichten-Sprechstile im Radio zwischen Formatierung und Hörverständlichkeit. Berlin.
- Selting, M. et al. (2009): Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2). In: Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion 10, S. 353–402.
<http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2009/px-gat2.pdf> (21.04.2021)
- Shingler, M. / Wieringa, C. (1998): On Air. Methods and Meanings of Radio. London.
- Steinbrink, B. (1992): Actio. In: Ueding, G. (Hg.): Historisches Wörterbuch der Rhetorik, Bd. 1. Tübingen, S. 43–74.
- Tolson, A. (2006): Media Talk. Edinburgh.
- Wachtel, S. (2020): Das Zielsatzprinzip. Wie Pointierung unsere Wirkung erhöht. Frankfurt a. M.

Internetquellen

- 1: <https://www.koelncampus.com/mitmachen/fortbildungsberichte/12300-variationen-des-three-element-breaks/> (08.03.2021)
- 2: <https://isn.fm/2016/09/22/unser-serviceblock-wird-aufgefrischt/> (22.06.2016)

Danksagung

Wir danken Kiron Patka für die Bereitstellung der Halbarie des SWR1 und für seine Informationen dazu. Wir danken ebenso Bledar Kondi für den Notensatz und die funktionsharmonischen Hinweise zur Halbarie.

*„Und dann fühlt man, als ob der Moderator das, äh,
so eigentlich fühlt“*
**Wie deutsche und kanadische Hörerinnen und Hörer
Radiomoderationen beschreiben**

Grit Böhme, Halle (Saale) / Sonja Kettel, Leipzig



Radiosender sind oft auf lokale Zielgruppen ausgerichtet, ihr Programmdesign ist allerdings stark beeinflusst durch US-amerikanisches Formatradio sowie die BBC. Beeinflusst das die Art und Weise, wie Hörer*innen aus verschiedenen Ländern Radioformate und -stile wahrnehmen und kategorisieren? Die hier vorgestellte qualitative Untersuchung geht dieser Frage nach und vergleicht, wie Radiohörer*innen aus Deutschland und Kanada auf dieselben Moderationsstile reagieren. Die Ergebnisse deuten an, dass Programmpräferenzen ein bedeutsamerer Einflussfaktor sein könnten als das Herkunftsland, um Unterschiede in den Reaktionen zu erklären.

1 Einleitung

Radiomoderationen sind – im Sinne Baumans (1975) – Performances. Die Sprecher*innen begeben sich vor dem Mikrofon in eine herausgehobene Position, ähnlich wie auf einer Bühne. Damit vermitteln sie nicht nur Inhalte, sondern laden ihr Publikum immer auch ein, die Präsentationen daraufhin zu bewerten, wie angemessen, wie kunstfertig und gewandt den Moderator*innen ihre Darstellung gelungen ist (vgl. auch Bell / Gibson 2011). Die stilistische Gestaltung spielt vor allem in solchen Bereichen eine Rolle, die nur wenigen Sachzwängen unterliegen, wodurch Spielräume für die freie Formbildung entstehen. Dies wiederum bietet „besonders günstige Voraussetzungen für die Ausbildung kultureller Stile [...], deren einzige Funktion der Verweis auf und die Selbstvergewisserung über kollektive ‚Verhaltensformen der Seele‘ bzw. über intellektuelle und emotionale Strukturen und Dispositive ist“ (Linke 2009, 1138). Das gilt prototypisch für

künstlerisches Schaffen, in besonderer Weise aber auch für Medienkommunikation jenseits traditionell mit Kunst assoziierter Genres (vgl. u. a. Coupland 2007, 146 ff.). Radiomoderatoren und -moderatorinnen versuchen über den Stil, in dem sie sich selbst darstellen und ihre Hörerschaft ansprechen, ihrer Zielgruppe eine Identifikationsfläche zu bieten. Dazu greifen sie in der Gesellschaft bereits etablierte Stile und Muster auf, von denen sie erwarten, dass ihr anvisiertes Publikum sie für angemessen hält und positiv bewertet (vgl. Bell 2001; Tolson 2006, 20, 52; Bose / Föllmer 2015). Die Entscheidung, welche dieser Identifikationsangebote die Hörer*innen annehmen oder auch ablehnen, können sie – durch die fehlende Verbindlichkeit – beim Radio wesentlich kompromissloser fällen als in vielen nichtmedialen Settings (vgl. Scannell 1991; Schramm / Hartmann 2010). Aufgrund dieser Freiheit eignet sich die Wahl des eigenen Medienrepertoires generell sehr gut, um soziale Gruppenzugehörigkeiten zu bestätigen und überdies nach außen zu vermitteln. Daher ist davon auszugehen, dass soziale Bewertungen und Distinktionsprozesse hier besonders offen und deutlich zum Ausdruck gebracht werden – über Geschmack lässt sich bekanntlich nicht streiten (vgl. Bourdieu 1987, 405 ff.; Trepte 2006; Hoffmann / Kutscha 2010).

Diese Annahme bestätigte sich u. a. in einer Untersuchung von Böhme (2019), in der sie ein Beschreibungsprofil erstellte für den typischen Moderationsstil eines Radiosenders im Vergleich zu Moderationsstilen anderer Sender, die in derselben Region zu empfangen sind – formuliert aus der Sicht der eigenen Zielgruppe. Der untersuchte Sender war in diesem Falle das öffentlich-rechtliche deutsche Jugendradio MDR Sputnik. Auf Basis dieser Arbeit entstanden noch zwei weitere Untersuchungen: In Vortests hatte sich angedeutet, dass Rezipienten und Rezipientinnen von Kulturformaten Moderationsstile in sehr anderer Weise beschreiben und bewerten als solche, die Jugendradios bevorzugen. Auf Grundlage dieser Beobachtung führte Böhme (2016) gemeinsam mit Studierenden eine Befragung mit Hörer*innen des öffentlich-rechtlichen Kulturradios MDR Figaro durch, die in derselben Region lebten und in Alter und Bildungsgrad vergleichbar waren mit den Teilnehmenden aus der ursprünglichen Untersuchung. In einer weiteren Studie befragte Kettel schließlich deutschsprachige Radiohörer*innen in Kanada, die in demografischer Hinsicht den Proband*innen aus den beiden anderen Befragungen ebenfalls äquivalent waren (Alter zwischen 18 und 29 Jahren, größtenteils Studierende). Alle drei Untersuchungsgruppen wurden mit derselben Interviewmethode befragt und mit denselben Moderationsstimuli konfrontiert.

Die Erhebung in Kanada hatte folgenden Hintergrund: Zwar sind Radioprogramme meist auf die Bedürfnisse lokal definierter Zielgruppen zugeschnitten,

gleichzeitig ist Radio aber ein sehr globalisiertes Medium. Die gesamte Programmgestaltung ist weltweit stark geprägt durch das US-amerikanische Formatradio und die BBC (vgl. Berland 1993; Hilmes 2004; Krug 2010, 43 ff.). Wenn gleich es hierzu noch keine kulturvergleichenden Studien gibt, kann daher angenommen werden, dass sich dies auch auf die Gestaltung der Moderation auswirkt (ähnlich wie es z. B. auch bei Fernsehnachrichten der Fall ist, vgl. Luginbühl 2014). Ziel dieser explorativen Studie war es, herauszufinden, wie Hörer*innen, die zwar fließend Deutsch sprechen, aber nicht in Deutschland und mit dessen Radiolandschaft sozialisiert sind, auf die deutschen Radiomoderationen reagieren. Deren Reaktionen sollten dann mit denen der deutschen Interviewten verglichen werden. Im vorliegenden Artikel sollen ausgewählte Ergebnisse, einige Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Beschreibungen der verschiedenen Hörergruppen aufgezeigt und diskutiert werden.

2 Methodisches Vorgehen

Als Stimulusmaterial für die Interviews wurden zunächst aus 58 Stunden aufgezeichnetem Radioprogramm Moderationsmitschnitte von 6 bis 12 Sekunden Länge ausgeschnitten. Diese enthielten ausschließlich gesprochene Moderation, keine Musik, keine Stadion-IDs, Jingles oder andere sog. Verpackungselemente. Die Stimuli teilten sich dabei in zwei Gruppen auf: Einerseits Moderationen des untersuchten Senders MDR Sputnik und andererseits Mitschnitte von anderen Sendern aus derselben Region, darunter auch Moderationen von MDR Figaro. In einem ersten Schritt wurde in einer Online-Befragung mit über 1200 Sputnik-Hörer*innen ein Wiedererkennungstest durchgeführt (vgl. Böhme 2014). Auf diesem Wege konnten die weniger typischen Sputnik-Moderationen aus dem Stimulus-Pool herausgefiltert werden und ebenso diejenigen Moderationsmitschnitte der anderen Sender, die am häufigsten mit Sputnik-Moderationen verwechselt wurden.

Ziel des nächsten Schrittes war es nun, Beschreibungen von Hörer*innen zu sammeln. Das Vorgehen lehnte sich hierbei an die Repertory-Grid-Methode an, ein teilstrukturiertes Interview-Verfahren, das bislang noch nicht für die Untersuchung von Sprechstilen angewendet worden war (eine kurze Übersicht zu verschiedenen Varianten und Anwendungsbereichen der Methode findet sich u. a. bei Fromm 2002). Den Interviewten wurden immer jeweils drei Stimuli hintereinander vorgespielt. Diese waren zufällig gewählt, jedoch unter der Bedingung, dass sich in jeder Triade mindestens eine, maximal zwei Sputnik-Moderationen befanden. Nach dem Hören wurden die Proband*innen gefragt, welche zwei der

drei Moderationen sie ähnlicher zueinander finden und welche ihrer Einschätzung nach anders ist. Daraufhin sollten sie in eigenen Worten beschreiben, inwiefern sich die beiden Moderationen ähneln und in welcher Hinsicht sich die übrige Moderation davon unterscheidet. Im Anschluss wurde dann die nächste Triade vorgespielt und der Prozess wiederholt, bis jede Probandin und jeder Proband am Ende 16 Triaden, also 48 Moderationsmitschnitte nach wahrgenommenen Ähnlichkeiten und Unterschieden eingeteilt und beschrieben hatte. Pro Interview wurden immer jeweils zwei Hörer bzw. Hörerinnen gleichzeitig befragt, um sie in der Interaktion miteinander beobachten zu können und um die Gesprächsatmosphäre etwas alltagsnäher zu gestalten.

Durch dieses sehr offene Befragungsformat lässt sich untersuchen, ob und in welcher Weise die Befragten den Sprechstil von verschiedenen Moderationen desselben Senders als kohärent, als ähnlich zueinander wahrnehmen und wie sie ihn jeweils von anderen Moderationsstilen abgrenzen. Da Sprechstile als Mittel zur Distinktion in der Regel vor dem Hintergrund möglicher alternativer Stilformen gedeutet werden, ist es sinnvoll, sie auch methodisch nicht isoliert zu betrachten, sondern sie in Beziehung zu anderen relevanten Sprechstilen zu setzen (vgl. Irvine 2001; Linke 2009; Gal 2016). Dazu bietet die Repertory-Grid-Methode eine Möglichkeit (eine ausführliche Beschreibung des methodischen Herangehens ist bei Böhme 2015 und insbesondere Böhme 2019, 79 ff. nachzulesen).

Mit den Sputnik-Hörer*innen aus der ersten Untersuchung wurden nach diesem Vorgehen 16 Interviews mit insgesamt 32 Teilnehmenden durchgeführt. In der zweiten Untersuchung wurden 11 Interviews mit 22 Hörer*innen von MDR Figaro erhoben. Zuletzt wurden in der dritten Untersuchung in 7 Interviews 14 Proband*innen befragt, die in Kanada lebten und dort auch überwiegend sozialisiert waren. Ursprünglich sollte dieses Probandensample ausschließlich aus Personen bestehen, die der deutschsprachigen Minderheit in Kanada angehören. Es hatte sich allerdings als schwierig erwiesen, dabei Teilnehmende in der Altersgruppe zwischen 18 und 29 Jahren zu finden, die Deutsch auf erstsprachlichem Niveau sprechen, da diese meist in der dritten oder vierten Generation in Kanada leben und Deutsch im Alltag kaum noch verwenden (vgl. auch Prokop / Bassler 2008). Um die Befragten dennoch mit der Altersgruppe der übrigen Interviewten vergleichbar zu halten, wurde der Probandenkreis erweitert. Voraussetzung war es nun, dass sie fließend Deutsch sprachen.

Alle erhobenen Interviews wurden als Audioaufnahmen aufgezeichnet und dann nach schriftsprachlichen Regeln transkribiert, wobei eine möglichst große Nähe zur mündlichen Form angestrebt wurde. Die Auswertung der Daten erfolgte anschließend im Analyseprogramm MAXQDA mit einer Mischung aus quantita-

tiven Methoden (Welche Beschreibungen kommen über mehrere Interviews hinweg am häufigsten vor und sind für die jeweiligen Sender am exklusivsten?) und einem an den Verfahren der Grounded Theory orientierten Vorgehen (Was bedeuten die Beschreibungen? Lassen sich zugrundeliegende Dimensionen finden?) (vgl. Corbin / Strauss 2015; vgl. auch Böhme 2019, 97 ff.).

3 Die lachende Moderatorin – ein Analysebeispiel

Die Auswertung – insbesondere die der Figaro-Interviews – ist noch nicht vollumfänglich abgeschlossen. Doch bereits in einem ersten Analysedurchlauf deutete sich an, dass unterschiedliche Programmvorlieben einen wesentlichen Einfluss darauf haben, wie die Interviewten die Moderationen einordnen, bewerten und beschreiben. Möglicherweise ist dieser Faktor sogar bedeutsamer als der, in welchem Land die Hörer*innen jeweils sozialisiert wurden. Dies sei hier anhand eines Beispiels illustriert, in dem die Reaktionen aller drei Befragtengruppen auf einen konkreten Moderationsstimulus miteinander verglichen werden sollen. Der gewählte Stimulus (siehe Transkript 1) stammt aus dem Programm des Jugendradios MDR Sputnik. Er enthält einen Gesprächsausschnitt zwischen der Morningshow-Moderatorin WB und ihrem Co-Moderator RF. Um nachvollziehbar zu machen, worauf sich die im Folgenden erläuterten Beschreibungen der Hörer*innen beziehen, ist der Stimulus hier zunächst nach den Konventionen von GAT2 transkribiert (vgl. Selting et al. 2009). Als Audio ist der Stimulus verfügbar über den QR-Code zu Beginn des Artikels bzw. unter:

<https://cloud.uni-halle.de/s/zr7UBJi4TidH3O9>.

01	WB:	°hh in STUTTgart definitiv,
02		<<:-)>un_noch drei ANDern städten;
03		sie WISSen aber noch nich wo.
04		(.) [ähi] hi>
05	RF:	[hm.]
06		(.) hAlt das irgnwie-
07		also ich hAlte die methODen irgnwie für wie soll ich
08		SAGen;
09	WB:	(.) [NICH]
10	RF:	[<<:-)>°h FRAG]würdig?//>
11	WB:	ja nIch ganz ZEITgemäß irgnwie. (<i>(stimmloses nasales Auflachen)</i>)

Transkript 1: Moderationsstimulus (S 153 S) aus der Sputnik-Morningshow mit Moderatorin WB und Moderator RF (Audio 1)

Wie sich im weiteren Verlauf dieses Artikels noch zeigen wird, spielen klangliche Aspekte von Radiomoderation für die befragten Hörer*innen eine wichtige Rolle (vgl. auch Böhme 2013; 2019, 256 ff.; Bose / Föllmer 2015). Die stimmlich-artikulatorischen Merkmale der Moderation werden daher an dieser Stelle zusätzlich beschrieben mithilfe des Merkmalskataloges zur auditiven Deskription von stimmlich-artikulatorischen Ausdrucksmustern nach Bose (2003, 38 ff., 413 f. sowie 2010).

WB wie auch RF sprechen beide mit sehr bewegter, sprunghafter Sprechmelodie mit Tonhöhenprüngen von bis zu einer Oktave – z. B. von der Endsilbe von „sagen“ zu „nich“ in Zeile 7 bis 8. Auch das Lachen der Moderatorin in Zeile 4 bewegt sich von der zuvor erreichten Lösungstiefe um eine Oktave auf „ähi“ und steigt auf „hi“ noch um eine kleine Terz weiter an. Lautheit und Sprechspannung sind durchweg hoch, ebenso die Sprechgeschwindigkeit, die sich gerade bei WB in unbetonten Silben deutlich auf die Artikulationspräzision auswirkt. Akzente sind bei beiden Sprechenden sowohl dynamisch als auch melodisch stark hervorgehoben (insbesondere auf „Stuttgart“ in Zeile 1, „nich“ in Zeile 8 sowie „fragwürdig“ in Zeile 9), was dem gesamten Moderationsausschnitt einen gewissen Staccato-Rhythmus verleiht. Unterschiede zwischen der Moderatorin und dem Moderator sind vor allem stimmlicher Natur. Die faukale Distanz ist bei RF zwar etwas verengt, die Stimme ist aber dennoch relativ klangvoll. Seine Stimmlage liegt im mittleren Bereich, die Klangfarbe ist dabei eher hell. Der Stimmklang von Moderatorin WB ist dagegen auffallend rau, aber auch anteilig heiser und behaucht. Insbesondere ihr Lachen in Zeile 4 hat einen hohen Geräuschanteil, ist fast aphonisch. Die Ein- und Ausschwingphasen sind – u. a. aufgrund der hohen Sprechspannung und der faukalen Enge – sehr hart, oft knarrend (auffällig vor allem nach dem wortinitialen Glottisschlag von „ändern“ in Zeile 2 und im unbetonten Teil von „fragwürdig“ in Zeile 9). Ihre Stimmlage ist für eine Frauenstimme eher tief. Die Artikulationsweise deutet bei RF wie auch WB durchgehend auf eine tendenziell gespreizte Lippenstellung hin, bei Moderatorin WB ist die *Smile Voice* von Zeile 2 bis 4 und in Zeile 9 allerdings besonders deutlich herauszuhören.

3.1 Reaktionen der deutschen Jugendradiohörer und -hörerinnen

In den Interviews mit Hörer*innen von MDR Sputnik fällt zunächst mehreren Befragten die Stimme der Moderatorin auf:

S22: [...] Und als ich die ersten Male WB gehört hatte, dachte ich so, oh mein Gott, die ist verdammt heiser, das ist doch die untypischste Radiomoderatorin überhaupt (*lacht*). Fand ich am Anfang ganz schrecklich, jetzt ist es mir so sympathisch, weil es eben nicht so gelect wirkt.

Auszug 1 (Sputnik Int. 11, Abs. 182)

In anderen Interviews heißt es, ihre „*brüchige Stimme*“ habe „*auch wieder was Persönliches, sowas anderes, dass das anders rüberkommt*“ (Sputnik Int. 6, Abs. 273). Bei der Untersuchung eines umfangreichen Korpus deutschsprachiger Morningshow-Moderationen haben Bose und Finke (2016, 86) einen generellen Wandel des Stimmideals im Radio beobachtet: „Während bisher im Radio Sprecher/innen mit ausgebildeten, klangvollen (eher dunklen) Stimmen und Standardaussprache bevorzugt wurden, sind jetzt vielfach (scheinbar) un ausgebildete Stimmen zu hören, mehr oder weniger stark geräuschhaft bis pathologisch-angestrengt (eng, rau, knarrend, undicht)“. Eine auffällige, „*untypischste*“ Stimmgebung (Auszug 1) kann den Wiedererkennungswert von Moderatoren und Moderatorinnen erhöhen und so einen Beitrag zur Markenidentität des gesamten Senders leisten – die auf dem umkämpften Radiomarkt zunehmend relevanter wird. Hörbar ausgebildete Sprecher*innen kommen fast nur noch im Kulturradio vor, viele Programmchefs von populären Begleitprogrammen lehnen diese jedoch als „zu perfekt, glatt und distanziert geradezu ab.“ (Bose / Finke 2016, 86; vgl. auch Fleming 2010, 62; Mücksch 2015). Hörerreaktionen wie im Auszug 1 haben sozusagen einen solchen Wandel von der professionellen Stimme hin zur Stimme von nebenan vermutlich ebenfalls vorangetrieben.

Dass Sputnik-Moderationen insgesamt weniger „*gelect*“ wirken, hat aber auch damit zu tun, dass sie nach Ansicht vieler Hörer*innen spontan formuliert klingen. Das machen sie u. a. daran fest, dass sich der Sprecher und die Sprecherin „*immer so gegenseitig ins Wort*“ fallen und sich „*über, äh, so Wortfindungsschwierigkeiten drübergeholfen*“ haben (Sputnik Int. 8, Abs. 118; Sputnik Int. 3, Abs. 156). Aber auch das Lachen und die *Smile Voice* der Moderatorin scheinen einen Einfluss zu haben. Das Lachen wird jedenfalls in fast jedem Interview thematisiert:

S20: [...] [weil G.B.] die sich ja doch nun auch sehr mit sich selbst unterhalten haben und halt auch mal gelacht haben, was zeigt, dass, äh, sie jetzt nicht davorstehen mit einem Blatt Papier und das einfach alles nur so runterrattern.

Auszug 2 (Sputnik Int.10, Abs. 39)

S22: Mmh, mmh. Ja stimmt, also das dritte Beispiel kommt mir auch, ähm, was du gerade sagtest, die kommen mir dadurch auch so natürlich vor, weil das wirkt nicht so, als würde sie jetzt gerade lachen, weil sie weiß, oh, jetzt muss ich gleich das und das sagen, so und an der Stelle muss ich bestimmt lachen dann so ha ha (*alle lachen*). Weil damit die Zuhörer auch lachen. Das wirkt auf mich also sehr natürlich, nicht geplant.

Auszug 3 (Sputnik Int.11, Abs. 182)

Wie die Auszüge 2 und 3 bereits andeuten, ist der Eindruck, dass hier spontan „*natürlich[e]*“ Emotionen geäußert werden, ein wichtiges Kriterium für die Authentizität einer Moderation (vgl. auch Böhme 2019, 205 ff.). Im folgenden Auszug wird dies noch deutlicher:

S19: [...] Also, das hängt dann wahrscheinlich auch schon zusammen, dass man das Gefühl hat, es kommt spontan.

S20: Genau.

S19: Von, von innen heraus und nicht, ähm, so vorgegeben, dass man da eine Richtlinie hat, die man da versucht irgendwie einzubasteln. Und, ähm, ich finde auch, die, sie haben Humor und das merkt man, das, das kann nur persönlich sein. Also man kann ja nicht humorvoll sein, wenn man es aufgezwungen bekommt. Sondern, ähm, dass die Moderatoren selber einen Humor mitbringen, den sie auch gut verarbeiten können mit den Texten, die sie dann, oder mit den Inhalten, die sie verbinden sollen. Und dass ich dadurch auch mitlachen kann, weil es eben ungezwungen klingt.

Auszug 4 (Sputnik Int.10, Abs. 42–44)

Das Lachen wird oft als ansteckende gute Laune erlebt, es „*tut [...] sehr animieren sozusagen, äh, auch selber, ja, ein bisschen lustig zu sein*“ (Sputnik Int. 6, Abs. 267). Hörbar gute Laune wiederum gilt für die Interviewten als sender- und formattypisch:

S28: Diese, äh, Menschen da von Sputnik oder von diesen jüngeren Sendern, die wirken auch immer ein bisschen fröhlicher so. Also nicht nur, weil die jetzt so gelacht hat, sondern also gerade am Anfang dieses dritten Soundschnipsels, wo die noch nicht gelacht hat, da hat man das schon so rausgehört so, gute Laune so, als, als feiert die sich gerade über irgendwas oder so. Irgendwie wirkt das immer ein bisschen fröhlicher und, äh, offener. So.

Auszug 5 (Sputnik Int.14, Abs. 293)

Offenbar erzeugt das Lachen auch einen Eindruck von Nähe (zur identifikationsstiftenden Funktion von gemeinsamem Humor und Lachen und deren gezielten Einsatz in den Massenmedien vgl. auch Knop 2007, 63):

S26: [...] Und, äh, ja also dieses, gerade dieses Gespräch ist halt, finde ich, auch sehr hörernah, weil das ja auch im Alltag stattfindet. Also, ja.

S25: Ja, [...] die haben auch miteinander gelacht und haben ein eigenes Gespräch geführt, wo man einfach nur reingeholt wurde irgendwie. Ähm, ja, und, also für mich gleichen sich eins und drei sehr, das war wieder mit mehr Freude und freier, ja?

Auszug 6 (Sputnik Int.13, Abs. 146–147)

Wenn die Sputnik-Hörer*innen die Beispielmoderation als „*mehr so alltäglich*“ beschreiben, als „*mehr intergiert irgendwie in unser Zeitleben*“ (Sputnik Int. 2, Abs. 45), so ist das durchweg positiv konnotiert als „*einfach so aus dem Leben gegriffen*“ und „*was man selbst auch immer erlebt*“ (Sputnik Int. 9, Abs. 112) und bietet ihnen augenscheinlich Identifikationsmöglichkeiten. In unterhaltungsorientierten Begleitprogrammen wie MDR Sputnik greifen Radiomoderator*innen üblicherweise bewusst Merkmale und Genres informeller Alltagsgespräche auf, um – trotz massenmedialer Verbreitung – Nähe zu ihrem Publikum aufzubauen. Sie inszenieren sich ihrer Zielgruppe gegenüber als „eine/r von ihnen“, um diese zur Identifikation einzuladen und emotional an das Programm zu binden (vgl. Fairclough 1994; Tolson 2006, 9 ff., 20, 52; Wasian 2008, 86 f., 151). Durch die Gestaltung soll den einzelnen Hörenden das Gefühl gegeben werden, als würden die Moderator*innen sie persönlich ansprechen. Auch bei Doppelmoderationen, die in solchen Programmen gerade in Morningshows sehr verbreitet sind, soll das Publikum als virtueller Gesprächspartner miteinbezogen werden (vgl. Geißner 1993, 59; Crisell 1994, 68; Burger / Luginbühl 2014, 334 ff.). Bei den beiden Probandinnen S25 und S26 (siehe Auszug 6) scheint diese beabsichtigte Wirkung offenkundig gelungen zu sein.

Deutlich anders als das vorgestellte Moderationsbeispiel nehmen die Interviewten Figaro-Moderationen wahr. Diese beschreiben sie als distanziert, abgelesen, monoton, langweilig, teilweise auch als arrogant – und „*halt schon höher als irgendwie so ein Alltagsgespräch*“ (Sputnik Int. 3, Abs. 375). Oft fühlen sich die Hörer*innen an öffentliche Vortragssituationen erinnert (Vorlesungen, Reden von Politikern). Als besonders negativ wird immer wieder hervorgehoben, Figaro-Moderator*innen wirkten emotionslos oder gar gelangweilt (vgl. Böhme 2015 sowie 2019, 142 ff.). So etwas wie Lachen ist aus Sicht der Jugendradiohörer*innen in Kulturformaten wie z. B. dem „Wort-Kultur-Programm“ Deutschlandfunk (DLF) ausgeschlossen (vgl. Geißner 2017, 365):

S14: OK, also da ist mir ganz wichtig aufgefallen, ähm, im ersten, äh, da lacht WB einfach mal während Aufnahme. Das ist beis, bei so einem DLF ist das gar nicht denkbar, also das ist ja...

S13: Gibt es ja auch nix zu lachen.

S14: Ja, eben (*alle lachen*). Also das war wieder ganz eindeutig, ähm, ähm, im, im ersten haben sie wieder frei nach der Schnauze weg über ein Thema geredet, was halt gerade wichtig ist.

Auszug 7 (Sputnik Int.7, Abs. 135–137)

3.2 Reaktionen der deutschen Kulturradiohörer und -hörerinnen

Hörer*innen von MDR Figaro empfinden Lachen ebenfalls als eher untypisch für das Kulturradioformat. Sie bewerten alltäglich, spontan und gesprächshaft wirkende Moderationsstile allerdings in sehr anderer Weise als die Befragten, die MDR Sputnik zu ihren Liebblingssendern zählen:

F03: Find, find, man, man merkt das auch so ein bisschen, ob sich die Leute zusammennehmen, bevor sie anfangen zu sprechen oder ob man merkt, dass sie sich, was bei, ähm, bei so Moderatorenpaaren, dass man halt merkt, dass sie sich, während das Lied lief oder die Werbung, schon darüber unterhalten haben und jetzt mit nem Lacher, weil sie gerade sowieso im Gespräch sind, äh, damit einsteigen. Also das gibt es, glaub ich, selten irgendwie bei Figaro. [...] Aber, wenn ich jetzt nicht so, also ich mein, ich kann ja mit dem Radio nicht reden, also mir bringt das jetzt nicht wahnsinnig viel, zu wissen, dass die jetzt schon zehn Minuten lang drüber gequatscht haben und jetzt mir noch unbedingt mitteilen, worüber sie sich Lustiges unterhalten haben.

Auszug 8 (Figaro Int. 2, Abs. 271–280)

Klingt eine Moderation geplant, so wird dies hier als Qualitätsmerkmal aufgefasst und steht für sorgfältige Vorbereitung: „Das, ähm, suggeriert mir den Eindruck, dass er eher nachgedacht hat, was über, was er erzählt. Und es ist nicht so, ich spreche jetzt das aus, was mir gerade ins Hirn kommt“ (Figaro Int. 7, Abs. 112–113). Im folgenden Auszug vergleicht Probandin F02 eine Figaro-Moderation (in der Triade an letzter Stelle) mit der weiter oben beschriebenen Beispielmoderation des Sputnik-Morningshow-Teams (in der Triade an erster Stelle):

F02: Ähm ja, bei dem letzten ist wieder direkt von Anfang an einfach, ähm, ruhig. Wieder so, als wäre es, äh, schon öfter mal irgendwie, äh, geübt worden oder weiß ich nicht, ob abges abgelesen wird oder so. Auf jeden Fall ganz entspannt die Infos gegeben. Und bei den ersten beiden wieder bäm bililililim und, äh, ich ja, penetriert mein Gehör (*lacht*).

Auszug 9 (Figaro Int. 1, Abs. 296)

Was die Interviewten aus dem Sputnik-Sample als „*höreernah*“ beschreiben (Auszug 6), wirkt auf die Figaro-Hörer*innen „*aufdringlic*“ (Figaro Int. 1, Abs. 265). Dies wird von mehreren Befragten vor allem mit der Lautheit, dem Tempo und dem großen Melodieumfang der Moderatorin und des Moderators in Verbindung gebracht. So vollzieht Probandin F02 beispielsweise von „*bäm*“ zu „*bililililim*“ einen Tonhöhen sprung von einer kleinen Sexte, der sich deutlich von der umgebenden Sprechweise abhebt. Es kann angenommen werden, dass sie damit versucht, die Melodiebewegungen innerhalb der Moderation zu charakterisieren, die sie anscheinend als unangenehm eindringlich empfindet. Auch Proband F05 findet die Moderation unangenehm. Er kann die Moderatorin WB u. a. aufgrund ihrer „*Stimmstörung [...] auf jeden Fall nicht leiden*“ (Figaro Int. 7, Abs. 94). Ebenso nimmt er ihr Lachen als störend wahr:

F05: Also das erste hatte ja praktisch überhaupt gar keinen Informationsgehalt für mich, [...] ist sogar, äh, ein Gespräch zwisch also, also so eine Art Smalltalk zwischen den Moderatoren gewesen, was mich bei, äh, beim Radio, wenn sie dann auch noch anfangen zu kichern und so, sehr stört.

Auszug 10 (Figaro Int. 3, Abs. 170)

Während die Sputnik-Hörer*innen es wertschätzen, wenn Moderationen informellen Alltagsgesprächen nahekommen, scheint „*Smalltalk*“ in dieser Untersuchungsgruppe eher negativ besetzt zu sein:

F13: [...] Und, äh, Vortragsweise flapsig, eher umgangssprachlich, als würde ich mich mit jemandem, äh, von Angesicht zu Angesicht unterhalten. Über irgendwas, was eher belanglos ist. Ähm, wieder populistisch. Populistisch und ich würde sagen, das ist so ein, so ein, hat so ein Niveau von Smalltalk.

Auszug 11 (Figaro Int. 7, Abs. 94)

In der Praxisliteratur zu Radiomoderation wird oft selbstverständlich davon ausgegangen, vor allem jüngere Hörer*innen lehnten den formelleren Duktus von Kulturprogrammen grundsätzlich ab (vgl. z. B. Brünjes / Wenger 1998, 96; Buchholz 2012). In der Tat hört das deutsche Radiopublikum mehrheitlich populäre

Begleitprogramme wie MDR Sputnik und nur eine Minderheit schaltet regelmäßig Kultursender ein (vgl. Lüthje 2010; Eckert / Feuerstein 2015). Daher ist zu vermuten, dass die meisten Radionutzer und -nutzerinnen auf gesprächhaft wirkende Moderationen eher wie die Befragten aus dem Sputnik-Sample reagieren dürften. Nichtsdestoweniger zeigen die erhobenen Daten, dass es auch unter jüngeren Hörer*innen offenbar Gruppen mit anderen Präferenzen gibt.

Interessanterweise deuten beide deutschen Hörergruppen den Inhalt der Moderation als belangloses Unterhaltungsthema. Ein Sputnik-Hörer spekuliert beispielsweise, es gehe darin um „*die aktuellen Ereignisse aus dem Dschungelcamp*“ (Sputnik Int. 8, 114), eine TV-Sendung, die regelmäßig mit Begriffen wie „*Unterschichtenfernsehen*“ in Verbindung gebracht wird (vgl. z. B. Backovic 2014). Es ist in dem Ausschnitt nicht ersichtlich, aber das Morningshow-Team spricht hier von einer Werbeaktion des Ministerpräsidenten von Sachsen-Anhalt, mit der er nach Baden-Württemberg gezogene Bürger und Bürgerinnen seines Bundeslandes wieder zurückgewinnen wollte – also ein durchaus politisches Thema. Die Reaktionen auf diesen Stimulus zeigen, wie eng Moderationsstile auch mit typischen Inhalten assoziiert sind (vgl. Goodman 1978, 24 ff.; Bakhtin 1986). Während die Kulturradiohörer*innen auch in anderen Interviewpassagen ihre Ablehnung gegenüber „*so Klatsch Boulevard*“ betonen (Figaro Int. 2, Abs. 77), präferieren die Hörer*innen des Jugendradios, „*eher etwas Unbeschwertes [zu] hören*“ über „*Themen, die jetzt nicht extrem wichtig sind*“ (Sputnik Int. 10, Abs. 256–259). Da sie Radio meist nebenbei hören, während sie anderen Tätigkeiten nachgehen, würden sie ansonsten „*einfach komplett abgelenkt von den Sachen, die man eigentlich zu tun hat*“, außerdem eigneten sich solche Themen auch besser, um etwa radiohörend in der Badewanne zu entspannen (ebd.).

Im Gegensatz zur Sputnik-Gruppe machen die Interviewten in der Figaro-Gruppe deutlich, dass sie den emotionalen Ausdruck in der Beispielmoderation unangemessen finden. Teilweise wird das so begründet wie im Auszug 8, wonach sich der Moderator und die Moderatorin nicht „*zusammennehmen*“ können und demzufolge offenbar echte Emotionen äußern. Noch häufiger wird ihr emotionaler Ausdruck aber als unauthentisch empfunden. Auch in diesem Zusammenhang fällt insbesondere das Lachen von Moderatorin WB auf:

F07: Was ich auch als unangenehm empfunden hab, war im ersten Beispiel das Lachen. Und das ist mir bei andern Beispielen manchmal aufgefallen, wenn die dann so, so lachen. Und das hört sich für mich auch immer bisschen unnatürlich an, wenn die so zu zweit reden und dann immer so. Ich glaub, da gibt's auch ganz schlimme Lachen von Radiomoderatoren, die sich dann für mich sofort ins Aus. Irgendwie, die dann zwar vielleicht charakteristisch sind, aber irgendwie unangenehm in dem Moment. [...]

F08: Vielleicht einfach auch wieder weil's, äh, so laut ist. Also ich meine, klar ist es, es gibt halt diese, ich, ja, lach ja auch laut und schallend, aber nicht immer. Und ich hab irgendwie das Gefühl, dass das dann irgendwie immer ist, ich muss immer besonders laut lachen über irgend nen Witz, der dann vielleicht auch mal grade nicht komisch ist.

Auszug 12 (Figaro Int. 4, Abs. 335–345)

Unauthentische Emotionen gelten mitunter als formattypisch. Eine Hörerin nimmt die Sputnik-Moderation zum Anlass, sich allgemein zu „*Mainstreamsendern*“ zu äußern:

F06: [...] Also, ähm, kann man ja immer sehen, wie man will. Also mal, also, ich hör ja auch durchaus, wenn ich bei meinen Eltern bin, mal Radio, die solche Mainstreamsender hören. Da ist das manchmal schon ganz nett, wenn irgendwie man morgens um sechs aufstehen muss und dann irgendwie gleich gute Laune kriegt, aber irgendwie, das ist ja meistens immer nur so ein Bruchteil, ja. Da wird man ja zugespammt mit irgendwelchem, mit irgendwelchem Werbungsmist, ja. Und, ähm, diese gekünstelte Fröhlichkeit, das ist ja immer fröhlich, ja. Also es gibt ja meistens keine, keine anderen emotionalen Zustände außer irgendwie Moderatoren auf Sekt und Speed, ja, irgendwie. Keine Ahnung, also, die sind ja permanent überglücklich.

Auszug 13 (Figaro Int. 3, Abs. 172)

3.3 Reaktionen der kanadischen Hörerinnen und Hörer

In den Beschreibungen der kanadischen Befragten fallen zunächst sehr viele Parallelen zu den Beschreibungen der Hörer*innen von Sputnik auf. Beispielsweise deuten auch hier mehrere Interviewte das Lachen als einen Hinweis, dass frei und spontan formuliert wurde:

K14: Ich fand die erste und dritte sehr, wie du sagtest, mehr Pop-sendung und ich habe das so gesehen mit dem mehr Freisprachlichen, mit dem Lachen und ich dachte, es wäre mehr so original, so, nicht gelesen, [...] frei gesprochen.

Auszug 14 (Kanada Int. 7, Abs. 31)

K12: [...] ja der dritte war, man könnte die, also, sie hat gelacht und das Lachen konnte man die ganze Zeit in der Stimme hören. Und das mag ich eigentlich, wenn sie sich unterhalten und man kann die Gefühle und die, ähm, facial expressions auch hören. [...]

K11: Dann klingt das auch viel natürlicher und nicht so gezwungen, irgendwie. Ich bin nicht wirklich sicher, wie man das so natürlich machen kann, aber ich glaube, das ist ein guter Weg, wenn man das

so hören kann. Und dann fühlt man, als ob der Moderator das, äh, so eigentlich fühlt und das nicht nur macht für die Sendung oder so.

Auszug 15 (Kanada Int. 6, Abs. 121–122)

Die Präsentationsweise wird als angemessen und authentisch wahrgenommen. Das Lachen wird dabei als emotionaler Ausdruck erlebt, der Nähe und Sympathie erzeugt. Wie in der Sputnik-Gruppe beschreiben die Interviewten das Gesprochene als nicht „*gezwungen*“, als frei von äußeren „*Richtlinien*“ (siehe Auszug 8). Die Moderatorin lacht nicht „*für die Sendung*“, weil sie es muss oder um beim Publikum einen kalkulierten Effekt zu erzielen, sondern sie „*fühlt*“ es tatsächlich (siehe auch Auszug 3 und – im Gegensatz dazu – Auszug 12). Das Morningshow-Team wirkt auf die Befragten glaubwürdig, sie fühlen sich angesprochen und in das Gespräch miteinbezogen:

K09: [...] man hat auch gemerkt, dass die Frau zum Beispiel gelacht hat und so. Es ist dann mehr, ähm ja, ich denke, das ist dann nicht wie so eine Präsentation, wo jetzt vielleicht, würde ich sagen, jüngere Leute gelangweilt wären, was erzählt der Alte mir da. Und hier gibt es dann einen Diskurs zwischen zwei Personen und das wirkt dann wahrscheinlich auch anziehender und, ähm, also der Zuhörer wird mehr miteinbezogen.

Auszug 16 (Kanada Int. 5, Abs. 53)

Ähnlich wie den deutschen Jugendradiohörer*innen fällt den kanadischen Interviewten die – aus ihrer Sicht – für Radiomoderation eher untypische Stimmgebung von WB auf. Im Einklang mit einer insgesamt positiven Bewertung wird das nicht als Makel (wie in der Kulturradio-Gruppe), sondern gerade dadurch als besonders attraktiv bewertet:

K06: Ich denke, manchmal ist es interessanter für mich, wenn die Stimmung einmalig ist, like unique. Und deswegen, bei der ersten fand ich das attraktiver, weil die Frau eine einmalige Stimme hatte.

I: Eine individuelle Stimme.

K06: Ja. Und, ähm, sie haben Spaß gemacht und das würde ich, ähm, anhören.

Auszug 17 (Kanada Int. 3, Abs. 178)

Probandin K06 verweist mit „*sie haben Spaß gemacht*“ auf den Unterhaltungswert der Moderation. Häufig bewerten die kanadischen Hörer*innen eine Moderation als gelungen, wenn sie sich unterhalten („*entertained*“) fühlen (siehe Auszug 19). Ein unterhaltender Moderationsstil wird mit einer insgesamt lockeren,

natürlichen und dynamischen Präsentationsweise in Verbindung gebracht. Wie die Befragten aus dem deutschen Jugendradio-Sample grenzen sie diese von Moderationsstilen ab, die hörbar „*abgelesen*“ klingen – eine Beschreibung, mit der sie in der Regel Moderationen von Infosendern (Auszug 18) und Kulturformaten (Auszug 19) charakterisieren. Auch hier gibt es deutliche Parallelen zu den Beschreibungen der Sputnik-Hörer*innen:

K10: Das letzte sticht hervor. Mit dem genau, es waren vorher ja auch schon ein oder zwei, ähm, Mitschnitte, in denen zwei Personen in diesem Dialog waren oder in denen zwei Moderatoren quasi sich

I: Unterhalten.

K10: unterhalten haben, ja. Genau, und dadurch hob sich das natürlich auch hervor, dadurch hatte es noch mehr natürlicheren Klang. Ähm, also den Klang einer natürlichen Konversation im Kontrast zu dem Nachrichtensprecher, der quasi vom Papier mit den Kommas abliest.

Auszug 18 (Kanada Int. 5, Abs. 53)

Was Proband K02 im Auszug 19 genau darunter versteht, wenn ein Sprecher seiner Ansicht nach „*schlecht abliest*“, kann hier nur vermutet werden. In der Gruppe der Sputnik-Hörer*innen finden sich allerdings viele Hinweise, dass zu diesem Eindruck eine Sprechweise beiträgt mit zahlreichen, aber zugleich wenig hervorgehobenen Akzenten, stereotypen melodischen Mustern sowie nicht sinngerecht gesetzten Akzentuierungen und Pausen (vgl. Böhme 2015 sowie 2019, 133 ff.). Dabei handelt es sich um ein Sprechmuster, das in den Massenmedien als durchaus verbreitet gilt und beispielsweise auch in Hörfunknachrichten vorkommt (vgl. Apel 2018).

K02: Ja, man hört Ra, Also ich höre Radio, um entertained zu sein.

I: Unterhalten zu sein, ja.

K02: Ja, und nicht, um irgendetwas Neues zu lernen vielleicht und also das dritte war fast wie ein Textbuch für mich.

K01: Ja. (*I lacht*)

K02: Fast so interessant (*lacht*).

I: Fandst du das dann, also hast du den Unterschied auch daran vielleicht festmachen können, dass du dir gedacht hast, der dritte liest ab, die anderen sprechen frei? Fandst du das abgelesen? Fandst du, das klang wie abgelesen, weil du sagst Textbuch?

K02: Nicht ganz, ja, vielleicht schon. Die ersten zwei waren bestimmt freier, die waren witziger, aber es ist mir eigentlich

egal im Radio, ob einer etwas abliest, wenn er es gut macht, weißt du?

I: Ok. Mmh. Aja.

K02: Aber man merkt schon, wenn einer etwas schlecht abliest. Und dann will man auch nicht zuhören.

Auszug 19 (Kanada Int. 5, Abs. 53)

Eine Probandin weicht in den kanadischen Interviews hinsichtlich ihrer Programmpräferenzen von nahezu allen übrigen Teilnehmenden ab. Sie gibt an, regelmäßig NPR (National Public Radio) zu hören. Hierbei handelt es sich um einen Zusammenschluss nicht-kommerzieller Sender in den USA mit einer relativ akademisch geprägten Zielgruppe (vgl. National Public Media 2018). Die Beschreibungen der Probandin ähneln eher denen der Figaro-Hörer*innen. Im Auszug 20 geht sie besonders auf stimmlich-artikulatorische Merkmale der Beispielmoderation ein, die ihrer Auffassung nach eindeutig Rückschlüsse auf eine unterhaltungsbetonte Moderation für jüngere Leute zulassen. Sie sagt nicht direkt, dass sie die Beispielmoderation „dumm“ findet, aber sie fühlt sich dadurch an eine Sendung erinnert, die sie so bewertet:

K07: [...] Also dann kann ich damit, äh, ich kann es verstehen und dann ist es sehr klar, dass sie eine Meinung haben und, äh, also, dass es nicht Fakten sind und auch, also ja, nur anhand des Tons konnte ich sehen, dass es für sie interessant ist, es könnte auch etwas Persönliches sein. Also ja, dann weiß ich, dass es vielleicht eine Talkshow ist [...]. Aber [...] wahrscheinlich sind die erste und dritte eher für jüngere Leute, aber auf mich trifft es nicht zu, weil ich hatte in Atlanta eine Sendung gehört und das war nicht wirklich für junge Leute, aber ich fand sie alle wirklich sehr dumm und sie sprachen so wie der erste und dritte. Also es war nicht wirklich jung, aber fand ich ziemlich doof. (K08 lacht) Das könnte ich nicht anhören (lacht). [...] Persönlich möchte ich mit Musik fühlen, aber, wenn jemand spricht, möchte ich wichtige oder interessante Informationen kriegen. Ich möchte nicht nur Leute quatschen hören (lacht).

Auszug 20 (Kanada Int. 5, Abs. 53)

Obleich sie (wie auch Proband K09 im Auszug 16) eine junge Zielgruppe vermutet, der sie im Prinzip selbst angehört, nimmt sie das Gesprächs- und Identifikationsangebot des Morningshow-Teams für sich nicht an. Das emotionale Einbezogen-Werden, das die Sputnik-Hörer*innen sowie die übrigen kanadischen Interviewten an der Moderation besonders positiv bewerten, ist für sie eher eine Funktion von Musik, nicht aber von Radiomoderation. Moderator*innen „nur [...] quatschen“ zu hören genügt ihr offenbar nicht, ähnlich wie bei Figaro-Hörer

F03 („*mir bringt das jetzt nicht wahnsinnig viel*“, siehe Auszug 8). Sie erwartet stattdessen „*wichtige oder interessante Informationen*“, ein Bedürfnis, das sie bei dieser Art von Moderation offenbar nicht erfüllt sieht – es ist wahrscheinlich, dass auch Probandin K07 annimmt, es gehe in dem Ausschnitt um ein eher „*belanglos[es]*“ Thema. Eine Bewertung wie „*die fand ich ziemlich doof*“ rückt sie wiederum in die Nähe von Proband F13, der der Moderation ein „*Niveau von Small-talk*“ zuschreibt (siehe Auszug 11). Ihr Gesprächspartner K08, der eher Begleitprogramme bevorzugt, positioniert sich selbst zu ihrer Geschmacksbekundung im Auszug 20 mit: „*Du bist einfach kultivierter als ich*“, woraufhin sie ihm zustimmt und alle Beteiligten lachen (Kanada Int. 4, Abs. 58). Hier könnte man Bezüge zu einem Bild vermuten, das auch deutsche Jugendradiohörer*innen von Menschen haben, die gern Kulturprogramme hören: „*So Klassik-Menschen, kulturinteressierte Menschen, die dann nicht Pop hören möchten oder Rock, [...] welche, zum Beispiel, die Instrumente spielen, die selber so mit klassischer Musik aufwachsen*“ (Sputnik Int. 6, Abs. 145–149). Moderator*innen von MDR Figaro werden in der Sputnik-Gruppe häufig sehr plastisch als eine Art stereotype Bildungsbürger beschrieben (sie klingen wie Professoren, lieben politische Diskussionen, trinken gern Wein, tragen Brille und Anzug bzw. Kostüm) und auch die Zielgruppe, die sie diesem Sender zuschreiben, scheint solchen Vorstellungen zu entsprechen. Obgleich die Sputnik-Gruppe fast ausschließlich aus angehenden Akademikerinnen und Akademikern besteht, kann sich dort die Mehrheit (noch) nicht mit diesem Bild identifizieren (vgl. Böhme 2016 sowie 2019, 106 ff., 152 ff.).

4 Fazit und Ausblick

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die kanadischen Interviewten kaum Probleme hatten, die verschiedenen Stimuli, zu denen sie befragt wurden, Radioformaten und Zielgruppen zuzuordnen – sehr häufig entsprachen ihre Angaben dabei den Angaben der Sender selbst, obwohl sie weder mit den beteiligten Programmen vertraut noch in Deutschland sozialisiert waren. Deutsche Radioformate scheinen also durchaus über die regionalen Grenzen hinweg wiedererkennbar zu sein. Wie erste Ergebnisse einer explorativen Untersuchung mit dänischen Radiohörer*innen zeigen, funktioniert dies sogar dann, wenn die Befragten kein Deutsch sprechen und die deutschsprachigen Moderationen nicht verstehen (vgl. Böhme 2015). Dies spricht zum einen dafür, dass es in der – insbesondere klanglichen – Gestaltung wie auch in der Rezeption des stark internationalisierten Mediums Ra-

dio einige ähnliche Muster zu geben scheint, zumindest im mittel-, nordeuropäischen und nordamerikanischen Kontext. Zum anderen liegt angesichts jener Ähnlichkeit die Vermutung nahe, dass einige dieser Tendenzen sich auch bei der Rezeption anderer Medien finden lassen, in denen gesprochene Sprache und die Herausbildung von Markenidentitäten eine Rolle spielen.

Nach dem bisherigen Stand der Analyse haben sich Hörgewohnheiten und Programmvorlieben als die besten Indikatoren dafür herauskristallisiert, in welcher Weise die Hörer*innen Moderationsstile beschreiben, einordnen und bewerten. Sie eignen sich möglicherweise sogar besser als die Herkunft bzw. das Land, in dem die Beschreibenden jeweils aufgewachsen sind und leben, oder als die (Erst-)Sprache, die sie sprechen. Hinsichtlich des Alters und des Bildungsgrads waren, wie bereits erwähnt, alle befragten Hörergruppen miteinander vergleichbar.

Diese Hörgewohnheiten und Programmvorlieben scheinen wiederum mit weiteren Faktoren zusammenzuhängen. Zunächst wird aus den Ausführungen der Interviewten deutlich, dass Hörer*innen von populären Begleitprogrammen offenbar andere Bedürfnisse und Erwartungen an eine Radiomoderation richten als diejenigen, die Kulturformate bevorzugen. Die Begleitprogramm Hörer*innen betrachten Radio eher nicht als Informationsmedium. Suchen sie nach Informationen oder intellektueller Anregung, nutzen sie andere Medien. Stattdessen schalten sie das Radio ein, um unterhalten zu werden und um damit eine angenehme Atmosphäre, gute Laune zu verbreiten, während sie gleichzeitig meist anderen Tätigkeiten nachgehen, die ihre Aufmerksamkeit mehr oder weniger stark beanspruchen (vgl. Böhme 2019, 102 ff., 256 ff.). Begleitprogramme sind in ihrer Gestaltung genau für solch eine eher stimmungsbetonte Nutzungsweise (sog. *Mood Management*) optimiert. Einschaltprogramme wie Kultur- und Informationsformate sind dagegen stärker auf die Bedürfnisse sog. „instrumenteller Nutzer“ zugeschnitten, die vom Radio Informationen sowie „Stoff zum Nachdenken“ erwarten und das Programm tendenziell aufmerksamer verfolgen (vgl. Vowe / Wolling 2004, 86 f.; Stümpert / Buchholz 2013; Benecke 2013) – also das, was z. B. Probandin K07 im letzten Auszug zu erwarten scheint. Ganz im Sinne des Nutzen- und Belohnungsansatzes (vgl. Schenk 2007, 681 ff.) kann man daher die jeweilige Programmwahl als bewusste Bedürfnisbefriedigung betrachten. Vor diesem Hintergrund erscheint es sinnvoll, wenn die Befragten Moderationsstile im Hinblick auf genau diese Bedürfnisse einteilen und bewerten.

Es deuten sich aber noch weitere Einflüsse an, die mehr damit zu tun haben, wie sich die Interviewten selbst verorten. So haben sich bei einem Vergleich zwi-

schen Sputnik- und Figaro-Hörer*innen Hinweise verdichtet, dass sich ihr Umgang mit den Identifikationsangeboten der Moderator*innen auch dadurch bestimmt, ob sie sich selbst als „*jugendlich*“ oder „*erwachsen*“ sehen – unabhängig vom numerischen Alter (vgl. Böhme 2016). Auch scheint es bei Kulturradio-affinen Befragten eine gewisse Tendenz zu geben, sich vom „*Mainstream*“ abgrenzen zu wollen, während die Hörer*innen von Begleitprogrammen sich gerade mit solchen Moderator*innen identifizieren können, die sprechen „*wie die Leute auf der Straße*“ (Sputnik Int. 8, Abs. 183; vgl. auch Böhme 2019, 185 ff.). All dies scheint sich wiederum darauf auszuwirken, welche Moderationen jeweils als authentisch, als „*natürlich*“ oder „*unnatürlich*“ wahrgenommen werden. Auf Grundlage der kleinen Probandenzahl lassen sich hier noch keine generalisierten Aussagen treffen. Das Ausmaß der Überschneidungen zwischen Interviewten mit ähnlichen Programmvorlieben über Ländergrenzen hinweg ist allerdings bemerkenswert und bietet Anlass zu weiteren Untersuchungen (vgl. auch Böhme 2015).

Während der Analyse der vorliegenden Daten kam noch eine weitere Frage auf: Die bereits erwähnte Untersuchung zur Gestaltung von Morningshows im deutschsprachigen Radio (vgl. Bose / Finke 2016, 86; Finke 2019) hatte ergeben, dass geräuschhafte, „*pathologisch-angestrengt[e]*“ Stimmen in Begleitprogrammen heutzutage keine Seltenheit sind. Warum wird die Stimme der Moderatorin WB aber in allen drei Befragtengruppen, auch den deutschen, als „*untypisch*“ wahrgenommen? Eine mögliche Antwort darauf könnte sein, dass das alte Stimmideal der hörbar professionell geschulten Sprecher*innen nach wie vor bei vielen Hörer*innen präsent ist und WBs Stimme erst durch den Kontrast zu dieser Norm ihre Wirkung entfaltet. Für diese Interpretation würde z. B. die Aussage von Probandin S22 im Auszug 1 sprechen, die die Sprechweise der Moderatorin von „*geleckt*“ wirkenden Sprechweisen abgrenzt.

Eine weitere Möglichkeit könnte aber auch ein Bruch mit – in Radiomoderationen oft fortgeschriebenen – Genderklischees sein (vgl. Galonski / Finke in diesem Band). In Doppelmoderationen spielen Moderatorinnen häufig die Rolle des *Sidekicks*, der den wesentlich dominanteren und fast immer männlichen *Anchor* bestätigt und unterstützt. Die *Sidekick* Rolle wird u. a. auch durch den Einsatz der Stimme getragen, oft geht sie einher mit einer mittleren bis hohen Sprechstimmlage, zum Teil behaucht, kombiniert mit viel Lachen und lächelndem Sprechen (vgl. Finke 2019, 251 ff.). Rauigkeit scheint bei Moderatorinnen dagegen eher weniger verbreitet zu sein und wird in den Interviewpassagen zu WB auch häufig erwähnt. Ebenso könnte ihre tiefe mittlere Sprechstimmlage zum Eindruck des Untypischen beitragen, wenngleich diese dem klassischen Stimmideal der tiefen Radiostimme entsprechen würde. In den Interviews mit den Sputnik-Hörer*innen

werden Sprecherinnen von Infoformaten teilweise als unangenehm empfunden, weil eine „*sehr, äh, tiefe Frauenstimme und dadurch so eine, ähm, so eine dominante Stimme*“ zu „*Berührungsgängsten*“ führt (Sputnik Int. 10, Abs. 159–167) bzw. „*die Stimme war, war mir für eine Frau auch irgendwie zu tief oder nicht, nicht so sanft. Sie klang jedenfalls nicht so schön*“ (Sputnik Int. 1, Abs. 248). Die laute, raue und gespannte Phonationsweise der Moderatorin WB dürfte aller Wahrscheinlichkeit nach von vielen Rezipientinnen und Rezipienten ebenfalls als nicht allzu „*sanft*“ wahrgenommen werden. Dennoch wird sie von denjenigen Interviewten, die Begleitprogramme bevorzugen, durchgehend positiv bewertet (wenngleich z.T. erst nach einer „Eingewöhnungsphase“, siehe Auszug 1). Eventuell tragen ihre umgangssprachlichen Formulierungen, die vielen Reduktionen in unbetonten Silben sowie insbesondere ihr Lachen und die *Smile Voice* dazu bei, dass „*Berührungsgänge*“ abgebaut werden. Vermutlich lassen sich die Reaktionen der Hörer*innen hier – wie bei Sprechstilen häufig der Fall – nicht auf einzelne Merkmale, sondern nur auf Merkmalskombinationen zurückführen (vgl. Eckert 2008; Bose 2010). Auch hier eröffnet sich ein Feld für weitere Untersuchungen.

Literatur

- Apel, H. (2018): Nachrichten. hörbar informativ. Eine Untersuchung zur Text- und Hörverständlichkeit von Radionachrichten. Berlin.
- Backovic, L. (2014): Dschungelcamp. Ich bin ein Star, ich ess' das auf. In: Spiegel Online. <http://www.spiegel.de/einestages/10-jahre-dschungelcamp-a-953257.html> (02.05.2019)
- Bakhtin, M. M. (1986): The problem of speech genres. In: Emerson, Caryl (Hg.): M. M. Bakhtin. Speech genres and other late essays. Austin, S. 60–102.
- Bauman, R. (1975): Verbal art as performance. In: American Anthropologist 77 (2), S. 290–311.
- Bell, A. (2001): Back in style. Reworking audience design. In: Eckert, P. / Rickford, J. R. (Hg.): Style and sociolinguistic variation. Cambridge, S. 139–169.
- Bell, A. / Gibson, A. (2011): Staging language. An introduction to the sociolinguistics of performance. In: Journal of Sociolinguistics 115 (5), S. 555–572.
- Benecke, M. (2013): Formate für Einschaltprogramme. In: La Roche, W. / Buchholz, A. (Hg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. Wiesbaden, S. 288–294.
- Berland, J. (1993): Contradicting media. Towards a political phenomenology of listening. In: Strauss, N. / Mandl, D. (Hg.): Radiotext(e). New York, S. 209–217.
- Böhme, G. (2013): How listeners perceive the presenter's voice. In: Stachyra, G. (Hg.): Radio. Community – Challenges – Aesthetics. Lublin, S. 235–250.

- Böhme, G. (2014): Typische Radiomoderation? In: Ebel, A. (Hg.): Aussprache und Sprechen im interkulturellen, medienvermittelten und pädagogischen Kontext. Halle (Saale), S. 35–48.
- Böhme, G. (2015): „He'd just keep blabbering on if they don't stop him” – Was Hörer über Radiomoderatoren sagen. In: Bose, I. (Hg.): Radio, Sprache, Klang. Frankfurt a. M. u. a., S. 221–238. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Böhme, G. (2016): Erwachsen sein und erwachsen werden. Altersstereotype junger Radiohörer/-innen im Vergleich. In: Medien & Altern 8/16, S. 97–102.
- Böhme, G. (2019): Sprechstile aus Rezipientensicht. Ein metalinguistisches Beschreibungsprofil. Berlin.
- Bose, I. (2003): dóch da sín ja' nur múster //. Kindlicher Sprechausdruck im sozialen Rollenspiel. Frankfurt a. M.
- Bose, I. (2010): Stimmlich-artikulatorischer Ausdruck und Sprache. In: Deppermann, A. / Linke, A. (Hg.): Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton. Berlin, S. 29–68.
- Bose, I. / Föllmer, G. (2015): Forschungen zur Anmutung des Radios. In: Bose, I. (Hg.): Radio, Sprache, Klang. Frankfurt a. M. u. a., S. 13–51. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Bose, I. / Finke, C. L. (2016): Radiostimmen. Zur stimmlichen Ästhetik in aktuellen Morning Shows. In: Voigt-Zimmermann, S. / Kurtenbach, S. / Finkbeiner, G. / Bergt, A. / Mainka, W. (Hg.): Stimmstörungen – ein Fokus der Klinischen Sprechwissenschaft. Berlin, S. 67–92.
- Bourdieu, P. (1987): Die feinen Unterschiede. Frankfurt a. M.
- Brünjes, S. / Wenger, U. (1998): Radio-Report. Programme – Profile – Perspektiven. München.
- Buchholz, A. (2012): Das Dilemma der Kulturwellen. In: Medium Magazin 6, S. 24–24.
- Burger, H. / Luginbühl, M. (2014): Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. Berlin.
- Corbin, J. / Strauss, A. (2015): Basics of qualitative research. Techniques and procedures for developing Grounded Theory. Los Angeles.
- Coupland, N. (2007): Style. Language variation and identity. Cambridge.
- Crisell, A. (1994): Understanding Radio. London.
- Eckert, P. (2008): Variation and the indexical field. In: Journal of Sociolinguistics 12 (4), S. 453–476.
- Eckert, M. / Feuerstein, S. (2015): Veränderungen und Grundcharakteristik der MedienNutzer-Typen. In: Media Perspektiven 11, S. 482–496.
- Fairclough, N. (1994): Conversationalization of public discourse and the authority of the consumer. In: Abercrombie, N. / Whiteley, N. / Keat, R. (Hg.): The authority of the consumer. London, S. 253–268.
- Finke, C. L. (2019): Senderidentität und Alltagsästhetik. Radiomoderationen in der Primetime. Berlin.
- Fleming, C. (2010): The radio handbook. London.

- Fromm, M. (2002): Was sind Repertory Grid Methoden? In: König, E. / Zedler, P. (Hg.): Qualitative Forschung. Weinheim, S. 195–212.
- Gal, S. (2016): Sociolinguistic differentiation. In: Coupland, N. (Hg.): Sociolinguistics. Theoretical debates. Cambridge, S. 113–135.
- Geißner, H. (1993): Moderate Rhetoren. Typen des Moderierens. In: Pawlowski, K. (Hg.): Sprechen, Hören, Sehen. Rundfunk und Fernsehen in Wissenschaft und Praxis. München, S. 55–63.
- Geißner, T. (2017): Formate für Einschaltprogramme. In: La Roche, W. v. / Buchholz, A. (Hg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. Wiesbaden, S. 363–370.
- Goodman, N. (1978): Ways of Worldmaking. Indianapolis.
- Hilmes, M. (2004): Transnational radio in the global age. In: Journal of Radio Studies 11(1), iii.
- Hoffmann, D. / Kutscha, A. (2010): Medienbiografien – Konsequenzen medialen Handelns, ästhetischer Präferenzen und Erfahrungen. In: Hoffmann, D. / Mikos, L. (Hg.): Mediensozialisationstheorien. Wiesbaden, S. 221–243.
- Irvine, J. T. (2001): „Style” as distinctiveness. The culture and ideology of linguistic differentiation. In: Eckert, P. / Rickford, J. R. (Hg.): Style and sociolinguistic variation. Cambridge, S. 21–43.
- Knop, K. (2007): Comedy in Serie. Medienwissenschaftliche Perspektiven auf ein TV-Format. Bielefeld.
- Krug, H.-J. (2010): Radio. Konstanz.
- Linke, A. (2009): Stil und Kultur. In: Fix, U. / Gardt, A. / Knape, J. (Hg.): Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung Halbband 2. Berlin, S. 1132–1144.
- Luginbühl, M. (2014): Medienkultur und Medienlinguistik. Komparative Textsortengeschichte(n) der amerikanischen „CBS Evening News“ und der Schweizer „Tagesschau“. Bern.
- Lüthje, C. (2010): Kulturradio in Deutschland 2010. Versuch einer Bestandsaufnahme. In: Publizistik 55 (1), S. 23–39.
- Mücksch, J. (2015): Stimmen im Radio – Programmchefs berichten. In: Bose, I. (Hg.): Radio, Sprache, Klang. Frankfurt a. M. u. a., S. 171–196. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- National Public Media (2018): Audience. Cultural, connected, intellectual and influential. <https://www.nationalpublicmedia.com/npr/audience/> (02.05.2019)
- Prokop, M. / Bassler, G. (2008): The dynamics of language maintenance in Canada. In: Forum Deutsch. http://forumdeutsch.ca/de/sonderteil/the_dynamics_of_german_language_maintenance_in_canada/1.0 (02.05.2019)
- Scannell, P. (1991): The relevance of talk. In: Scannell, P. (Hg.): Broadcast talk. London, S. 1–13.

- Schenk, M. (2007): Medienwirkungsforschung. Tübingen.
- Schramm, H. / Hartmann, T. (2010): Identität durch Mediennutzung? Die Rolle von parasozialen Interaktionen und Beziehungen mit Medienfiguren. In: Hoffmann, D. / Mikos, L. (Hg.): Mediensozialisationstheorien. Wiesbaden, S. 201–219.
- Selting, M. et al. (2009): Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2). In: Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion 10, S. 353–402.
<http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2009/px-gat2.pdf> (21.04.2021)
- Stümpert, H. / Buchholz, A. (2013): Formate für Begleitprogramme. In: La Roche, W. / Buchholz, A. (Hg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. Wiesbaden, S. 278–288.
- Tolson, A. (2006): Media talk. Spoken discourse on TV and radio. Edinburgh.
- Trepte, S. (2006): Social identity theory. In: Byrant, J. / Vorderer, P. (Hg.): Psychology of entertainment. Abingdon, S. 255–272.
- Vowe, G. / Wolling, J. (2004): Radioqualität – Was die Hörer wollen und was die Sender bieten. Vergleichende Untersuchung zu Qualitätsmerkmalen und Qualitätsbewertungen von Radioprogrammen in Thüringen, Sachsen-Anhalt und Hessen. München.
- Wasian, M. (2008): Die Veränderung der Moderationskultur im Formatradio. Analyse der gegenwärtigen und zukünftigen Intentionen und Mechanismen der Hörfunkmoderation. Berlin.

**„die MORgenMädels“
Untersuchung zu Gender-Konstruktionen
in Radio-Morningshows**

Jasmin Galonski, Halle (Saale) / Clara Luise Finke, Leipzig



In diesem Beitrag werden Gender-Konstruktionen in Radio-Morningshows untersucht. In dieser meistgehörten und prestigereichen Sendestrecke sind meist Moderatorenteams mit zwei (oder mehr) Personen im Einsatz; es finden also Mehrfach-Moderationen statt – häufig in der Kombination Mann-Frau. Gleichzeitig ist eine vornehmlich männliche Besetzungspolitik festzustellen, in der sich zudem eine Inszenierung stereotyper Geschlechterrollenbilder abzeichnet. Anhand einer Stichprobe von zwanzig Sendern werden Relevanz und interaktive Konstruktionsmechanismen von Geschlecht in Doppel-Moderationen offengelegt und es wird nachgewiesen, inwiefern genderisierte Differenzarbeit ein wichtiges stilistisches Mittel der Mehrfach-Moderationen darstellt. Außerdem wird differenzierend herausgearbeitet, wie sich hierarchische oder gleichberechtigt angelegte Funktionsrollen (Anchor vs. Sidekick oder Anchor vs. Anchor) innerhalb der Moderatorenteams auf die Konstruktion von Geschlechterrollenbildern auswirken.

1 Geschlechterpositionierung in der Radio-Primetime

Die Morningshow ist die meistgehörte, bestbezahlte und prestigereichste Sendestrecke im Radio. Daher wird sie auch als Radio-Primetime bezeichnet. Morningshow-Moderator*innen werden wie Stars inszeniert, buhlen insbesondere durch ihre „Personality“ (vgl. Finke 2019, 42–48) um die Gunst der Hörenden und werden zu Bezugspersonen für diese. Eine Vielzahl der Radiosender setzt für diese wichtige Sendestrecke zwei (oder mehr) Personen ein, die im Team in sogenannten Mehrfach-Moderationen durch die Sendung leiten – häufig in der Kombination Mann-Frau. Dabei scheint in der Gestaltung der Interaktion die Inszenierung von Unterschieden zwischen den Moderierenden eine starke Rolle zu

spielen – dieser Inszenierungsprozess wird im Folgenden als Differenzarbeit bezeichnet (vgl. Kotthoff 2003, 133 und Finke 2019, 276).

Es ist davon auszugehen, dass die in der Morningshow inszenierten Gespräche eine stark normative und identitätsstiftende Wirkkraft haben. Problematisch wird dies, wenn Geschlecht in stereotyper Weise inszeniert wird, wie dieser Jingle zum Auftakt einer Morgenmoderation mit drei Moderierenden illustriert (Transkription orientiert an GAT2, Selting et al. 2009; die Siglen in allen Transkripten stehen für: EV = vorproduzierte Elemente wie z. B. Jingles, Musikbett, Songs, M1 + M2 = Moderator*innen pro Sender). Die Audios zu den im Beitrag behandelten Beispielen (Transkripten) sind verfügbar über den QR-Code zu Beginn des Artikels bzw. unter: <https://cloud.uni-halle.de/s/epjwjcNyar4fmWy>.

001	EV:	<<gesungen>ANDre und die	1460.000
		MORgenMÄdels- >	
002		<<männl, deklarierend>e:s i::st !FREI!tag	
		MORgen-	
003		und HIER (.) ist IHR !GAST!geber-	
004		Andre: HARDT. >	1465.000

Transkript 1: „Morgenmädels“ (Sender E1; Audio 1)

Während der Moderator mit vollem Namen als Gastgeber (sogenannter Anchor-Moderator) angekündigt wird, werden die beiden Co-Moderatorinnen hier als anonyme „Morgenmädels“ zusammengefasst und durch die Wortwahl verniedlicht. Der Moderator wird dadurch als ein kompetent handelndes Subjekt eingeführt, die Moderatorinnen hingegen bleiben namenlos und werden auf ihre Funktion als „schmückendes Beiwerk“ des Anchor-Moderators reduziert. Dass das hier gezeigte Beispiel als paradigmatisch gelten kann, belegt auch Geissner (2005) in einer Untersuchung von geschlechtsspezifischen Einsatzbedingungen von Moderator*innen im Hörfunk. Seine Untersuchung zeigt, dass Frauen insbesondere in der Radio-Primetime unterrepräsentiert sind. Obgleich das Zahlenverhältnis der Mitarbeiter*innen beim Hörfunk zwischen den Geschlechtern insgesamt ausgeglichen ist, ist die Radio-Primetime überwiegend mit Männern besetzt (vgl. ebd., 219). Frauen treten in den Morgensendungen vornehmlich als Sidekick oder Co-Moderatorinnen auf, wodurch ihnen nur ein eingegrenzter Sprechanteil und eine limitierte inhaltliche Bedeutung innerhalb der Sendung zukommt (ebd.; vgl. außerdem Finke 2019, 261–262). Diese Besetzungspolitik in Radio-Morningshows legt nahe, dass Geschlecht ein relevanter Faktor in den Moderationsgesprächen ist.

2 Forschungsziele

Im Folgenden werden zwei aufeinander aufbauende Untersuchungen zu Gender-Konstruktionen in Radio-Morningshows vorgestellt und verknüpft (Galonski 2017 und Finke 2019), mit dem Ziel, die interaktiven Konstruktionsmechanismen von Geschlecht in Mehrfach-Moderationen offenzulegen. Forschungsleitende Frage war hierbei, welche Relevanz Geschlecht in Moderationsgesprächen zukommt, inwiefern die Moderierenden tradierte Geschlechterrollen aufbauen, durchbrechen oder indifferent handhaben. Dabei wurde differenzierend herausgearbeitet, wie sich hierarchische oder gleichberechtigt angelegte Funktionsrollen (Anchor vs. Sidekick oder Anchor vs. Anchor) innerhalb der Moderatorenteams auf die Konstruktion von Geschlechterrollenbildern auswirken. Abschließend wurde bewertet, welche Bilder von „Männlichkeit“ und „Weiblichkeit“ in der Radio-Primetime gezeichnet werden. Dabei wurde der ethnomethodologische Ansatz zugrunde gelegt, dass geschlechtliche Identität nicht biologisch vorgegeben ist, sondern durch verbale und nonverbale Handlungen auf der Basis von soziokulturell verankerten Vorstellungen von „Männlichkeit“ und „Weiblichkeit“ kontextbezogen erzeugt wird (vgl. Garfinkel / Sacks 1976; Samel 2000, 148; Günthner 2006, 26).

3 Gender-Konstruktion in Interaktion

3.1 Definition: Der Gender-Begriff

„Geschlecht“ ist im Deutschen ein recht eindimensional belegter Begriff für ein Phänomen mit vielen Facetten. Die wissenschaftsfähige Unterscheidung zwischen Sex und Gender hat ihren Ursprung in den USA, wo sie im Zuge der feministischen Bewegung in den 1970er Jahren Einzug in die Forschungslandschaft hielt (vgl. Stephan 2000, 58). Der englische Begriff Sex referiert auf das „körperliche Geschlecht“ einer Person und erfasst damit die „Anatomie, Physiologie, Morphologie, Hormone und Chromosomen eines Menschen“ (Aulenbacher et al. 2010, 61). Der Terminus Gender zielt hingegen auf das soziale Geschlecht im Sinne einer sozialen und kulturellen Prägung, welche Verhaltensweisen hervorbringt, die als typisch „männlich“ oder typisch „weiblich“ gelten (vgl. ebd.). Diese Differenzierung stellt eines der grundlegendsten Paradigmen der Geschlechterforschung dar, in dessen Rahmen es nunmehr möglich war, die kulturelle Konstruiertheit von Geschlecht in den Fokus zu nehmen:

„Die sex-gender Trennung erlaubte es, Geschlechterdifferenzen und -unterscheidungen nicht einfach als biologisches, außergesellschaftliches und unveränderbares Los zu begreifen. Der Einfluss des körperlichen Geschlechts (sex) auf die benachteiligte Stellung von Frauen in Wissenschaft, Politik oder Wirtschaft konnte mit dieser Unterscheidung zurückgewiesen werden. Damit trat die Geschlechterforschung der in Gesellschaften weit verbreiteten, tief verankerten und schwer erschütterbaren Argumentation entgegen, dass die gesellschaftliche Benachteiligung von Frauen aus ihrer natürlichen Wesensbeschreibung resultiere“ (ebd.).

Insbesondere über das Verhältnis von biologischem und sozialem Geschlecht scheiden sich innerhalb der Forschungslandschaft die Geister, sodass sich bis heute kein Konsens darüber etabliert hat, was Gender im Einzelfall bedeutet (vgl. Stephan 2000, 58; eine Gegenüberstellung von Goffmans Betrachtung der Sex-Gender-Dichotomie mit der von Butler findet sich beispielsweise bei Kotthoff 1994, 163). Gleichwohl ist der Gender-Begriff in der internationalen Wissenschaftswelt mittlerweile allgegenwärtig und löste auch im deutschsprachigen Raum den eindimensionalen Begriff „Geschlecht“ ab, welcher „eine Entkopplung von Geschlecht und Geschlechterdifferenzen mit Natur und Biologie“ nicht abbilden kann (vgl. Stephan 2000, 58; Aulenbacher et al. 2010, 61). Gemein ist aktuellen Ansätzen der Geschlechterforschung die Annahme der Konstruiertheit von Geschlechtsidentität, auf deren Basis sich verschiedene Ansätze zur Beschreibung geschlechtlicher Konstruktionsprozesse ausbildeten, so etwa die Konzepte des „Doing Gender“ (Goffman 1994; West / Zimmermann 1987), „Undoing Gender“ (Hirschauer 2001) und „Indexing Gender“ (Ochs 1992). An dieser Stelle sei der Vollständigkeit halber auch das poststrukturalistische Konzept des „Performing Gender“ erwähnt, welches auf Judith Butler (1991) zurückgeht (mehr dazu bei Spieß 2012, 56–59).

Im Folgenden wird der Begriff „Geschlecht“ synonym zu Gender, nicht im Sinne körperlicher Merkmale, sondern einer sozial konstruierten Geschlechtsidentität verwendet. Die Zuschreibungen „weiblich“ und „männlich“ werden im Folgenden in Anführungszeichen gesetzt, um ihre soziale Konstruiertheit zu unterstreichen sowie um biologisch begründete Lesarten auszuschließen. Überdies wird durch die Nutzung des Gender-Gap in Form eines * anerkannt, dass es mannigfaltige soziale Geschlechter und Geschlechtsidentitäten jenseits des Zweigeschlechtersystems geben kann.

3.2 Relevanzgrad von Gender

Für die Analyse von Gender-Konstruktionen in Gesprächen spielt der Relevanzgrad von Gender, also die mehr oder weniger starke Hervorhebung des Identitätsparameters Geschlecht, eine starke Rolle. Interaktionszug für Interaktionszug kann die Geschlechterdifferenz aufgerufen oder vernachlässigt bzw. abgewehrt werden. So beschreibt Hirschauer (2001):

„Ob die Geschlechterdifferenz an den Rand oder ins Zentrum der Aufmerksamkeit rückt, vollzieht sich wie die Wahrnehmung einer Orchesterstimme – ob sie als *Cantus firmus*, als leiser werdende Begleitmelodie oder als bloßes Hintergrundrauschen erscheint. Erzeugt wird dieser Eindruck aber durch das Einsetzen, Aussetzen und Pausieren einzelner Instrumente.“ (ebd., 217).

In ihrem Aufsatz „Zur kommunikativen Konstruktion von Geschlechterdifferenzen“ aus dem Jahr 1997 führt Günthner eine Differenzierung ein, die sich an den Kontextbegriff der interpretativen Soziolinguistik anlehnt: Sie unterscheidet zwischen Identitätsparametern, welche Individuen sichtbar und präsent in Interaktionen einbringen, und solchen, die erst in der Interaktion konstituiert beziehungsweise aktiviert werden.

Unter sichtbaren Parametern werden beispielsweise körperliche Merkmale, Alter oder ethnische Herkunft verstanden. Diese sichtbaren beziehungsweise ableitbaren Identitätsparameter werden als „brought along“ (deutsch: „etwas mitlaufen lassen“) bezeichnet (vgl. Günthner 1997, 134; Kotthoff 2012, 252). Hierzu zählen auch Parameter, die sich aus dem Kontext der Interaktion ableiten lassen, wie beispielsweise institutionelle Faktoren, aus denen sich bestimmte Rollenerwartungen ergeben. Sie grenzen sich von jenen Identitätsparametern ab, die in der Interaktion aktiv hervorgebracht und daher als „brought about“ (deutsch: „etwas hervorbringen“) bezeichnet werden.

Ein Identitätsparameter wie die Geschlechtszugehörigkeit wird durch bestimmte sichtbare (und hörbare) Indikatoren in eine Situation eingebracht („brought along“) und/oder kann durch bestimmte geschlechtsassoziierte Verhaltensweisen aktualisiert werden („brought about“). Dies ist jedoch kein zwingender Prozess, wie Günthner (1997) ausführt:

„Das Geschlecht einer Person ist zwar (wie auch das Alter) i.d.R. als ‚brought along‘ Phänomen stets ‚präsent‘ (durch körperliche Indikatoren wie Kleidung,

Stimme etc.) doch muss es keineswegs stets relevant sein. Es gibt durchaus Situationen, in denen das Geschlecht irrelevant ist und andere Identitätskategorien aktualisiert und fokussiert sind.“ (ebd., 135).

Geschlecht wird also vom Gegenüber durchaus registriert und läuft dann „brought along“ in der Interaktion mit. In jeder Situation existiert die Möglichkeit der „brought about“ Relevantsetzung bzw. Aktualisierung des Geschlechts, oder der Neutralisierung bzw. des Vergessens des Geschlechtes. Die Aktualisierung der Geschlechtsidentität („brought about“) kann entweder durch die Person selbst vollzogen werden („Selbstaktivierung“), auf die sie sich bezieht, sie kann aber auch durch andere „fremdaktiviert“ werden (vgl. Günthner 2006, 135; bei Hirschauer 2001, 219: „fremdinduziert“ und „selbstrekrutiert“). Bereits initiierte Relevantsetzungen können ins Leere laufen, indem beispielsweise Anschlusspunkte in der Interaktion vermieden werden (vgl. Aulenbacher et al. 2010, 72).

3.3 Doing Gender

Geschlecht wird heute zunehmend als ein soziales Konstrukt betrachtet, das erst durch die Interagierenden in konkreten sozialen Kontexten hergestellt wird. Das Geschlecht einer Person wird in diesem Verständnis von einer ehemaligen Angelegenheit des „Being“ zu einer Angelegenheit des „Doing“ (vgl. Günthner 1997, 134; Goffman 1994). Dazu Wodak (1997):

„doing gender’ regards membership of a gender not as a pool of attributes ‚possessed’ by a person, but as something a person does. In this sense, membership of a gender [constitutes a performative act and not a fact; J. G.]. Gender is continually realized in interactional form.“ (ebd., 13).

Die Annahme der Inszeniertheit von Geschlechterdifferenzen gilt als Grundlage für das Konzept des „Doing Gender“, welches beispielsweise von West und Zimmerman (1987) folgendermaßen dargelegt wird:

„Doing gender means creating differences between girls and boys and women and men, differences that are not natural, essential, or biological. Once the differences have been constructed, they are used to reinforce the ‚essentialness’ of gender.“ (ebd., 137).

Dieser Ansatz ging aus einer Kritik der vorhergegangenen Erklärungsmuster hervor, „die entweder Dominanzstrukturen im gegengeschlechtlichen Gesprächsverhalten von vornherein als gegeben zugrunde legten oder dem Differenzansatz – different but equal – folgten“ (Samel 2000, 153). Anstelle universeller Festlegungen trat also die Kontextualisierung von Geschlechterkonstruktionen in den Vordergrund, wobei Strategien und Mechanismen dieser Konstruktionen aufgedeckt werden sollten.

Auch wenn das Konzept des „Doing Gender“ als Oberbegriff für jegliche Konstruktionsmechanismen von Geschlecht gefasst werden kann, sollen im Folgenden unter diesem Begriff nur Praktiken der intentionalen und aktiven Markierung von Gender angeführt werden. Diese explizit-thematischen Gender-Aktivierungen können entweder selbst- oder fremdinitiiert werden, das heißt sie können von der Sprechenden Person selbst ausgehen oder durch das Gegenüber vorgenommen werden.

3.4 Indexing Gender

Geschlechtliche Differenzierung geschieht seltener über explizit geschlechtsbezogene Inhalte, sondern vielmehr über die formalen Strukturen des Miteinandersprechens (vgl. Ochs 1992, 340). Solche formalen Strukturen lassen sich weder explizit noch hinreichend im Sinne eines kontext- und gattungsübergreifenden „Genderlektes“ auf eine Geschlechtszugehörigkeit beziehen (vgl. Günthner 1997, 123; Samel 2000, 158). Gleichwohl gibt es spezifische Sprechaktivitäten und stilistische Verfahren, die in ihrem Zusammenspiel auf Gender verweisen, da sie innerhalb einer Gesellschaft historisch mit geschlechtsspezifischen Assoziationen, Erwartungen und Normen verbunden werden (vgl. Kothhoff 2012, 258). Dazu merkt Ochs (1992) an:

„Knowledge of how language relates to gender is not a catalogue of correlations between particular linguistic forms and sex of speakers, referents, addressees and the like. Rather, such knowledge entails tacit understanding of (1) how particular linguistic forms can be used to perform particular pragmatic work (such as conveying stance and social action) and (2) norms, preferences, and expectations regarding the distribution of this work vis-à-vis particular social identities of speakers, referents, and addressees. To discuss the relation of language to gender in these terms is far more revealing than simply identifying features as directly marking men's or woman's speech.“ (ebd., 342).

Das durch Ochs (1992) geprägte Modell des „Indexing Gender“ versucht sowohl den exklusiven als auch den nicht-exklusiven linguistischen Verfahren des Verweizens auf Gender Rechnung zu tragen, ohne starre Korrelationen herzustellen:

„A far more favorable model relates linguistic forms to gender either indirectly (through other social meanings indexed) or directly. This model displays different kinds of language-gender relations and begins to specify the kinds of meanings men and woman are likely to index through language, the relation of these patterns to the position and images of men and woman in society.“ (ebd., 342).

Verfahren des „Indexing Gender“ beziehen sich auf das Erkennen von historisch gewachsenen sozialen Typisierungsgraden (vgl. Kotthoff 2012, 258). Die so entstandenen „Gender-Folien“ eignen sich für die Inszenierung verschiedener Identitäten: Mit einem zurückhaltenden Gesprächsstil, der mit „Weiblichkeit“ assoziiert wird, könne ein Mann sich in einem bestimmten Kontext als „Nicht-Macho“ oder als „neuer Mann“ inszenieren, während eine Frau bei gleicher Verhaltensweise als „traditionelle Frau“ wahrgenommen würde wie (vgl. ebd.) ausführt. Kotthoff (2012, 260) betont dabei, dass die interpretative Rekonstruktion dieser Gender-Bezüge nur innerhalb von bestimmten „communities of practice“ erfolgen kann (vgl. Wenger 2002; Günthner 2006, 40; Macur 2009, 42–44).

Unter dem Gesichtspunkt des „Indexing Gender“ werden im Folgenden mit Hilfe von qualitativen Gesprächsanalysen Verweise auf geschlechtsspezifische Kulturmuster hin betrachtet.

3.5 Undoing Gender

Geschlechterdifferenz ist für die Strukturierung sozialer Interaktion nicht per se bedeutsam, sondern es gilt zu überprüfen, wie Geschlecht in kommunikativen Praktiken relevant gesetzt oder neutralisiert wird. Wichtig ist dabei zu betonen, dass die Nicht-Relevanz von Gender ebenso ein voraussetzungsvoller Inszenierungsprozess ist wie das „Doing Gender“ selbst (vgl. Kotthoff 2002, 19). Mit „Undoing Gender“ werden daher jene Gesprächskontexte beschrieben, denen explizite Bezüge zu geschlechtsspezifischem Verhalten fehlen. Es ist zudem zu beachten, dass der Inszenierungsgrad von Gender mit bestimmten kommunikativen Aufgaben und Aktivitäten korreliert (siehe bspw. die Speed-Dating-Studie von Franz und Günthner (2012)). Daher soll ebenfalls ein Augenmerk darauf gerichtet werden, durch welche kommunikativen Aktivitäten die aufgedeckten Inszenierungsverfahren gerahmt sind.

4 Konzeption der Untersuchung

4.1 Das Untersuchungskorpus

Die Untersuchung wurde anhand des „Halleschen Morningshow-Korpus“ (vgl. Finke 2014, 95) durchgeführt, welches authentische Radio-Morningshow-Mitschnitte enthält und innerhalb der halleschen Sprechwissenschaft im Rahmen des interdisziplinären Forschungsprojekts „Radioästhetik – Radioidentität“ über mehrere Jahre in mehreren Zyklen angelegt wurde.

Für die vorliegenden Analysen wurden die Daten des größten Teilkorpus des Morningshow-Korpus genutzt, das zudem themengebunden erhoben wurde. Das Korpus enthält gleich zwei gesprächswertige Alltagsthemen, die bei allen mitgeschnittenen Sendern vertreten sind: Weihnachten und der Weltuntergang (d. h. das Ende des Maya-Kalenders am 21.12.2012). Daher trägt das Teilkorpus den Beinamen „Weihnachts- und Weltuntergangskorpus“, kurz WWK (vgl. Finke 2019, 109–110). Die Korpuserhebung fand an den fünf Werktagen vom 18. bis 24. Dezember 2012 jeweils in der Zeit von 06:55 bis 09:05 Uhr statt (also in der Radio-Primetime). Das WWK besteht aus insgesamt 78 mitgeschnittenen Morgensendungen deutscher, österreichischer, schweizerischer sowie britischer Radiosender und hat einen Gesamtumfang von circa 724 Stunden. Es enthält etwa zu gleichen Teilen sowohl öffentlich-rechtliche als auch private Sender.

4.2 Zusammenstellung der Auswahlkorpora

Im Rahmen der Untersuchungen von Finke (2019) und Galonski (2017) wurden aus dem WWK zwei verschiedene Auswahlkorpora zusammengestellt, die hier vorgestellt und erläutert werden.

4.2.1 Auswahl Finke (2019)

Die drei Kriterien für Finkes Auswahlkorpus waren folgende: gängige Formate, meistgehörte Sender und Mehrfachmoderationen. Die so zusammengetragene Senderauswahl gilt von einem breiten Publikum als akzeptiert (vgl. Finke 2019, 112–114). Auf Grundlage der Zahlen zur Mediaanalyse „MA radio 2012 II“ (vgl. Verband privater Medien 2012), gleichbedeutend mit den aktuellen Radionutzungszahlen zum Aufnahmezeitraum, wurden aus dem WWK die meistgehörten Sender aus Deutschland, Österreich und der Schweiz ausgewählt. Anschließend

wurden die Sender in Format-Kategorien eingeteilt – basierend auf dem Alter der Hörerzielgruppe (sogenannte Kernzielgruppe und der musikalischen Ausrichtung (Musikformat). Die nach der Musikauswahl unterschiedenen Musikformate (vgl. Finke 2019, 52–54) sind folgende:

- Adult Contemporary (AC): Melodische Rock- und Pop-Musik der letzten 30 Jahre (sogenannter „Mainstream-Pop“) und eine Auswahl an aktuellen Hits
- Contemporary Hit Radio (CHR): Aktuelle Chart-Hits für ein junges Zielpublikum
- Album Oriented Rock (AOR): Mainstream-orientierte Rockmusik

Um im Rahmen der (über die Gender-Thematik hinausgehenden) Analysen innerhalb einer Kernzielgruppe bzw. eines Musikformats verschiedene Sender vergleichen zu können, wurden zu den meistgehörten Sendern weitere Sender der entsprechenden Kernzielgruppe aus dem WWK hinzugefügt, sodass pro Kategorie möglichst fünf, mindestens aber zwei Sender vertreten waren. Zudem wurden explizit Mehrfachmoderationen berücksichtigt, da sie für Morningshows mit den im deutschsprachigen Raum vorherrschenden Musikformaten typisch sind (vgl. Buchholz 2013; Schwabeneder 2009; Lynen 2004). Weil in Informations- und Kulturprogrammen keine Mehrfachmoderationen stattfinden, wurden sie aus der Untersuchung ausgeschlossen. Die Auswahl beinhaltete somit 18 Sender (vgl. auch Finke 2019, 114; siehe Tabelle 1). Für die Analysen wurden jeweils die Mitschnitte vom 21. Dezember 2012 (dem Tag, an dem der Maya-Kalender endete) ausgewählt.

Nr.	Sender	Kernzielgruppe / Format
01	1 Live	14–39 Jahre / CHR
02	89.0 RTL	14–29 Jahre / CHR
03	Bayern 3	14–49 Jahre / AC
04	Bremen Vier	14–49 Jahre / AC
05	MDR Jump	20–49 Jahre / AC
06	MDR Sachsen-Anhalt	40+ Jahre / DOM
07	NDR 2	33–55 Jahre / Hot AC
08	N Joy	14–29 Jahre / CHR
09	Ö3	14–49 Jahre / Hot AC
10	Radio Brocken	30–59 Jahre / AC
11	Radio Hamburg	20–40 Jahre / AC
12	Radio ffn Niedersachsen	20–49 Jahre / Hot AC
13	Radio Lippe	30–59 Jahre / AC
14	Radio SAW	25–45 Jahre / Hot AC
15	RPR1	14–49 Jahre / AC

Nr.	Sender	Kernzielgruppe / Format
16	SRF 3	25–45 Jahre / Hot AC
17	SWR 4 Baden-Württemberg	50+ Jahre / DOM
18	You FM	14–29 Jahre / CHR

Tab. 1: Übersicht – Auswahl Finke (2019)

4.2.2 Auswahl Galonski (2017)

Dieses zweite Korpus wurde zusammengestellt, um mit einer tiefergehenden Analyse mit dem Fokus auf Gender-Konstruktionen zu überprüfen, ob sich die genderbezogenen Befunde aus Finkes (2019) Auswahl über den von ihr analysierten Tag (21.12.2012) und die getroffene Senderauswahl hinaus belegen lassen (vgl. Galonski 2017).

Die Auswahl von Galonski (2017) enthält insgesamt sechs Sender: vier Sender aus Finkes (2019) Auswahl (89.0 RTL, 1 Live, Radio Hamburg, MDR Jump) und zwei weitere noch nicht berücksichtigte Sender des WWK (Radio Rockland, Radio Erzgebirge). Diese Senderauswahl wird in Tabelle 2 zusammenfassend dargestellt, wobei für die übernommenen Sender aus Finkes (2019) Auswahl die ursprüngliche Nummerierung beibehalten wird, während für die ergänzenden Sender aus dem WWK der Zusatz „E“ wie „ergänzend“ gewählt wurde. Galonskis Auswahl basiert auf folgenden Kriterien: Für die vier Sender aus Finkes (2019) Auswahl wurden die Mitschnitte vom 19.12.2012 ausgewählt, um die Befunde vom 21.12.2012 zu fundieren, zu erweitern und sicherzustellen, dass die beobachteten Charakteristika in den vorangegangenen Analysen keine Spezifik ihres Auswahltages darstellen. Für die zwei ergänzenden Sendungsmitschnitte (E1 und E2) wurde das Material vom 21.12.2012 untersucht. Bei der Auswahl der Sender spielte eine wesentliche Rolle, zu gleichen Teilen Sender mit hierarchischer und gleichberechtigter Moderations-Konstellation zu berücksichtigen (vgl. Finke 2019, 250–258): Gleichberechtigte Moderations-Konstellationen zeichnen sich dadurch aus, dass beide Moderierenden in gleicher Weise inhaltsgestaltende Aufgaben übernehmen und einen ähnlich hohen Sprechanteil haben (vgl. Schwabeneder 2009, 145–146). In hierarchischen Moderations-Konstellationen treten die Moderierenden hingegen üblicherweise in den Funktionsrollen des Anchors und Sidekicks auf. Der Anchor übernimmt die Rolle des Hauptmoderators, während der Sidekick diesem als Gesprächspartner*in und Projektionsfläche zur Seite steht (vgl. Finke 2019, 23 und Schwabeneder 2009, 145).

Team-konstellation	Nr.	Sender	Erhebungstag	Kernzielgruppe / Format
Hierarchisch	02	89.0 RTL	19.12.2012, 7–9 Uhr	14–29 Jahre / CHR
	11	Radio Hamburg	19.12.2012, 7–9 Uhr	20–40 Jahre / AC
	E1	Radio Erzgebirge	21.12.2012, 7–8 Uhr	25–49 Jahre / AC
Gleichberechtigt	01	1 Live	19.12.2012, 7–9 Uhr	14–39 Jahre / CHR
	05	MDR Jump	19.12.2012, 7–9 Uhr	20–49 Jahre / AC
	E2	Rockland	21.12.2012, 7–9 Uhr	25–59 Jahre / Rock (AOR, Mainstream)

Tab. 2: Übersicht – Auswahl Galonski (2017)

4.3 Datenaufbereitung und gesprächsanalytisches Vorgehen

Bei den untersuchten Interaktionen zwischen Moderator*innen handelt es sich um inszenierte Gespräche, welche sich im Vergleich zu Alltagsgesprächen durch eine Geplantheit und Öffentlichkeit auszeichnen. Die Moderationsgespräche lassen sich aber trotz ihrer Inszeniertheit als „authentische Gespräche“ klassifizieren, „da sie genau für die Situation ‚Moderatoren sprechen miteinander für einen Hörer‘ gemacht sind“ und nur in dieser Situation stattfinden (vgl. Finke 2014, 100). Daher bietet die Konversationsanalyse wertvolle Ansatzpunkte, um die Morningshow-Gespräche zu analysieren (vgl. dazu Finke 2014, 99–100 und 2019, 91–92).

Für die Analysen von Finkes (2019) Auswahl wurden die Mitschnitte im Analyseprogramm Praat zunächst annotiert und anschließend nach den Konventionen des gesprächsanalytischen Transkriptionssystems GAT2 (Selting et al. 2009) verschriftet. Anschließend wurden die Mitschnitte basierend auf einer Methodentriangulation sowohl qualitativ als auch quantifizierend bezüglich verschiedener (über die Gender-Thematik hinausgehender) Fragestellungen untersucht (vgl. Finke 2019, 102–107). Auch die Moderationssequenzen der sechs Morgensendungen in Galonskis (2017) Auswahl wurden für eine systematische Rekonstruktion der Gespräche nach GAT2 (als Basistranskript im Transkriptionsprogramm Folker) verschriftet. Phänomen- und fragestellungsbezogen wurden ausgewählte Gesprächsausschnitte exemplarisch beschrieben und in Bezug auf die dort ausagierten Gender-Konstruktionen qualitativ ausgewertet. Angelehnt an die Überlegung zur Gender-Relevanz (siehe Abschnitt 3) wurde erstens die Relevantsetzung von Gender auf explizit thematischer Ebene eruiert („Doing Gender“), zweitens wurden geschlechtsassoziierte gesprächsstilistische Verhaltensweisen innerhalb der Moderationen aufgedeckt („Indexing Gender“) und drittens wurde überprüft, an welchen Stellen eine bemerkbare Abwesenheit von gendertypischen

Verfahren zu erfassen ist („Undoing Gender“). Bei der Analyse verdeckter Verfahren von Geschlechterrolleninszenierungen wurde beachtet, dass Funktion und Bedeutung bestimmter kommunikativer Phänomene nur im konkreten, situativen Gebrauch innerhalb des interaktiven Kontextes zu ermitteln sind. Sie wurden stets im Zusammenspiel mit anderen Phänomenen auf ihre interaktive Funktion im sequentiellen Verlauf innerhalb des kommunikativen Rahmens unter Berücksichtigung der Reaktion des Gegenübers analysiert.

Eine weitere kritische Frage war außerdem, wie die Geschlechterdifferenz Ausgangspunkt von Forschung sein und zugleich aufgelöst werden kann, um im Forschungsdesign für die realen Prozesse der Konstruktion aufmerksam zu bleiben (vgl. Aulenbacher et al. 2010, 77). Die Analyse von geschlechtlichen Konstruktionsprozessen ist nicht frei von Widersprüchen, müssen für die Aufdeckung von stereotypen Mustern, die Gender indexikalisieren, doch eigene Stereotypen aufgerufen und reproduziert werden. Dabei lassen sich Geschlechterrollenstereotype als gesellschaftlich geteilte Wissensstrukturen auffassen, welche die Wahrnehmung von Verhaltensweisen steuern (vgl. Gottburgsen 2000, 13). Für das Analyseverfahren war daher ein Bewusstsein darüber wichtig, dass innerhalb des Forschungsprozesses selbst „Doing Gender“ stattfindet. Denn auch in diesem Prozess wird von den Forschenden im Sinne des Alltagswissens klassifiziert (vgl. Aulenbacher et al. 2010, 77; Macur 2009, 25–26). Hierbei muss auf dichotome Klischees von „Männlichkeit“ und „Weiblichkeit“ referiert werden, die durch die konstruktivistische Wende der Geschlechterforschung eigentlich überwunden werden sollten.

5 Exemplarische Analysen

5.1 Hierarchische Teamkonstellation

Für die hierarchisch organisierten Anchor-Sidekick-Konstellationen ist eine ungleiche Verteilung der moderativen Aufgaben charakteristisch, wie sich aus den Daten schließen lässt. Diese ungleiche Aufgabenverteilung erhält dadurch eine Gender-Relevanz, dass die Rolle des Anchor-Moderators in allen untersuchten Sendern mit Männern besetzt wurde, wie sich durch Anredeformen wie Pronomen und Namensgebung feststellen lässt. Die Sidekick-Moderatorinnen sind hingegen durchweg „weiblich“ besetzt. Die Moderatoren übernehmen durch die Zuweisung dieser Funktionsrolle in allen drei untersuchten Sendern den überwiegenden Teil der relevanten, inhaltsgestaltenden Moderationsaufgaben: In den hier untersuch-

ten Morningshows beginnt stets der „männliche“ Moderator die Moderationsbeiträge, gibt relevante Informationen zu inhaltlichen und musikalischen Beiträgen der Sendung sowie Teasing-Informationen bzw. die Programmvorschau, nennt die Uhrzeit und den Namen des Senders und führt hauptsächlich allein die Interviews mit Studiogästen oder Hörer*innen. Häufiger tritt der Anchor-Moderator sogar ganz allein in den Moderationssequenzen auf. Die „weiblichen“ Sidekicks zeigen sich innerhalb der Interaktionen stets als Unterstützerinnen des Anchors, indem sie durch Rückmeldesignale, Lachen und responsive oder kollaborative Turns in Erscheinung treten. Den Sidekick-Moderatorinnen kommt insgesamt nur ein geringer Sprechanteil sowie kaum inhaltliche Relevanz zu, was zur Folge hat, dass ihre thematischen Kompetenzen und ihre Persönlichkeiten nicht dargestellt werden. Die Ergebnisse aus den Analysen der beiden Auswahlkorpora von Finke (2019) und Galonski (2017) zeigen übereinstimmend, dass die asymmetrische Gesprächssituation vor allem der Aufwertung des „männlichen“ Anchor-Moderators dient: Dieser repräsentiert über sein Interaktionsverhalten in allen untersuchten Morningshow-Mitschnitten mit hierarchischer Teamkonstellation das Bild eines humorvollen, kompetenten und persönlichkeitsstarken Gastgebers und Experten. Die Hauptfunktion der in dieser Konstellation moderierenden Frauen scheint darin zu bestehen, stimmliche Abwechslung in die Sendung zu bringen und den Aussagen der Anchor-Moderatoren über ihre Reaktionen mehr emotionale Tiefe zu verleihen.

Beispielhaft dafür steht die folgende Moderationssequenz (siehe Transkript 2): Sie lässt sich als „Zwischenmoderation“ (zwischen zwei Musiktiteln) einstufen, in welcher der „männliche“ Anchor-Moderator (M1) und der „weibliche“ Sidekick (M2) eine unterhaltsame Anekdote zum Thema „Beliebtheit von Kirchen zur Weihnachtszeit“ präsentieren. Die Gesprächssequenz wird in dem Transkript vollständig abgebildet und endet mit dem Einspielen eines Musiktitels.

001	M1:	sieben uhr DREIzehn-	1136.000
002	EV:	knallWACH-	
003	M1:	IN den mittwochMORgen-	
004		du hörst neunundachtzig null [ER TE EL-]	
005	M2:	[halLO::-]	
006	M1:	<<all>und FALLS du auch langsam> vom GLAUben abfällst-	
007		und nicht WEIßT-	
008	EV:	<i>Song setzt ein</i>	
008	WO:	sind die !WA:H!ren !WER!te vom CHRISTlichen WEIHNachtsfest hin-	
009		[JA,]	
010	M2:	[wo] SIND sie-]	
011	M1:	na ich FRAG mich das !WIRK!lich-]	
012		ich MEIN;	

013		NICH mal JEder ZWEIte GEHT WEIHNachten in die KIRche;
014		dabei IS [doch] WEI:HNachten so was
015	M2:	[JA-
	M1:	SCHÖnes;
016		JA,
017		sowas FESTliches;
018		vielleICHT liegt_s ja auch DAran dass die KIRche einfach das (.) !FA:L!sche MARKeting hat.
019	M2:	<<lachend>ehe WA::S?>
020	M1:	<<all>naJA ich glaube> (.) WÜRden sie die WEIHNachtsmesse auf FACEbook ja,
021		als [(.) JE:sus] geBURTStagsFLASHmob
022	M2:	[((lacht))]
	M1:	[ANKündigen ja,]
	M2:	[<<laut lachend>>ahahaha>]
023	M1:	dann WÄR die <<rufend>BU:de aber [RAPpelvoll da,>]
024	M2:	[((lacht laut))] <<lachend>was NEIN,>
		1169.000

Transkript 2: „Jesus Flashmob“ (Sender 02; Audio 2)

Gemäß der klassischen Arbeitsteilung beginnt der über stimmliche Parameter als „männlich“ identifizierte Anchor-Moderator M1 die Sequenz mit der Nennung der Uhrzeit, des Senderslogans und des Sendernamens. Die „weibliche“ Moderatorin M2 bringt sich überlappend zu dem Turn von M1 ins Spiel (Zeile 5), um die Hörer*innen zu begrüßen. Durch die Überlappung mit dem Turn von M1 erhält ihre Ansprache an die Hörer*innenschaft aber nur bedingten Raum. Der Sprechausdruck von M2 wirkt dabei durch eine hohe Sprechstimmlage und eine starke Dehnung sowie Tonhöhenmodulation des Hauptakzentes aufgedreht und kindlich. Auch der Sprechausdruck von M1 wirkt durch häufiges und starkes Akzentuieren und eine große Tonhöhenmodulation aufgedreht. Dabei markiert dieser übertriebene Einsatz von Sprechausdrucksmerkmalen eine ironische Distanz zu dem Gesagten. M1 beginnt in Zeile 6 passend zu diesen prosodischen Merkmalen eine humorvolle Anekdote zu entwickeln. Auch in diesem Beispiel zeigt sich eine doppelte Ansprache (Zeile 6: „du“) – einerseits gerichtet an M2 und andererseits an die Hörer*innenschaft. M2 ergreift durch einen schnellen Anschluss in Zeile 10 den Turn mit einer Reformulierung der von M1 implizit gestellten Frage (Zeile 8). Ab Zeile 18 verleiht M1 dem von ihm entwickelten Thema („Christliche Werte zu Weihnachten“) eine Pointe, indem er in unerwarteter Weise auf den Aspekt des „Kirchenmarketings“ verweist. M2 untermalt diese Pointe, indem sie durch Lachen und das Fragepronomen „Was“ Erstaunen signalisiert (Zeile 19). Die Überraschung, die sie dabei ausdrückt, vermittelt den Hörenden den Neuheitswert und die Originalität des von M1 vorgetragenen Gedankens. Die Erweiterung der Pointe erfolgt durch M1 in Zeile 20, 21 und 23, wobei dies von M2 mit

einem überdrehten, sich steigernden Lachen kommentiert wird. Das Lachen wirkt hierbei kindlich bis überzogen und unterstreicht damit die Komik des von M1 entwickelten Witzes. Ein kindlicher Eindruck wird in Zeile 24 gefestigt, indem M2 das von M1 erzeugte Gedankenspiel eines „*Jesus Flashmobs*“ und dessen Erfolgsaussichten bei Kirchengänger*innen abschließend mit einem ungläubigen „*nein*“ kommentiert.

Hier wird deutlich, wie die Sidekick-Moderatorin den Anchor-Moderator dabei unterstützt, sich als Typ „Humorvoll“ (vgl. Finke 2019, 228–234) zu inszenieren: Der Moderator präsentiert sich durch seine Anekdote als originell und witzig, während die Moderatorin passiv, in kindlicher Weise belustigt und lachend darauf zu reagiert. Durch diese intensive emotionale Rückmeldung seiner Kollegin erfährt der „männliche“ Moderator Bewunderung und Wertschätzung für seinen Humor. Das von M2 verwendete Lachen lässt sich in diesem Kontext als Gender-Index auf „Weiblichkeit“ verstehen, wobei das Bild einer passiv-reagierenden, stets albern kichernden und dadurch kindlich wirkenden Frau durch die Interaktion gezeichnet wird. Diese Funktion innerhalb der Interaktion, also dass die Sidekick-Moderatorin die vom Anchor entwickelten Witze und humorvollen Anekdoten durch ihre Reaktionen unterstützt, zeigt sich in fast allen untersuchten Sendern. Die Moderatorinnen lachen oder kichern häufig auch an unpassenden Stellen und inszenieren sich dadurch als „kindlich-überdreht“ oder nahezu „dämmlich“, wodurch ein stereotypes, herabsetzendes Frauenbild entsteht.

Die Ergebnisse von Galonski (2017) zeigen, dass Gender zwar über das durch die Funktionsrollen geprägte Gesprächsverhalten der Moderierenden indexikalisiert wird, jedoch nur selten auf explizit-thematischer Ebene zum Tragen kommt. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es thematische Kontexte zu geben scheint, in denen eine genderisierte Differenzarbeit häufiger vollzogen wird als in anderen. In Bezug auf die untersuchten Daten ist dies insbesondere der thematische Kontext „Weihnachtsgeschenke“, innerhalb dessen divergierende Interessengebiete der Geschlechter hervorgehoben werden. Dabei wird beispielsweise das Spektrum geschlechtsspezifischer Interessen folgendermaßen eingegrenzt: „Socken, Technik, Action und Spaß für den Mann – Parfüm für die Frau“ (z. B. Sender 1, 8, 14; vgl. Finke 2019, 177). Weitere geschlechtsspezifische Interessenszuordnungen werden inhaltlich thematisch durch Aussagen darüber produziert, dass Frauen gerne shoppen (z. B. Sender 5), dass häufig weibliche Ornamentierung im Vordergrund steht (bspw. Sender 11: „Nagellack-Farben“; Sender 15: „die wettertechnisch richtige Auswahl von Schuhen für den Weihnachtsgottesdienst“) sowie, dass Frauen und Autos nicht zusammenpassen (z. B. Sender 13). An „männlichen“ Stereotypen wurde von Finke (2019) senderübergreifend

eruiert, dass sich Männer erst „auf den letzten Drücker“ um (Weihnachts-)Geschenke kümmern (z. B. Sender 1, 5 und 14) und dass Männer eine besondere Vorliebe für motorisierte Fahrzeuge haben (z. B. Sender 11, 12 und 13).

Bei dem Thema „Geschenke zu Weihnachten“ lässt sich neben dieser „Doing Gender“-Praxis zudem eine Praxis des „Doing Heteronormativity“ (vgl. Warner 1991) erkennen, da das Schenken zu Weihnachten in der Regel innerhalb des Bezugsrahmens von heterosexueller Partnerschaft problematisiert wird. So werden die Geschenkideen für den Mann häufig von den „weiblichen“ Moderatorinnen präsentiert, während beispielsweise Regeln für das Verhalten in einer Parfümerie (als „weibliche Sphäre“) von einem Mann vorgestellt werden (z. B. Sender 14). Es scheint so, dass die Theorie der Zwei-Kulturen (vgl. Maltz / Borker 1982 und Tannen 1991) ihre geistigen Früchte auch noch in das Jahr 2012 trägt: Geschlechterdifferenz wird in den Moderationen, die Finke (2019) untersuchte, in der Regel derart inszeniert, dass Frauen und Männer aus unterschiedlichen Kulturen mit divergierenden Verhaltensregeln stammen, die Missverständnisse erzeugen und somit eine Übersetzungsarbeit erfordern. Diese Übersetzungsarbeit wird in den gemischtgeschlechtlichen Moderationsgesprächen stellvertretend geleistet.

Geschlechtsassoziierte Rollenstereotype werden sowohl von den Moderierenden selbst relevant gesetzt als auch von dem jeweiligen Gegenüber fremdaktiviert. Auffällig ist, dass bei einer Mehrzahl der analysierten Sender sowohl von den „männlichen“ als auch von den „weiblichen“ Moderierenden häufiger „weibliche“ Stereotype aufgerufen werden, während das thematische Spektrum um „Männlichkeit“ seltener aktualisiert wird. Die „weiblichen“ Sidekicks aktualisieren zwar auch selbst „Frauen-Klischees“ (z. B. Sender, 4, 5, 10, 11, 13). Hier zeigt sich aber, dass die Moderatorinnen deutlich häufiger von ihren „männlichen“ Kollegen mit klischeehaften Rollenzuschreibungen konfrontiert werden – zum Teil sogar face-schädigend (z. B. Sender 8, 11; vgl. Finke 2019, 266–268), wie das folgende Beispiel zeigt (siehe Transkript 3):

Bei Sender 11 (siehe Transkript 3) kommentiert Moderator M1 den Nagellack, den seine Co-Moderatorin M2 aufgetragen hat. Seine Ausführungen beginnt er mit einem absurden Berufsvorschlag für den Fall, dass M2 irgendwann keine Arbeit mehr habe (Zeile 439–442). Auf die Frage von M2, wie er darauf komme, begründet er seine Idee mit der Farbe ihres Nagellacks (Zeile 448). Zuvor macht er noch Anspielungen auf die gute Figur der Moderatorin (Zeile 445–447).

439	M1:	ANke-	4245.751
440		wenn du [IRgendwann mal] WIRKlich nicht	
441	M2:	[JA.]	
	M1:	mehr WEIßT woHIN,	
442		dann KANNST du immer noch als !TAN!nenbaum ARbeiten;	

443	M2:	ICH?	
444		waRUM,	
445	M1:	NICH wegen deiner figUR.	
446	M2:	[SONdern?]	
447	M1:	[die IS wirklich T]Adellos;	
448		SONdern (.) [WEgen deiner] (.)	
449	M2:	[DANke?]	
450	M1:	F:INGernägel.	
451		SEH ich grade.	
452	M2:	achSO, =	
453		=weil DIE SO: äh peTROLfarben sind.	4256.751

Transkript 3: „Tannenbaum“ (Sender 11: AC, 20–40; Audio 3)

M1 schiebt seine Co-Moderatorin in die Rolle eines „Dummchens“. Er mindert ihren Wert, indem er ihr eine Arbeitsmöglichkeit vorschlägt, die ein gängiges Klischee zuspitzt: Als Frau reicht es, gut auszusehen und einer Arbeit nachzugehen, die wenig Intellekt voraussetzt. Es findet das statt, was Schorb und Hartung (2003, 51–52) in ihrer Untersuchung zu Gewalt im Radio konstatieren: Durch eine ungleiche Machtverteilung in der Rollenkonstellation und durch das Aufgreifen gesellschaftlich angelegter Klischees werden die Moderatorinnen diskreditiert und es entsteht eine „männliche“ Dominanz.

5.2 Gleichberechtigte Teamkonstellation

Die hier untersuchten Moderations-Konstellationen zeichnen sich im Gegensatz zu den hierarchischen Anchor-Sidekick-Konstellationen auf interaktionaler Ebene durch eine gleichberechtigte Verteilung der kommunikativen Aufgaben unter den Moderierenden aus. Auf gesprächsstilistischer Ebene tritt hier eine relevante Abwesenheit von gendertypischen Verfahren („Undoing Gender“) zu Tage. Für beide Moderierenden entsteht ein hoher Status, da sie sich in den Gesprächen gleichermaßen und geschlechtsunabhängig als kompetente Expert*innen und humorvolle Gastgeber*innen inszenieren können. Entsprechend dazu, dass beide Moderierenden in gleichem Maße die verschiedenen Moderationsaufgaben erfüllen, haben sie einen ausgeglichenen Redeanteil und bringen sich geschlechtsunabhängig themeninitiierend in die Moderationen ein. Zudem unterstützen die Moderierenden einander bei der Themen-Verfertigung beispielsweise durch Rückmeldesignale in gleichberechtigter und kooperativer Weise.

Das folgende Beispiel von Sender E2 (siehe Transkript 4) lässt sich als Zwischenmoderation einstufen, in welcher die Moderierenden das zum Erhebungstag aktuelle Thema „Weltuntergang laut Maya-Kalender“ thematisieren. Dies dient als Rahmen, um relevante Neuerungen aus Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur

für das kommende Jahr 2013 vorzustellen. M1 lässt sich hierbei durch stimmliche Eigenschaften und Anredeformen „brought along“ als Mann identifizieren, M2 als Frau.

001	M1:	und DAMit ist es VIER nach ACHT-	5208.000
002		SCHÖNen guten MORgen- =	
003		=hier sind FRANzi und THOMas;	
004	M2:	SCHÖNen guten MORgen-	
005		und WENN wir den HEUTigen TAG überLEben sollten-	
006		DANN gibts ZWEItausendDREIzehn ein paar DINGe,	
007		°hh auf DIE wir uns echt FREUN können;	
008		ja,	
009		die GEZ gebührn zahlt NICHT mehr jeder EINzeln-	
010		sondern NUR noch pro HAUSHalt-	
011		UND,	
012		°hh die PRAXisgebühr wird Ebenfalls ABgeschafft-	
013		ABSolut TOP;	
014	M1:	was nicht GANZ so TOP is-	
015		sind die PREISerhöhungen beim STROM-	
016		und AUCH dass FUßballtrainer felix Magath jetzt !DOCH! wieder [auf die TRAInerbank will;]	
017	M2:	[(lacht)]	
018	M1:	MENSCH-	
019		O:H;	
020	M2:	JA-	
021		aber ALL das werden wir überLEben-	
022	EV:	<i>Song setzt ein</i>	
023	M2:	denn zweitausendDREIzehn wird ein !HAM!merjahr mit HAMmeralben;	
024		LYing;	
025		LESli CLIo-	
026		und DEpeche MODE;	
027		DIE melden sich zu!RÜCK!;	
028		°h wann geNAU,	
029		DAS hört ihr nach den NÄCHsten beiden SONGS-	
030	M1:	CRO (-) EINmal um die WELT spieln wa euch-	
031		und das hier sind GARBage-	
032		BLOOD (.) for POPies-	
033		mach AN (.) und LAUT;	5247.000

Transkript 4: „Hammerjahr“ (Sender E2; Audio 4)

M1 beginnt die Sequenz, indem er die Uhrzeit nennt, die Hörer*innen begrüßt und seine Kollegin und sich mit Vornamen vorstellt (Zeile 1–3). M2 schließt daran durch einen glatten Sprecherwechsel an und begrüßt die Hörer*innen ebenfalls. In Zeile 5–7 initiiert sie das Oberthema der folgenden Sequenz und gibt das erste Beispiel einer Aufzählung über „Dinge, auf die man sich 2013 freuen kann“. In Zeile 13 bewertet sie das gegebene Beispiel positiv. M1 knüpft in seinem darauffolgenden Turn ab Zeile 14 an die von M2 gegebene Formulierung an und gibt zwei Beispiele für Neuerungen im Jahr 2013, welche er als negativ bewertet.

Dieses Werturteil untermauert M1 durch einen emotionalen Ausruf in Zeile 19, welcher prosodisch markiert, dass er davon genervt ist. M2 goutiert seine Reaktion mit einem Lachen und drückt dadurch Bestätigung für sein Werturteil aus. Sie schließt das Unterthema der negativen Neuerungen für 2013 in Zeile 21 ab und leitet wieder über zu Neuerungen (im Bereich Musik), welche sich positiv bewerten lassen. Sie nennt dafür drei Beispiele (Zeile 24–26) und gibt einen Hinweis für das folgende Programm (Zeile 28–29). M1 schließt kollaborativ an ihren Turn an und spezifiziert die Programmvorschau, was gleichzeitig eine Überleitung zu dem nächsten Musiktitel darstellt.

Die Sequenz zeigt die beiden Moderierenden als Ko-Produzierende eines Themas. Sie inszenieren sich dadurch als stark zusammengehöriges Team, welches in kollaborativer Weise Themen verfertigt. Ihr Sprechanteil ist ausgeglichen und die Turnwechsel verlaufen in der Regel glatt und sind thematisch aufeinander bezogen. Tendenziell gliedert sich in diesem Beispiel der „männliche“ Moderator M1 eher in die vorgegebenen thematischen Strukturen der „weiblichen“ Moderatorin ein. Gleichwohl treten beide Moderierenden als meinungsstarke Expert*innen und Gastgeber*innen auf. Das Geschlecht der Moderierenden tritt hierbei insgesamt in den Hintergrund und wird nicht weiter „brought about“ aktualisiert. Diese kollaborative Form der Themenverfertigung, stellt eine Form des „Undoing Gender“ dar, welche sich in allen untersuchten Sendern mit gleichberechtigter Moderations-Konstellation nachweisen lässt. Sie tritt insbesondere dann auf, wenn die Moderationsbeiträge stark themenzentriert und informationsgebunden sind, wie beispielsweise in An- und Abmoderationen von thematischen Beiträgen und beim Präsentieren der Programmvorschau.

Die Analysen zeigen, dass sich die Moderierenden in gleichberechtigt organisierten Moderations-Konstellationen häufig über die Interaktionsmodalität „Dissen“ (vgl. Finke 2019, 69–71) durch gegenseitige scherzhafte Face-Angriffe als „Kumpel“ inszenieren. Dabei offenbart sich in dem Interaktionsverhalten der Moderierenden eine „kooperative Kompetitivität“, was ebenfalls als eine Form des „Undoing Gender“ betrachtet werden kann. Es ist zu vermuten, dass hier die Kommunikationspraxis einer jungen Zielgruppe aufgegriffen wird, wobei an dieser Stelle nicht bewertet werden kann, ob gegenseitiges Dissen in der angesprochenen „community of practice“ als eine geschlechtsunabhängige oder tendenziell auf „Männlichkeit“ indizierte Praxis geführt wird.

Im Beispiel von Sender 5 (siehe Transkript 5) zieht Moderator M1 seine Co-Moderatorin damit auf, dass für ihn nicht nur heute Weltuntergang ist (Zeile 426), sondern er mit ihr an seiner Seite quasi täglich damit konfrontiert ist (Zeile 429–431). Moderatorin M2 spielt sein Spiel mit, indem sie beleidigt reagiert (Zeile

432). Anschließend kontert sie damit, dass der Witz von M1 schlecht war, und verweist darauf, dass die Hörer*innen des Senders auf der Facebook-Seite der Morgensendung weitaus Lustigeres zum Weltuntergang schreiben (Zeile 434–436).

422	M1:	wenn MENschen wie SARah.	3682.650
423		HEUTE auf /SIE ZUKomm- =	
424		=UND sowas SAgen wie-	
425		<<schreiend>HA- >	
426		<<rufend>HEUTE ist WELTuntergang; >	
427		<<p, ~>dann GIBT_S nur EIne ANTWort.	
428		NÄMlich- >	
429		WELTuntergang?	
430		na UND?	
431		den erLEB ich JEden tag mit <<rufend>[^DIR]; >	
432	M2:	<<beleidigt lachend>jahahaha[HA::: >]	
433	M1:	[[((lacht))]]	
434	M2:	!WIRK!lich witzige ANTWorten auf diese WELTuntergangsPHRÄse, =	
435		=gibt_s übrigens AUF unserer FACEbookseite. =	
436		=NE?	3700.867

Transkript 5: „Weltuntergang – Jeden Tag mit dir“ (Sender 05; Audio 5)

Anders als in den hierarchischen Konstellationen findet sich in den Moderationsgesprächen durch den gleichberechtigten Umgang der Moderierenden auf interaktionaler Ebene kein bereits fest abgesteckter Rahmen, innerhalb dessen eine Kontrastierung der Moderierenden eingebettet ist. Die Differenzarbeit wird hier im Gegensatz zu den hierarchischen Konstellationen häufiger durch eine starke Relevantsetzung von Gender in Zusammenhang mit der Persönlichkeitsinszenierung der Moderierenden vollzogen. Die Moderatorin zeichnet sich beispielsweise durch ihre Liebe zur Dekoration aus, während der Moderator damit nichts anfangen kann; „sie“ geht auf den Weihnachtsmarkt zum Shoppen, „er“ hingegen, um Frauen kennenzulernen usw. (z. B. Sender 5 und 14). Diese Kontraste werden durch Formen des explizit-thematischen „Doing Gender“ zusätzlich genderisiert, indem sie nicht nur auf die Persönlichkeit der Moderierenden, sondern verallgemeinernd auf alle Frauen und Männer bezogen werden. Somit wird Gender indirekt auch für die Hörer*innenschaft „brought about“ fremdaktiviert. Dabei werden sowohl „männliche“ als auch „weibliche“ Klischees in einer unkritischen Weise bedient. So greift Sender 5 (siehe Transkript 6) das Thema „Studio-Weihnachtsbaum“ auf. Die Gesprächssequenz findet im Anschluss an Verkehrs- und Wetterinformationen statt und leitet zu einem umfassenderen Moderationsbeitrag zu dem Thema „Weihnachtsbaumaktion“ über. M1 lässt sich „brought along“ als Mann identifizieren, M2 als Frau.

001	M1:	pu:h;	4863.000
002		ich bin langsam ganz schön KRAFTlos;	
003		wer DENKT-	
004		[sarahs DEKowahn ist] nicht zu STOPpen-	
005	M2:	[((kichert)) °hh]	
006	M1:	KLICKen sie sich auf JUMP radio de E:-	
007		und SCHAUen sie unsere WEBcam-	
008		Sarah hat GESTern den BAUM geschmückt;	
009		dieses LEUCHtende bunte ETwas;	
010	M2:	[((lacht))]	
011	M1:	[was NUR mit fantaSIE hh°]	
012		einer GRÜnen !TAN!ne: irgendwie gereCHT wird-	
013		naJA;	
014		ähm-	
015		vielLEICHT überlassen SIE ja auch das BAUMschmücken	
		ihrer FREUNDin zu hause oder so- =	
016		=oder ertragen es STILSchweigend-	
017		oder sie haben GLÜCK,	
018		und haben ne FRAU mit SELBSTbewusstsein	
		und STILbewusstsein-	
019		keine AHnung-	
020		°hh KLINGeln se mal DURCH-	
021		wie IS das denn bei IHrem baum zu hause;	
022		((Telefonnummer))-	
023		is der AUCH so HÄSSlich wie SARahs-	
024	M2:	[SAG mal-]	
025	M1:	[oder GEHT es-]	
026		wir werden es KLÄREN-	
027		in drei miNUTen,	
028		gegen ACHT uhr ZWANzig;	
029	EV:	Song setzt ein	4897.000

Transkript 6: „Dekowahn“ (Sender 05; Audio 6)

M1 initiiert das Thema, indem er direkt auf den „Dekowahn“ seiner Kollegin verweist und diesen durch die Wortwahl („Wahn“) und die Äußerung, dass ihn dieser „kraftlos“ machen würde, negativ bewertet (Zeile 1–4). Hierbei offenbart sich ein Gender-Index in Bezug auf ein klassisch „weibliches“ Interessengebiet: Frauen – so auch M2 – lieben es zu schmücken, dekorieren und gestalten, so das Klischee. M1 fährt in Zeile 9–11 fort, den Baumschmuck abzuwerten, worauf M2 mit Gelächter reagiert (Zeile 10). In Zeile 15–18 wird der Gender-Index in Bezug auf „weibliche“ Dekorationsliebe von M1 explizit gemacht, indem M1 den Aufgabenbereich des Baumschmückens einseitig auf Frauen bezieht. Damit wird sowohl für die „weibliche“ Moderatorin M2 Gender „brought about“ relevant gesetzt wie auch für die „weiblichen“ Hörerinnen fremdinitiiert. Hierbei ist die „weibliche“ Moderatorin, welche durch ihr Lachen Bestätigung ausdrückt, gleichermaßen an der Inszenierung dieses stereotypen Frauenbildes beteiligt. Durch die Formulierung in Zeile 15 eröffnet M1 zudem einen heteronormativen Bezugsrahmen und spricht (durch die Ansprache „überlassen Sie [...] Ihrer Freundin zu

Hause“) nur die „männlichen“ Hörer an. Mit diesen stellt er eine Art „männliche“ Verbundenheit her, indem er in Zeile 16 seine Gefühle auf die Hörer projiziert und damit suggeriert, dass alle Männer unter dem „*Dekowahn*“ ihrer Freundinnen zu leiden hätten. Dies impliziert auch, dass Männer selbst nicht gerne dekorieren, sondern dies höchstens „*stillschweigend ertragen*“. Damit inszeniert sich M1 „brought about“ als „männlich“ und macht gleichzeitig eine verallgemeinernde Zuschreibung für sein „männliches“ Publikum. Die von M1 und M2 inszenierten Differenzen bemühen zur Schärfung ihrer Persönlichkeit dichotome Geschlechterstereotype, wobei klassisch „weibliche“ Eigenschaften tendenziell abgewertet werden.

Auch in gleichgeschlechtlich besetzten „Mann-Mann“-Konstellation (z. B. Sender 1 und 8) wird das Geschlecht in Zusammenhang mit der Persönlichkeit der Moderatoren sowohl in An- und Abmoderationen als auch in Zwischenmoderationen stark in Szene gesetzt. Dabei sind unterschiedliche Strategien festzustellen: Zum Einen stilisieren beide Moderatoren in kollaborativer Weise „Männlichkeit“-indexikalische Verhaltensweisen, indem sie sich gemeinsam beziehungsweise gegenseitig als „archaisch“, „derb“ und „ungehobelt“ inszenieren. Zum anderen sind aber auch hier Indize auf „Weiblichkeit“ zu finden, in dem sich beispielsweise einer der Moderatoren in seinen Interessen und Ansichten klassisch „weiblich“ besetzten Gebieten zuordnet. Der Einsatz von Gender-Klischees liegt demnach nicht lediglich in der jeweiligen gemischtgeschlechtlichen Teamkonstellation begründet, vielmehr zeigt sich, dass aktive Bemühungen in der Rollenausgestaltung und Persönlichkeitsinszenierung angestellt werden, um Geschlechterklischees verhandeln zu können.

Im Beispiel von Sender 8 (siehe Transkript 7) berichtet Moderator M1, dass er nicht nur den Weihnachtsbaumeinkauf noch vor sich hat (Zeile 316–317), sondern außerdem noch alle Geschenke besorgen muss (Zeile 315, 319). Er äußert jedoch erleichtert, dass er zumindest für seine Frau kein Geschenk besorgen muss, weil sie ausgemacht haben, dass sie sich dieses Jahr nichts schenken (Zeile 324–325). Moderator M2 nimmt nun die Gegenposition ein, die einem Frauenklischee zugeordnet werden kann: In einer Partnerschaft schenkt man sich etwas, andernfalls liebt man sich nicht mehr (Zeile 330–331). Als Moderator M1 dies als Unsinn abtun möchte (Zeile 332), widerspricht M2 und zieht für seinen Standpunkt unterstützend diverse Hörer-O-Töne hinzu (Zeile 333–337).

315	M1:	muss NOCH (.)	3913.466
		WEIHNachtsgeschenke kaufen.	
316		also !BAUM! unter anderm AUCH noch;	
317		n BAUM muss ich kaufen.	
318	M2:	hab ich ALles schon.	

319	M1:	ja geSCHENke äh äh hab ich auch noch (.) KEIne.	
320	M2:	(2.4) ja-	
321		(---) ja äh daf-	
322	M1:	geSCHENke hast DU schon oder was;	
323	M2:	hab ich AUCh schon ja;	
324	M1:	ey ich bin FROH dass ich äh WENigstens NICHTS für meine FRAU brauche.	
325		also wir SCHENken uns nämlich dieses jahr GAR nix.	
326	M2:	JA;	
327		(.) warUM nich?	
328	M1:	[äh] (.) ja-	
329	M2:	[(was/das)]	
330		ich FINde ja wer sich an WEIHNachten nichts SCHENKT hardeland,	
331		der LIEBT sich auch nich mehr.	
332	M1:	was_n DAS fürn QUATSCH;	
333	M2:	das IS kein quatsch;	
334		keine WEIHNachtsgeschenke:-	
335		keine LIEbe:;	
336		so sieht_s nämlich AUS.	
337	EV:	Hörer-Töne	3945.254

Transkript 7: „Weihnachtsgeschenke“ (Sender 08; Audio 7)

Stilisieren beide Moderatoren „männlich“-indexikalisierendes Verhalten, manifestiert sich in ihren Interaktionen zumeist eine starke Praxis des „Doing Heteronormativity“, indem die Moderatoren häufiger in expliziter Weise ihre aktive Heterosexualität betonen, wie das folgende Beispiel von Sender 1 zeigt. Die Sequenz (siehe Transkript 8) dient als Abmoderation eines Interviews, welches die Moderatoren mit einem Reporter in Mexiko zum Thema „Weltuntergang“ geführt haben. Inhaltlicher Rahmen dieses Interviews ist eine Gewinn-Aktion, in welcher zehn Hörer*innen unter dem Motto „Helden fliegen nach Mexiko, um die Welt zu retten“ eine Reise nach Mexiko – dem Land der Maya – gewonnen haben. In ironischer Weise wurde von dem Reporter berichtet, wie die Urlaubsgruppe am Strand und am Meer nach Spuren des Weltuntergangs sucht. Daran knüpft die folgende Sequenz an:

001	M1:	DATensammeln am STRAND-	2765.000
002		das KENNSt du olli-	
003		von mallORca-	
004		mit den teleFONnummern der MÄdels,	
005	M2:	RICHTig-	
006		geNAU ja,	
007	M1:	ECHte HELden aus dem eins LIVE sektor-	
008		SIND mit unserm eins LIVE reporter jörn BEHR gerade in MEXiko- =	
006		=!UM! am FREITag die WELT zu retten;	2774.000

Transkript 8: „Telefonnummern der Mädels“ (Sender 01; Audio 8)

An dieser Stelle wird deutlich, dass M1 ein beliebiges Thema bemüht, um einen Verweis auf eine aktive Heterosexualität der Moderatoren zu geben. In diesem Fall findet eine Zuweisung dieser Heterosexualität von M1 zu seinem Kollegen statt (Zeile 2). M2 bestätigt diese Zuschreibung in Zeile 5–6. Auf diese Weise inszenieren die Moderatoren ihre Nähe zueinander in einem klaren heteronormativen Rahmen.

Die Analysen haben insgesamt hervorgebracht, dass insbesondere dann, wenn die Beziehung der Moderierenden und deren Persönlichkeit in den Fokus der Interaktion rücken, was häufig in Zwischenmoderationen vorkommt, gender-indexikalische Zuschreibungen aufgerufen werden und Gender auf explizit-thematischer Ebene relevant gesetzt wird. Die Neutralisierungsarbeit auf der interaktionalen Ebene, insbesondere durch die Interaktionsform „Dissen“, wird entsprechend durch eine starke Relevantsetzung von Gender in der Persönlichkeitsinszenierung der Moderierenden ausgeglichen. Diese Beobachtung wird dadurch gestützt, dass Sender E2 aus Teilkorpus 2 ein abweichendes Beispiel der beschriebenen Strategien darstellt. In den Interaktionen dieses Senders ließ sich keine Belegstelle finden, welche eine „brought about“-Aktualisierung von Gender belegen würde. Dies könnte damit im Zusammenhang stehen, dass auch die Persönlichkeitsinszenierung der Moderierenden in den Moderationsbeiträgen nur hintergründig verläuft. Dabei treten andere Identitätsfacetten in den Vordergrund: Sie präsentieren sich beide als fachlich kompetente Expert*innen, insbesondere im Bereich der angebotenen Musik. Im Gegensatz zu den Sendern 1 und 5, welche in ihrer musikalischen Ausrichtung ein breites Publikum ansprechen, bietet Sender E2 ein zielgruppenspezifisch enges Musikformat an (siehe Tabelle 2). Hierdurch ist die Senderidentität womöglich bereits soweit gefestigt, dass eine starke Inszenierung der Moderatoren-Personality keinen großen Stellenwert einnimmt. Eine weitere Hypothese ist, dass seitens der Radio-Produzierenden angenommen wird, dass die so angesprochene „community of practice“ nicht auf eine (klischeehafte) Geschlechterrollen-inszenierung anspricht.

Diese Befunde untermauern die These, dass Genderinszenierung in den Mehrfach-Moderationen eng mit der Persönlichkeitsinszenierung (sog. Moderatoren-Personality; vgl. Finke 2019, 42–48) verwoben und als Differenzierungsmerkmal zwischen den Moderierenden genutzt wird. Je stärker die Inszenierung der Senderidentität eines Radiosenders auf die Personality der Moderierenden abzielt, desto stärker tritt auch eine stereotype geschlechtliche Inszenierung der Moderierenden in den Vordergrund. Brüche mit solchen konventionellen Geschlechterinszenierungen ließen sich in Galonskis Auswahl nicht feststellen. In Finkes Auswahl sind zwar gelegentlich Brüche zu beobachten, indem Gender-Klischees

vertauscht werden (z. B. Sender 4, 7–9: Moderatorin ist Fußballfan, Moderator ist familiär-romantisch veranlagt, Moderator hat Schuhtick), jedoch zeugen auch diese von einem konservativen Bild. Denn alle Brüche funktionieren nur dann, wenn die Zielgruppe um die Klischees und Stereotype weiß und diese zugrunde legen kann, um eine Abweichung als solche zu verstehen. Werden Brüche inszeniert, erfolgt dies also stets im Spiel mit Berufungen auf konservative bzw. klischeehafte Geschlechterrollen, wodurch das Klischee letztendlich reproduziert wird. Abschließend ist festzuhalten, dass jene Sender, die verstärkt mit Brüchen arbeiten oder „einmal etwas anders machen“ und sich damit vom Mainstream abheben, nicht zu den meistgehörten Sendern (im Sinne der Mediaanalyse-Zahlen zur Hörerreichweite) zählen. Es zeigt sich, dass es für die Mehrheit der Radiosender und insbesondere für die meistgehörten Sender anscheinend zu riskant ist, konservativen Geschlechterrollen abzuweichen.

6 Ergebnisse

Insgesamt bestätigt sich übereinstimmend anhand der Auswahlkorpora von Galonski (2017) und Finke (2019), dass Differenzarbeit ein wichtiges stilistisches Mittel innerhalb von Mehrfach-Moderationen darstellt. Das gesellschaftlich grundlegende Dichotom „Mann-Frau“ wird zur Kontrastierung der Moderierenden untereinander bemüht. Die Ergebnisse der Analysen ergeben ein differenziertes Bild der Gender-Konstruktionen in Bezug darauf, ob die Mehrfach-Moderationen hierarchisch oder gleichberechtigt organisiert sind:

Die hierarchisch organisierten Moderations-Konstellationen zeichnen sich durch eine einseitige Besetzungspolitik aus. Die Rolle des Anchors kommt stets den Moderatoren zu, während die Rolle des Sidekicks in allen untersuchten Fällen mit Moderatorinnen besetzt ist. Das hierarchische Interaktionsverhalten der Moderierenden wirkt gender-indexikalierend und setzt das Geschlecht der Moderierenden im Gesprächsverlauf latent „brought about“ relevant. Die Sidekick-Moderatorinnen zeigen sich innerhalb der Interaktionen auf gesprächsstilistischer Ebene durch einen geringen Sprechanteil, emotionalisierende Hörerinnenaktivitäten und häufigen responsiven oder kollaborativen Turns als Unterstützerinnen des „männlichen“ Anchors. Sie initiieren selten eigene Themen, wodurch ihnen kaum inhaltliche Relevanz zukommt und ihre Persönlichkeit unbestimmt bleibt. In der Kombination aus der ungleichen Arbeitsteilung und diesen gender-indexikalierenden gesprächsstilistischen Mitteln entsteht das Rollenbild des status-hohen und originellen „männlichen“ Experten, während die moderierenden Frauen als uneigenständige, emotionale und unterstützende Accessoires stilisiert werden.

Die Anforderungsprofile der Funktionsrollen von Anchor und Sidekick korrelieren hier mit stereotypen Vorstellungen von „männlicher Dominanz“ und „weiblicher Gesprächsarbeit“. Durch die einseitige Besetzungspolitik wird eine dichotome, geschlechtszuschreibende Praxis reproduziert und damit unterstützt. Auffällig ist, dass Gender nur selten auf explizit-thematischer Ebene relevant gesetzt wird. Eine mögliche Hypothese dazu ist, dass die gender-indexikalierenden Differenzen im Interaktionsverhalten über die festgelegten Funktionsrollen des Anchor und Sidekicks die Geschlechtszugehörigkeit der Moderierenden bereits soweit rahmen, dass eine zusätzliche Aktivierung auf thematischer Ebene weniger Relevanz zukommt.

Auch bei den gleichberechtigten Moderations-Konstellationen zeigt sich eine einseitige Besetzungspolitik. Die Teams sind entweder gemischtgeschlechtlich oder rein „männlich“ besetzt. Eine Team-Konstellation aus zwei oder mehreren Frauen, die in der Radio-Primetime miteinander moderieren, lässt sich im gesamten Korpus nicht nachweisen. Auf gesprächsstilistischer Ebene tritt im Gegensatz zu den hierarchischen Konstellationen eher eine relevante Abwesenheit von gendertypischen Verfahren hervor. Durch eine gleichberechtigte Arbeitsteilung innerhalb der Gesprächsorganisation entsteht geschlechtsunabhängig ein hoher Status für beide Moderierenden: Sie können sich gleichermaßen als kompetente Expert*innen und humorvolle Gastgeber*innen inszenieren, was als eine Praxis des „Undoing Gender“ gewertet werden kann. Diese Neutralisierungsarbeit wird dadurch ausgeglichen, dass in der Persönlichkeitsinszenierung der Moderierenden „Doing Gender“ eine große Rolle zu spielen scheint, indem häufig auf explizit-thematischer Ebene stereotype geschlechtsassoziierte Zuschreibungen und genderrisierte Klischees genutzt werden. Die Inszenierung der Moderatoren-Personality wird mit der Darstellung dichotomer geschlechtlicher Identitäten verknüpft, wodurch eine Typisierung der Geschlechter entsteht. Anders als in den hierarchischen Konstellationen gibt es durch den gleichberechtigten Umgang der Moderierenden auf interaktionaler Ebene keinen bereits fest abgesteckten Rahmen, in den eine Kontrastierung der Moderierenden eingebettet ist. Die Differenzarbeit wird im Gegensatz zu den hierarchischen Konstellationen durch eine starke Relevanzsetzung von Gender in Zusammenhang mit der Persönlichkeitsinszenierung der Moderierenden vollzogen. Dies gilt insbesondere für diejenigen Sender, welche über ihr musikalisches Format eine breite (Mainstream-orientierte) Zielgruppe ansprechen. In Sendern mit einem zielgruppenspezifisch engen Musikformat (z. B. ausschließlich Rockmusik) werden Geschlechterdifferenzen hingegen nicht aktiv zum Thema gemacht. Durch die spezifische thematisch-musikalische Ausrichtung ist die Senderidentität womöglich bereits soweit gefestigt, dass eine

starke Inszenierung der Moderatoren-Personality über ihre Geschlechtszugehörigkeit keinen großen Stellenwert einnimmt. Möglichweise wird seitens der Radio-Produzierenden angenommen, dass die so angesprochene „community of practice“ nicht auf eine (klischeehafte) Geschlechterrolleninszenierung anspricht.

7 Diskussion und Ausblick

Die Untersuchung von Gender-Konstruktionen in der Radio-Primetime hat deutlich gezeigt, dass Gender in den Interaktionen zwischen den Moderierenden eine große Relevanz zukommt, indem Geschlecht als Differenzierungsmerkmal zwischen den Moderierenden ausagiert wird. Durch die qualitativen Analysen konnten anhand von typischen Einzelfällen handlungsleitende Muster und Werte in Bezug auf die Gender-Konstruktionen in der Radio-Primetime rekonstruiert werden. Die Ergebnisse sind vor dem Hintergrund zu betrachten, dass die Anwendung des „Indexing Gender“-Ansatzes im Rahmen dieser Untersuchung auf subjektiven Interpretationen beruhen. Es stellt ein wissenschaftliches Problem dar, da es keinen eindeutigen Referenzrahmen dafür gibt, welche Eigenschaften als Indizes für „Männlichkeit“ oder „Weiblichkeit“ gewertet werden können. So ist es beispielsweise nicht eindeutig, ob eine Eigenschaft wie „Kompetitivität“ als „männlich“ interpretiert werden kann. Vorstellungen von „Männlichkeit“ und „Weiblichkeit“ sind nicht gesellschaftlich einheitlich definiert, sondern beruhen auf Vereinbarungen innerhalb bestimmter „communities of practice“. Geschlechterrollenbilder sind in ihren Ausformungen hochgradig divers und fluide. Für die weitere Erforschung von gender-indexikalierenden Verfahren ist daher unabdingbar, die Ebene der Rezeption mit einzubeziehen, beispielweise in Form einer Befragung von Hörer*innen.

Innerhalb dieser Untersuchung ließ sich vorerst nachweisen, dass über eine genderisierte Zuordnung von Funktionsrollen und die Verquickung von Gender-Aktivierungen mit der Persönlichkeitsinszenierung der Moderierenden ein stereotypes Identitätsangebot gestiftet wird. Kontraste zwischen den Moderierenden werden unter anderem durch klassische, genderisierte Dichotomien hergestellt. Die so gezeichneten Konzepte des „Doing Gender“ und „Doing Heteronormativity“ in der Radio-Primetime bilden einen konservativen, heteronormativen Gesellschaftsdiskurs ab, in welchem einer Diversität von Gender-Identitäten und sexuellen Orientierungen keine Geltung zukommt.

Dass die so orientierten Morningshow-Formate bei ihren Rezipierenden (laut MA radio 2012 II) offenbar großen Anklang finden, ist ein Indiz dafür, dass stereotype Geschlechterrollenbilder nach wie vor weit verbreitet und akzeptiert sind.

Gleichzeitig ist zu betonen, dass das Massenmedium Radio sowohl als Reproduzent als auch als Quelle gemeinschaftlicher Erwartungen über „Männlichkeit“ und „Weiblichkeit“ wirksam ist. Durch das mediale Aufgreifen und Abbilden von konservativen Gender-Diskursen in den Morningshow-Moderationen werden diese stilisiert und wiederum gesellschaftlich zementiert. Die Ergebnisse machen zudem deutlich, dass die einseitige Besetzung der Funktionsrollen des Anchors und Sidekicks in den hierarchischen Moderations-Konstellationen ein stereotypes Geschlechterrollenbild manifestiert.

Als problematisch ist zu werten, dass sich dieser Geschlechterrollen-Entwurf zu Ungunsten der dort arbeitenden Frauen auswirkt, indem ihnen stets die Rolle der Unterstützerin zukommt, während die „männlichen“ Moderatoren sich in der Rolle des Anchors als kompetente Experten in Szene setzen. Diese ungleiche Besetzungspolitik stellt einen Ausschluss von Frauen aus Machtpositionen dar und offenbart eine misogynen Tendenz. Es ist allerdings zu betonen, dass die Konstellation „hierarchisch“ in einer Minderheit der im WWK untersuchten Sender vorkommt. Auch anhand der gleichberechtigten Moderations-Konstellationen lässt sich die Tendenz einer einseitigen Besetzungspolitik erkennen, indem sich im gesamten „Weihnachts- und Weltuntergangskorpus“ nur gleichgeschlechtlich „männlich“ besetzte Mehrfach-Moderationen nachweisen lassen, aber offenbar keine rein „weiblich“ besetzten Moderationsteams eingesetzt werden. Ergänzend zu einer qualitativen Auszählung der Besetzungsverhältnisse wäre es von Interesse, die Ebene der Planung und Inszenierung auf Seiten der Radioschaffenden zu untersuchen. So könnte danach gefragt werden, inwiefern eine genderisierte Besetzungspolitik intentional erfolgt und aus welchen Gründen Männern und Frauen bestimmte Positionen in der Moderation zugewiesen werden.

Nicht allein die Geschlechtszugehörigkeit, sondern das Ausfüllen von sozialen Rollen prägt und verändert das Bild von „Männlichkeit“ und „Weiblichkeit“ innerhalb einer Gesellschaft, wie Heilmann (2004) zurecht anführt. Umso bedeutender ist daher,

„[...] dass in allen sozialen Rollen, durch welche eine Gesellschaft repräsentiert wird, Frauen und Männer gleichberechtigt die Möglichkeit erhalten, an der Gestaltung der jeweiligen Rollenbilder prägend mitzuwirken, um einseitige Geschlechtszuschreibungen zu vermeiden.“ (ebd., 169–170).

Bischoff und Wagner-Egelhaaf (2006) stellten fest, dass der vermehrte mediale Einsatz von Frauen in Moderationspositionen durchaus das Potenzial berge, zur Subversion der geschlechtlichen Dichotomie beizutragen:

„Indem Moderation in diesen Formaten in der doppelten Bedeutung des lateinischen Wortes, nämlich zum einen im Sinne von ‚Mäßigung und Vermittlung‘, zum anderen aber auch im Sinne von ‚Lenkung und Herrschaft‘ zum Tragen kommt, verknüpfen sich [...] traditionell eher als ‚weiblich‘ konnotierte Fähigkeiten und Gesprächsstile mit ‚männlich‘ gedachten Führungsqualitäten [...].“ (ebd., 19).

Durch den Einsatz von Frauen als Moderatorinnen von Polit-Magazinen im Fernsehen habe sich die Wahrnehmung „öffentlich agierender und sich rhetorisch profilierender“ Frauen bereits stark verändert (vgl. ebd., 18). So würde die Auflösung des Gegensatzes von „männlichen“ und „weiblichen“ Redeorten und Redeweisen (hier beispielsweise „männlicher“ Anchor und „weiblicher“ Sidekick) auch im Radio die Chance bieten, „dass selbst scheinbar feststehende Kategorien, [...] in ihrer Veränderlichkeit und rhetorischen Verfasstheit erkennbar werden“ (vgl. ebd., 21). Das System der Zweigeschlechtlichkeit stellt keinen starren, unveränderlichen Rahmen für Interaktionen zwischen Menschen dar, sondern birgt stets die Möglichkeit, Grenzverschiebungen vorzunehmen und aus konventionellen Rollenmustern auszurechnen. Umso relevanter erscheint es, dass identitätsstiftende Massenmedien wie das Radio diese Möglichkeit der Grenzverschiebung und -auflösung aufgreifen und ihren Rezipierenden ein Angebot machen, welches durch mehr Diversität geprägt ist.

Literatur

- Aulenbacher, B. / Meuser, M. / Riegraf, B. (Hg.) (2010): Soziologische Geschlechterforschung. Eine Einführung. Wiesbaden.
- Bischoff, D. / Wagner-Egelhaaf, M. (2006): Einleitung. In: Bischoff, D. / Wagner-Egelhaaf, M. (Hg.): Mitsprache, Rederecht, Stimmgewalt. Genderkritische Strategien und Transformationen der Rhetorik. Heidelberg, S. 9–32.
- Buchholz, A. (2013): Moderieren. In: La Roche, W. v. / Buchholz, A. (Hg.): Radio-Journalismus. Wiesbaden, S. 47–71.
- Butler, J. (1991): Das Unbehagen der Geschlechter. Frankfurt a. M.
- Finke, C. L. (2014): Das Hallesche Morningshow-Korpus. Einführung in das Korpus anhand einer aktuellen Untersuchung zu Morningshow-Moderationen im gegenwärtigen Radio. In: Ebel, A. (Hg.): Aussprache und Sprechen im interkulturellen, medienvermittelten und pädagogischen Kontext. Halle (Saale), S. 93–104.
<http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:3-2-24373> (18.02.2019)
- Finke, C. L. (2019): Senderidentität und Alltagsästhetik. Radiomoderationen in der Primetime. Berlin.

- Franz, E. / Günthner, S. (2012): Zur Konstruktion von Gender beim Speeddating. In: Günthner, S. / Hüpper, D. / Spieß, C. (Hg.): Genderlinguistik. Sprachliche Konstruktionen von Geschlechtsidentität. Berlin, S. 221–249.
- Galonski, J. (2017): Gender-Konstruktionen in der Radio-Primetime: Gesprächsanalytische Untersuchung von Mehrfach-Moderationen in deutschsprachigen Morningshows. Masterarbeit Universität Halle (Saale). (unveröff. Mskr.).
- Garfinkel, H. / Sacks, H. (1976): Über formale Strukturen praktischer Handlungen. In: Weingarten, E. / Sack, F. / Schenkein, J. (Hg.): Ethnomethodologie. Beiträge zu einer Soziologie des Alltagshandelns. Frankfurt a. M., S. 130–178.
- Geissner, T. (2005): Moderatorinnen und Moderatoren im Hörfunk: Geschlechterspezifische Einsatzbedingungen. In: Heilmann, Ch. (Hg.): Kommunikationskulturen intra- und interkulturell. Festschrift für Edith Slembek. St. Ingberg, S. 219–228.
- Goffman, E. (1994): Interaktion und Geschlecht. Frankfurt a. M.
- Gottburgsen, A. (2000): Stereotype Muster des sprachlichen Doing Gender. Eine empirische Untersuchung. Wiesbaden.
- Günthner, S. (1997): Zur kommunikativen Konstruktion von Geschlechterdifferenzen im Gespräch. In: Braun, F. / Pasero, U. (Hg.): Kommunikation von Geschlecht. Pfaffenweiler, S: 122–146.
- Günthner, S. (2006): Doing vs. Undoing-Gender? Zur Konstruktion von Gender in der kommunikativen Praxis. In: Bischoff, D. / Wagner-Egelhaaf, M. (Hg.): Mitsprache, Rederecht, Stimmgewalt. Genderkritische Strategien und Transformationen der Rhetorik. Heidelberg, S. 35–57.
- Heilmann, Ch. (2004): Geschlechtstypische Unterschiede. In: Pabst-Weinschenk, M. (Hg.): Grundlagen der Sprechwissenschaft und Sprecherziehung. München, S. 161–170.
- Hirschauer, S. (2001): Das Vergessen des Geschlechts. Zur Praxeologie einer Kategorie sozialer Ordnung. In: Heintz, B.: Geschlechtersoziologie. Wiesbaden, S. 208–235.
- Kotthoff, H. (1994): Geschlecht als Interaktionsritual? Nachwort. In: Goffman, E. (Hg.): Interaktion und Geschlecht. Frankfurt. a. M., S. 159–194.
- Kotthoff, Helga (2002): Was heißt eigentlich "doing gender"? Zu Interaktion und Geschlecht. <http://www.projektwerkstatt.de/gender/download/Doinggender2002.pdf> (22.11.2016).
- Kotthoff, H. (2003): Was heißt eigentlich *doing gender*? Differenzierungen im Feld von Interaktion und Geschlecht. In: Freiburger FrauenStudien 12. Freiburg, S. 125–161.
- Kotthoff, H. (2012): „Indexing gender“ unter weiblichen Jugendlichen in privaten Telefongesprächen. In: Günthner, S. / Hüpper, D. / Spieß, C. (Hg.): Genderlinguistik. Sprachliche Konstruktionen von Geschlechtsidentität. Berlin, S. 251–286.
- Lynen, P. (2004): Das wundervolle Radiobuch. Personality, Moderation und Motivation. München.
- Macur, F. (2009): Weibliche Diskurskulturen. Privat. Beruflich. Medial. Frankfurt a. M.

- Maltz, D. / Borker, R. (1982): A cultural approach to male-female miscommunication. In: Gumperz, John (Hg.): *Language and social identity*. Cambridge, S. 195–216.
- Ochs, E. (1992): Indexing Gender. In: Duranti, A. / Goodwin, C. (Hg.): *Rethinking context. Language as an interactive phenomenon*. Cambridge, S. 335–358.
- Samel, I. (2000): *Einführung in die feministische Sprachwissenschaft*. Berlin.
- Schorb, B. / Hartung, A. (2003): *Gewalt im Radio. Eine Untersuchung zur Wahrnehmung, Bewertung und Verarbeitung von Unterhaltung im Hörfunk durch 9- bis 16-jährige*. Berlin.
- Schwabeneder, S. (2009): Moderation Popradio. In: Overbeck, P. (Hg.): *Radiojournalismus*. Konstanz, S. 135–146.
- Selting, M. et al. (2009): Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2). In: *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 10, S. 353–402. <http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2009/px-gat2.pdf> (18.02.2019)
- Spieß, C. (2012): Linguistische Genderforschung und Diskurslinguistik. Theorie – Methode – Praxis. In: Günthner, S. / Hüpper, D. / Spieß, C. (Hg.): *Genderlinguistik*. Berlin, New York, S. 53–85.
- Stephan, I. (2000): Gender, Geschlecht und Theorie. In: Von Braun, Ch. / Stephan, I. (Hg.): *Gender Studien. Eine Einführung*. Stuttgart, S. 58–96.
- Tannen, D. (1991): *Du kannst mich einfach nicht verstehen. Warum Männer und Frauen aneinander vorbeireden*. Hamburg.
- Verband privater Medien (2012): *Mediaanalyse ma 2012 II*. <http://www.vprpt.de/thema/marktentwicklung/medienmessung/radio-messung/ma-radio/ma-2012-ii/content/ma-2012-ii-gesamtausw?c=0> (13.01.2015)
- Warner, M. (1991): Fear of a queer planet. Queer politics and social theory. In: *Social Text* (29). Minneapolis, S. 3–17.
- Wenger, E. (2002): *Communities of practice. Learning, meaning and identity*. Cambridge.
- West, C. / Zimmerman, D. (1987): Doing Gender. In: *Gender and Society* Vol. 1 No. 2. London, S. 125–151. <https://www.jstor.org/stable/189945> (08.01.2017)
- Wodak, R. (1997): Introduction: Some important issues in the research of gender and discourse. In: Wodak, R. (Hg.): *Gender and discourse*. London u. a., S. 1–12.

Stimmumfang und Sprechmelodie zur Markierung von „Weiblichkeit“ und „Männlichkeit“ in Radio-Morningshows

Riccarda Funk, Jena



Die vorliegende Untersuchung beschäftigt sich mit der Frage, ob Radiomoderatorinnen und Radiomoderatoren Stimmumfänge und Melodieverläufe als Mittel für typisch „weibliches“ und „männliches“ Sprechverhalten in Morningshows einsetzen. Es soll geklärt werden, ob der phonetisch messbare Stimmumfang und die akustisch hörbaren Melodievariationen bei Radiomoderatorinnen größer sind als bei Radiomoderatoren. Zudem wird der Einfluss des Senders auf die Stärke der Unterschiede untersucht. Hierzu wurden jeweils drei Moderationsabschnitte aus Morningshows eines öffentlich-rechtlichen und eines privaten Senders überprüft.

Im Ergebnis zeigt sich, dass die verwendeten Stimmumfänge und Melodieverläufe eher sender- als genderspezifisch sind. Obwohl der öffentlich-rechtliche Sender Genderkonstruktionen inhaltlich häufiger aufgreift, tritt die konkrete Benutzung klischeehafter Melodiemuster für die Untermauerung von Stereotypen nur selten auf. Im privaten Sender wurden zwar niedrigere Halbtonumfänge und kleinere Melodiesprünge für den Moderator gefunden, diese scheinen jedoch eher ein Zeichen für vordergründige Musikexpertise als für „männliches“ Sprechverhalten des Moderators zu sein, da sie nicht in Bezug zu Genderklischees stehen.

1 Einleitung

Männer und Frauen unterscheiden sich in ihrer Stimme und Sprechweise, wobei einige dieser Unterschiede biologisch bedingt, andere hingegen sozial gelernt sind. Anatomisch weisen Männer dickere und längere Stimmlippen auf, ihr Larynx ist deutlich größer als der von Frauen (Titze 1989). Akustisch ergeben sich hieraus höhere Grundfrequenzen für Frauen, da die dünneren und kürzeren Stimmlippen schneller schwingen. In Gesprächen lässt sich bei deutschsprachigen Frauen eine mittlere Grundfrequenz von 217 Hz messen, Männer liegen mit 110

Hz deutlich tiefer (Herbst 1964, 129). Ähnliche Frequenzwerte ergeben sich auch für Amerikanisches Englisch (Pépiot 2014; Sussman / Sapienza, 1994). Sozial gelernt scheinen hingegen der Stimmumfang und die Verwendung der Melodie in einer Äußerung (Variation der Grundfrequenz) zu sein. Frauen gelten im Vergleich zu Männern als melodioser, sie verwenden beim Sprechen demnach einen größeren Stimmumfang. Dadurch wirken Frauenstimmen auf Hörer „verspielter, abwechslungsreicher und emotionaler“, Männerstimmen hingegen „ernster, eintöniger und rationaler“ (Sendlmeier 2012, 102; ohne Angabe von empirischen Belegen).

Experimentell betrachtet stimmt die von Sendlmeier beschriebene Perzeption jedoch nicht immer mit Ergebnissen akustischer Analysen überein und hängt entscheidend von der Methode ab (Henton 1989). So ist die Angabe des Stimmumfangs in der Einheit Hertz problematisch, weil die Änderung der Tonhöhe im Vergleich zur Frequenz nicht linear, sondern logarithmisch erfolgt (Pompino-Marschall 2009, 156). Deshalb empfiehlt sich für die Untersuchung des Stimmumfangs eine Umrechnung in Halbtöne. Verwendet man diese Vergleichsmethode, stellt sich (anders bei der Angabe in Frequenzumfängen) heraus, dass zwischen Männern und Frauen kaum akustisch messbare Unterschiede hinsichtlich des Stimmumfangs zu finden sind oder dass Männer sogar größere Stimmumfänge nutzen (Henton 1989). Herbst (1964) gibt in einer frühen Arbeit bei deutschen Gesprächen im Mittel 5 Halbtöne für Frauen und 7 Halbtöne für Männer an. In gelesenen Wörtern misst Pépiot (2014) 6,8 Halbtöne für Frauen und 5,4 Halbtöne für Männer französischer Muttersprache, im amerikanischen Englisch liegen beide Geschlechter mit etwa 5,9 Halbtönen noch näher beieinander. Für Radionachrichten zeigen Grawunder et al. (2006) zwar höhere Halbtonumfänge als für Gespräche, aber auch hier sind die Werte mit 10-20 Halbtönen (Frauen) bzw. 10-19 Halbtönen (Männer) ähnlich. Allerdings lässt sich bestätigen, dass Frauen in geschlossenen und deklarativen Fragen häufiger interrogative Melodiemuster verwenden als Männer, was die emotionalere Wirkung erklären könnte (Haan / Van Heuven 1999).

Die von Sendlmeier (2012) aufgegriffenen Stimmklischees spiegeln die Erwartungen von typisch „männlichen“ und „weiblichen“ Eigenschaften beim Sprechen wider. Da sie im Gegensatz zu biologisch bedingten Larynxunterschieden sozial konstruiert sind, sind sie aber weniger als geschlechts-, sondern eher als genderspezifisch zu werten (Aulenbacher et al. 2010). Gender spielt auch im Radio eine wichtige Rolle. Es wird beispielsweise in Morningshows verschiedener Radiosender vielfach inszeniert und trägt damit einen wichtigen Teil zur Festigung von

Geschlechterrollenbildern bei (Galonski 2017, vgl. auch Finke 2019 und Galonski / Finke in diesem Band). Die Morningshows werden im Radio zur hörer-stärksten Sendezeit zwischen 7 und 9 Uhr morgens gesendet (Bose / Finke 2016, 67) und erreichen damit ein großes Publikum. Sie sollen vor allem unterhalten und werden in der Regel von mindestens zwei Personen moderiert. Die jeweiligen Moderierenden haben dabei zwei wichtige Aufgaben: Zum einen sollen sie die Identität des Senders und des Programms repräsentieren, zum anderen sollen sie in ihren Moderationen möglichst individuell bleiben, um viele Hörergruppen anzusprechen. Dafür ist ein authentisch wirkender Sprach- und Sprechstil von großer Bedeutung (ebd., 67 f.).

Wenn man die Variation der Grundfrequenz als sozial gelernten Parameter betrachtet, stellt sich die Frage, ob Stimmumfänge und Melodieverläufe bei Genderinszenierungen im Radio gezielt eingesetzt werden. Möglicherweise werden sie als Marker für typisch „weibliches“ und „männliches“ Sprechverhalten verwendet, um die Authentizität der Moderierenden zu erhöhen und für eine Identifikation bei den jeweiligen Hörergruppen zu sorgen. Aus dieser Fragestellung ergeben sich drei zu untersuchende Hypothesen:

1. In Morningshows verwenden Radiomoderatorinnen einen größeren Stimmumfang als Radiomoderatoren. Das heißt, akustisch ist die Differenz aus maximaler und minimaler Tonhöhe bei Moderatorinnen größer.
2. In Morningshows verwenden Radiomoderatorinnen eine variationsreichere Sprechmelodie als Radiomoderatoren. Auditiv sind bei Moderatorinnen häufiger Veränderungen der Tonhöhe in Folgesilben wahrnehmbar.
3. Die Ergebnisse aus Hypothese 1 und 2 sind abhängig vom untersuchten Sender. Bei Sendern, die oft auf Genderklischees referieren, ist der Unterschied zwischen Radiomoderatorinnen und Radiomoderatoren größer als bei solchen, die Genderklischees kaum aufgreifen.

Um diese Hypothesen zu überprüfen, wurden Stimmumfänge der Radiomoderatorinnen und Radiomoderatoren aus einem Teil des sogenannten „Weihnachts- und Weltuntergangskorpus“ von Finke (2014) sowohl akustisch gemessen als auch auditiv bewertet und miteinander verglichen.

2 Methode

Grundlage der Untersuchung ist das sogenannte „Weihnachts- und Weltuntergangskorpus“ von Finke (2014). In diesem Korpus sind Radiomitschnitte vom 18.

bis 24. Dezember 2012 von insgesamt 78 Sendern enthalten. Namensgebend für das Korpus sind die zwei zentralen Themen des Erhebungszeitraums – Weihnachten und das Ende des Maya-Kalenders. Einen Teil dieses Korpus hat Galonski (2017) auf die Verwendung von Gender-Konstruktionen untersucht (vgl. auch Galonski / Finke in diesem Band). Hierfür wurden die Doppelmoderationen von sechs Sendern gesprächsanalytisch überprüft.

Für die vorliegende Analyse wurden zwei der sechs Sender aus Galonskis Teilkorpus herausgegriffen, die folgende Bedingungen erfüllen: Die Moderierenden haben gleichberechtigt angelegte Funktionsrollen; ausgeschlossen bleiben hierarchische Moderationen, da die „Sidekicks“ (d. h. Nebenmoderator*innen) im Vergleich zum „Anchor“ (d. h. Hauptmoderator) zu wenig Redeanteile besitzen. Zudem sollen sowohl ein Mann als auch eine Frau moderieren, um Differenzen im Stimmumfang und der Melodieführung feststellen und damit die 1. und 3. Hypothese überprüfen zu können. Diese Bedingungen treffen auf zwei der sechs Sender zu: Bei Sender 5 handelt es sich um einen öffentlich-rechtlichen Sender, die Mitschnitte stammen vom 19.12.2012 (7.00 bis 9.00 Uhr). Sender E2 ist ein privater Sender, die untersuchten Aufnahmen stammen vom 21.12.2012 (ebenfalls 7.00 bis 9.00 Uhr). In beiden Sendern findet Galonski (2017; vgl. auch Galonski / Finke in diesem Band) bezüglich der Inszenierung von Gender verschiedene Ergebnisse. Genderklischees werden im Sender 5 mehrfach explizit genannt. Die Persönlichkeiten der Moderierenden werden vor allem in den Zwischenmoderationen genderspezifisch aufgegriffen und damit voneinander abgegrenzt. Anders verhält es sich bei Sender E2. In diesem werden die Persönlichkeiten der Moderierenden generell nur wenig inszeniert. Im Vordergrund steht das Sprechen über aktuelle Musik, die Moderierenden treten als Experten und Expertinnen auf. Das musikalische Format dieses Senders ist zielgruppenspezifischer als das des Senders 5, der sich eher als „Mainstream“-Sender darstellt und eine breite Hörerschaft ansprechen möchte (Galonski 2017, 47). Somit unterscheiden sich die Sender hinreichend voneinander, um die zweite Hypothese untersuchen zu können.

Die Bestimmung der Grundfrequenzwerte ist aufgrund der Hintergrundmusik nur bedingt möglich. Allerdings sind die für die Analyse ausgesuchten Ausschnitte aus Sender 5 und Sender E2 an den meisten Stellen nur mit leiser Musik unterlegt, was die Untersuchung aufgrund weniger Störgeräusche vereinfacht. Die Ausschnitte folgen zeitlich fast unmittelbar aufeinander. Jeder Ausschnitt wurde zunächst mit dem Soundanalyseprogramm *Praat* (Boersma / Weenink 2017) annotiert, um ihn anschließend auditiv analysieren zu können. Hierfür wurden die gesprochenen Satzteile in *Praat* zunächst orthographisch transkribiert. Ein Satz-

abschnitt endete immer dann, wenn die Moderierenden eine hörbare Pause machten. Anschließend wurden die Satzteile, die vom Moderator gesprochen wurden, in Wörter gegliedert und schließlich in Silben. Die darunterliegenden Ebenen beinhalteten äquivalent dazu die gesprochenen Wörter und Silben der Moderatorin. Für eine möglichst nachvollziehbare auditive Analyse wurde für jede Silbe die Tonhöhe in Relation zum verwendeten Tonhöhenumfang markiert: Zahlenwert 1 bezeichnet die tiefste wahrgenommene Tonhöhe; Zahlenwert 7 bezeichnet die auditiv als am höchsten wahrgenommene Tonhöhe. Für dazwischenliegende Tonhöhenwahrnehmungen wurden entsprechend die Zahlenwerte 2 bis 5 notiert. Zudem wurde in jedem Silbenabschnitt die Melodiebewegung durch einen Pfeil gekennzeichnet, der anzeigt, ob die Melodie der Silbe im Vergleich zur folgenden Silbe ansteigt \uparrow , abfällt \downarrow oder gleichbleibt \rightarrow . Am Ende eines Satzabschnitts zeigt der Pfeil somit an, ob die Satzmelodie steigend, fallend oder progredient ist (siehe Abbildung 1).

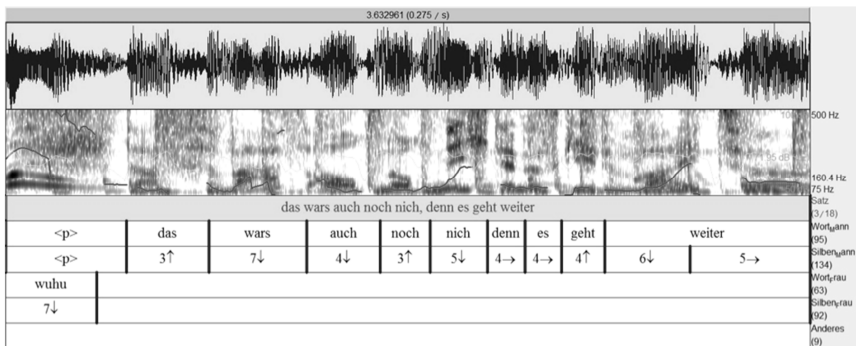


Abb. 1: Darstellung der Annotationsweise in den erstellten TextGrids der Audioaufnahmen

Mithilfe dieses Annotationssystems ist es möglich, Aussagen über den Melodieverlauf und Stimmumfang der Moderierenden zu treffen: Wenn die Melodie in vielen Folgesilben gleichbleibt, wirkt die Sprechweise monotoner, als wenn sie sich oft verändert. Werden oft Grenzwerte wie 1, 2, 6 und 7 vergeben, spricht das für einen auditiv großen Stimmumfang. Dieses System ist angelehnt an Pike (1946) und Wells (1945), die in ähnlicher Weise an die Beschreibung der Prosodie des amerikanischen Englisch herangehen. Allerdings werden dort nur Werte von 1 bis 4 vorgeschlagen, was sich für eine exaktere Melodiebeschreibung als zu ungenau herausgestellt hat. Für die vorliegende Analyse sollen mehr Zahlenwerte differenziertere Beschreibungen ermöglichen. Die Zahlen 1 bis 7 haben sich für diese Untersuchung als gute Spanne erwiesen.

Zur Berechnung der Gesamtwerte wurden nur die Silben des Moderierenden gezählt, der den Gesprächsturn innehatte. Zwischenrufe wie „wuhu“ sind weniger aussagekräftig, da sie von vornherein extremere Melodieverläufe aufweisen, und wurden deshalb ignoriert. Auch wenn das Hauptaugenmerk auf der auditiven Analyse lag, wurden zusätzlich akustische Messungen mit *Praat* vorgenommen. Diese erfolgten jedoch nur halbautomatisch. In jedem Satzabschnitt wurden erkennbare Messfehler eliminiert, indem der betreffende Abschnitt auf „stumm“ gesetzt wurde (siehe Abbildung 2). Die schwarze Linie in der Abbildung stellt den Melodieverlauf dar. Die roten Pfeile weisen auf zu eliminierende Messfehler hin – hier wird eine Grundfrequenz stimmloser Laute durch unterlegte Musik gemessen. Anschließend wurden die Grundfrequenz des Abschnitts sowie höchster und niedrigster Grundfrequenzwert ermittelt. Der sich daraus ergebende Stimmumfang wurde mit folgender Formel berechnet (Mayer 2017, 142):

$$st = \frac{12}{\ln(2)} \ln\left(\frac{f_{max}}{f_{min}}\right)$$

Aus diesen Messungen der einzelnen Abschnitte wurden Mittelwerte der Sprecher und Sprecherinnen gebildet, um Messfehler weiter zu minimieren. Für einige (sehr kurze) Abschnitte konnten keine Werte berechnet werden.

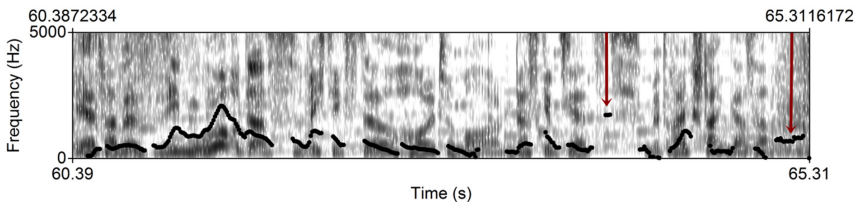


Abb. 2: Beispiel für die Messung der Grundfrequenzen in Praat

In der Durchführung beider Methoden haben sich teilweise Diskrepanzen zwischen der auditiven Wahrnehmung und den akustischen Messungen gezeigt. Diese machen deutlich, dass der in Halbtonschritten ausgedrückte Stimmumfang nicht zwangsläufig etwas über die Wirkung von Melodiösität aussagt. Um Stimmumfang und Sprechmelodie adäquat beschreiben zu können, ist die Kombination beider Methoden deshalb sinnvoll.

Die Audios zu den im Beitrag behandelten Beispielen (Transkripten) sind verfügbar über den QR-Code zu Beginn des Artikels bzw. unter:

<https://cloud.uni-halle.de/s/RiNcyv9SpNBwGwd>

3 Ergebnisse

3.1 Sender 5 (öffentlich-rechtlicher Sender)

Moderationsabschnitt 1: Der erste untersuchte Moderationsabschnitt des Senders 5 weist inhaltlich unterschiedliche Thematiken auf. Zunächst wird ein Gewinnspiel beworben, anschließend werden Musiktitel angekündigt und Gerüchte über den Sänger „Olly Murs“ ausgetauscht. Schließlich leitet der Moderator zu den Nachrichten über (Transkription orientiert an GAT2, Selting et al. 2009; EV = vorproduzierte Elemente, z. B. Jingle, Musikbett, M1+M2 = Moderator*innen).

```
001 M2: KINder KINder;||
002 es is noch nich mal sieben UHR-|
003 un die erste Xbox hat HEUTE bei UNS in der MORningshow
bereits den beSITZer [gewechSELT,|]
004 M1: [whuHU ]
005 M2: das WA:RS auch noch nich,|
006 denn es geht WEITE:r- ||
007 M1: hm wenn also unser geBRÜLLtes gedicht läuft-|
008 ANrufn null achtHUNDert-|
009 eins zwei drei zwo DREI vier NULL,|
010 viel GLÜCK,|
011 UND-|
012 guten MORgen;|
013 hier ist (( Name Sender 5))||
014 in der NÄKSten halben Stunde,|
015 die beste musik von HEUTE-|
016 LEEna-|
017 und STAR dust.||
018 EV: Musik wird eingespielt
019 M2: O:lly Murs; |
020 hat ein ANgebot beKOMM sich O:ben O:Hne ablichtn zu
lassn,|
021 ((seufzt))
022 [er hat es aber ABgelehnt.||]
023 M1: [((stöhnt)) ]
024 M2: ich hätts ANgenomm-|
025 aber ich hab ja auch keins beKOMM-||
026 [NAja gut eGAL;|]
027 M1: [((lacht)) ]
028 M2: jedenfalls HEART skips a BEAT-|
029 GLEICH bei UNS;||
030 EV: Musik wird eingespielt
031 M1: UND der WEIHnachtskultklassiker-|
032 der KOMMT-|
033 für ECHte ABwechslung von-|
034 BRYAN Adams. ||
035 CHRISmastime. ||
036 EV: Musik wird eingespielt
```

Transkript 1: Sender 5, Moderationsabschnitt 1 (Audio 1)

Beim Anhören des Sprechers fällt auf, dass er zunächst sehr tief und mit knarrender Stimmqualität beginnt. Im Verlauf der Moderation wird seine Stimme kontinuierlich höher, die Grundfrequenz wird stark variiert. Auditiv werden mehrheitlich Werte von 3 bis 7 vergeben. Besonders auffällig erscheint das Wort „lassen“ im Satz „Olly Murs hat ein Angebot bekommen, sich oben ohne ablichten zu lassen“. Hier beginnt die erste Silbe tief bei etwa 88 Hz (Wert 2), die zweite Silbe endet sehr hoch bei etwa 442 Hz (Wert 7). Der Tonhöhenumfang innerhalb dieses Wortes beträgt damit 28 Halbtöne (über zwei Oktaven). Bei der Analyse der Frequenzwerte ist zu beachten, dass hochfrequente Musik unter der Aufnahme liegt und die tatsächliche Tonhöhe des Sprechers abweichen kann. Doch auch in den sehr eng werdenden Abständen der Glottisschläge im Sonagramm ist der Frequenzunterschied sichtbar und rein auditiv erscheint der Sprung ebenfalls extrem (siehe Abbildung 3).

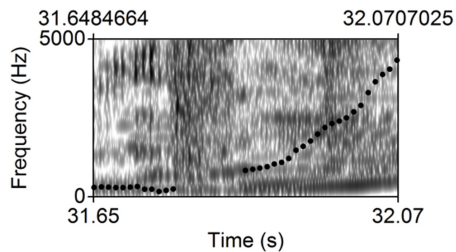


Abb. 3: Sender 5 – Tonhöhen sprung im Wort <lassen> des Sprechers

Etwas weniger melodiös klingt der Sprecher bei der Überleitung zu den Nachrichten. Im Vergleich zu den vorigen sehr beschwingten Sprechausdrucksmustern wirkt er nun zwar ernster, aber keinesfalls monoton. Auditiv reicht die Spanne von 1 bis 5. Der Sprechausdruck der Sprecherin wirkt im ersten Moderationsabschnitt ebenfalls durchgängig melodiös. Zudem klingt ihre Stimme sehr hoch und fröhlich, es ist eine für Radiomoderationen charakteristisches „smiley voice“ (Bose / Finke 2016, 74) zu hören. Das zeigt sich besonders in der Nennung der Gewinnspieltelefonnummer und in der Nennung des Sendernamens. Auditiv bewegt sich das Melodiemuster zwischen Werten von 2 bis 7. In der Ankündigung eines „Weihnachtskultklassikers“ ist die Stimme sehr tief und klingt dabei etwas behaucht.

Moderationsabschnitt 2: Im zweiten untersuchten Moderationsabschnitt wird ein Thema gezielt mit Genderklischees aufgeladen. Der Moderator fragt die Moderatorin, warum man auf den Weihnachtsmarkt gehe. Diese antwortet: „Wegen dem Glühwein [sic], der Atmosphäre“ und wird daraufhin von ihrem Moderationspartner unterbrochen. Dieser meint, als Single-Mann gehe man auf den Weihnachtsmarkt, um „Frauen kennenzulernen“.

001	M2:	GUTen MO:Rge:n?
002	M1:	FÜNF nach SIEben is es-
003	M2:	WARum-
004		geht man auf den WEIHNachmarkt,
005	M1:	wegen dem GLÜHwein-
006		[der atmosphÄre;]
007	M2:	[JAjajajaja]
008		oder als SINGelmann um FRAUN [kennzulern-]
009	M1:	(((lacht)))]
010	M2:	und welche TRICKS da ANgewendet werden,
011		das hörn wir in sechs minUten
012		HIER bei UNS-
013		in der MORningshow-
014		ALso um-
015		elf nach SIEben.
016	EV:	<i>Beitrag wird eingespielt</i>

Transkript 2: Sender 5, Moderationsabschnitt 2 (Audio 2)

Der Sprecher wirkt wie zuvor sehr melodios. In der Begrüßung zeigt sich im Wort „Morgen“ ein ähnlich starker Melodiesprung wie im Wort „lassen“ des ersten Moderationsabschnitts, diesmal sogar vom auditiv ermittelten tiefsten Wert 1 (geknarrte Stimmqualität) bei 90 Hz zu einer extremen Höhe (Wert 7) bei 483 Hz. Der Stimmumfang beträgt 29 Halbtöne (siehe Abbildung 4). Die Tonhöhe in der Frage nach den Zielen auf dem Weihnachtsmarkt kann insgesamt als hoch bewertet werden und endet mit steigendem Melodiemuster auf dem Wert 7, dabei klingt die Stimme des Sprechers eng und gepresst. Bei der Unterbrechung seiner Kollegin, die „typisch weiblich“ von Glühwein und Atmosphäre schwärmt, wirkt der Sprecher etwas belustigt und leicht überheblich. Seine Sprechstimmlage ist hier zwar insgesamt etwas tiefer, der Tonhöhenverlauf dennoch melodios. Die Sprecherin weist hier ebenfalls viele Melodiesprünge auf. In ihrer Aussage „Wegen dem Glühwein [sic], der Atmosphäre“ spricht sie insgesamt sehr hoch. Auditiv werden Werte von 3 bis 7 vergeben. Die letzte Silbe dieser Sprechereinheit endet mit progredientem Melodieverlauf. Dies zeigt, dass die Aussage der Moderatorin noch nicht abgeschlossen ist, als sie unterbrochen wird. Sie beginnt zu lachen, als ihr Moderationspartner von der Möglichkeit spricht, Frauen auf dem Weihnachtsmarkt kennenzulernen. Damit hat sie in diesem Moderationsteil eher die Wirkung

eines „Sidekicks“ als einer gleichberechtigten Moderatorin – sie lässt sich unterbrechen und bestätigt ihren Kollegen mit einem Lachen.

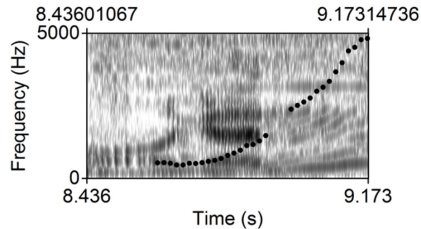


Abb. 4: Sender 5 – Tonhöhenprung im Wort „Morgen“ des Sprechers

Moderationsabschnitt 3: Der dritte untersuchte Moderationsabschnitt schließt thematisch an den zweiten an (siehe Transkript). Zunächst begrüßt die Moderatorin die Hörschaft und nennt beispielhaft verschiedene Regionen aus dem Sendebereich. Ein besonderer Gruß geht dabei nach Magdeburg, da in dieser Stadt bereits Weihnachtsferien sind. Der Moderator bezeichnet die Weihnachtsmärkte der größeren Städte als „weihnachtlichen Hotspot“. Die Ergänzung der Moderatorin ist ähnlich wie im zweiten Abschnitt: „Weil man sich vom Shopping-Stress erholen kann, weil man Glühwein trinken kann“. Dabei referieren der „Shopping-Stress“ und das Glühweintrinken auf Klischees von „weiblichen“ Aktivitäten auf dem Weihnachtsmarkt. Der Moderator ergänzt die Klischees der „männlichen“ Möglichkeiten mit „ja, und weil man dort auch hervorragend Frauen kennenlernen kann, hab‘ ich gehört, ob das wirklich klappt“. Das wird von der Moderatorin mit einem übertrieben wirkenden hohen Lachen und der ironisch klingenden Aussage „ja, genau“ untermalt.

001	M1:	elf nach SIEben;
002		die ((Name Sender 5)) MORningshow-
003		gutn MORgn in die ((unverständlich)) stadt
		RUHla nach west THÜringen-
004		nach PULZnitz in der oberlausitz-
005		O:der gutn MORgen in DIE stadt in der schon
		WEIHNachtsferien sind-
006		die LANdeshauptstadt von sachsen ANhalt-
007		gutn MORgen nach MAGdeburg;
008	M2:	gu:tn MORgen-
009		der weihnachtliche HOTspot in diesen TAGen S::IND
		natürlich im augenblick die WEIHNachtsmärkte-
010		IN den größeren STÄdtn↑?
011	M1:	WEIL man sich vom SHOPpingstress erholen kann-
012		weil man GLÜH:wejn trinken kann- =
013	M2:	ja und (.) weil man DORT auch herVORragend FRAUen

		kennenlernen kann;
014		[HAb ich geHÖRT-]
015	M1:	[genau]
016	M2:	[ob DAS wirklich KLAPPT-]
017	M1:	[((kichert))]
018	M2:	die ungeschönte WAHRheit-
019		JETZT;
020	EV:	<i>Beitrag wird eingespielt</i>

Transkript 3: Sender 5, Moderationsabschnitt 3 (Audio 3)

Hierin zeigt sich, dass „in der Persönlichkeitsinszenierung der Moderierenden ‚Doing Gender‘ eine große Rolle zu spielen scheint, indem häufig auf explizit-thematischer Ebene stereotype geschlechtsassoziierte Zuschreibungen und gend-erisierte Klischees bemüht werden. Die Inszenierung der Moderatoren-Personality wird mit der Darstellung dichotomer geschlechtlicher Identitäten verknüpft, wodurch eine typisierte Portraitierung der Geschlechter entsteht“ (Galonski / Finke in diesem Band). In den Frequenzmustern der Sprecherin fällt auf, dass die Begrüßung der Hörerschaft sehr melodisch und insgesamt sehr hoch ist. Dies wird durch das durchgängige Benutzen der „smiley voice“ verstärkt. Die Sprecherin bewegt sich bei auditiven Werten von 2 bis 7. Bei der Nennung der typisch „weiblichen“ Aktivitäten auf dem Weihnachtsmarkt klingt sie noch höher als zuvor. Die höchste Frequenz weist die betonte erste Silbe des Wortes „Glühwein“ auf, hier werden 477 Hz (Wert 7) gemessen (siehe Abbildung 5).

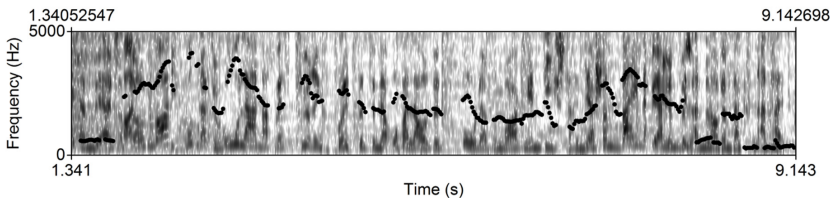


Abb. 5: Sender 5 – Melodieverlauf der Sprecherin im ersten Teil der Begrüßung „Elf nach sieben, die *Sender 5* Morningshow, guten Morgen in die Uhrenstadt Ruhla nach Westthüringen, nach Pulsnitz in der Oberlausitz oder guten Morgen in die Stadt, in der schon Weihnachtsferien sind“

Der Moderator klingt zu Beginn der Moderation ähnlich melodios wie die Moderatorin. Es werden auditive Werte von 1 bis 7 vergeben. Im letzten Wort „Städten“ zeigt sich dasselbe Muster wie in den Äußerungsenden der vorigen Moderationsabschnitte: Die erste Silbe ist erneut sehr tief und geknarrt (Wert 1), die zweite

Silbe hat auditiv den höchsten Wert 7. Akustisch bewegt sich der Sprecher in diesem Wort zwischen 59 und 351 Hz. Das ergibt einen sehr hohen Tonhöhenumfang von etwa 31 Halbtönen. Im Kontrast dazu steht das Melodiemuster in der Aussage „Ja, und weil man dort auch hervorragend Frauen kennenlernen kann“. Hier wirkt der Sprecher deutlich tiefer und monotoner. Es werden sehr oft die Werte 1 und 2 vergeben, lediglich am Ende des Teilsatzes bewegt sich die Melodie in höhere Frequenzbereiche (siehe Abbildung 6). Hier zeigt sich zum ersten Mal ein direkter Zusammenhang zwischen genderisierten Klischees und eingesetztem Stimmumfang: Die Moderatorin zählt die „weiblichen“ Stereotype in hoher und melodioser Weise auf, der Moderator wirkt bei der Nennung der „männlichen“ Stereotype viel tiefer und monotoner als sonst.

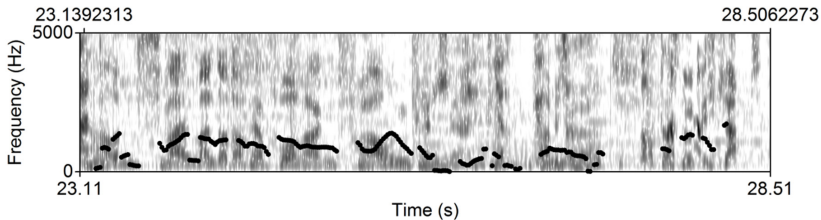


Abb. 6: Sender 5 – Melodieverlauf des Sprechers in der Aussage „Ja, und weil man dort auch hervorragend Frauen kennenlernen kann, hab ich gehört, ob das wirklich klappt“

Insgesamt können in den drei untersuchten Abschnitten des Senders 5 bei der Moderatorin 193 Silben gezählt werden, der Moderator hat mit 254 Silben den höheren Redeanteil. 9,84% der gesprochenen Silben des Sprechers bekommen den Wert 1 (sehr tief), 17,32% den Wert 2 (tief). Bei der Sprecherin beträgt die relative Häufigkeit des Wertes lediglich 1,55%, die relative Häufigkeit des Wertes 2 8,81%. Darin zeigt sich, dass der Moderator deutlich häufiger den tiefen Tonhöhenbereich seiner Stimme nutzt als seine Moderationspartnerin. Die hohen Werte sind bei beiden Moderierenden ähnlich verteilt. Mit 9,33% gegenüber 7,09% wird der Wert 6 für die Moderatorin etwas häufiger vergeben als für den Moderator, der Wert 7 ist mit 3,63% zu 3,54% fast identisch vertreten. Vergleicht man die Anzahl der Pfeile, die für einen gleichbleibenden Tonhöhenverlauf folgender Silben stehen, mit denen, die eine Veränderung der Tonhöhe ausdrücken, spricht die Moderatorin mit 52,85% etwas „monotoner“ als der Moderator mit 47,24%. Dennoch zeigt sich in diesen Werten kein allzu großer Unterschied zwischen Sprecher und Sprecherin (siehe Tabelle 1).

	Silbenanzahl (gesamt)	Wert 1	Wert 2	Wert 6	Wert 7	Melodie →	Melodie ↑↓
Frau	193 (100%)	3 (1,55%)	17 (8,81%)	18 (9,33%)	7 (3,63%)	102 (52,85%)	91 (41,15%)
Mann	254 (100%)	25 (9,84%)	44 (17,32%)	18 (7,09%)	9 (3,54%)	120 (47,24%)	134 (52,76%)

Tab. 1: Auditive Bewertung der Moderierenden im Sender 5 – Tonhöhe und Melodie

Betrachtet man den Mittelwert aller messbaren durchschnittlichen Grundfrequenzen der Satzteile, liegt die Sprecherin mit 200,83 Hz höher als der Sprecher mit 146,21 Hz. Damit befindet sich die Sprecherin im Rahmen des physiologischen Hauptsprechbereichs, den Herbst (1964) für ihre Analyse angibt, der Sprecher liegt leicht darüber (vgl. ebd. 152). Der Mittelwert der gemessenen minimalen Frequenzen aller Satzabschnitte beträgt bei der Moderatorin 124,62 Hz und beim Moderator 63,27 Hz, die maximalen Frequenzen betragen 369,81 Hz (Moderatorin) bzw. 307,18 Hz (Moderator). Damit ergibt der berechnete Stimmumfang 18,83 Halbtöne für die Moderatorin, der des Moderators ist deutlich größer und beträgt 27,35 Halbtöne (siehe Tabelle 2). Nach diesen Zahlen liegt der Stimmumfang der Sprechstimme des Moderators sowohl über den Werten des Umfangs einer durchschnittlichen Singstimme von Herbst (1964, ebd.) als auch über den Werten in Radio-Nachrichten (Grawunder et al. 2006), er umfasst über zwei Oktaven. Hierbei ist natürlich zu beachten, dass vor allem die Messung der sehr hohen und tiefen Grundfrequenzwerte durch die Aufnahmequalität beeinflusst sein kann.

	$\overline{F0}$ [Hz]	σ_{F0} [Hz]	$\overline{F0}_{min}$ [Hz]	σ_{F0min} [Hz]	$\overline{F0}_{max}$ [Hz]	σ_{F0max} [Hz]	Stimmumf. [Ht.]
Frau	200,83	38,32	124,62	44,06	369,81	104,9	18,83
Mann	146,21	29,32	63,27	17,74	307,18	88,01	27,35

Tab. 2: Akustische Analyse der Moderierenden im Sender 5 – Frequenz und Halbtonumfänge

3.2 Sender E2 (privater Sender)

Moderationsabschnitt 1: Thematisch dreht sich der erste untersuchte Moderationsabschnitt des Senders E2 zunächst um den Stress bei den bevorstehenden Weihnachtseinkäufen sowie um die Ankündigung eines verkaufsoffenen Sonntags in verschiedenen Städten. Anschließend wird die Party „Nightmare before Christmas“ in Magdeburg beworben, die am kommenden Tag stattfinden soll. Auffällig ist, dass die Themen „Shopping-Stress“ und „Partybesuch“ nicht mit Genderklischees aufgeladen werden, anders als bei Sender 5. Im vorliegenden

Ausschnitt wird beides nicht auf ein bestimmtes Rollenbild bezogen. Lediglich die Bezeichnung von Weihnachten als „Heidschibumbeidschikram“ des Moderators kann implizit genderisiert aufgefasst werden, da es der männliche Sprecher ist, der dies anführt – dem Klischee nach tendieren Männer eher als Frauen dazu, Weihnachten kitschig zu finden. Da die Sprecherin aber ironisch über den „Spaß“ beim Einkaufen im Trubel spricht, wird dieses Rollenbild wieder entkräftet.

001	M1:	FREItag-
002		MORgen-
003		SECHS-
004		vor ACHT;
005		wer HEUTE nich im STAU auf der AUtoBahn steht oder
		sich von der ((unverständlich))
006		WEIHNachtsMENschenMENGE-
007		durch die KAUFhäuser schieben lassen will,
008		DER machts doch einfach-
009		MORgn,
010		oder SONNtag,
011		denn DA is noch VIEL MEHR los und da machts DOPPElt so
		viel SPAß-
012		DENN es is verKAUFSoFFener SONNtag unter anderem in
		DESSau-
013		MAGdeburg,
014		LEIPzig,
015		WERnigerode;
016		UND HALle.
017	M2:	Oder ihr habt da jetzt schon die schautze VOLL von
		WEIHNachten und dem ganzn HEIDschibumBEIDschIKRAM,
018		DANN seid ihr morgn in der MARKThalle in MAGdeburg mit
		[dabei-]
019	M1:	[((kichert))]
020	M2:	NIGHTmare before CHRISTmas;
021		DAS is ne PARTy auf ders nich beSINNlich sondern LAUT
		wird-
022		mit LIVEbands aus dem ROCK un eLEKtropopBEReICH,
023		[heiße ENGel] tanzen dann noch für euch-
024	M1:	[hm_hm]
025	M2:	gibt ne tolle kuLisse-
026		geile BANDS un n UNvergesslicher Abend vieLLEICHT ja
		auch noch ne beSCHERung,
027		MORgn ab ZWANzig uhr in der MARKThalle SUDenburg-
028		EINtritt kostet euch ZWÖLF EUro an der Abendkasse.
029	M1:	und wir Üben jetzt schonma wie das ganze funktionIERT
		mit dem TANzen und zwar mit-
030		DER KÖnig TANZT-
031		der KÖnig TANZT mach AN;
032		und LAUT.
033	EV:	<i>Musik wird eingespielt</i>

Transkript 4: Sender E2, Moderationsabschnitt 1 (Audio 4)

Stimmlich fällt insgesamt auf, dass beide Moderierenden des Senders E2 tiefer sprechen und monotoner wirken als diejenigen des Senders 5. Die Moderatorin beginnt ihre Begrüßung sehr tief. Die folgenden Satzteile befinden sich maximal auf den Werten 4 und 5 und wirken damit ebenfalls tief gesprochen. Die ironische Begründung, lieber am Sonntag die Weihnachtseinkäufe zu erledigen – „Denn da ist noch viel mehr los und da macht’s doppelt so viel Spaß“ – klingt deutlich höher und melodioser als die vorangegangenen Abschnitte und bewegt sich auditiv zwischen den Werten 3 und 7. Die höchste Frequenz erreicht das Wort „viel“ mit 440 Hz (siehe Abbildung 7).

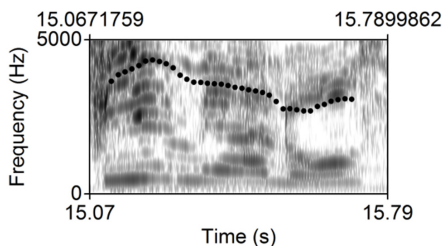


Abb. 7: Sender E2 – Tonhöhenverlauf im Ausschnitt „viel mehr los“ der Sprecherin

Die Aufzählung der Städte, in denen es einen verkaufsoffenen Sonntag gibt, klingt ebenfalls melodios und es werden Werte zwischen 1 und 6 notiert. Da bei dieser Moderatorin keine starke „smiley voice“ zu hören ist, wirkt die Aufzählung entspannter als bei der Moderatorin des Senders 5. Der Moderator klingt im gesamten Abschnitt tiefer und monotoner als die Moderatorin und auch als der Sprecher des Senders 5 (alle vergebenen Werte liegen unter 5). Im Mittel bewegt sich der Sprecher bei einer Grundfrequenz von 125 Hz, der höchste messbare Wert liegt bei 240 Hz. Der Stimmumfang beträgt hier etwa 11 Halbtöne. Die monotonen Melodieverläufe wirken vor allem sachlich, da sich beide Moderierenden „in den Gesprächen gleichermaßen und geschlechtsunabhängig als kompetente Expert*innen und humorvolle Gastgeber*innen inszenieren können“ (Galonski / Finke in diesem Band). Bei der Beschreibung der Magdeburger Party gibt die Moderatorin einmal ihre Zustimmung mit „hmh“. Das geschieht in niedrigeren Frequenzen als die Zustimmungen der Moderatorin im Sender 5. Dadurch wirkt sie an dieser Stelle ebenso kompetent wie ihr Moderationspartner.

Moderationsabschnitt 2: Im zweiten Moderationsabschnitt des Senders E2 wird auf das Ende des Maya-Kalenders verwiesen. Im Kontrast zum möglichen

Weltende werden von der Moderatorin positive Dinge genannt, die im kommenden Jahr passieren könnten. Der Moderator ergänzt ein für ihn weniger positives Ereignis aus dem Themenbereich Fußball. Anschließend werden viele Musikbands genannt, die im kommenden Jahr neue Alben veröffentlichen. Der Verweis hierauf macht zeitlich etwa die Hälfte des Abschnitts aus und zeigt, dass das Sprechen über Musikthemen eine Besonderheit dieses Senders ist (vgl. Galonski 2017, 99).

001	M1:	und DAMit ist es VIER nach ACHT-
002		SCHÖNen guten MORgen- =
003		=hier sind FRANzi und THOMas;
004	M2:	SCHÖNen guten MORgen-
005		und WENN wir den HEUTigen TAG überLEben
		sollten-
006		DANN gibts ZWEItausenDREIzehn ein paar DINge,
007		°hh auf DIE wir uns echt FREUN können;
008		ja,
009		die GEZ gebührn zahlt NICHT mehr jeder
		EINzeln-
010		sondern NUR noch pro HAUSHalt-
011		UND,
012		°hh die PRAXisgebühr wird Ebenfalls
		ABgeschafft-
013		ABSolut TOP;
014	M1:	was nicht GANZ so TOP is-
015		sind die PREISerhöhungen beim STROM-
016		und AUCH dass FUßballtrainer felix MAGath jetzt
		!DOCH! wieder [auf die TRAInerbank will;
017	M2:	[(lacht)]
018	M1:	[MENSCH-]
019		O:H;
020	M2:	JA-
021		aber ALL das werden wir überLEben-
022	EV:	<i>Song setzt ein</i>
023	M2:	denn zweitausenDREIzehn wird ein !HAM!merjahr
		mit HAMmeralben;
024		LYing;
025		LESLi CLIO-
026		und DEpeche MODE;
027		DIE melden sich zu!RÜCK!;
028		°h wann geNAU,
029		DAS hört ihr nach den NÄCHsten beiden SONGS-
030	M1:	CRO (-) EINmal um die WELT spielen wa euch-
031		und das hier sind GARbage-
032		BLOOD (.) for POPIes-
033		mach AN (.) und LAUT;

Transkript 5: Sender E2, Moderationsabschnitt 2 (Audio 5)

Stimmlich fallen ähnliche Merkmale wie im ersten Moderationsabschnitt auf. Der Moderator bewegt sich in seiner Begrüßung im auditiven Bereich zwischen 1 und

4. Dennoch wirkt er nicht monoton, da sich die Tonhöhe zwischen den einzelnen Silben häufig ändert und nur zu Beginn auf einer Ebene bleibt. Im Vergleich zum Sprecher des Senders 5 sind die akustisch messbaren Tonhöhen sprünge in der Begrüßung deutlich geringer, sie bewegen sich zwischen 78 und 200 Hz und umfassen damit rund 16 Halbtöne (siehe Abbildung 8).

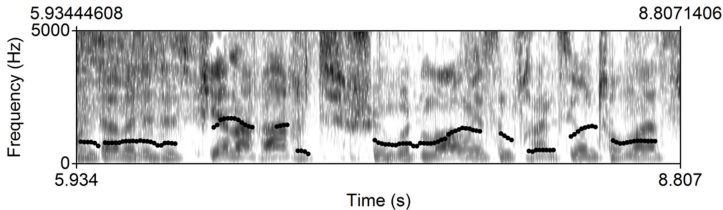


Abb. 8: Sender E2 – Melodieverlauf des Sprechers in der Begrüßung „Und damit ist es vier nach acht, schönen guten Morgen, hier sind *Name Moderatorin* und *Name Moderator*“

Die Moderatorin begrüßt die Zuhörenden anschließend ebenfalls und beginnt, „Dinge, auf die wir uns [im Jahr 2013, RF] echt freuen können“, zu nennen. In ihrer Begrüßung wirkt sie etwas melodischer als ihr Moderationspartner. Auditiv werden Werte zwischen 2 und 6 vergeben, akustisch liegen die Frequenzen zwischen 157 und 338 Hz, was einen Stimmumfang von etwa 13 Halbtönen ergibt (siehe Abbildung 9). Damit ist der Stimmumfang der Sprecherin akustisch geringer als der des Sprechers, anders als auditiv wahrgenommen. Im weiteren Verlauf variiert die Moderatorin ihre Grundfrequenz stärker. Hier liegen die auditiven Werte zwischen 2 und 7 und die akustisch messbaren Frequenzen zwischen 128 und 428 Hz, was etwa 21 Halbtöne umfasst.

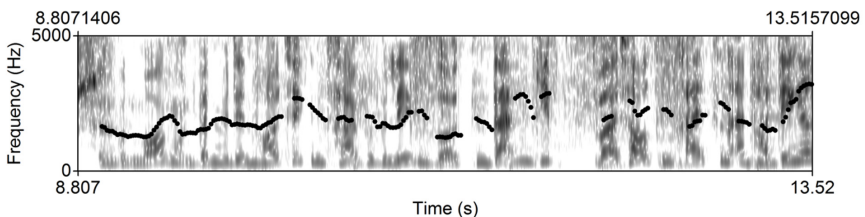


Abb. 9: Sender E2 – Melodieverlauf der Sprecherin im ersten Teil der Begrüßung „Schönen guten Morgen und wenn wir den heutigen Tag überleben sollten, dann gib'ts zweitausenddreizehn ein paar Dinge“

Am Ende des Moderationsturns wird die Sprecherin monotoner und liegt auditiv zwischen 2 und 4 (155 bis 298 Hz, 11 Halbtöne). Der Turn endet mit fallendem Melodieverlauf und wirkt deshalb natürlicher als die häufigen interrogativen Muster im Sender 5. Der Moderator erwähnt mit den „Preiserhöhungen beim Strom“ und der Tatsache, dass „Fußballtrainer Felix Magath jetzt doch wieder auf die Trainerbank will“, zwei negative Prognosen für das kommende Jahr. Letzteres wird mit einem genervt-klingenden „Mensch“ und lautem Ausatmen als besonders unliebsames Ereignis dargestellt. An dieser Stelle kichert die Moderatorin laut und hoch. Auffällig ist, dass das klischeehaft „männliche“ Thema Fußball vom Moderator erwähnt wird und die Moderatorin keine inhaltliche Ergänzung bringt. Hier werden demzufolge Geschlechterrollenbilder bedient, jedoch geschieht dies im Gegensatz zu Sender 5 weniger explizit, denn „das Geschlecht der Moderierenden tritt hierbei insgesamt in den Hintergrund und wird nicht weiter ‚brought about‘ aktualisiert“ (Galonski / Finke in diesem Band). Der Melodieverlauf des Moderators erscheint sehr monoton. Es werden auditiv Werte von 1 bis 4 vergeben. Messbar ist in diesem Abschnitt ein Stimmumfang von 65 bis 164 Hz. Da dies sogar 16 Halbtönen entspricht, liegen auditive Wahrnehmung und messbare Werte relativ weit auseinander (siehe Abbildung 10).

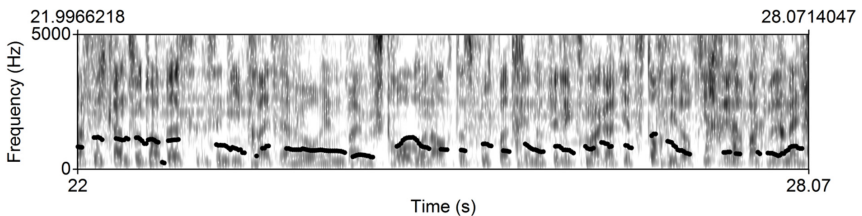


Abb. 10: Sender E2 – Monoton wirkender Melodieverlauf des Sprechers bei „Preiserhöhungen im Strom“ und „Fußballtrainer Felix Magath“

Moderationsabschnitt 3: Der dritte Moderationsabschnitt beinhaltet (ähnlich wie der zweite) die Erwähnung der „ersten musikalischen Highlights fürs neue Jahr“. Es wird deshalb dazu geraten, Geschenke lieber nach Weihnachten und somit im kommenden Jahr zu verteilen.

001	M2:	mit UNS-
002		kommt IHR GUT aus den FEDern am FREItag MORgen noch
		zum le das LETZte mal zur ARbeit gehn;
003		dann IS für die MEISTen WOCHenende;
004		ZEHN nach ACHT ham wars hier is ((Name Sender E2))
005		am MORgen.
006	M1:	zu WEIHNachten,

```

007      geSCHENke machn das kann ja irgendwie JEder JA,|
008      DESwegen SCHENKT doch einfach ma NACH WEIHNacht,|
009      im neuen JAHR-|
010      zu FASCHing OStern VÖLlig LATte,|
011      denn ((Name)) hat die ersten MUSikalischen HIGHlights
012      fürs neue JAHR. ||
012      EV: Beitrag wird eingespielt

```

Transkript 6: Sender E2, Moderationsabschnitt 3 (Audio 6)

Zunächst findet eine Begrüßung durch den Moderator statt, die zu Beginn recht monoton wirkt. Melodiöser wirkt der zweite Teil der Begrüßung, in dem der Name des Senders genannt wird. Akustisch messbar liegen die Frequenzen des ersten Begrüßungsteils bei 54 bis 228 Hz und umfassen damit 25 Halbtöne, im zweiten Teil sind Frequenzen von 69 bis 189 Hz messbar, was 17 Halbtönen entspricht. Der Vorschlag, Geschenke lieber nach Weihnachten zu verteilen, und die Überleitung zu einem Beitrag neuer „musikalischer Highlights“ werden von der Moderatorin gebracht. Hier lassen sich akustische Werte größerer Abschnitte nur schwer ermitteln, da die unterlegte Musik eine genaue akustische Messung erschwert. Auditiv wirkt die Sprecherin sehr melodiös und spricht in Bereichen zwischen 1 und 6, wobei sich die Werte von Silbe zu Silbe ständig verändern. Die Teilsätze enden mit steigendem Melodiemuster und erst im letzten Abschnitt fallend, was ebenfalls zu einer melodischen Wirkung beiträgt.

In der Gesamtauswertung des Senders E2 umfassen die Redeanteile der Moderatorin 323 und die des Moderators 296 Silben. Die Moderatorin spricht in den untersuchten Abschnitten demnach etwas mehr als ihr Moderationspartner. Der relative Wert der gleichbleibenden Melodieverläufe ist bei beiden Moderierenden ähnlich, der Sprecher ist nur wenig monotoner als die Sprecherin. Im Vergleich der relativen Häufigkeiten der auditiv zugeordneten Stimmhöhen zeigen sich größere Unterschiede. Für den Sprecher werden deutlich häufiger die Werte 1 und 2 vergeben als für die Sprecherin. Dahingegen treten die Werte 6 und 7 nur bei der Moderatorin auf (siehe Tabelle 3). Der Sprecher wirkt deshalb tiefer und weniger melodiös als die Sprecherin.

	Silben- anzahl (gesamt)	Wert 1	Wert 2	Wert 6	Wert 7	Melodie →	Melodie ↑↓
Frau	323 (100%)	9 (2,79%)	40 (12,38%)	13 (4,02%)	3 (0,93%)	181 (56,04%)	142 (43,96%)
Mann	296 (100%)	28 (10,41%)	101 (37,55%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)	160 (59,48%)	109 (40,52%)

Tab. 3: Auditive Bewertung der Moderierenden im Sender E2 – Tonhöhe und Melodie

Im Vergleich der akustisch gemessenen Frequenzen zeigen sich ebenfalls Unterschiede zwischen beiden Personen. Die Grundfrequenz der Moderatorin beträgt im Mittel 200,25 Hz, die Grundfrequenz des Moderators 127,38 Hz. Beide liegen damit im physiologischen Hauptsprechbereich für Gespräche nach Herbst (1964, 152). Der Mittelwert der minimalen Grundfrequenzen der Moderatorin erscheint mit 78,17 Hz sehr niedrig, der Wert für den Moderator beträgt ebenfalls niedrige 66,7 Hz. Im Mittel erreicht die Moderatorin eine maximale Grundfrequenz von 335,47 Hz, der Moderator lediglich 208,46 Hz. Gemessen in Halbtönen ergibt das einen Umfang von 25,22 für die Sprecherin, der Sprecher liegt mit einem Umfang von 19,72 Halbtönen deutlich darunter (siehe Tabelle 4).

	$\overline{F_0}$ [Hz]	σ_{F_0} [Hz]	$\overline{F_{0min}}$ [Hz]	$\sigma_{F_{0min}}$ [Hz]	$\overline{F_{0max}}$ [Hz]	$\sigma_{F_{0max}}$ [Hz]	Stimmumfang [Halbtöne]
Frau	200,25	30,14	78,17	37,78	335,47	55,66	25,22
Mann	127,38	12,24	66,70	14,80	208,46	20,62	19,72

Tab. 4: Akustische Analyse der Moderierenden im Sender E2 – Frequenz und Halbtonumfänge

4 Diskussion und Fazit

Die Untersuchung hat gezeigt, dass Tonhöhenumfang und Sprechmelodie nicht pauschal an das Geschlecht des Moderierenden geknüpft sind. Im Sender 5 hat der Moderator mit 27 Halbtönen einen größeren Stimmumfang als die Moderatorin mit 19 Halbtönen. Auditiv sprechen beide Personen sehr melodios. Bei etwa 52,8% der Gesamtanzahl gesprochener Silben pro Moderationsausschnitt kommen Tonhöhenveränderungen in Folgesilben häufiger beim Moderator vor als bei der Moderatorin, die ihre Tonhöhe in durchschnittlich 47,2% der Fälle variiert. Der Moderator nutzt deutlich häufiger den tiefen Tonhöhenbereich als die Moderatorin, die hohen Werte 6 und 7 werden von beiden Moderierenden mit 12,96% (Frau) bzw. 10,63% (Mann) ähnlich oft verwendet. Das erklärt den größeren Stimmumfang des Moderators. Im Sender E2 liegt der messbare Stimmumfang der Moderatorin mit 25 Halbtönen über dem des Moderators mit 20 Halbtönen. Die Tonhöhenvariation in den Folgesilben ist bei der Moderatorin etwas höher als beim Moderator; bezogen auf die Gesamtanzahl der gesprochenen Silben pro Moderationsausschnitt beträgt sie 44,0% im Vergleich zu 40,5%. Auditiv nutzt auch dieser Moderator wesentlich häufiger seinen tiefen Tonhöhenbereich als die Moderatorin. Sehr hohe Tonlagen kommen bei ihm gar nicht vor, auch die Moderatorin verwendet sie eher selten.

Demzufolge müssen die Hypothesen 1 und 2 verneint werden: In den untersuchten Morningshows verwenden die Radiomoderatorinnen nicht zwangsläufig einen größeren Stimmumfang und eine variationsreichere Sprechmelodie als die Radiomoderatoren, das trifft in diesem Fall nur auf Sender E2 zu. Der kleinere Halbtonumfang und die geringfügigeren Melodiesprünge des Moderators im Sender E2 sind aber vermutlich eher ein Zeichen der vordergründigen und ernsteren Musikexpertise als ein Zeichen der „männlichen“ Sprechweise des Moderators, da sie unabhängig von Genderkonstruktionen auftreten.

Nach Galonski (2017) kommen genderisierte Klischees im Sender 5 häufiger vor als im Sender E2, was sich in der vorliegenden Untersuchung ebenfalls bestätigt hat. Der Stimmumfang beider Moderierenden unterscheidet sich im Sender 5 um acht Halbtöne, im Sender E2 um fünf Halbtöne. Dies könnte man zunächst als Bestätigung von These 3 auffassen: Im Sender 5, der oft auf Genderklischees referiert, ist der Unterschied zwischen Radiomoderatorin und Radiomoderator größer als im Sender E2, der Genderklischees kaum aufgreift. Allerdings sind die ermittelten Differenzen nicht besonders groß. Zudem ist es gerade Sender 5, bei dem der Moderator melodischer und mit größerem Stimmumfang spricht als die Moderatorin, was den in der Einleitung vorgestellten Genderklischees widerspricht. Weiterhin kann eine konkrete genderspezifische Benutzung von Melodiemustern für die Untermauerung von Stereotypen in den analysierten Moderationsabschnitten nur selten gefunden werden. Lediglich an einer Stelle des Senders 5 tritt ein direkter Zusammenhang zwischen genderisierten Klischees und Stimmumfang sowie Sprechmelodie auf. Hier klingt die Moderatorin bei der Aufzählung „weiblicher“ Klischees höher und melodischer als der Moderator, der bei der Nennung der „männlichen“ Stereotype tiefer und monotoner spricht als zuvor. Insofern kann auch These 3 nicht hinreichend bestätigt werden.

Insgesamt lässt sich vermuten, dass die Verwendung von Stimmumfang und Sprechmelodie eher sender- als genderspezifisch ist. Sie werden nicht als Marker für typisch „weibliches“ und „männliches“ Sprechverhalten benutzt, sondern scheinen eher ein typisches Sprechverhalten im Radio aufzuzeigen. Die in den Moderationssequenzen berechneten Halbtonumfänge weichen stark von gesprächsüblichen Stimmumfängen ab (Herbst 1964; Pépiot 2014) und sind Halbtonumfängen in Radio-Nachrichten näher (Grawunder et al. 2006). Dies zeigt, dass in den konstruierten Gesprächssituationen der Radio-Morningshows bestimmte Melodiemuster üblich sind, an die sich die Moderierenden (bewusst oder unbewusst) halten. Besonders stark tritt dies im öffentlich-rechtlichen Sender 5

hervor. Diese Ergebnisse, die in einer Pilotstudie anhand von zwei Sendern gewonnen worden sind, zeigen Tendenzen auf, die zu weiteren Untersuchungen anregen.

Literatur

- Aulenbacher, B. / Meuser, M. / Riegraf, B. (Hg.) (2010): *Soziologische Geschlechterforschung. Eine Einführung*. Wiesbaden.
- Boersma, P. / Weenink, D. (2017): Praat. Doing phonetics by computer. Version 5.3.77. <http://www.praat.org> (28.01.2017)
- Bose, I. / Finke, C. L. (2016): Radiostimmen. Zur stimmlichen Ästhetik in aktuellen Morning Shows. In: Voigt-Zimmermann, S. / Kurtenbach, S. / Finkbeiner, G. / Bergt, A. / Mainka, W. (Hg.): *Stimmstörungen – ein Fokus der Klinischen Sprechwissenschaft*. Berlin, S. 67–92.
- Finke, C. L. (2014): Das Hallesche Morningshow-Korpus. Einführung in das Korpus anhand einer aktuellen Untersuchung zu Morningshow-Moderationen im gegenwärtigen Radio. In: Ebel, A. (Hg.): *Aussprache und Sprechen im interkulturellen, medienvermittelten und pädagogischen Kontext*. Halle (Saale), S. 93–104.
- Finke, C. L. (2019): *Senderidentität und Alltagsästhetik*. Berlin.
- Galonski, J. (2017): *Gender-Konstruktionen in der Radio-Primetime. Gesprächsanalytische Untersuchung von Mehrfach-Moderationen in deutschsprachigen Morningshows*. Masterarbeit Universität Halle (Saale). (unveröff. Mskr.).
- Grawunder, S. / Bose, I. / Hertha, B. / Trauselt, F. / Anders, L. (2006): Perceptive and acoustic measurement of average speaking pitch of female and male speakers in German radio news. In: INTERSPEECH 2006. ICSLP. Pittsburgh, S. 885–888. https://www.isca-speech.org/archive/archive_papers/interspeech_2006/i06_1966.pdf (29.03.2021)
- Haan, J. / Van Heuven, V. J. (1999): Male vs. female pitch range in dutch questions. In: ICPHS 99. San Francisco, S. 1581–1584.
- Henton, C. G. (1989): Fact and fiction in the description of female and male pitch. In: *Language and Communication* 9, S. 299–311.
- Herbst, L. (1964): *Untersuchungen zur Indifferenzlage der Sprechstimme. Studien zur Problematik des physiologischen Hauptsprechtonbereichs*. Diss. Universität Halle (Saale). (unveröff. Mskr.).
- Mayer, J. (2017): *Phonetische Analysen mit Praat. Ein Handbuch für Ein- und Umsteiger*. praatpfanne.lingphon.net/downloads/praat_manual.pdf (26.01.2018)
- Pike, K. L. (1946): *The intonation of American English*. Ann Arbor.
- Pépiot, E. (2014): Male and female speech. A study of mean f₀, f₀ range, phonation type and speechnrate in Parisian French and American English speakers. In: *Speech Prosody* 7, S. 305–309.

- Pompino-Marschall, B. (2009): Einführung in die Phonetik. Berlin.
- Selting, M. et al. (2009): Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2). In: Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion 10, S. 353–402.
<http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2009/px-gat2.pdf> (18.02.2019)
- Sendlmeier, W. (2012): Die psychologische Wirkung von Stimme und Sprechweise. Geschlecht, Alter, Persönlichkeit, Emotion und audiovisuelle Interaktion. In: Bulgakowa, O. (Hg.): Resonanz-Räume. Die Stimme und die Medien. Berlin, S. 98–116.
- Sussman, J. E. / Sapienza, C. (1994): Articulatory, developmental, and gender effects on measures of fundamental frequency and jitter. In: *Journal of Voice* 8 (2), S. 145–156.
- Titze, I. R. (1989): Physiologic and acoustic differences between male and female voices. In: *Journal of the Acoustical Society of America* 85 (4), S. 1699–1707.
- Wells, R. S. (1945): The pitch phonemes of English. In: *Language* 21. Linguistic Society of America. New York, S. 27–39.

„*Haudi Gaudi und bleibt Soulful*“ HipHop-Radio als Educated Radio und Nischenangebot in der deutschen Rundfunklandschaft

Thomas Wilke, Ludwigsburg

„I guess, this is my dissertation | Homie this shit is basic, welcome to Graduation.“

Kanye West *Good Morning*, 2007

Der folgende Beitrag widmet sich mit dem 2018 gestarteten Hamburger Radiosender *Say Say – Soulful HipHop Radio* einem recht jungen Radioangebot, das zugleich über eine charakteristische Musikfarbe zwar jugend- und popkulturell eine breite Hörerschaft anspricht, als Radioprogramm aber als Nische verstanden werden muss. Es geht im Folgenden um eine Einordnung innerhalb der Radio-landschaft im Allgemeinen und im Besonderen sowie um eine explorative Annäherung an das Programm und sein Flaggschiff, die Morningshow. Dabei geht es im Wesentlichen um eine analytische Perspektive, die ein Nischenformat in den Blick nimmt und zu ergründen versucht, warum ganz spezifische Medienangebote auch als ganz spezifische, informelle Bildungsangebote verstehbar sind.

1 Einleitung

Radiohören gehört nach wie vor in Deutschland zu den beliebtesten alltäglichen Medienpraxen. Die regelmäßig stattfindenden Untersuchungen der MedienAnalysen und der MediaPerspektiven belegen in den letzten Jahren eine ungefähr gleichbleibende Nutzungsdauer und ebenso gleichbleibende Hörerverteilung über den Tag, was als eine starke Nutzungsgewohnheit eingeschätzt werden kann. Schaut man sich aktuelle Betrachtungen, Untersuchungen und Analysen zum Radiogeschehen in Deutschland an, so fällt allerdings auf, dass die Betrachtungen entweder auf die Rezeptionsweisen und das Nutzungsverhalten abzielen, rundfunkhistorische Foki verfolgen oder spezifische ästhetische Merkmale wie Verpackungen oder Moderationen in den Vordergrund rücken. Sehr viel auffälliger ist, dass bestimmte Programmformate oder Programmstrukturen gar nicht mehr in den Blick wissenschaftlicher Untersuchungen geraten.

2020 verzeichnet Deutschland ein Radioangebot von insgesamt 74 öffentlich-rechtlichen Sendern und 274 privaten Sendern, hinzu kommen noch 113 sonstige

Sender, zu denen überwiegend nichtkommerzielle Lokalradios, Hochschulradios und freie Radios zählen. Die Tendenz der letzten 15 Jahre ist dabei stetig steigend – zum Vergleich: 2005 waren es 59 öffentlich-rechtliche, 202 private und 65 andere Sender. Ausgenommen sind hierbei reine Online-Radios bzw. Radios, die ihr Angebot ausschließlich über das Internet distribuieren. Deren Anzahl ist alles andere als gering, umfasst alle vorstellbaren Sparten und reicht im Spektrum von Hobby bis Profi. Die Medienanstalten (ALM 2020, 17) sprechen bei einer Netto-Digitalisierungsquote von 63 Prozent mittlerweile von „digitaler Hörfunkübertragung“, was nicht nur die Übertragungswege meint, sondern die Ausstattung im Haushalt miteinbezieht. Unabhängig von konvergenten Endgeräten nutzen knapp 45 Prozent der Personen ab 14 Jahren in Deutschland Webradio. Das bedeutet im Weiteren, dass sich eine Verschiebung abzeichnet, der es nachzugehen gilt.

Der folgende Beitrag widmet sich mit dem 2018 gestarteten Hamburger Radiosender *Say Say – Soulful HipHop Radio* einem recht jungen Radioangebot, das zugleich über eine charakteristische Musikfarbe zwar jugend- und popkulturell eine breite Hörerschaft anspricht, als Radioprogramm aber als Nische verstanden werden muss. Es geht im Folgenden um eine Einordnung innerhalb der Radiolandschaft im Allgemeinen und im Besonderen sowie um eine explorative Annäherung an das Programm und sein Flaggschiff, die Morningshow. Explorativ deshalb, weil die Forschungslage hierzu nach wie vor als defizitär zu bezeichnen ist und sich die vielfältigen Produktions- und Distributionsformen von radiophonen, auditiven Formaten als Gesamtpaket einer Kategorisierung, wie sie bislang im linearen Radio beobachtbar war, entziehen. Dabei geht es im Wesentlichen auch um eine analytische Perspektive, die ein Nischenformat in den Blick nimmt und zu ergründen versucht, warum ganz spezifische Medienangebote auch als ganz spezifische Bildungsangebote verstehbar sind. In einer solchen Perspektivierung können sie auch nicht losgelöst von ihrer Ästhetik, im Sinne einer ästhetischen Erfahrung, betrachtet werden. Radiohören als Bildungsprozess impliziert zudem eine andere Form des Zuhörens, nämlich Antizipation und Hörerwartung. Informelle Bildungsprozesse beim Radiohören setzen so neben Aspekten der Vermittlung, der Ressourcen, des Vorwissens und Motivationen auf schwer quantifizier- und messbare Faktoren wie Vertrauen, Authentizität, Respekt und Autorität.

2 Radio – Webradio – Digital Audio – Programmformate und HipHop im Radio

Walter Klingler (2017, 135) konstatiert für 2017 auf der Grundlage des Webradio-monitors 2016 ca. 10.000 Webradio- und Onlineangebote und es ist anzunehmen, dass es zwar eine Fluktuation gibt, die Zahl aber bis heute insgesamt eher weiter gestiegen ist. In der Grundunterscheidung terrestrisch verfügbarer Radioprogramme existieren drei unterschiedliche Typen bzw. Formate: Begleitprogramme, Einschaltprogramme und Nachrichten- bzw. Infoprogramme (vgl. ebd. 136 f.). Begleitprogramme charakterisieren sich durch ihre hohe Durchhörbarkeit und das Versprechen einer „akustischen Heimat“, die bestimmte Kernelemente aufweist: die spezifische Musikkfarbe und spezifische Informations- und Wortanteile, „Art und Inhalte der Informationen und schließlich die Form und der Stil der Präsentation, der Ansprache, generell auch das ‚On-Air-Design‘, das zur Tonalität eines Programms beiträgt“ (ebd.). Einschaltprogramme als öffentlich-rechtliche Domäne zeichnen sich durch einen diskursiven Charakter aus, indem sie einen hohen Wortanteil bzw. längere Wortstrecken anbieten. Neben Nachrichten werden in verschiedenen Gesprächs- und Magazinformaten gesellschaftliche Themen redaktionell betreut, im Weiteren auch Musikangebote, die allerdings eher weniger den Popmusikbereich ansprechen.

Die Verbindung von HipHop und Radio ist frühzeitig angelegt, nicht nur in der Anfangszeit in den USA, sondern auch in Deutschland, wenn auch mit der entsprechenden zeitlichen Verzögerung und den institutionellen Einschränkungen. Gerade lokale Radiostationen spielen in der USA bei der Verbreitung von Rapmusik eine elementare Rolle. David Toop (1992, 57 f.) beschrieb nicht nur frühe Formen und Vorgänger des Rappens als Sprechstil von Radio-DJs, sondern auch, dass Rap im HipHop-Stil 1979 durch *Mr. Magic's Rap Attack* auf WHBI, einer kleinen Radiostation in New Jersey, ausgestrahlt wurde. Die Show wechselte später zu Frankie Crockers WLBS, der Flaggschiff-Station des *Mutual Black Network*, und wurde zur meistgehörten HipHop-Sendung Amerikas. In diesem Zusammenhang spielen Radio-DJs eine zentrale Rolle (vgl. Passman 1971; Schopp 2014; Nieswandt 2017). In Deutschland sind die Quellenlage und Forschung hierzu mehr als spärlich, von einer systematischen Aufarbeitung kann bislang keine Rede sein.

Eine der wenigen Sendungen im deutschen Radio mit dem Label ‚Black Musik‘ hieß *Soultrain* wie die gleichnamige amerikanische Musiksendung und lief montags, moderiert von Ruth Rockenschaub und Peter Urban, beim Norddeutschen

Rundfunk (NDR). Der spätere HipHop-DJ und Musikproduzent Marius No. 1 begann 1988 über den Kontakt zu Ruth Rockenschaub beim NDR eine monatliche Radiosendung. Auf Veranlassung von Redakteur Klaus Wellershaus folgte später eine Rap-Radiosendung, die er bis 1992 gemacht hat: „Die erste Sendung hieß ‚Kopfhörer‘, und ich habe meine Sendung dann in ‚Number One Mixshow‘ umgetauft, weil ‚Kopfhörer‘ ziemlich uncool klang.“ (Marius No. 1, zit. nach Krewkow / Steiner 1999, 20). Insbesondere freie Radios und nichtkommerzielle Lokalradios boten und bieten HipHop und Rap über verschiedene Sendeformate im deutschen Raum eine Plattform, die zumeist nicht nur als Unterhaltungsangebot wahrgenommen wird, sondern lokal eine organisatorisch-integrative Funktion übernimmt. Aktuelle Szeneentwicklungen artikulieren sich da, DJs und Rapper*innen werden eingeladen und geben so mit hohem Eigenengagement Orientierung und Kontinuität. Mit Blick auf Radiostationen ist die Situation in Deutschland vergleichsweise sehr überschaubar. Der Stuttgarter Sender BigFM sowie die beiden Berliner Sender Jam FM und KISS FM setzen überregional in ihrem linearen Programm auf HipHop-Musik, wobei sich hier eine Melange ergibt zwischen deutschem und amerikanischem Rap, Mainstream-Titeln, R'n'B und Urban, einer eher weichen Sammelkategorie für Black Musik. Alle Sender sind entweder über ihre Webseite oder über Plattformen wie Radioplayer individuell abrufbar und bieten verschiedene Streams an. Bei KISS FM kann man beispielsweise neben dem Live-Stream zwischen Urban Beats, Old School-HipHop, R'n'B, Deutschrapp Brandneu, Deutschrapp Hits und vielen weiteren Streams wählen. Andere Sender führen HipHop lediglich als eine Musikfarbe neben Rock und Pop und anderen oder bieten über ihre digitalen Distributionswege eigene Kanäle an, so dass sich hier eine Vielzahl an individualisierten Nutzungsmöglichkeiten ergibt.

Schaut man nun auf reine Webradios, also Radioangebote, die ausschließlich im Internet stattfinden und mehr als reine Playlisten sind, da es einen redaktionellen Hintergrund gibt, eröffnet sich eine durchaus größere Bandbreite. Reine HipHop-Kanäle größerer Radiostationen werden hier nicht mit aufgeführt, es können nur einige stellvertretend genannt und kurz charakterisiert werden, die konzeptionell und redaktionell ein eigenes, differenziertes und professionelles Profil aufweisen. Soweit nicht anders angegeben, sind die Zitate der den Webseiten der Sender entnommen.

So sendet bereits seit 2003 BMRadio aus Hamburg mit dem Claim „24/7 Finest in Black Music“. Zu dem Livestream und den in der Woche platzierten unterschiedlichen Shows gibt es auch eine dazugehörige Seite, die mit Videos als TV-Angebot konfiguriert ist. Auf dieser Seite finden sich nicht nur Videos zu unterschiedlichen musikalischen Kategorien, sondern auch dokumentarisches Material

und Sendungsmitschnitte einzelner Moderatoren wie beispielsweise MCHums. DefJay aus Berlin sendet seit 2005 und wirbt mit dem Claim „The Place to be in RnB“.

Ein weiteres relativ junges Webradio aus Berlin ist PELI ONE, das seit Mai 2017 sendet, momentan verstärkt über das Internet, eine DAB+-Lösung für Hamburg, Berlin und Brandenburg wird angegeben. PELI ONE, das schrittweise zum Vollprogramm ausgebaut werden soll, bezeichnet sich auf der Webseite als „das erste Radioprogramm im Format Urban Adult Contemporary (Urban AC)“ mit einem „Programm für erwachsene Black Music Fans (Zielgruppe: 30–50), die sich bei anderen Sendern weder musikalisch noch durch die Ansprechhaltung zu Hause fühlen“. Der Sender beschreibt sich als Urban Music Radio folgendermaßen:

„Wir wollen PELI ONE zu dem Sender machen, mit dem Du morgens in den Tag startest. Deshalb bieten wir Dir neben aktuellen News zu Künstlern, Background-Infos, Musik-Reviews, Interviews und Veranstaltungshinweisen einen abwechslungsreichen Mix aus Verbraucher- und Servicethemen von Wellness, Wohnen, Urlaub, Beauty, Erholung und Entspannung, Fitness und Gesundheit bis zu Technik, Mobilität und Entertainment. Integrieren statt polarisieren: Als Medienmacher wollen wir einen konstruktiven gesellschaftlichen Beitrag leisten und den Zusammenhalt fördern. Deshalb machen wir Bildung und Integration zu Schwerpunktthemen. PELI ONE ist digitales Radio. Du kannst uns überall online hören.“ (PELI ONE)

Zudem steht „Musikkompetenz“ als zentraler Begriff im Vordergrund, denn man möchte „Hintergrund vermitteln, Orientierung geben“ (ebd.). Allerdings verbleibt der Anspruch in seiner Umsetzung nur schwer greifbar. Ein zwölfköpfiges Team steht hinter dem umfangreichen Sendeplan, der neben einer täglichen Morningshow von sechs bis zehn Uhr einen kuratierten Musiktag bis 18 Uhr aufweist. PELI ONE ist zudem auch noch mit einem weiteren Radiosendeformat namens *Rap2Soul* verknüpft.

Shake!FM startete ebenfalls 2017 in der Eigenaussage als „Hobbyprojekt“, indem Michel Mertens einen „öffentlich angebotene[n] nichtkommerzielle[n] Musikblog mit passendem musikalischem Musikstream zu eurem täglichen Drehbuch, voller Leidenschaft und Unabhängigkeit“ gründete. Seit Januar 2020 ist Shake!FM gewerblich und offeriert mit einem Abo-Modell eine direkte Unterstützung von 65 Prozent der Einnahmen an die Künstler*innen, die im Programm gespielt werden. Zusätzlich sind alle Shows auf Mixcloud hochgeladen und über das Abo-Modell verfügbar.

Hinsichtlich der technischen Vernetzung ist bemerkenswert, dass fast alle recherchierten Webradios auf den Webseiten neben den Aggregatoren wie radio.de und anderen mittlerweile auch auf Smartspeaker-Lösungen verweisen und hier dezidierte Sprechweisungen für den Empfang über beispielsweise Alexa geben.

3 *Say Say – Soulful HipHop Radio aus Hamburg*

Neben den genannten gibt es eine Vielzahl anderer Webradios, die in der Musikfarbe beispielsweise eine Mischung aus französischem, deutschem und amerikanischem Rap herstellen, wie das Nürnberger Webradio N90 4..Beat. Der Fokus soll hier aber auf einem Hamburger HipHop-Webradio liegen: *Say Say – Soulful HipHop Radio*. Dieses ist ein Radioangebot, das man in der gegenwärtigen deutschen Radiolandschaft als einzigartig betrachten kann. Im Gegensatz zu den anderen bereits genannten Stationen ist hier aber der Zugang ein anderer. Frederick Staudacher, der sich selbst durchgehend im Radio und auf der Webseite kurz Freddy nennt, ist promovierter Jurist, gab jedoch seinen Job als Anwalt auf und ging mit *Say Say* als einem rücklagenfinanzierten Projekt am 25. April 2018 auf Sendung. Die immer wieder zum Ausdruck kommende enge Verbindung zum amerikanischen HipHop und der sehr starken Prägung in den 1990er Jahren, der sogenannten Goldenen Ära des HipHop, riefen bei ihm in der deutschen Radiolandschaft einen ‚Missing Link‘ hervor:

„Dieses ständige Wiederholen der gleichen Hits, ständig Gewinnspiele, ähm, dann die Moderatoren, die sehr entkoppelt von der Musik sind, wo es gar nicht mehr um die Musik geht, wenn die moderieren, weil die die Musik gar nicht mehr selbst aussuchen. Da fehlte mir einfach vieles.“ (Staudacher, zit. n. Sat1 regional).

Deutlich wird hier die Identifikation zwischen Sender, Sendeinhalt und Akteur*innen. *Say Say* sendet als Streaming über die Website oder als App über verschiedene Aggregatoren wie beispielsweise Radio Player. *Say Say* hat, analog zu anderen Radiostationen, einen Sendeplan, der zudem die etablierten Hörgewohnheiten berücksichtigt. Das heißt, es gibt von Montag bis Freitag eine moderierte Morningshow, über den Tag verteilt eine etwas ruhigere Musikauswahl, die ein Durchhören möglich macht und nur von vorproduzierten Beiträgen und Jingles unterbrochen wird, und am Abend Spezialsendungen (siehe Abbildung 1).

Im Tagesprogramm wird hauptsächlich englischsprachiger HipHop gespielt mit einer Mischung zwischen der Old School der achtziger Jahre, der New School der

neunziger Jahre bis zur Gegenwart und Neuentdeckungen. Hinzu kommt Musik aus den Bereichen Funk und Soul und auch hier erstreckt sich die Spannbreite von den 70er Jahren bis in die Gegenwart. Getreu dem Motto, was groovt, passt ins Programm. Betrieben wird das Ganze privatwirtschaftlich von Frederick Staudacher, der nach Eigenaussage mit einem kleinen Team und viel Engagement einen Radiosender auf die Beine gestellt hat. Dieser entspricht in seiner Umsetzung vielleicht nicht nur seinen Vorstellungen von Radio, sondern hat amerikanische Radiostationen gerade der Ostküste als Vorbild.

Programm: say say - soulful hip-hop radio

Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
Mo – Fr, 6 – 10 Uhr					6 – 8 Uhr Soulful Morning	6 – 10 Uhr Soulful Morning
DIE MORNINGSHOW					8 – 10 Uhr BEATS & BREAKFAST mit L-Tonic*	
ab 7 Uhr live moderiert aus Hamburg von Freddy und 12 Finger Dan						
10 – 17 Uhr Work				10 – 16 Uhr Work	10 – 18 Uhr Soulful Weekend	
	17 – 20 Uhr After Work	17 – 20 Uhr After Work	17 – 20 Uhr AFTER WORK SHOW mit Sören	16 – 20 Uhr TGI FRIDAY SHOW mit den Soulbrotha		18 – 20 Uhr LOVE TKO mit 12 Finger Dan
	20 – 22 Uhr DEUTSCHRAP S LIEBLING mit DJ Reaf	20 – 21 Uhr BACKSPIN FM mit Niko, Dan und Base	20 – 22 Uhr After Work		18 – 24 Uhr Cool Dinner	20 – 24 Uhr Soulful Chillout
22 – 24 Uhr Rap	22 – 23 Uhr FADEAWAY BARBER SHOW mit Nick (US)	21 – 24 Uhr Rap	22 – 24 Uhr Rap	20 – 24 Uhr Party		

Abb.1: Wochenprogramm *Say Say*, Webseiten-Screenshot

Der Bezugspunkt wird ebenfalls im Auftritt deutlich, denn *Say Say* verwendet ein Bild, das innerhalb der HipHop-Community zu einem der ikonischen Bilder gehört (siehe Abbildung 2):



Abb. 2: Screenshot der Webseite von *Say Say*, Landingpage

Das Foto der Startseite der *Say-Say*-Webseite zeigt *The Almighty KG*, von den *Cold Crush Brothers* während eines Auftritts in Harlem Worlds und stammt von Joe Conzo Jr.. Bekannt geworden ist es spätestens seit Johan Kugelbergs *Born in the Bronx* von 2007, die Jahresangaben für das Foto bleiben unkonkret und schwanken zwischen 1981 und 1982. Es steht für den direkten Kontakt zwischen Rapper und Publikum, für das Wechselverhältnis, für Zugewandtheit, für Nähe. Die *Cold Crush Brothers*, gegründet 1978, nehmen in der Frühzeit des HipHop und darüber hinaus eine gewichtige Rolle ein. Dies nicht nur, weil sie mit Sha-Rock den ersten weiblichen MC auf die Bühne brachten, sondern weil 1979 Big Bank Hank für *Rappers Delight* Reime des Cold-Crush-Brothers-Mitglied Grandmaster Caz ohne dessen Erlaubnis benutzte und diese schließlich prominent in dem ersten HipHop-Film *WildStyle* (1982, Regie: Ch. Ahearn) vertreten waren.

Say Say ist auf nahezu allen Geräten verfügbar, nicht nur über die Website mit angezeigter Player-Leiste, einer noch in Entwicklung befindlichen eigenen App, einem eigenen Alexa Skill, eigener Action on Google Assistant; sondern auch mit einer für den Sender kostenpflichtigen Mitgliedschaft im Radioplayer und damit hörbar auf Sonos, Bose, Logitech, Apple TV, Fire TV und Apple CarPlay. Dementsprechend ist *Say Say* als state of the art auch auf Facebook, Instagram, Twitter,

Youtube und Soundcloud vertreten. Überall finden sich verschiedene Inhalte, auf Soundcloud beispielsweise Interviews, auf Youtube einige Clips von 12 Finger Dan zum Samplepingpong, auf Twitter viele themenbezogene Retweets. Es zeigt sich aber die Schwierigkeit, alle Kanäle in der medialen Eigenlogik aktuell und substantiell zu ‚bespielen‘. Sprich, mediale Aufmerksamkeit wird nur durch immer neuen Content erzeugt, der allerdings erst einmal und dann kontinuierlich produziert werden muss. Das benötigt Ressourcen. Auf der Webseite gibt es einen Newsbereich, der ausgesucht und teilweise anlassbezogen, beispielsweise bei neuen Albumveröffentlichungen und Jubiläen, Beiträge versammelt, die über einen längeren Zeitraum abrufbar sind. Zugleich gibt es einen engen Zusammenhang zwischen auf der Webseite veröffentlichten Beiträgen und dem Radioprogramm, so wurde beispielsweise das 25-jährige Jubiläum der gleichzeitigen Veröffentlichung von 2Pac *All eyez on me* und der Fugees *The Score* entsprechend in die Morningshow integriert und ausführlich auf der Website vorgestellt. Darüber hinaus gibt es kurze Interviews mit weiteren Protagonist*innen des Senders.

Um den Sender hörbar identifizieren zu können, gibt es auch Verpackungsmaterial in Form von Jingles. Einen nutzt *Say Say* als Vokalsample aus Lauryn Hills Part aus dem Song *Oh La La La* von 1996, ein anderer – *Hoch die Hände, Wochenende* – wurde von Frederick Staudachers Kindern eingesprochen.

4 Zur Finanzierung und Werbung von *Say Say*

Der Macher von *Say Say*, Frederick Staudacher, weiß in Zeiten von Gratis-Streams, Playlisten und viraler Dauerbeschallung um die Schwierigkeit, ein qualitativ anspruchsvolles Programm zu finanzieren. Deshalb gibt es mittlerweile für die Hörer*innen ein transparentes Modell für die Frage nach der Finanzierbarkeit. Staudacher erklärt dies selbst in einem kurzen Video auf der Webseite, um deutlich zu machen, dass der Idealismus nicht an die eigenen endlichen Ersparnisse geknüpft sein muss, wenn sich die Hörer*innen an den Kosten beteiligen. Dafür gibt es die sehr überzeugende Aufrechnung in Form von drei Säulen, von denen eine die Hörerschaft darstellt. Um hier transparent argumentieren zu können, wird der Hörerschaft aufgezeigt, welche Kosten abzudecken sind. Zudem werden vorproduzierte Spendenaufrufe als redaktioneller Beitrag ins Programm integriert.

Das Pfandgeld einer Plastikflasche am Tag und in der Hochrechnung dann 7,50 Euro im Monat würden als Spende einen ausreichenden Betrag darstellen. Daneben gibt es einen Merchandising-Shop, der *Say Say* nicht nur einen finanziellen Ertrag bringt, sondern den Radiosender darüber hinaus als Marke noch stärker

verankert. Die Angebote des Shops selbst werden als nachhaltige Angebote offeriert, hier eine offenkundig verantwortungsvolle Haltung. Neben dem Spendenaufruf und dem Shop gibt es als dritte Säule noch Sponsoring bzw. Werbung. Das ist insoweit erwähnenswert, als dass *Say Say* hier einen eher ungewohnten Weg geht, als das beim Radio üblich ist. So gab es bislang keine klassischen Radiowerbung-Fenster, die beispielsweise kurz vor den Nachrichten geschaltet wurden und eher ein Sammelsurium von werbewilligen Kunden darstellen. In unterschiedlicher Breite und Intensität wurden bislang monatlich Werbeschwerpunkte gelegt. Staudacher spricht da selbst die Werbetexte und führt ausführliche Interviews mit den jeweiligen Betreiber*innen beziehungsweise Geschäftsführer*innen im Programm. Die Gespräche sind nicht in eine Zeitschiene eingebunden, sondern interessegeleitet. Beim Ersthören der Werbetrailer stellen sich erst einmal Irritationen ein, denn der Moderator spricht die Werbung selbst. Das Magazin *Business Punk* berichtete im Juni 2020 über *Say Say* und in diesem Zusammenhang über die dort gesetzten Werbeideen:

„Dabei will Staudacher anders werben als normale Radiosender – weniger nervig. ‚Bei uns wird man keinen Spot fürs Autohaus hören‘, so Staudacher, stattdessen setzt er auf Native Advertising. Heißt: Die Moderator*innen bewerben die Produkte selbst. Zusätzlich sollen die jeweiligen Marken auf sämtlichen digitalen Kanälen von *Say Say* stattfinden. Erste Kund*innen hatten bereits Interesse, sagt Staudacher. Aber dann kam Corona – viele Budgets sind eingefroren.“ (Lemke 2020, o. S.).

Hier erfolgt eine Überlagerung klassisch getrennter Sprecherrollen, zumindest für das deutsche Radio, und erinnert sehr viel stärker an frühere amerikanische Radioformate, in denen die Radio-DJs selbst die Werbung in ihrer Sendung akquirierten und präsentierten. Gleichwohl ist das Involvement hervorzuheben, denn es wird deutlich, dass die Werbung auf *Say Say* wiederum in einen engen Zusammenhang mit dem eigenen Authentizitätsanspruch einhergeht und es nicht um das Gewinnen von Werbepartnern um jeden Preis geht, sondern nur Werbepartner zum Zug kommen, von denen *Say Say* überzeugt ist. Staudacher spricht auch ganz konkret davon, dass er beispielsweise den Fairtrade-Kaffe trinkt und empfiehlt und dass er von den beworbenen Boxen schon seit langem überzeugt ist und selbst welche besitzt. Es ließe sich hier auch von einer identifikatorischen Wertekonvergenz sprechen.

5 Das Programm von *Say Say*

Während andere Radiomacher*innen eher aus bereits gemachten Radioerfahrungen ihre eigenen Vorstellungen entwickeln, die gleichwohl im Fahrwasser radio-phoner Rahmenbedingungen erfolgen, ist der Ansatz von *Say Say* eher von der immer wieder zum Ausdruck kommenden Liebe zur Musik und zur HipHop-Kultur geprägt. Daran orientiert sich erkennbar die Programmierung respektive die Programmatik der Musik über den Tag bzw. die Woche:

„Vom ersten Tag an war uns wichtig, dass sich *say say* an dein Leben anpasst! Früh morgens willst du andere Musik hören als bei der Arbeit. Nach Feierabend andere als nachts. Unter der Woche andere als am Wochenende. Und super nice soll sie natürlich immer sein.“ (zit. n. *Say Say*).

Dementsprechend ist die Musik nachvollziehbar programmiert bzw. wird eingesetzt; sie setzt erst einmal auf eine Durchhörbarkeit des Senders. Gleichwohl positioniert sich Staudacher eindeutig im Programm hinsichtlich der Musikauswahl im Zusammenhang mit Rotation. Diese wird zugunsten einer größeren Musikauswahl vermieden, was auch dazu führt, dass bestimmte Songs – wie ganz prominent *Hip Hop Hooray* von Naughty by Nature (1993, Tommy Boy) – eher selten im Tages- und Wochenprogramm zu finden sind, um sie nicht „tot zu spielen“ beziehungsweise nicht „abzunutzen“. Songs, die in der Vergangenheit club- und hitparadentauglich waren, finden sich dann eher im partyorientierten Format der Freitagabendshow von 12 Finger Dan. Eine Wiederholung von Songs im Sinne einer Rotation gibt es zwar, das wird aber sehr zurückhaltend eingesetzt.

Neben dem Flaggschiff, der moderierten Morningshow, gibt es noch sieben weitere Shows. Eine gibt es mit dem Schwerpunkt Soul (Love TKO, sonntags 18–20 Uhr mit 12 Finger Dan), eine mit US-Undergroundrap (Fadeaway Barber Show, dienstags 22–23 Uhr mit Nick), ebenso eine Show mit Deutschrap (Deutschraps Liebling, dienstags 20–22 Uhr mit DJ Reaf). Eine Kooperation mit dem HipHop-Magazin *Backspin* bringt den Podcast *Love & Hate* als Backspin FM mittwochs 20–21 Uhr. Seit dem 10. September 2020 gibt es zweiwöchentlich donnerstags eine Afterwork-Show mit DJ Sören Altmann:

„Die Hörer können sich auf ‚Gute-Laune-Musik‘ mit freshen Hip-Hop-Tracks und der ein oder anderen R'n'B-Nummer freuen. Einfach der perfekte Soundtrack für Feierabendaktivitäten wie Grillen, Chillen oder Bier trinken mit Freunden.“ (Altmann, zit. n. *Say Say*).

Die Show wird in der Woche darauf wiederholt und Musikwünsche sind möglich. Diese sind ebenfalls bei der TGI-Freitagabendshow von Soulbrotha 12 Finger Dan möglich, die mit vier Stunden am Freitag als Mixshow immer wieder einen umfangreichen musikalischen Bogen spannt.

6 Die Morningshow auf *Say Say*

Hauptprotagonisten der Morgenshow sind der Gründer von *Say Say*, Frederick Staudacher, und DJ 12 Finger Dan. In der Grundstruktur gibt es in der Zeit von sieben bis zehn Uhr halbstündlich Nachrichten, teilweise mit O-Ton-Einsprechern. Die Nachrichten selbst konzentrieren sich im Wesentlichen auf circa drei Hauptnachrichten, die das Tagesgeschehen bestimmen, sich aber im Laufe der Show wiederholen. Eilmeldungen, wie man sie aus dem Verkehrsfunk kennt, die zu einer Unterbrechung des Programms führen, gab es bislang nicht. Als sich anschließendem Service gibt es das Wetter, das immer auch das Wetter in den USA umfasst, konzentriert auf New York und Los Angeles, stets mit der Annotation New York als der Geburtsstätte des HipHop. In der Lockdown-Zeit des Jahres 2020 kam es immer wieder auch vor, dass Staudacher seine kleine Tochter mit ins Studio nehmen musste und sie in die Moderationen integrierte. Entweder durch kleine Interviews, die hier einem Rollenspiel ähnelten, oder indem sie das Wetter sprach. Das sind individuelle Freiheiten, die aber nicht ohne Effekt bleiben – in einem ganz positiven Sinne. Indem nämlich nicht ein problemloses Funktionieren simuliert wird, sondern die Situation kreativ gewendet und offen damit umgegangen wird. Das zeigte sich beispielsweise auch im März 2021, als durch Ferien in Hamburg und Homeschooling die Morningshow zu einer Morningshow Light wurde, die nicht durchmoderiert werden konnte. In dieser liefen dann in einem Abstand von circa vier Titeln aktuell vorproduzierte Beiträge, die die Sendung immer noch als redaktionell betreut erscheinen ließen, auch wenn die Beiträge wiederholt wurden.

Für das deutsche Radio eher ungewöhnlich setzt *Say Say* in der Morningshow auf sich wiederholende, redaktionell zu verstehende Elemente, die die Wahrnehmung als eine Marke verstärken. So beginnt die Show jeden Morgen programmatisch mit dem gleichen Titel: *Good Morning* von Kanye West. Es lohnt sich hier kurz zu verweilen, weil der Titel selbst metaphorisch angelegt ist. Der Titel *Good Morning* ist zugleich das Intro von Wests drittem Album *Graduation*, das selbst als Weckruf an ihn selbst und die Welt gehört und verstanden werden kann. Das Schulthema zieht sich durch den Song und Graduation kann hier nicht nur als

Schulabschluss, sondern auch als Stufung, Einteilung bis zur Promotion als deutlich höherem Abschluss übersetzt werden, was dann in der Übertragung auf das *Rap Game* eine weitere Bedeutungsebene erfährt. Atmosphärisch ist der Titel ebenso ein Weckruf, nicht zuletzt durch das chorisch eingesetzte Sample des Elton-John-Songs *Someone saved my life tonight* (DJM Rec., UK, 1975).

Ebenso für das deutsche Radio ungewöhnlich ist der eher lässige Umgang mit einer genauen Fixierung auf sekundengenaues Timing. So kann es vorkommen, dass die Morningshow erst zehn Minuten später beginnt und die Hörer*innen aber gleich mit einer persönlichen Geschichte abgeholt werden, die weniger als Ausflucht fungiert, sondern mehr die Hörer*innen-Beziehung und die Alltagsorganisation zum Thema macht. Im ersten Jahr begann die Morningshow noch 6.00 Uhr, das hat sich dann aber auf 7.00 Uhr verschoben. Andererseits wird dann aber die Freude überdeutlich thematisiert, es pünktlich sieben Uhr geschafft zu haben. Und so kann es dann auch mal ganz unproblematisch zehn Minuten länger gehen, weil Frederick Staudacher unbedingt noch einen Song vorstellen wollte, der ihm wichtig war, der aber bislang im Morgenprogramm noch nicht zum Zuge kam. Oder es kommt zu Verspätungen bei den Nachrichten, weil der musikalische Flow die Programmuhr mit den anstehenden Nachrichten in den Hintergrund gedrängt hat. Das ließe sich pedantisch als Kritik formulieren, die allerdings ins Leere führen würde, denn die oben bereits so titulierte Lässigkeit steht in keinem Widerspruch zu der Ernsthaftigkeit des Programms. Im Gegenteil zeigt sie ganz nonchalant die Gewöhnung an industriell verfestigte Rhythmen auf, die so nolens volens gebrochen einen Freiraum ermöglichen. Die Verlässlichkeit steht hier im Sinne der Musik, des Flows, des Grooves und nicht einer übergeordneten Taktung, die lediglich die Nichtangreifbarkeit des Taktes zelebriert, unabhängig vom Moment. Ein weiteres sich wiederholendes Element ist der Klassiker des Tages, mit dem die Morningshow gegen zehn Uhr endet.

7 Das Sample des Tages

Das Sample des Tages ist ebenfalls eine eigene, wiederkehrende redaktionell aufbereitete Rubrik, die in der Show vom Umfang nicht fest gerahmt ist und so in der Beitragslänge unterschiedlich ausfällt. Zwei Beispiele sollen das veranschaulichen: Am 17. Februar ging es um ein revidiertes Urteil eines Gerichts in Los Angeles, das Robin Thicke und Pharell Williams verurteilte, an die Marvin-Gaye-Erben eine Strafe zu zahlen. Es ging um den seit 2015 andauernden Streit um den Plagiatsvorwurf, die Anmutung, den Groove von Marvin Gayes *Got to give it up*

in *Blurred Lines* verwendet zu haben. Staudacher liefert nicht nur eine Einordnung des Streitigen und die Hintergründe, sondern ebenso die Vorstellung der beiden Titel und macht den Versuch, den Streitgegenstand entsprechend nachzuvollziehen. Es gelingt ihm dergestalt eine Verknüpfung von Ästhetik, historischer Genese, Fragen von Originalität und aktueller Rechtslage, die sich mit den Titeln darstellen lässt. Eine andere, gängigere Form beim Sample des Tages besteht im Vorstellen eines Originaltracks oder Samples, das, wenn es zu kurz ist, gern auch noch einmal gespielt wird, um im Anschluss zu zeigen, welche Künstler*innen das in der Folge verwendet haben bzw. in welchen Songs das vorkommt. Das ist insoweit bemerkenswert, als dass es sich dabei meistens um Songs handelt, die im deutschen Musikkontext – historisch und gegenwärtig – kaum eine Rolle gespielt haben.

Am 24. Februar 2021 spielte Staudacher beim Sample des Tages als erstes Norman Connors feat. Michael Henderson *You are my starship* und knüpfte folgende Titel an:

- 2Pac *Papa 'z song* (Strictly 4 My N.I.G.G.A.Z... 1993, Interscope)
- Mobb Deep *Trife Life* (The Infamous, 1995, Loud Rec.)
- Guru *Insert B (The Real Deal) Nobody Knows* (Guru's Jazzmatazz 2, 1995, Chrysalis)
- LL Cool J feat. Tamia *Don't Be Late, Don't Come Too Soon* (Phenomenon, 1997, Def Jam)

Zwischen den Titeln gab es eine Moderation, die den jeweiligen Künstler und seine Zeit und das entsprechende Lied in den Sample-Kontext einordnete. Nach dem letzten Track gab es über den Hinweis zur Kollaboration den Querverweis zu Tamia und ihrer erfolgreichen Single *So into you* (Tamia, 1993, Qwest), so dass die Vernetzung und Verquickung einzelner Songelemente, Neukonfigurationen durch Samples, Verweisstrukturen, Produktionshintergründe und kollaborative Kooperationen letztlich die Dichte musikalischen Geschehens aufzeigen. Andererseits wird gerade dabei deutlich, wie schwer es ist, dies in einer zugänglichen Form zu artikulieren. In selbstreflexiven Momenten sind das bei Frederick Staudacher moderative Einsprengsel, wenn er beispielsweise davon spricht, dass das jetzt schon sehr nerdig sei oder er aufpassen müsse, dass das nicht allzu nerdig werde. Gleichzeitig ist das eine radiophone Plattform, die ein Hintergrundwissen und eine Kontextualisierung für die Hörerschaft möglich macht, denn neben dem Wissen um eine solche Dichte braucht es darüber hinaus ein spezifisches, ein geschultes, mithin ein emphatisches Hören, um ein Sample als Sample zu hören, zu

erkennen und gegebenenfalls einzuordnen, auch wenn es mittlerweile hilfreiche Instrumente wie whosampled.com gibt.

Was hier anhand eines Einzelbeispiels nur sehr grobkörnig beschrieben wurde, ist im Kern ein Ansatz, der unter dem noch gar nicht systematisch ausgearbeiteten Begriff eines ‚Educated Radio‘ firmieren könnte. Ausgangspunkt hierfür ist die Frage, ob und ab wann ein Radio bildet. Notwendig ist hierfür die Annahme, dass das Radioangebot ereignishaft wahrgenommen wird und keinesfalls als Hintergrundbeschallung bzw. -rauschen. Losgelöst von einer noch ausstehenden Rezipientenforschung wäre in diesem Fall weiterdenkend eine Modellierung möglich, die einen musikalischen Wissensbegriff mit ästhetischer Erfahrung verknüpft, die zumindest ausschnitthaft über die mediale Präsentation erstens den Zugang zu Musik, zweitens das Wissen über Musik als propositionales Wissen und drittens das Know-How-Wissen als prozedurales Wissen zu einem individuell gestaltetem Bildungsmoment vereint. Das ist alles andere als voraussetzungsarm, denn in den Blick zu nehmen ist dabei musikalische Fremderfahrung als eine Voraussetzung, die als Differenzerfahrung nicht nur ästhetisch, sondern eben auch ästhetisch wahrgenommen wird (vgl. Bugiel 2021). Staudacher moderiert nicht einfach nur ein Lied an und vermittelt moderativ vielleicht etwas über seine Entstehung, den Kontext, die Produktion oder seine gesellschaftspolitische Einordnung. Pointiert hebt er einzelne Musikmomente eines Liedes hervor und wiederholt diese gern auch noch einmal. So verändert sich die eher beiläufige Wahrnehmung eines Songs zu einer aufmerksamen, auf das Detail abhebenden, um dieses dann gegebenenfalls wiedererkennen zu können. Das bedeutet in diesem Sinne eine substantielle Erweiterung musikalischer Wissensordnungen. Hans Jörg Sandkühler (2009, 76 f.) charakterisiert Wissensordnung allgemeintheoretisch als das

„unterscheidbare, systemisch verfasste, holistisch (ganzheitlich) zu rekonstruierende Ensemble epistemischer und praktischer Kontexte, die bei der Entstehung und in der Dynamik von Wissen wirksam sind und Geltungsansprüche und Standards der Rechtfertigung von Wissen bestimmen. Eingeschlossen ist ein ganz bestimmter epistemischer Habitus, bestimmte Evidenzen, Perspektiven und weltbildabhängige Präsuppositionen, bestimmte Überzeugungen, eigensinnige sprachliche, semiotische und semantische Üblichkeiten, besondere Auffassungen zu möglichen epistemischen Zielsetzungen, Fragen, Problemlösungen, kulturspezifischen Praktiken und Techniken und in diesem Kontext anerkannte Werte, Normen und Regeln.“

Das lässt sich vielleicht nicht in seinem ganzheitlichen Anspruch, aber zumindest in der Perspektivierung, im Selbstverständnis und dem damit einhergehenden Habitus auf das repräsentative Handlungsgefüge übertragen und so als habituelle Wissensform verstehen, die – soziologisch gesprochen – inkorporiert repräsentiert wird. Eine charmante und kurzweilige Weiterführung dieser Samplegeschichte findet sich dann im Youtube-Kanal, wenn 12 Finger Dan daraus Sampling macht und in einem Clip von nicht mehr als einer Minute im *Say-Say*-Studio ein Original-Sample und dessen Verwendung kurz vorspielt. Frederick Staudacher und 12 Finger Dan sind in ihren Beiträgen zudem nah an aktuellen musikalischen Entwicklungen, die nicht einfach reproduziert werden, sondern aufgrund des eigenen umfangreichen Hintergrundwissens über DJs, Rapper*innen, Produzent*innen und Samples eine entsprechende Kontextualisierung erfahren. Das bedeutet im Weiteren, die eigenen Recherchequellen gegebenenfalls offenzulegen und das passiert ganz selbstverständlich in den Moderationen, wenn bspw. etwas Neues vorgestellt wird. Und hier sind es interessanterweise auch Soziale Medien wie TikTok oder Plattformen wie Bandcamp, die als Quelle genutzt werden.

8 Moderation und Sprache

Sprechen im Radio ist etwas anderes als eine alltagssprachliche Interaktionssituation, weil der Moderator in seiner Handlungsrolle immer eine Community, eine Hörerschaft imaginieren muss, um eine eigene Ansprechhaltung generieren zu können (vgl. Bose 2015). Ohne diese Imagination, die viel mehr der eigenen Haltung, der eigenen Lebenseinstellung, der eigenen Position ähnelt, um ein Grundverständnis für das eigene Tun voraussetzen zu können, ohne sich immer neu erklären zu müssen, geht es nicht. Moderation wäre damit mehr als eine reine Textpräsentation. Moderation als eigene Gesprächsform steht im Spannungsfeld zwischen konzeptioneller Schriftlichkeit und konzeptioneller Mündlichkeit. Sie entwickelt einen funktionalen Pluralismus mit Blick auf den Kommunikator, sie ist informativ-verbindlich angelegt und wirkt strukturierend wie verbindend (vgl. Häusermann 1998; Hess-Lüttich 2009). Für *Say Say* ließe sich über die kurze Charakterisierung der Moderation hinaus außerdem das im HipHop grundständig verankerte Prinzip des *Each One Teach One* einbinden. Dieses Prinzip verkörpert das so genannte fünfte Element des HipHop, das Knowledge, und ist nicht nur Kitt zwischen den vier anderen Elementen des HipHop, Breaking, MCing, DJing und Writing, sondern stellt vielmehr eine der Grundvoraussetzungen für eine lebendige Kultur dar (vgl. Rappe 2017). Das ist eines von vielen Narrativen von

HipHop und lässt sich kritisch diskutieren. Sich jedoch als Teil der Kultur zu verstehen und diesen Teil im Sinne einer Wissensordnung zu reflektieren, impliziert eine Aktivität, die einerseits Respekt produziert, und zwar vor dem Gegebenen, der Tradition, dem HipHop-kulturellen Erbe, dem, was da alles besteht und damit verknüpft ist. Andererseits fordert dies einen Respekt gegenüber denjenigen ein, die noch nicht so oder in der Art und Weise etwas über HipHop wissen und in der aufgeschlüsselten Präsentation einen Zugang zu Musik und den Verbindungen bekommen. Daraus resultiert eine Anspruchshaltung, die sich nicht mehr und nicht weniger als eine Fortführung des Anspruchs verstehen lässt, wie sie der Rapper KRS One: „Remember you must learn!“ (KRS One *MC's Act Like They Don't Know*, 1995, Jive) immer wieder deutlich macht.

Staudachers Sprechstil und Aussprache sind mit wenigen Dialekteinsprengseln eher der gemäßigten Standardsprache zuzuordnen, ohne dass sie in die Umgangssprache verfällt. Das ermöglicht eine Offenheit des Sprechens, die den Bezug zu sich selbst nicht als solipsistisch oder egozentrisch erscheinen lässt. Lemke (2020, o. S.) schreibt in der einschätzenden Beschreibung hierzu: „Vom Moderieren hatte Staudacher keinen blassen Schimmer, er redete einfach drauf los. Das Motto: Learning by Doing“. So gibt es keine Gute-Laune-Komik, wie sie oft in Morningshows zu hören ist, weil man auf der Ebene der Erwartungserwartung glaubt, lustig sein zu müssen (vgl. Hoffmann 2014; Finke 2019). Das erhöht beim *Say-Say*-Hören die Glaubwürdigkeit und repräsentiert eine für die Hörerschaft durchaus anschlussfähige Haltung. Es ließe sich noch ergänzen, dass das Moderieren oft einem selbstvergewissernden Sprechen nahekam, was beim Hören dann so wirkt, als ob Staudacher sich jetzt selbst fragt, ob er das jetzt gerade richtig mache oder er gerade nicht genau wisse, was denn heute wieder los sei, weil er sich mittlerweile das dritte Mal versprochen habe. Gleichzeitig gibt es hörbar ein ‚fluffiges Mittrappen‘ bei offenem Mikrofon oder geteilte Erinnerungen an Titel, die emotional miteinander verknüpft sind. Beispielsweise während einer Abmoderation des Titels von Gang Starr *Discipline*, bei dem *Total* gefeatured wurde und Staudacher in dem Zusammenhang einfiel, dass man ja mal wieder von Mase *What you want* spielen könne, weil bei diesem ja auch *Total* gefeatured wurde. Beide Titel liegen zudem zeitlich eng beieinander: Mase‘ Single kam 1997 heraus, die Kollaboration mit Gang Starr 1999. Versprecher, persönliche Vorlieben oder die interessegeleitete Musikauswahl und Anekdoten produzieren eine Nähe zur Hörerschaft, die eine große Bindungskraft aufweist. Dabei geht es nicht um Massenkompatibilität, sondern um einen explizit artikulierten, realisierten Qualitätsanspruch.

Beide Moderatoren haben entsprechende Routinen entwickelt. So beginnt Staudacher oft nach den Nachrichten mit einem langgezogenen „Gooooood Morning“,

das von einem orchestral aufsteigenden Dur-Musiksample begleitet und mit einem „Moin aus Hamburg“ ergänzt wird. 12 Finger Dan hingegen beginnt seine Moderationen zumeist mit einem „Was geht ab, liebe Leute“, ebenso haben sich die Abschlüsse von (fertig produzierten) Beiträgen oder von der Sendung an sich bei beiden Moderatoren in Redeweisen verfestigt: „Ich bin draußen, mein Name ist 12 Finger Dan, bis zum nächsten Mal, Ciao Raggazzi.“ oder von Staudacher: „Haudi Gaudi und bleibt soulful.“

9 Schlussbemerkung

Der vorliegende Beitrag hat sich allgemein mit Radio als einem Programmangebot und konkret mit dem Hamburger Radio *Say Say – Soulful HipHop Radio* als Nischenprogramm beschäftigt. Es ging dabei weniger um eine rezeptionsorientierte, linguistische oder sprechwissenschaftliche Analyse, vielmehr lag der Fokus auf dem Programm, um eine als notwendig erscheinende Perspektivkonturierung einbringen zu können. In dem Zusammenhang fällt auf, dass auch die Auseinandersetzung mit Musik in Forschungen zum Radio deutlich zu kurz kommt. Radio in seiner grundständigen Unterscheidung zwischen Einschalt- und Begleitprogrammen zu begreifen, wird der Veränderung von Radio in einer digitalen Medienumgebung nicht mehr gerecht, gerade wenn es um Aspekte wie Hörerbildung und Community-Building geht.

Die Morningshow, beziehungsweise der Zeitraum von 06.00 bis 10.00 Uhr, ist in Deutschland eine der Hauptnutzungszeiten von Radio (vgl. Finke 2019). Und aus Gründen von Nutzungsgewohnheiten wechseln Hörer*innen, wenn sie sich einmal entschieden haben, Sender nicht mehr allzu häufig. Das hat etwas mit der Ansprechhaltung der Sender zu tun, mit der Musikauswahl, dem Mood-Management, der Aufbereitung von Informationen in ihrer Breite und in ihrer Tiefe und natürlich ebenfalls mit der eigenen Radiosozialisation und den sich entwickelnden Vorlieben der Hörer*innen. Entsprechend hat *Say Say* die Morningshow als sein Flaggschiff ausgebaut. Verschiedene Programmelemente – wie das Sample des Tages – gestatten eine vorerst noch theoretische Überlegung, nämlich Aspekte informeller Bildungsprozesse beim Radiohören anzusiedeln. Intermediale Vernetzungen durch Webseiten, soziale Medien und Datenbanken heben so das transitorische Moment des Radiohörens auf und ermöglichen es, Wissens Elemente diskursiv zu verankern. Dies wäre im Sinne eines ‚Educated Radios‘ weiter zu denken und auszubauen.

Was hier als eine Ausnahme in der deutschen Radiolandschaft wahrgenommen wurde, ließe sich als radiophone Verknüpfung einer Hingabe zur Musik, zur Hip-Hop-Kultur beschreiben und zudem als ein Versuch, in einer spezifisch medialen Form eine kulturelle Multiplikatorenrolle zu besetzen. Eingebunden ist dies in ein ökonomisches Modell, das sowohl auf Werbung als auch auf eine Community setzt, die das goutiert und wertzuschätzen weiß. Anders als ‚klassische Radiosender‘, die eine Programmschiene mit ‚Black Beats‘ (bspw. MDR Sputnik) im regulären Programm anbieten und sich dabei stärker an Mainstream und Charts orientieren, ist die Musik auf *Say Say* zentral mit dem Claim „Soulful Radio“ verknüpft. Es gibt eine hohe Identifikation der Macher*innen sowohl mit der Musik als auch mit einer Haltung, die über eine reine Musikpräsentation hinausgeht. Die mediale Artikulation und Repräsentation des (Musik-)Programms bei *Say Say* stellt eine Dopplung über die diskursive Thematisierung dar: Radio in seiner pluralen Funktionalisierung als alltägliches Medienangebot sowie als ein Brückenschlag in eine andere (Musik-)Kultur.

Literatur

- ALM (Hg.) (2020): Digitalisierungsbericht Audio. <https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/digitalisierungsbericht-audio/digitalisierungsbericht-audio-2020> (11.03.2021)
- Bose, I. (Hg.) (2015): Radio, Sprache, Klang. Frankfurt a. M. u. a. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Bugiel, L. (2021): Musikalische Bildung als Transformationsprozess. Zur Grundlegung einer Theorie. Bielefeld.
- Finke, C. L. (2019): Senderidentität und Alltagsästhetik. Berlin.
- Häusermann, Jürg (1998): Radio. Tübingen.
- Hess-Lüttich, E. W. B. (2009): Textsorte Moderation. Zu ihren kommunikativen Funktionen in Berner Lokalradio-Sendungen. In: Adamzik, K. / Krause, W.-D. (Hg.) (2009): Text-Arbeiten. Textsorten im fremd- und muttersprachlichen Unterricht an Schule und Hochschule Tübingen, S. 193–210.
- Hoffmann, J. (2014): Die Anforderungen eines Personality-Show Moderators im Internetradio. Bachelorarbeit FH Mittweida. https://monami.hs-mittweida.de/frontdoor/deliver/index/docId/3965/file/BA_Hoffmann_Jonna_AnforderungenPersonality.pdf (11.03.2021)
- Klingler, W. (2017): Radioformate. In: Hecken, T. / Kleiner, M. S. (Hg.) (2017): Handbuch Popkultur. Stuttgart, S. 135–138.
- Krekow, S. / Steiner, J. (Hg.) (1999): Bei uns geht einiges. Die deutsche HipHop-Szene. Berlin.
- Kugelberg, J. (2007, 2010): Born in the Bronx. Die Anfänge des Hip Hop. Hamburg.

- Lemke, T. (2020): Wie ein erfolgreicher Anwalt seinen Job kündigte, um einen Hip-Hop-Radiosender zu starten. In: Business Punk. <https://www.business-punk.com/2020/06/wie-ein-erfolgreicher-anwalt-seinen-job-kuendigte-um-einen-hip-hop-radiosender-zu-starten/> (11.03.2021)
- Nieswandt, H. (2017): Radio-DJs. In: Hecken, T. / Kleiner, M. S. (Hg.) (2017): Handbuch Popkultur. Stuttgart, S. 129–132.
- Passman, A. (1971): The Deejays. How the tribal chieftains of radio got to where they're at. New York.
- Rappe, M. (2017): Hip-Hop. In: Hecken, T. / Kleiner, M. S. (Hg.) (2017): Handbuch Popkultur. Stuttgart, S. 113–118.
- Sandkühler, H. J. (2009): Kritik der Repräsentation. Einführung in die Theorie der Überzeugungen, der Wissenskulturen und des Wissens. Frankfurt a. M.
- Schopp, T. (2014): Eine Klanggeschichte der Diskjockey-Show im US-amerikanischen Radio von 1930 bis 1970. Oldenburg.
- Toop, D. (1992): Rap Attack #3. Höfen.

Internetquellen

- BigFM: <https://www.bigfm.de> (11.03.2021)
- BMRadio.de: <https://www.bmradiode.de> (11.03.2021)
- <https://www.youtube.com/watch?v=t57eecFyyLg> (11.03.2021)
- Jam Fm: www.jamfm.de (11.03.2021)
- KISS FM: <https://www.kissfm.de> (11.03.2021)
- N90 4..Beat: <https://www.n904beat.de/index.php> (11.03.2021)
- PELI ONE: <https://umzug.radiohelden.de/peli-one-home/> (11.03.2021)
- Sat1 regional: Warum ein erfolgreicher Anwalt hinschmiss. 07.11.2019,
<https://www.youtube.com/watch?v=t57eecFyyLg> (11.03.2021)
- Say Say – Soulful HipHop Radio: <https://say-say.de> (11.03.2021)
- Shake!FM: <https://www.shakefm.de> (11.03.2021)

Sprach- und Sprechstil von Radionachrichten als advance organizer

Heiner Apel, Aachen / Anna Schwenke, Greifswald

Radionachrichten als Prototyp sachlich-informierender Gebrauchstexte werden innerhalb weniger Sekunden nicht nur als Nachrichten, sondern auch als Nachrichten eines bestimmten Sendeformats erkannt. Grund dafür ist, dass sich im Laufe des radiokulturellen Wandels Formulierungs- und Darstellungsprinzipien etabliert haben, welche die Besonderheiten des auditiv wahrnehmbaren Mediums berücksichtigen sowie gleichermaßen sender- und formatspezifisch variabel gedeutet sowie umgesetzt werden. Darauf aufbauend kann die sprach- und sprechstilistische Gestaltung von Nachrichten nach Göpferich (2006) als advance organizer angesehen werden, der beim Erfüllen rezipientenhäurer Erwartungen die Verständlichkeit der Nachrichten erhöhen kann. Anhand aktueller Ergebnisse sprechwissenschaftlicher Hörverständlichkeits- und Sprechstilforschung (Apel 2018; Schwenke 2020) wird im vorliegenden Artikel das advance organizer-Prinzip anhand von Radionachrichten diskutiert, insbesondere im Hinblick auf radio-rhetorische Fragen nach Angemessenheit, Zielgruppenorientierung und Wiedererkennbarkeit. Abschließend werden Untersuchungsfragen formuliert, die konkrete Anknüpfungspunkte für Folgearbeiten darstellen. Damit wird das sprechwissenschaftliche Feld für eine umfassende Beschreibung und systematische Auseinandersetzung mit sprach- und sprechstilistischen Merkmalen authentischer Radionachrichten umrissen.

1 Verständlichkeitsoptimierung vs. Formatspezifik und Wiedererkennbarkeit

Ausgangspunkt dieses Beitrags sind Überlegungen von Göpferich zur Verständlichkeitsoptimierung von Texten. Göpferich (2006, 160 f.) führt aus:

„Ein mentales Konventionsmodell steuert [...] bei einem Rezipienten, der mit der Textsorte zumindest rezeptiv vertraut ist, auch die Informationsaufnahme aus dem Text und damit das Verstehen. Das mentale Konventionsmodell fungiert als eine Art advance organizer [...], der es dem Rezipienten erleichtert, die Informationen, die er aufnimmt, in einen Zusammenhang zu bringen, es steuert seine Erwartungen

zu dem, was im Text als nächstes behandelt wird, und auch zur Art der Versprachlichung (Stil, Fertigstücke, Terminologie etc.), in der dies geschieht“ [Hervorhebung i. O.].

Der Begriff des advance organizers wurde von Ausubel (1960) im Rahmen der Erforschung des Lernens durch Texte eingeführt. Das Konzept, das dem advance organizer zugrunde liegt, beschreibt er folgendermaßen: „learning and retention of unfamiliar but meaningful verbal material can be facilitated by the advance introduction of relevant subsuming concepts (organizers)“ (ebd., 267). Ballstaedt (1997, 23) bezeichnet daran anknüpfend den advance organizer als eine Art „kognitive Vorstrukturierung“, die „bei den Adressaten Vorwissen [aktiviert] und [...] eine begriffliche Brücke [schlägt] zwischen alten und neuen Informationen“. D. h. durch eine kognitive Vorstrukturierung wird versucht, das Vorwissen der Rezipient*innen mit den neu vermittelten Inhalten in Verbindung zu bringen. Wenn nun das „mentale Konventionsmodell“ – wie es Göpferich (2006, 160 f.) vorschlägt – als kognitive Vorstrukturierung fungieren soll, bedeutet das, dass Rezipient*innen, wenn sie eine bestimmte Textsorte erkennen, spezifische Textsorten-Konventionen bzw. Textsorten-Schemata mental aufrufen und somit eine charakteristische **Rezeptionserwartung** an diese Texte entwickeln (vgl. ebd.). Mentale Konventionsmodelle können dabei z. B. „Schemata zur konventionellen Gliederungsstruktur von Textsorten, der sog. Makrostruktur, zu textsortenspezifischen standardisierten Formulierungen (syntaktischen Fertigstücken oder Textversatzstücken) [umfassen]“ (ebd.). Solche Konventionsmodelle sind jedoch nicht allein auf schriftliche Texte beschränkt, sondern können natürlich ebenso in mündlicher Form, z. B. die Realisierung einer konkreten prosodischen Gestaltung betreffend, oder ggf. in nonverbaler Kommunikation auftreten.

Bezogen auf Radionachrichten heißt das, dass Nachrichtenhörer*innen ebenfalls Rezeptionserwartungen an die Gestaltung der Nachrichten eines vertrauten Senders bzw. eines gewohnten Sendeformats haben. Werden diese Erwartungen erfüllt und entsprechen die Nachrichten den vertrauten Hörmustern, wird das Verstehen der Nachrichten erleichtert (vgl. ebd., 161). Werden die Rezeptionserwartungen allerdings nicht erfüllt, indem die Nachrichten anders als gewohnt gestaltet sind (z. B. anders geschrieben, gesprochen oder strukturiert), kann das Verstehen der Nachrichten erschwert werden. Göpferich (ebd.) erklärt dies damit, dass

„mentale Konventionsmodelle so lange im Unterbewußtsein des Rezipienten bleiben und damit auch keine Verarbeitungskapazität im Arbeits- bzw. Kurzzeitgedächtnis beanspruchen, wie sie in dem Text, den er rezipiert, eingehalten werden.

Verstöße gegen sie hingegen enttäuschen die Erwartungen des Rezipienten, was dazu führen kann, daß das jeweilige mentale Konventionsmodell in Auszügen in das Bewußtsein des Rezipienten ‚geladen‘ wird und somit *top-down*-Prozesse in Gang kommen, die beispielsweise zu Interpretationsversuchen für diese Konventionsverstöße führen“ [Hervorhebung i. O.]

Diese Überlegungen korrespondieren mit den Ergebnissen der Studie von Finke (2019, 305 ff.), die sich mit Radiomoderationen in der Primetime beschäftigt hat und festhält, dass in den Moderationen bestimmte Muster realisiert werden, die zwar einen gewissen (sender-)individuellen Stil ausprägen und kleine Überraschungen im Sendeverlauf bieten, sich jedoch senderübergreifend stark ähneln. So ergibt sich eine formatspezifische Konventionalität der Moderationen, die zum einen von Produzentenseite aus gewollt ist und zum anderen von Seiten der Hörer*innen erwartet wird (ebd., 316 f.): In den Moderationen „soll Alltag präsentiert werden, der grundsätzlich keine ‚Zumutungen‘ bereithält, sondern eher ‚harmlos‘ anmutet. [...] Im Vordergrund stehen damit Durchhörbarkeit, Einstimmung auf den Tag und Sicherheit in der **Erwartbarkeit**“ [Hervorhebung d. A.] (ebd., 318).

Allerdings – und dies betrifft das Spannungsfeld, das der vorliegende Artikel umreißt – stellt diese Rezeptionserwartung an die Gestaltung von Radionachrichten für das Ziel der Verständlichkeitsoptimierung auch ein Problem dar. Mittlerweile haben sich im Rahmen der relativ langen Auseinandersetzung mit der Produktion verständlicher Nachrichten (vgl. z. B. Böhm et al. 1972; Straßner 1975; Lutz / Wodak 1987; Hardt-Mautner 1992; Kindel 1998; Gutenberg 2005; Apel 2018) Regeln und Konventionen einer verständlichen Nachrichtensprache und eines verständlichen Nachrichtensprechens herausgebildet. U. a. mündeten die Überlegungen zu verständlichen Nachrichten in das Projekt zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg und des MDR Radio Sachsen-Anhalt (vgl. Bose 2009; Bose et al. 2011). Die formulierten Regeln haben schon seit längerem Eingang auch in die Ausbildung von zukünftigen Journalist*innen gefunden (vgl. z. B. Immel 2014; Schwiesau / Ohler 2016).

Problematisch daran ist nun, dass sich die Konventionen einer verständlichen Nachrichtengestaltung in überwiegendem Maße auf **textinterne** Faktoren beziehen, d. h. auf sprachliche und sprecherische Faktoren der Nachrichten (vgl. Schwiesau / Ohler 2016, 99 ff.). **Textexterne** Faktoren wie z. B. Adressatenkreis, Sender, kommunikative Funktion sowie mentales Konventionsmodell der Rezipient*innen werden aber bei der Verständlichkeitsoptimierung häufig außer Acht

gelassen (vgl. Apel 2018, 118 ff.). Dem Karlsruher Verständlichkeitsmodell folgend (vgl. Göpferich 2006, 154 ff.) spielt die Berücksichtigung solcher textexterner Faktoren jedoch schon bei der Produktion von verständlichen Texten eine wesentliche Rolle. D. h. es kann sein, dass Nachrichten in einer verständlichkeitsoptimierten Realisierung mit den Rezeptionserwartungen der Hörer*innen eines spezifischen Senders konfligieren und somit trotz einer an Verständlichkeitsregeln orientierten Nachrichtengestaltung dennoch von den Rezipient*innen nicht als verständlich eingeschätzt werden. Beispielsweise kann für die Stammhörer*innen eines spezifischen Senders eine eher komplexe sprachliche Gestaltung, welche die Seriosität der Nachrichten betont, aufgrund der Gewöhnung an diese formatspezifische Realisierung verständlicher sein als eine zwar einfacher geschriebene, jedoch ‚moderner‘ anmutende Nachrichtensendung mit vielen musikalischen Elementen und dialogischen Einspielern eines anderen Senders.

Wenn wir hier nun grundlegend fragen, ob der Sprach- und Sprechstil von Radionachrichten als *advance organizer* für das mentale Konventionsmodell von Rezipient*innen dienen kann, dann kann demzufolge die Antwort nur lauten: sowohl ja als auch nein. Ja, weil die sprachliche und sprecherische Gestaltung von Nachrichten einen Faktor des mentalen Konventionsmodells der Rezipient*innen eines Radiosenders darstellt und wenn der erwartete Nachrichtensprach- und Sprechstil realisiert wird, dieser als kognitive Vorstrukturierung verständlichkeitsfördernd wirken kann. Nein, weil es bei Veränderungen des Sprach- und Sprechstils von Radionachrichten bspw. aus Gründen der Verständlichkeitsoptimierung zu einer Nicht-Erfüllung der Rezeptionserwartung der Rezipient*innen kommen kann und demzufolge die stilistische Gestaltung der Nachrichten nicht mehr als *advance organizer* und Verständlichkeitsunterstützung wirkt. Hieraus entsteht ein Spannungsgefüge aus 1. den allgemeinen Konventionen der Nachrichtengestaltung wie sie z. B. Burger / Luginbühl (2014, 255 ff.) beschreiben, 2. einer format- bzw. senderspezifischen Realisierung dieser konventionalisierten Gestaltung mit Wiedererkennungswert und 3. den Anforderungen, welche die Standards der Nachrichtenproduktion an eine möglichst verständliche Nachrichtensprache sowie ein möglichst verständliches Nachrichtensprechen stellen.

In den kommenden Abschnitten möchten wir folgende Fragen aufwerfen:

- Wird der Sprechstil von Radionachrichten von Hörer*innen sender- bzw. formatspezifisch erkannt und zugeordnet (was ein deutliches Indiz für ein mentales Konventionsmodell ist, das ausschließlich den Sprechstil von Radionachrichten betrifft)? (Abschnitt 2)

- Welche Möglichkeiten haben Sender unterschiedlicher Formate, um eine inhaltlich gleiche Meldung sprachlich unterschiedlich zu verfertigen (was ein Hinweis auf eine sender- bzw. formatspezifische Konvention in der Nachrichtensprache wäre)? (Abschnitt 3)
- Welche weiteren Gestaltungsmöglichkeiten der Nachrichtenrealisierung gibt es, die als Einflussfaktoren für eine verständliche Gestaltung der Nachrichten genutzt werden könnten (was als Ausblick auf Anschlussuntersuchungen zu verstehen ist)? (Abschnitt 4)

Die folgenden Aussagen und Darstellungen (v. a. in Abschnitt 2) beziehen sich auf ein speziell designedes und umfassend beschriebenes quasiauthentisches Testmaterial, das im Rahmen des Forschungsprojekts zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg entwickelt wurde (vgl. Bose et al. 2011). Radiojournalist*innen haben zwei realistische Textvarianten einer thematisch fiktiven Nachrichtensendung geschrieben: eine leicht und eine schwer verständliche Testsendung. Diese wurden von zwei Sprecherinnen und zwei Sprechern unter Anleitung gesprochen, um den Einfluss des Zusammenhangs von Sprach- und Sprechfassung auf das Behalten und Verstehen der Nachrichten empirisch zu untersuchen (vgl. Apel 2018). Außerdem wurden die Testsendungen von Nachrichtensprecher*innen verschiedener Sender und Formate gesprochen; 66 dieser Sprechversionen liegen der Beschreibung der Ausprägungen eines formatspezifischen Sprechstils zugrunde (vgl. Schwenke 2020).

2 Ausprägungen eines formatspezifischen Sprechstils als advance organizer

In der Auseinandersetzung mit gesprochenen Radionachrichten verweist der Sprechstilbegriff aus sprechwissenschaftlicher sowie radiorhetorischer Sicht auf die Besonderheiten sprecherisch-stimmlicher Merkmale sowie den Einsatz sprechtechnischer Mittel – mit Fokus auf der Wahrnehmung formatabhängiger Unterschiede. Bei der Verwendung des Stilbegriffs wird davon ausgegangen, dass Stil holistisch (vgl. Sandig 2006) sowie absichtsvoll-rhetorisch ist (vgl. Fix 2007) und kreative Gestaltungsmöglichkeiten bietet (siehe ausführlich Schwenke 2020, 168 ff.). Grundsätzlich wird in Anlehnung an Bose (2013, 155) davon ausgegangen, dass Radionachrichten als medienbezogene Kommunikationsformen „intentional auf Wirkung ausgerichtet“ sind, „auf gelernten Mustern“ basieren sowie „als Produkt rhetorischer techné“ gelten. Für die Analyse journalistischer Darstel-

lungsformen wie Radionachrichten im Allgemeinen und die Beschreibung formatspezifischer Sprechstile im Besonderen bieten sich drei wissenschaftliche Zugriffsmöglichkeiten an: Produzent*innenperspektive, Produktanalyse und Rezipient*innenperspektive.

Insbesondere durch die Verbindung dieser drei Perspektiven können die Rhetorizität von Radionachrichten sowie die Ausprägungen eines formatspezifischen Sprechstils deutlich gemacht werden: Ausgerichtet auf eine vorher definierte Zielgruppe und orientiert an bestimmten formalen Vorgaben mündet ein absichtsvoller Gestaltungsprozess final in das Medienprodukt Radionachrichten. Dafür lässt sich ein definierter Nachrichtensprechstil beschreiben, welcher hörbar wird, an definierten Merkmalen beschreibbar ist und damit nicht nur von anderen massenmedial vermittelten Darstellungsformen im Radio abgegrenzt werden kann, sondern auch eine Untergliederung in nachrichtliche Subtypen möglich macht (siehe unten). Rezipient*innen sind wiederum in der Lage, sprecherische Ereignisse von anderen zu unterscheiden und diese damit als stilbildend wahrzunehmen und zu benennen.

Um diese triadische Beschreibung des Sprechstils, d. h. die Beschreibung aus allen drei Perspektiven möglich zu machen, wurden bestimmte Untersuchungsmethoden kombiniert (vgl. Schwenke 2020, 216 ff.):

- **Auditiv-akustische Analyse:** Auf Grundlage des Testmaterials des Forschungsprojekts zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (vgl. Bose et al. 2011) wurden 66 Sprechversionen erhoben: 31 Sprecher*innen haben die einfach geschriebene Testsendung N1 gesprochen und 35 die kompliziert geschriebene Testsendung N2. Die 66 Sprechversionen wurden nach Gliederungs- und Akzentuierungsmerkmalen, Sprechtempo und Pausengestaltung sowie Grundfrequenz analysiert.
- **Schriftliche Befragung von Nachrichtensprecher*innen:** Nach dem Sprechen einer der Textvarianten wurden die Sprecher*innen gebeten, einen Fragebogen auszufüllen. Insgesamt wurden 93 Sprecherfragebögen zur Aufnahmesituation, zur Einschätzung der Textvarianten (Sprechbarkeit, Realitätsnähe) sowie zum Arbeitsalltag und zu Idealen bei der Vorbereitung und Sprechen von Nachrichtentexten erhoben.
- **Hörexperiment mit schriftlicher Befragung:** Im abschließenden Untersuchungsschritt wurde ein Experiment zur hörerseitigen Identifikation des Formatbezugs durchgeführt. 160 Hörer*innen haben ausgewählte Beispiele

von Sprechversionen der Textvariante N2 bestimmten Vorgaben zugeordnet (Organisationsform: Privatsender, öffentlich-rechtlicher Sender; Format: Info, Kultur, Unterhaltung, Sonstiges; Zielgruppe: Jugendsender, Sender für Senioren, Sonstiges) und ihre Zuordnung begründet (z. B. Stimmklang, Sprechtempo, Wirkung) (zur Konzeption des Experiments und zur Fragebogenerstellung vgl. Schwenke 228 ff.).

Mithilfe dieser Methodenkombination und anhand der ermittelten Daten werden die folgenden Fragen für den Zusammenhang des advance organizer-Prinzips mit dem Sprechstil von Radionachrichten aufgegriffen und bearbeitet:

- Erwartungshaltungen und Idealvorstellungen: Welche Erwartungen haben Hörer*innen? Was sind Idealvorstellungen von Sprecher*innen?
- Angemessenheit von Radionachrichten: Was bedeutet eine angemessene Präsentation von Nachrichten?
- Einfluss von Nachrichtensprechstilen auf die Wiedererkennbarkeit von Sendeformaten: Lassen sich Grundtypen definieren, die als advance organizer fungieren (könnten)?

2.1 Erwartungshaltungen und Idealvorstellungen in Bezug auf Radionachrichten

Die Aussagen darüber, was **Hörer*innen** von Radionachrichten erwarten, ist dem Hörexperiment entnommen, in dem 160 Proband*innen unterschiedliche Hörbeispiele des Korpus aus 66 Sprechversionen mit identischer Textgrundlage bestimmten Formatvorgaben zugeordnet haben. Das Hörexperiment endete mit der offenen Frage danach, wie Nachrichten sein sollten. Hörerin 113 hat dies beispielsweise so beantwortet:

„Mit gemäßigter Betonung; von einer fröhlichen, warmen Stimme gesprochen; Aussprache sollte nicht gewollt verstellt werden (übermäßige Betonung, langziehen von Wörtern etc.).“

Insgesamt haben 110 Proband*innen diese Frage beantwortet; es liegen 345 Einzelnennungen vor, die für eine Gesamtübersicht zunächst geclustert und unter 33 Schlagwörtern zusammengefasst wurden. Dargestellt sind die Schlagwörter als Wortwolke mit der Open-Source-Software word-it-out (vgl. Schwenke 2020, 337; siehe Abbildung 1):

nieren oder konfliktieren, wenn es um Aspekte hörverständlicher Präsentation geht.

Die Aussagen darüber, was **Sprecher*innen** als Idealvorstellung formulieren, sind der Sprecher*innen-Umfrage entnommen, die im Anschluss an das Einsprechen der Testsendung erfolgte. U. a. wurde gefragt, was beim Nachrichtensprechen als besonders wichtig bewertet wird (vgl. Schwenke 2020, 225). Diese offene Frage haben 80 der 84 befragten Sprecher*innen mit 198 Nennungen beantwortet, die anschließend fünf Kategorien zugeordnet werden konnten (Hörerorientierung, hörverständliches Sprechen, Textfluss, Atmosphäre und Sendebedingungen; vgl. ebd., 278). Insbesondere diejenigen 145 Aussagen von 54 Sprecher*innen, die in die Kategorien Hörerorientierung, hörverständliches Sprechen und Textfluss fallen, referieren auf Idealvorstellungen des Nachrichtensprechens. In Abbildung 2 sind diese Aussagen als Schlagwörter geclustert in einer Wortwolke dargestellt.



Abb. 2: Idealvorstellungen von Sprecher*innen an das Nachrichtensprechen (vgl. Schwenke 2020, 335)

Deutlich wird, dass es den Sprecher*innen v. a. um die hörverständliche Präsentation der Meldungen geht: *Verständlichkeit* wurde mit 18 Nennungen am häufigsten genannt, welche z. B. erreicht wird durch *exakte Betonung*, *verständlich gliedern*, *Deutlichkeit* und *gemäßigtes Tempo*, um das *Zuhören [zu] erleichtern*. Daneben wurde auch die *Hörerbindung* (6 Nennungen) explizit genannt und eigene gaben an, dass es auch darum geht, die *Nachrichten [zu] erzählen* und

sprechdenkend vorzutragen (6 Nennungen), d. h. „selbst den Sinn begriffen haben“ (Sprecher 11, Jugendsender). Sprecher 22 (Infosender) hielt fest: „Alles muss durch meinen Kopf, damit ich gut gliedern kann und das flüchtige Wort auch beim Hörer ankommt.“. Dies deutet darauf, dass sich die Idealvorstellungen nicht ausschließlich auf das bloße Verlautlichen der Nachrichtentexte beziehen. Vereinzelt wurde auf metaphorische oder dramaturgische Elemente verwiesen: z. B. „formatspezifische, textsortenspezifische Anmutung“, „Glaubwürdigkeit“, „Dramatik“, „Relevanz“ oder „angenehmer Gesamteindruck“ (einzelne Nennungen). Einige Sprecher*innen haben sich auch explizit auf *Freundlichkeit* und *Natürlichkeit* der Nachrichtenpräsentation bezogen, die einem Eindruck von *Seriosität* (4 Nennungen) und *Kompetenz* jedoch nicht widersprechen sollen.

2.2 Angemessenheit der sprecherischen Präsentation von Nachrichten

Zur Beantwortung der Frage nach der Angemessenheit verschiedener sprecherischer Präsentationsmöglichkeiten von Nachrichten wurden die erhobenen Sprechversionen zunächst mit sprechwissenschaftlichen Angemessenheitsvorstellungen verglichen, die als sog. Partiturfassungen innerhalb des Forschungsprojekts zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten entwickelt wurden und Hinweise zu Akzent- und Gliederungsstellen liefern (vgl. Bose et al. 2011, 41 ff.). Die Anlage dieser Partiturfassungen erfolgte aufgrund sprechwissenschaftlicher Hypothesen zum Schreiben und Sprechen von Radionachrichten (vgl. Gutenberg 1994, 28 f.): Die Partitur P1 ist als Idealversion und die Partitur P2 als größtmögliche Abweichung vom Ideal erstellt worden. Damit sind beide Partiturfassungen als extreme Vorlesevorgaben zu verstehen, die zur kritischen Prüfung sprechwissenschaftlicher Angemessenheitsvorstellungen dienen: Geprüft wurde, ob die Gesamtheit der Sprechversionen von N1 und N2 eher mit P1 oder eher mit P2 korrespondiert. Es zeigt sich, dass sowohl die Sprechversionen von N1 als auch von N2 im Durchschnitt nicht mit den sprechwissenschaftlichen Idealsprechversionen (N1.P1 und N2.P1) übereinstimmen: Die Sprechereinheiten sind im Durchschnitt deutlich länger, als es die sprechwissenschaftlichen Idealfassungen vorsehen. Auch die Akzentuierung weicht stark von der Idealvorstellung ab; jedoch tritt das vermutete Ausmaß an Akzenthäufungen der Partitur P2 nicht ein (vgl. ausführlich Schwenke 2020, 320 ff.):

Textvariante vs. Partitur	N1*	N1.P1	N1.P2	N2*	N2.P1	N2.P2
<i>*für N1 und N2 Angabe der Durchschnittswerte der Sprechversionen</i>						
Anzahl der Sprechereinheiten	45	75	54	44	77	51
Mittlerer Umfang der Sprechereinheiten (in Silben)	16,6	8,8	13,5	22,0	12,3	17,9
Akzentanzahl	175	75	215	184	77	247
Mittlere Akzentanzahl pro Sprechereinheit	3,9	1	3,9	4,3	1	4,7
Mittlerer Akzentabstand (in Silben)	4,2	9,9	3,4	5,2	12,3	3,8

Tab. 1: Basisdaten der Sprechversionen N1 und N2 im Vergleich mit den Partiturfassungen

Auf Grundlage dieser Daten könnte man davon ausgehen, dass die Sprecher*innen die sprechwissenschaftlichen Angemessenheitsvorstellungen an hörverständliche Nachrichten im Durchschnitt nicht erreichen. Diese Schlussfolgerung greift aber nicht nur deshalb zu kurz, weil es durchaus Sprechversionen von N2 gibt, die der Idealversion P1 sehr nahekommen bzw. es Sprecher*innen gelungen ist, den Text im Sinne sprechwissenschaftlicher Idealvorstellungen hörverständlich zu präsentieren (abhängig von der sprecherischen Erfahrung und dem jeweiligen Ausbildungsstand; vgl. Schwenke 2020, 323 ff.).

Vielmehr verweisen die „Abweichungen“ auf die Möglichkeit einer formatabhängigen Deutung der Datenlage. Denn insbesondere in der Ausrichtung eines Senders auf eine anvisierte Hörergruppe lässt sich die Frage nach der wahrgenommenen Angemessenheit (*aptum*) stellen, die durch die Gestaltung formatspezifischer Realisierungsformen als relationale Kategorie zu verstehen ist (vgl. Schwenke 2020, 160). Sicherlich endet die Gestaltungsfreiheit dort, wo dem Anspruch an verständliches und objektives Informieren als Grundfunktion von Nachrichten nicht mehr entsprochen werden kann (vgl. ebd., 28 ff. und 40 ff.). Innerhalb dieses Rahmens ist aber ein gewisser Spielraum gegeben und Angemessenheitsvorstellungen zeigen sich als verhandelbar: Das Radionachrichtenprodukt wird durch die Themenauswahl und die sprachliche Gestaltung sowie durch die Nutzung von Klang- und Musikelementen sender- und formatabhängig designt (siehe Abschnitte 3 und 4). Vor dem Hintergrund radiomarktwirtschaftlicher Entscheidungen lässt sich für die Interpretation der dargestellten Daten demnach auch fragen, inwieweit die erhobenen Sprechversionen, die ohne Vorgaben und ohne Anwesenheit der Untersucherin am individuellen Arbeitsplatz der Sprecher*innen entstanden sind, unter dem Eindruck senderinterner Angemessenheitsvorstellungen standen.

Die Kontrastierung der Sprechversionen mit den sprechwissenschaftlichen Idealvorstellungen (Partiturfassungen) stellt(e) daher die grundlegende Zugangsmöglichkeit dar, um Hörverständlichkeit von Radionachrichten zu verorten und um zunächst zu prüfen, inwieweit sich die präskriptiven Vorgaben empirisch validieren lassen. So konnte für den Einfluss der Textgrundlage auf die sprecherische Präsentation nachgewiesen werden, dass der leicht verständlich geschriebene Text N1 (in Umfang und Dauer) deutlich kürzere Sprechseinheiten provoziert als der kompliziert geschriebene Text N2 (vgl. Schwenke 2020, 239). Für die Akzentverteilung und -anzahl lässt sich nicht nur nachweisen, dass diese Parameter wenig bis gar nicht von der Textgrundlage beeinflusst werden (ebd., 244 f.), sondern auch, dass sich die Sprechversionen von N1 und die Sprechversionen von N2 so sehr in ihrer Akzentstruktur gleichen, dass von einem nachrichtentypischen, textunabhängigen und stabilen Akzentverteilungsmuster ausgegangen werden muss (ebd., 249).

Ein klarer Hinweis darauf, dass Regeln zum hörverständlichen Sprechen formatspezifisch interpretiert und hörerorientiert variiert werden, zeigt sich insbesondere in der Pausenzeitgestaltung und in der mittleren Sprechstimmlage sowie dem Sprechtonhöhenumfang:

- Nachweisbar ist eine formatspezifische **Pausengestaltung** bei nachrichtentypisch hohen Artikulationsraten, d. h. die Auswertung und der Vergleich der reinen Sprechzeit exklusive Pausen machen keinen formatabhängigen Unterschied deutlich, wohl aber die Analyse der Pausenzeit und -verteilung, welche sich als klare substilbildende Merkmale zur Formatabgrenzung beschreiben lassen: Die beteiligten Sprecher*innen von Info- und Servicesender realisieren häufigere und längere Pausen als die Sprecher*innen von Jugend- und Privatsendern (ebd., 256).
- Formatunterschiede lassen sich auch für die Parameter **Sprechtonhöhe** und **Tonhöhenumfang** als Marker für „Seriosität“, „Jugendlichkeit“ und „Attraktivität“ beschreiben: Beobachtet werden können tiefe Frauenstimmen bei Infosendern, relativ hohe Männerstimmen bei Jugendsendern und „spezielle“ Stimmen bei Privatsendern (ebd., 259 ff.).

Diese hier kurz beschriebenen formatspezifischen Unterschiede geben Anlass, formatspezifische Angemessenheitsvorstellungen konkret zu beschreiben und im Hinblick auf bzw. Wechselwirkung mit Hörverständlichkeitsprinzipien zu untersuchen (v. a. im Zusammenhang mit den sprachlichen Besonderheiten formatspezifischer Nachrichtentexte).

2.3 Einfluss von Nachrichtensprechstilen auf die Wiedererkennbarkeit von Sendeformaten

Im Rahmen der Untersuchung von Nachrichtensprechstilen diente das Hörexperiment vorrangig der Analyse der Stilwahrnehmung aus Rezipient*innensicht. Untersucht wurde, ob Hörer*innen in der Lage sind, Ausschnitte der Sprechversionen, die sich lediglich im Sprechstil unterscheiden, bestimmten Formatvorgaben zuzuordnen. Darüber hinaus wurde es auch als Korrektiv der als nachrichtentypisch oder formatspezifisch beschriebenen sprecherischen Merkmale sowie als Test der behaupteten Nachrichtenstil-Subtypen (Info, Jugend, Privat und Service) genutzt (ebd., 280).

In einem ersten Schritt wurde die Übereinstimmung der Zuordnungen geprüft. Übereinstimmend zugeordnet heißt, dass die Hörer*innen sich für Formatkategorien entschieden haben, die sich mit dem tatsächlichen Radioformat decken, welches die oder der jeweilige Sprechende als Hauptsender angegeben haben (ebd., 287). Dann wurden die Zuordnungshäufigkeiten aller 160 Befragten geordnet nach Zuordnungskategorie (Organisationsform, Format i. e. S. und Zielgruppe) zusammengefasst. Die folgende Tabelle (Tabelle 2) enthält eine ausgewählte Zusammenstellung von Mittelwerten der Zuordnungshäufigkeiten pro Formatgruppe (die Datentabelle findet sich in Schwenke 2020, 403 ff.):

	Formatgruppen der Hörbeispiele	INFO / KULTUR	SER-VICE	JUGEND	PRIVAT
	<i>Beispielanzahl</i>	12	5	8	7
	zugeordnet als:	Mittelwert der Zuordnungshäufigkeiten in Prozent			
Organisationsform	öffentlich-rechtlich	72,5	72,8	26,6	22,3
	Privat	22,6	23,8	68,1	69,4
Programm	Info / Kultur	75,5	64,0	29,4	30,8
	Unterhaltung	15,4	28,8	59,6	56,6
Zielgruppe	Jugend	8,2	11,7	45,5	40,8
	Senioren	24,0	19,3	4,7	3,5
	alle / Erwachsene	35,3	24,7	26,6	27,1
	keine Angabe	27,5	35,1	20,8	23,0

Tab. 2: Durchschnittliche Zuordnungshäufigkeiten pro Formatgruppe im Hörexperiment

In der Betrachtung der Zuordnungshäufigkeiten für die einzelnen 32 Hörbeispiele konnten zusammen mit den Einschätzungswerten der Zuordnungssicherheit (leicht, mittel, schwierig) 14 sicher zugeordnete Beispiele ermittelt werden, die

als sog. klare Fälle in die Beschreibung der folgenden Subtypen des nachrichtentypischen Sprechstils eingingen (ebd., 339): INFO, JUGEND und PRIVAT. Als vierter Subtyp könnte SERVICE mit aufgenommen werden; er erweist sich in puncto Zuordnungshäufigkeit und -sicherheit jedoch nicht so deutlich wahrnehmbar wie die drei anderen, sondern ist eher als besonders langsame Form des INFO-Stils beschreibbar.

INFO seriös, moderat, präzise	JUGEND jugendlich, melodisch, engagiert	PRIVAT dynamisch, rasant, besonders
moderates Sprechtempo, mittellange Gliederungseinschnitte	hohes Sprechtempo, wenig und kurze Pausen	wenig Pausen, rasantes Tempo
tiefe mittlere Sprechstimmlage, wenig Tonhöhenbewegung	„junge“ mitteltiefe bis hohe Stimme, bewegte Sprechmelodie	„auffällige“ oder besondere Stimme, dynamische und (sehr) melodische Sprechweise
(sehr) präzise, deutliche bzw. akkurate Artikulation; Sprechweise ruhig und bedacht	jugendliche Sprechweise, (teilweise) weniger präzise artikuliert	erhöhte Sprechspannung, größere Lautheit, (teilweise) artikulatorische Besonderheiten
deutliche Gliederung durch eindeutige Akzente und häufige Gliederungseinschnitte, Tendenz zum Stakkato-Rhythmus	weniger deutliche Gliederungspausen, melodisch-temporale Gliederungssignale, Endmelodie häufig progredient	(starke und häufige) Druck- und Melodieakzente, melodische, teilweise progrediente Satzabschlüsse

Tab. 3: Minimalbeschreibung formatspezifischer Subtypen des nachrichtentypischen Sprechstils

Vor dem Hintergrund formatspezifischer Angemessenheitsvorstellungen können diese definierten und in ihren Merkmalen detailliert beschriebenen Subtypen des nachrichtentypischen Sprechstils (Tabelle 3) für weitere Untersuchungen als Basis zur Untersuchung und zur Diskussion des advance organizer-Prinzips genutzt werden: Wirken Formatsprechstile nicht nur zur Wiedererkennung, sondern dient der gewohnte bzw. präferierte Formatstil auch zur besseren Rezeption von Nachrichteninhalten?

3 Ausprägungen eines formatspezifischen Sprachstils als advance organizer

Vorweg: An dieser Stelle wird noch keine empirische Untersuchung bzw. deren Ergebnis (wie im vorherigen Abschnitt) vorgestellt, sondern es werden zunächst anhand einer Beispielanalyse Überlegungen und Annahmen präsentiert, welche Faktoren einen sender- bzw. formatspezifischen Nachrichtensprachstil charakterisieren könnten.

Ausgangspunkt ist die recht banale Beobachtung, dass ein konkretes Thema einer Nachrichtenmeldung von verschiedenen Radiosendern sprachlich unterschiedlich aufbereitet und präsentiert wird. Als Beispiel soll die Meldung einer Nachrichtensendung vom 11.09.2021 der Sender DLF und WDR 2 dienen:

In Berlin haben tausende Menschen gegen zu hohe Mieten protestiert. Die Schätzungen zu den Teilnehmern schwanken zwischen 7000 und 20000. Zu der Demonstration hatten mehrere Bündnisse und Organisationen aufgerufen. Sie fordern von der Politik einen Kurswechsel in der Mieten- und Wohnungsbau-politik. Ein Sprecher des Berliner Bündnisses gegen Verdrängung und Mietenwahnsinn sagte in seiner Rede, bundesweit müssten alle Mietkonzerne enteignet werden, Wohnraum dürfe nicht an die Börse. Zuletzt hatte sich unter anderem die Spitzenkandidatin der SPD für das Amt der Regierenden Bürgermeisterin, Giffey, gegen solche Forderungen ausgesprochen.

Bsp. 1: Meldung zum Thema „Demonstration gegen zu hohe Mieten“, DLF 11.09.2021, 18.00 Uhr

In Berlin sind rund 20000 Menschen auf die Straße gegangen. Sie haben für bezahlbare Mieten demonstriert. Gefordert wurde ein radikaler Kurswechsel in der Mieten- und Wohnungspolitik. Mieterinnen und Mieter müssten bundesweit besser geschützt werden.

Bsp. 2: Meldung zum Thema „Demonstration gegen zu hohe Mieten“, WDR 2 11.09.2021, 18.00 Uhr

Grundsätzlich unterscheiden sich die beiden Nachrichtensendungen darin, dass bei den Nachrichten des DLF die Standardform der Nachrichten verwendet wird (vgl. Burger / Luginbühl 2014, 256), bei der ein Sprecher allein die Nachrichten verliest und bis auf ein Eingangsjingle keine weiteren musikalische Elemente vorkommen. Demgegenüber handelt es sich bei den Nachrichten von WDR 2 um sog. Originalton-Nachrichten (O-Ton-Nachrichten), in denen ein Wechsel zwischen Nachrichtensprecher*in und den O-Ton-Einspielern bzw. Korrespondentenberichten stattfindet (siehe auch Abschnitt 4). Zudem werden hier die Meldungen durch musikalische Jingles voneinander getrennt.

Um v. a. die sprachliche Ebene in den Blick zu nehmen, wurden für die folgende Analyse zwei Beispielmeldungen ausgewählt, die lediglich durch einen Sprecher verlesen wurden. Auffallend ist zunächst die unterschiedliche Informationsauswahl innerhalb der Meldung und damit auch die unterschiedliche Länge der Meldungen. Etwas systematisierter können die folgenden Faktoren zur Analyse eines formatspezifischen Sprachstils – bezogen auf die Ebene der einzelnen Nachrichtenmeldung – in den Blick genommen werden (vgl. ebd., 256 ff.):

- Meldungsumfang (Anzahl und Länge der Wörter und Sätze)
- Wortwahl – Lexik (Vokabular und Redundanz / Synonymie)
- Satzbau / Satzkomplexität – Syntax
- Aufbau der Meldung – Struktur (Existiert ein Leadsatz? Wie ist er gestaltet? Welches Strukturmuster ist innerhalb der Meldung erkennbar? Wie geschieht die Themenentwicklung bzw. die thematische Progression? Wie werden neue und bekannte Informationen und in welcher Reihenfolge präsentiert?)

Kriterium	Meldung DLF	Meldung WDR 2
Wortanzahl	86	34
Satzanzahl	5	4
Satzlänge	durchschn. 17 Wörter je Satz	durchschn. 8,5 Wörter je Satz
Wortwahl	Standard-Nachrichtenvokabular („protestieren“), nicht gegendert	Standard-Nachrichten Vokabular, leicht vereinfacht („auf die Straße gegangen“), gegendert
Syntax / Satzkomplexität	vorwiegend Hauptsätze; indirekte Rede; regressive Konstruktion im letzten Satz	einfache Hauptsätze
Leadsatz	4 Informationseinheiten; „gegen zu hohe Mieten“	3 Informationseinheiten; „für bezahlbaren Wohnraum“
Struktur der Meldung	Leadsatz – Konkretisierung – Hintergrund – Reaktionen	Leadsatz – Konkretisierung – Hintergrund
Themenentwicklung / neue vs. bekannte Informationen	Thematische Progression fortschreitend und aufeinander aufbauend; zahlreiche neue Informationen je Gliederungseinheit	Thematische Progression fortschreitend und aufeinander aufbauend; vorwiegend nur eine neue Information je Gliederungseinheit

Tab 4: Übersicht über ausgewählte sprachliche Merkmale der Meldungen aus Beispiel 1 und 2

Die Nachrichtenmeldung des DLF ist ausführlicher und gibt mehr Informationen je Gliederungseinheit; aus diesem Grund kann die sprachliche Gestaltung als etwas komplexer als die der Meldung von WDR 2 angesehen werden. Zudem sind in der Unterscheidung der beiden Meldungen beim Leadsatz zwei Aspekte auffällig: In der Meldung des DLF wird das Wort „protestieren“ verwendet, während in der Meldung von WDR 2 viele Menschen „auf die Straße gegangen sind“, was als einfacheres sprachliches Vokabular anzusehen ist. Zudem wird in der Meldung des DLF „**gegen** zu hohe Mieten“ protestiert, während in der Meldung von WDR 2 „**für** bezahlbaren Wohnraum“ demonstriert wird. Hier könnte als sender-spezifische Variante bei WDR 2 das verständlichkeitsfördernde Prinzip des Vermeidens von „doppelten Verneinungen“ (Wachtel 2009, 56) zur Anwendung gekommen sein und damit den Charakter eines service-orientierten Sendeformats unterstützen.

Um einen sender- bzw. formatspezifischen Nachrichtensprachstil zu beschreiben, müsste nun untersucht werden, inwiefern sich die hier genannten Eigenschaften in einem größeren Korpus wiederfinden lassen. D. h. zum einen, welche **sender-spezifischen** Eigenschaften sich in der Gestaltung von Nachrichtenmeldungen festhalten lassen, und zum anderen, welche **formatspezifischen** Eigenschaften sich daraus musterhaft erkennen lassen. Dies könnte z. B. im Rahmen einer Analyse des Korpus der Nachrichten-Arche geschehen (vgl. Schwiesau et al. 2011). In der Nachrichten-Arche werden die Nachrichtensendungen zahlreicher Radiosender gesammelt und archiviert, die jeweils am 11. November eines Jahres um 13.00 Uhr gesendet wurden. Dabei ist zu erwarten, dass (zumindest einige) Themen von mehreren Sendern aufgegriffen werden, sodass es möglich ist zu untersuchen, inwieweit sich themengleiche Meldungen in ihrer sprachlichen Gestaltung gleichen bzw. unterscheiden. D. h. es geht darum, wiederholt auftretende Muster (i. S. v. Eigenschaftskomplexen) zu ermitteln und ggf. Senderformaten zuzuordnen. Sind solche Eigenschaftsmuster erkennbar, ist zu vermuten, dass diese als advance organizer für die Hörer*innen eines spezifischen Senderformats dienen können. Ob das tatsächlich so ist, müsste dann eine Behaltens- bzw. Verständlichkeitsuntersuchung (siehe Abschnitt 4) empirisch belegen.

Wesentlich hierbei ist, dass – unter Verständlichkeitsaspekten bzw. wenn das Ziel die Optimierung der Verständlichkeit der Nachrichten ist – zunächst die format- bzw. senderspezifischen Eigenschaften erfüllt oder hergestellt werden müssen, um die Wiedererkennbarkeit des Formats bzw. des Senders zu gewährleisten, bevor auf sprachlicher Ebene optimierende Vorschläge zur Verständlichkeit umgesetzt werden können. D. h. die pauschale Forderung beispielsweise nach der Vereinfachung der Nachrichtensprache (vgl. z. B. Straßner 1995) läuft ins Leere,

wenn die Formatierung eines Senders, an die sich die Rezipient*innen gewöhnt haben, eine andere Form etabliert hat. Es können also Konflikte auftreten zwischen dem Ziel einer möglichst verständlichen Nachrichtensprache und dem Ziel der Wiedererkennbarkeit des Nachrichtenformats / der Nachrichtensprache, wobei – wenn die wiedererkennbare Nachrichtensprache als *advance organizer* funktioniert – das nicht unbedingt ein Konflikt sein muss, sondern als stufenweise Ergänzung gesehen werden kann: Die Realisierung eines format- bzw. senderspezifischen Sprachstils stellt die Basis bzw. den Rahmen dar, worin verständlichkeitsoptimierende Maßnahmen in Bezug auf die sprachliche Gestaltung der Nachrichten angesiedelt werden können.

4 Untersuchungsausblick und Formulierung von Forschungsfragen

Neben den (ausführlich diskutierten) sprecherischen (siehe Abschnitt 2) und den (eher kursorisch angesprochenen) sprachlichen (siehe Abschnitt 3) Eigenschaften einer Nachrichtensendung gibt es natürlich noch weitere, die als Faktoren zur Wiedererkennung eines Senders bzw. eines Formats und damit als *advance organizer* dienen können. Vermutlich stellt gerade die spezifische **Verbindung** von sprecherischen, sprachlichen und weiteren Merkmalen einen charakteristischen Merkmalskomplex für ein konkretes Nachrichtenformat dar. Dabei kann die Frage, welches Merkmal ausschlaggebend für die Formatuordnung ist, u. U. nur im konkreten Fall und nicht verallgemeinernd beantwortet werden. Es lassen sich weitere Merkmale unterscheiden.

- **Inhaltliche Gestaltung und Sendungsaufbau:** Nachrichten- und Themenauswahl sind ausgerichtet an dem (vermuteten) Informationsbedürfnis der Zielgruppe bzw. der Rezipient*innen und den entsprechenden Nachrichtenwerten (vgl. Schwiesau / Ohler 2016, 13 ff.). Untersucht werden könnte die Themenfolge innerhalb der Nachrichtensendung. Forschungsfrage könnte sein, welche Inhalte mit welcher Relevanz in welcher Reihenfolge angeordnet werden.
- **Präsentationsform:** a) Standardform mit einem Sprechereiner Sprecherin, b) Originalton-Nachrichten mit Wechsel von Sprecher*in und Einspielern oder c) News-Form mit mehreren Sprecher*innen im Dialog und Einspielen.

- In Bezug auf die **akustische Gestaltung** können die Ausprägungen von Jingles und Senderkennung sowie den (meist musikalischen) Trennern zwischen den Meldungen ggf. mit Hinweisscharakter auf den Meldungstyp (Sport, Regionales o. ä.) in den Blick genommen werden. Zudem kann betrachtet werden, ob die gesprochenen Nachrichten mit einem Musikbett unterlegt sind oder nicht.

Zum Abschluss werden hier Forschungsfragen bzw. Untersuchungsoptionen vorgestellt, die sich aus den bisherigen Überlegungen ableiten lassen:

- **Sendervergleich** thematisch gleicher Meldungen aus einem Nachrichtenkorpus authentischer Nachrichten (z. B. der Nachrichten-Arche) im Hinblick auf verschiedene Merkmale: Welche Übereinstimmungen lassen sich zwischen thematisch gleichen Meldungen auf **sprecherischer bzw. prosodischer Ebene** finden und beschreiben (angelehnt an Abschnitt 2)? Welche Übereinstimmungen lassen sich zwischen thematisch gleichen Meldungen auf **sprachlicher Ebene** finden und beschreiben (angelehnt an Abschnitt 3)? Welche Übereinstimmungen lassen sich zwischen Nachrichtensendungen, die zeitgleich auf verschiedenen Sendern gelaufen sind, in Bezug auf die Merkmale **inhaltliche Gestaltung** und Sendungsaufbau, Präsentationsform und akustische Gestaltung finden und beschreiben (siehe oben)?
- **Behaltens- und Verständlichkeitstests:** Leit- und Forschungsfrage sollte hier sein, ob Proband*innen, die mit einem Sender bzw. einem Nachrichtenformat vertraut sind, besser in Behaltens- und Verständlichkeitstests abschnitten als Versuchspersonen, die den jeweiligen Sender bzw. das jeweilige Format seltener hören und dementsprechend weniger vertraut damit sind. Bspw. kann hierfür die Analyse der sprecherisch-stimmlichen Gestaltung vertieft werden. Insbesondere könnten in Anschlussuntersuchungen systematische Stimmanalysen in Form auditiver Beschreibungen mit Abgleich zu messbaren Parametern durchgeführt werden. U. a. ist bisher der Einfluss der mittleren Sprechstimmlage und des genutzten Tonhöhenumfangs auf die Hörverständlichkeit nicht untersucht. Dieser dürfte jedoch durchaus vorhanden sein, wenn die Annahme einer hörerseitigen Gewöhnung an Sprechtonhöhen und Tonhöhenumfänge mit entsprechenden Irritationen bei abweichenden Sprechmustern besteht (vgl. Schwenke 2020, 352).

- Diesen Tests sollten **Wiedererkennungstests** vorausgehen: Können Proband*innen Nachrichtensendungen bzw. ausgewählte Ausschnitte spezifischen Sendern oder Sendeformaten zuordnen, wie begründen sie ihre Entscheidungen und welche Präferenzen spielen dabei die ausschlagende Rolle (vgl. dazu die Untersuchung von Schwenke 2020 und siehe Abschnitt 2)?

Vor allem die Behaltens- und Verständlichkeitstests nehmen die potentielle Wirkung von sender- bzw. formatspezifischen Merkmalen als advance organizer in den Blick. Erst mit solchen Tests lässt sich empirisch belegt nachweisen, dass die text-externen Faktoren, die sich in einer Senderspezifik niederschlagen, Einfluss auf die Verständlichkeit von Nachrichten haben können. Letztendlich muss also festgehalten werden, dass die alleinige Betrachtung von sprachlich-sprecherischen Gesichtspunkten für die Optimierung der Verständlichkeit von Nachrichten nicht ausreicht, sondern dass es notwendig ist, diese beiden Ebenen sowie zahlreiche weitere Faktoren im Sinne ihrer sender- bzw. formatspezifischen Ausprägung zu berücksichtigen, um verständliche und ansprechende Nachrichten mit Wiedererkennungswert für die jeweilige formatvertraute Zielgruppe über den Äther zu schicken.

Literatur

- Ausubel, D. P. (1960): The use of advance organizers in the learning and retention of meaningful verbal material. In: *Journal of Educational Psychology*, Vol. 51, No. 5, S. 267–272.
- Apel, Heiner (2018): Nachrichten: hörbar informativ. Eine Untersuchung zur Text- und Hörverständlichkeit von Radionachrichten. Berlin.
- Ballstaedt, S.-P. (1997): Wissensvermittlung. Die Gestaltung von Lernmaterial. Weinheim.
- Böhm, S. / Koller, G. / Schönhut, J. / Straßner, E. (1972): Rundfunknachrichten. Sozio- und psycholinguistische Aspekte. In: Rucktäschel, A. (Hg.): *Sprache und Gesellschaft*. München, S. 153–194.
- Bose, I. (2009): Sprechwissenschaftliche Studien zu Sprache und Sprechen von Hörfunknachrichten (Vorüberlegungen). In: Anders, L. C. / Bose, I. (Hg.): *Aktuelle Forschungsthemen der Sprechwissenschaft (Band 1): Sprach-, Sprech- und Stimmstörungen / Sprache und Sprechen von Hörfunknachrichten*. Frankfurt a. M., S. 77–87.
- Bose, I. (2013): Medienrhetorik. In: Bose, I. / Hirschfeld, U. / Neuber, B. / Stock, E. (2013): *Einführung in die Sprechwissenschaft. Phonetik, Rhetorik, Sprechkunst*. Tübingen, S. 155–176.
- Bose, I. / Gutenberg, N. / Ohler, J. / Schwiesau, D. (2011): Testmaterial zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten – Theoretische und methodische Grundlagen. In: Bose, I. / Schwiesau, D. (Hg.): *Nachrichten schreiben, sprechen, hören. Forschungen zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten*. Berlin, S. 15–79.

- Burger, H. / Luginbühl, M. (2014): *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin, Boston.
- Finke, C. L. (2019): *Senderidentität und Alltagsästhetik. Radiomoderationen in der Primetime*. Berlin.
- Fix, U. (2007): *Gestalt und Gestalten. Von der Notwendigkeit der Gestaltkategorie für eine das Ästhetische berücksichtigende pragmatische Stilistik*. In: dies.: *Stil – ein sprachliches und soziales Phänomen*. (Herausgegeben von Barz, I. / Poethe, H. / Yos, G.). Berlin, S. 115–134.
- Göpferich, S. (2006): *Textproduktion im Zeitalter der Globalisierung. Entwicklung einer Didaktik des Wissenstransfers*. Tübingen.
- Gutenberg, N. (1994): *Fürs Sprechen schreiben – fürs Hören sprechen. Anmerkungen zum Sprach- und Sprechstil von Nachrichte* In: *Sprechen I/1994*, S. 26–30.
- Gutenberg, N. (2005): *Projektentwurf*. In: ders. (Hg.): *Schreiben und Sprechen von Hörfunknachrichten – Zwischenergebnisse sprechwissenschaftlicher Forschung*. Frankfurt a. M., S. 11–33.
- Immel, K.-A. (2014): *Regionalnachrichten im Hörfunk. Verständlich schreiben für Radiohörer*. Wiesbaden.
- Hardt-Mautner, G. (1992): *Making Sense of the News. Eine kontrastiv-soziolinguistische Studie zur Verständlichkeit von Hörfunknachrichten*. Frankfurt a. M.
- Kindel, A. (1998): *Erinnern von Radionachrichten: eine empirische Studie über die Selektionsleistungen der Hörer von Radio-Nachrichten*. München.
- Lutz, B. / Wodak, R. (1987): *Information für Informierte. Linguistische Studien zu Verständlichkeit und Verstehen von Hörfunknachrichten*. Wien.
- Sandig, B. (2006): *Textstilistik des Deutschen*. Berlin, New York.
- Schwiesau, D. / Grawunder, S. / Bose, I. (2011): *Die Nachrichtenarche der ARD*. In: Bose, I. / Schwiesau, D. (Hg.): *Nachrichten schreiben, sprechen, hören. Forschungen zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten*. Berlin, S. 147–155.
- Schwiesau, D. / Ohler, J. (2016): *Nachrichten – klassisch und multimedial. Ein Handbuch für Praxis und Ausbildung*. Wiesbaden.
- Schwenke, A. (2020): *Nachrichten: mehr als informativ. Nachrichten-Sprechstile im Radio zwischen Formatierung und Hörverständlichkeit*. Berlin.
- Straßner, E. (1975): *Produktions- und Rezeptionsprobleme bei Nachrichtentexten*. In: ders. (Hg.): *Nachrichten. Entwicklungen – Analysen – Erfahrungen*. München, S. 83–111.
- Straßner, E. (1995): *Von der Schreibe zur Sprechweise. Zur Verständlichkeit von Hörfunknachrichten*. In: Bucher, H.-J. / Klingler, W. / Schröter, C. (Hg.): *Radiotrends. Formate, Konzepte und Analysen*. Baden-Baden, S. 199–210.
- Wachtel, S. (2009): *Schreiben fürs Hören. Trainingstexte für Mikrofon und Kamera*. Konstanz.

Nachrichtensprechstile im russischen Radio des 20. Jahrhunderts

Valentina Sergeeva, Woronesh / Ines Bose, Halle (Saale)

Dieser Beitrag liefert einen schlaglichtartigen Überblick über die Entwicklung der Radionachrichten in Russland, wobei der Fokus auf dem Sprechstil der Nachrichten liegt. Quellen dafür sind Einzelfunde und Beschreibungen typischer Nachrichtensprechmuster bestimmter Epochen, Anforderungskataloge ans Nachrichtensprechen aus Sicht der Radioschaffenden und Charakteristika berühmter Radiosprecher*innen. Außerdem wurden Hinweise auf öffentlich zugängliche Audiobeispiele zu russischen Radionachrichten aufgenommen.

1 Einleitung

Zur Geschichte des Sprechstils russischer Radionachrichten gibt es kaum einschlägige Publikationen. Allerdings sind in Publikationen zur Radiogeschichte Russlands hin und wieder Bemerkungen zu finden, die man auf das Nachrichtensprechen beziehen kann. Deswegen stützt sich der folgende Überblick auf Einzelfunde wie Beschreibungen typischer Nachrichtensprechmuster bestimmter Epochen, auf Anforderungskataloge ans Nachrichtensprechen aus Sicht der Radioschaffenden und auf Charakteristika berühmter Radiosprecher*innen. Geachtet wurden:

- Lehrbücher für das Studium der Journalistik (z. B. Šerel' 2000 und 2004)
- Dissertationen zur Entwicklung des russischen Radios (z. B. Tihonova 2005)
- Jubiläums-Festschriften bedeutender Sender und Programme (z. B. *maâk* und *ûnost'*) mit Erfahrungsberichten führender Nachrichtenjournalist*innen (z. B. Bolgarev 2004, Ruvinskij 2004)
- Radio-Internetportale (z. B. das Projekt *audiopedia*, vgl. AV 1) mit Beiträgen zur Radiogeschichte – sowohl wissenschaftliche (z. B. Bolgarev 1979) als auch populärwissenschaftliche (z. B. über die legendären Radiosprecher*innen Û. B. Levitan und O. S. Vysockaâ)
- Stichwort-Artikel aus Enzyklopädien (z. B. zum Radio-Erfinder A. S. Popov)
- mündliche Auskünfte aus der Journalistischen Fakultät der Staatlichen Universität Woronesh

Wie in Deutschland wurden auch in Russland und in der Sowjetunion zu keiner Zeit Radionachrichten systematisch gesammelt. Vereinzelt bestehende Archive (vgl. die Sammlungen der Archive *staroe radio* und *svidetel'*, vgl. AV 1) wurden zuerst in den 1970er Jahren, dann noch einmal in den 1990er Jahren vernachlässigt oder sogar vernichtet (Bolgarev 1979; Šerel' 2004, Petrov 2012). Insofern lassen sich die Anmerkungen zum Radionachrichten-Sprechstil in der Fachliteratur zumeist nicht anhand von Audiobeispielen umfassend empirisch belegen. Hinweise auf öffentlich zugängliche Audiobeispiele zu russischen Radionachrichten haben wir in den folgenden Text aufgenommen.

2 Die Anfangsphase der Radioübertragung in Russland (1895 bis 1920)

Der 07. Mai wird in Russland alljährlich als „Tag des Radios“ begangen. Das Datum geht auf eine Erfindung des Physikers Aleksandr Stepanovič Popov (1859–1905) zurück, der am 07. Mai 1895 (25.04. des Julianischen Kalenders) an der Sankt Petersburger Universität das weltweit erste Detektionsgerät für elektrische Schwingungen vorführte und damit als Erfinder des russischen Radios gilt. Popov forschte überwiegend geheim im Auftrag des Marine-Ministeriums, aber er hat 1896 im Journal der Russischen Gesellschaft für Physik und Chemie die Beschreibung eines Funkempfängers zur Übertragung von Informationen veröffentlicht (Popov 1896; Radionov 1975). Bis 1899 konnte Popov die Reichweite der Funksignale auf 50 Kilometer steigern (Popov 1896; Smith-Rose 2013).

Während der Oktoberrevolution war den Bolschewiki die Bedeutung des neuen Mediums Radio durchaus bewusst. 1918 beschloss der Rat der Volkskommissare, alle Funk-Angelegenheiten zentral im „Rat für Radiotechnik“ (*radiotekničeskij sovet*) anzusiedeln und landesweit Funktelegrafestationen im Abstand von 1000 bis 1200 Kilometern zu bauen. Innerhalb von zwei Jahren entstanden 200 Funkstationen (Bolgarev 1979).

3 Das frühe russische Radio (1921 bis 1924)

Radio im eigentlichen Sinn, als täglich verfügbares Hörfunk-Massenmedium, gab es ab dem 01. Mai 1921 in Kasan. Ingenieure der kriegstechnischen Radioinformatik hatten Verstärker konstruiert, mit denen Telefongespräche über einige gewisse Distanz übertragen werden konnten (Šerel' 2000 und 2004). Daraufhin wurden auf zwei Kasaner Plätzen und später auch auf sechs Plätzen in Moskau

Schalltrichter installiert, aus denen vorgelesene Zeitungsartikel zu unterschiedlichen Themen für ein Massenpublikum gesendet wurden. In Moskau war am 17. Juni 1921 um 21.00 Uhr die erste *ustnaja gazeta ROSTA* („Gesprochene Zeitung ROSTA“) zu hören, die seitdem täglich bei schönem Wetter zwischen 21.00 bis 23.00 Uhr ausgestrahlt wurde. Sie war anfangs aufgebaut wie eine gedruckte Zeitung und enthielt aktuelle Informationen aus Zeitungen und der Nachrichtenagentur ROSTA („Revolutionäre Nachrichtenagentur Sowjetrusslands“) sowie Feuilletons und kleine Gedichte. Die Texte wurden zunächst von Mitarbeitern der zentralen Radiotelefonstation (*radiotelefonnaja stanziia*) vorgelesen, später von Moskauer Schauspielern. Außerdem wurden wissenschaftlich-künstlerische Vorträge, Konzerte und Opernaufführungen live übertragen (ebd.). Aufnahmen aus dieser Zeit sind nicht erhalten, jedoch einige Sendemanuskripte (Tihonova 2005).

Nachfolgerin der *ustnaja gazeta ROSTA* war ab dem 23. November 1924 die *radiogazeta ROSTA* („Radiozeitung ROSTA“). Sie wurde täglich über 45 Minuten gesendet. In den aktuellen Nachrichten standen Aktualität, Kürze und Pointierung der Informationen für ein Massenpublikum im Vordergrund (vgl. Tihonova 2019, 97). Gesendet wurden aktuelle Informationen, vorgelesen von einem Schauspieler mit „schöner Stimme und einwandfreier Aussprache“ (Šerel' 2000 mit Verweis auf Erzählungen der Radioveteranin Natal'â Tolstova). Die *radiogazeta ROSTA* war bis 1932 die verbreitetste Form von Radionachrichten in der Sowjetunion (Tihonova 2005, 21), aber es gab auch andere Nachrichtenprogramme, z. B. seit 1924 *poslednie izvestiâ* („Neueste Nachrichten“). 1925 wurde die erste Nachrichtenagentur gegründet, die TASS (*telegrafnoe agentstvo sovet'skogo soûza*).

Am 01. Oktober 1924 gründete sich in Moskau die Aktiengesellschaft *radio dlâ vseh* („Radio für alle“). In dieser Gesellschaft widmeten sich Radiopioniere zunächst vor allem der technischen Entwicklung und Installation eines Radionetzes, später auch der inhaltlich-formalen Gestaltung von Radioprogrammen. Im selben Jahr begannen in Moskau die lokalen Radiosender *A. S. Popov* (12.10.1924) und *komintern* (23.11.1924) mit täglichen Sendungen. Eine spätere Version von *komintern*, konstruiert von dem russischen Physiker Aleksandr L'vovič Minc, galt in den 1930er Jahren als Radiosender mit der größten Reichweite weltweit (Nosyrev 2016).

4 Das etablierte russische Radio (1925 bis 1940)

Ab 1925 wurde die *radiogazeta* inhaltlich und stilistisch für unterschiedliche Zielpublika ausdifferenziert, vorzugsweise für Hörer*innen aus dem Arbeiter- und

Bauernmilieu (Šerel' 2000). Grundlage dafür waren empirische Analysen zu Sprache und Sprechen im Radio (vgl. Bolgarev 1979) und Wirkungsuntersuchungen (vgl. Lovell 2015, 72 ff.). Diese Untersuchungen hatten gezeigt, dass die Radiosprache derjenigen der gedruckten Zeitung sehr ähnlich und damit wenig hörverstärklich war. Sie wurde deshalb als *radiopečat* („Zeitungssprache“) bezeichnet (Šerel' 2000). Auch der Sprechstil der *radiogazeta* war kritisiert worden, z. B. von dem avantgardistischen Dichter Sergej Mihajlovič Tret'akov: Die Sprecher würden sich entweder wie Prediger (*psalomšiki*) monoton durch die Informationsflut murmeln oder sie würden das Publikum selbst bei einfachsten Themen wie gouvernementische Didaktiker (*didaktiki*) patronisieren und bevormunden (Tret'akov 1932, 3; zit. nach Lovell 2015, 80).

Über den Einsatz von Frauen als Nachrichtensprecherinnen gibt es widersprüchliche Angaben: Nach A. Andrianov (o. J.) wurden in den 1920er und 1930er Jahren in der *radiogazeta* die Nachrichtenmeldungen von einem Sprecher und einer Sprecherin im Wechsel präsentiert. Dagegen berichtet A. Šerel' (2004), dass Frauenstimmen abgelehnt wurden, da ihr Klang nicht zum Ernst der gesendeten Informationen passen würde. Allerdings habe der Direktor der Sprechergruppe A. Turin dagegen argumentiert; gerade wegen ihrer größeren Emotionalität sollten Frauenstimmen im Radio vorkommen, denn das Radio sei ein Instrument der ästhetischen Wirkung (ebd.). Turin habe auch dafür plädiert, die *radiogazeta* grundsätzlich lebendiger zu gestalten, mit verschiedenen Stimmen, gesprächshaft unter Verwendung von Alltagssprache, mit Beteiligung von Hörer*innen, die in Interviews und Reportagen authentisch aus dem gesellschaftlichen und beruflichen Leben berichten sollten (ebd.). Šerel' (ebd.) verweist auch auf die Radiotheoretiker K. Bylinskij und D. Rozental', die ähnlich argumentierten: Das Radio verlange einen eigenen, mündlichen, hörverstärklichen Stil, denn es wende sich nicht an Leser*innen, sondern an Zuhörer*innen aus breiten Bevölkerungsschichten unterschiedlicher Bildungsgrade.

Nachrichten wurden in der *radiogazeta* viermal am Tag gesendet: morgens Informationen aus den Zeitungen, mittags Nachrichten des Tages, abends eine Radiozeitung für Arbeiter, spätabends eine Tageschronik und Inhalte aus den Zeitungen des darauffolgenden Tages. Sonntags gab es darüber hinaus einen Kurzüberblick über politische Ereignisse der vergangenen Woche. Vorherrschend war nach Šerel' (2000). ein sachlich-distanzierter Sprechstil. Seit 1928 wurden aber auch Live-Reportagen gesendet, in denen die Journalist*innen emotional, mit dem Ausdruck starker innerer Beteiligung, das gesellschaftliche Leben möglichst konkret und detailliert schildern sollten (ebd.).

1928 wurde zentral beschlossen, das Radionetz weiter auszubauen, Radioempfangsgeräte für möglichst alle Bevölkerungsgruppen erschwinglich zu machen und Programme für unterschiedliche Zielgruppen einzurichten. 1928 gab es über die Sowjetrepubliken verteilt mehr als 60 Radiosender in mehreren Sprachen. 1930 gab es mehr als 300 verschiedene Radiozeitungen für unterschiedliches Zielpublikum in verschiedenen Sprachen (Lovell 2015, 73), wobei alle Sendungen einer strengen ideologischen Kontrolle des sowjetischen Staates unterlagen. Besonders betont und bedient wurde der Bildungsauftrag des Radios bis hin zu einer *radiouniversitet* („Radiouniversität“) für Arbeiter und Bauern (Muhin 2016).

5 Das russische Radio im Zweiten Weltkrieg (1941 bis 1945)

Mit dem Überfall Deutschlands auf die Sowjetunion 1941 wurden viele Radiostationen in den Osten des Landes verlegt. Der Anteil künstlerischer Programme wurde stark verringert. Als Hauptaufgabe des Radios wurden die Frontberichterstattung und die Motivierung der Bevölkerung zur Unterstützung des „Großen Vaterländischen Krieges“ erachtet, hinzu kamen Propaganda-Sendungen für das Ausland (Šerel' 2000) Damit verbunden war eine starke Zensur, d. h. Nachrichten wurden vor allem aus der Perspektive der Staatspolitik und -propaganda verfasst, Wahrheitsgehalt und Zuverlässigkeit waren zweitrangig (ebd.). Am 24. Juni 1941 wurde innerhalb der Nachrichtenagentur TASS ein zentrales Informationsbüro (*sovetskoe informburo*) eingerichtet, das die neuesten Kriegsinformationen bündelte und an die Radiosender verteilte.

Die Radiogeräte (überwiegend Drahtfunkempfänger) befanden sich zu dieser Zeit eher selten in Privathaushalten, sondern waren nach wie vor auf großen Plätzen oder in öffentlichen Gebäuden fest installiert (u. a. Miller 2014, 40). Damit fand Radiohören vorrangig in einem öffentlichen, medial hergestellten akustischen Raum statt:

„Während des Zweiten Weltkriegs war das Radiohören in der Sowjetunion auf Grund der Beschaffenheit des Klangraums ein performativer Akt. Die Gemeinschaftlichkeit des Hörakts führte zur stetigen Reproduktion der sowjetischen Gesellschaft. Sowjetbürger waren Radiohörer.“ (Miller 2014, 41; ähnlich auch Lovell 2015, 116).

Radionachrichten wurden gemeinschaftlich gehört und diskutiert. Es ist zu vermuten, dass der Sprechstil im russischen Radio der Kriegszeit auf diese Hörsituation ausgerichtet war. Verschiedene Autor*innen heben das besondere Pathos des gesprochenen Wortes hervor (z. B. Miller 2014; Lovell 2015), das nicht mit einer individuellen Ansprechhaltung (wie z. B. für das westliche Radio dieser Zeit typisch), sondern mit einer Ausrichtung auf eine Masse an Hörer*innen in großer räumlicher Distanz erzeugt wurde.

Besonders berühmt in dieser Zeit waren zwei Medienstimmen: die von Olga Sergeevna Vysockaâ (1906–2000) und Ūrij Borisovič Levitan (1914–1983). Vysockaâ sprach u. a. die Direktübertragungen von Großveranstaltungen auf dem Roten Platz in Moskau und war beliebt wegen ihrer warmen, emotional berührenden Stimme (Adrianov o. J.; vgl. auch AV 2). Levitan verkündete seit 1934 im sowjetischen Allunionsrundfunk hochrangige Mitteilungen der Partei- und Staatsführung und war unverkennbar durch seine markige Stimme (tiefer, voller, dunkler Bariton, „eisern-samtig“; Miller 2014, 43) und seine langsame, getragen-pathetische, fast gesungene Sprechweise, verbunden mit einer überaus exakten Artikulation (vgl. AV 4). Levitan verlas die Nachrichten nicht neutral, „sondern interpretierte sie mit seiner Sprechkunst für das Radiopublikum, indem er Sätzen seinen Rhythmus verlieh und Wörter auf seine eigene Art und Weise betonte.“ (Miller 2014, 44). Vysockaâ und Levitan galten beide als „Stimmen des Großen Vaterländischen Krieges“, denn sie lasen während des Krieges die Nachrichten des zentralen Informationsbüros, beginnend mit der berühmt gewordenen Formel *vnimanie: govorit Moskva!* („Achtung: Hier spricht Moskau!“) (AV 3). Damit prägten sie den radiophonen Kriegsalltag der sowjetischen Bevölkerung nachhaltig und genossen außerordentlich hohes Ansehen (Miller 2014, 12).

Da insbesondere Levitan staatswichtige Mitteilungen im Radio verkündete, gewann seine Stimme eine außerordentliche Autorität. Die Hörer*innen verknüpfen sie mit inhaltlicher Relevanz und der unbedingten Aufforderung zum Zuhören (Miller 2014, 43 mit Verweis auf Lâsenko 1974, 15). Levitan galt in dieser Zeit als „Stimme der Macht“ (Miller 2014, 42) bzw. als „Radiosprecher des Staates“ (Bolgarev 1979, 43). Dass Levitan eine Medienikone über die Sowjetunion hinaus war, zeigt der Bericht von E. Koslov, dem Direktor der Informationsabteilung des Fernsehsenders *pervyj kanal* in einem Filmbeitrag (AV 3). Hitler habe Levitan als „Reichsfeind Nummer 1“ (ebd.) bezeichnet, und Goebbels habe eine Kopfprämie von 250.000 Reichsmark für denjenigen ausgesetzt, der Levitan lebend nach Berlin brächte, damit der Sprecher mit seiner markigen Stimme nach dem deutschen „Endsieg“ die Siegesmeldung aus dem Führerhauptquartier verkünde. Nach der

Kapitulation Hitlerdeutschlands verkündete Levitan stattdessen in Moskau die Siegermeldung der Roten Armee am 09. Mai 1945 (AV 4).

Nach dem Krieg und mit dem Wiederaufbau des Landes begann eine neue Radionachrichten-Ära, und Levitans pathetischer Sprechstil, der mit dem Krieg assoziiert wurde, war nicht mehr gefragt (RIA Novosti 2008). Er wurde als Sprecher nur noch zur Verkündung besonderer Ereignisse eingesetzt (z. B. zur Meldung des ersten bemannten Raumflugs 1961, vgl. AV 2). Einige Audio-Aufnahmen von Levitans Radiostimme sind heute noch vorhanden, allerdings meist nicht im Original. Levitan hat in den 1950er und 1960er Jahren wichtige historische Meldungen möglichst nah am ursprünglichen Sound noch einmal produziert (Miller 2014, 47; vgl. AV 4).

6 Das russische Radio zur Zeit des sozialistischen Aufbaus (1946 bis 1979)

Nach dem zweiten Weltkrieg entstand in der Sowjetunion das weltweit größte Radionetz (Šerel' 2000). 1948 gab es drei Programme des zentralen Radiosenders *vsesoŭznoe radio* („Allunionsradio“) für alle sowjetischen Zeitzonen (Lapin 1975). Anfang der 1960er Jahre umfasste der Sender insgesamt ca. 350 regionale und lokale Sendestationen (Šerel' 2000 und 2004). Seit dem 01. Oktober 1960 sendete das sowjetische Radio rund um die Uhr (insgesamt 77 Stunden und 15 Minuten täglich; Bolgarev 1979, 189). Das Nachrichtenprogramm *poslednie izvestiâ* („Neueste Nachrichten“) strahlte seit dem 01. Januar 1958 täglich 18 Sendungen mit insgesamt 120 bis 130 Meldungen aus (mit Themen aus den Rubriken Politik, Wirtschaft, Wissenswertes, technischer Fortschritt aus dem In- und Ausland) (Šerel' 2004). Maßgabe für das Radio war, möglichst positive Nachrichten zu senden, um den sozialistischen Aufbau des Landes zu unterstützen (Bolgarev 1979, 163). Es herrschte eine flächendeckende Zensur, die die inhaltliche und damit auch die formale Kreativität der Radiomacher*innen einschränkte. Live-Sendungen, die für das frühe Radio durchaus typisch gewesen waren, kamen nun nahezu nicht mehr vor. Bereits Ende 1946 wurden 95% der Sendungen vorproduziert (Šerel' 2000 und Šerel' 2004 mit Verweis auf D. Polikarpov, den Vorsitzenden des Staatlichen Radiokomitees von 1946).

Die Anmutung des sowjetischen Radios in den 1950er bis 1970er Jahren wird als starr und steril beschrieben (vgl. Bolgarev 1979; Šerel' 2000). Das galt auch für den Sprechstil. Oberste Priorität hatte die sprecherische Perfektion mit gestochen

scharfer standardrussischer Artikulation, präziser Prosodie und distanziert-sachlicher, sog. „neutraler“ Ansprechhaltung (Bolgarev 1979, 165). Die professionellen Sprecher*innen waren hoch angesehen (sog. „Radio-Elite“; Ruvinskij 2004), sie galten für die Gesellschaft als sprecherische Vorbilder. Erst nach einer umfangreichen Ausbildung erhielten sie die Sprecherlaubnis für das Mikrofon und wurden beständig von Philolog*innen der Universitäten beraten und trainiert (z. B. in Bezug auf aktuelle Veränderungen in der russischen Standardaussprache und -prosodie; vgl. ebd.).

Es gab allerdings auch wenige andere Tendenzen, z. B. das Jugendprogramm *únost'* und das Informationsprogramm *maák*. Es handelte sich um zwei innovative Programme, die aufgrund ihrer direkten Adressierung und Kurzweiligkeit beim jeweiligen Zielpublikum sehr beliebt waren. Erste Schritte zu einem speziellen Jugend-Unterhaltungsprogramm hatte es bereits 1957 während der „6. Weltfestspiele der Jugend und Studenten“ in Moskau gegeben. 1962, gegen Ende der politischen Tauwetterperiode nach dem Tod Stalins ging das Programm *únost'* („Jugend“) mit einer täglichen Sendung von eineinhalb Stunden regulär auf Sendung. Es richtete sich an ein Zielpublikum im Alter von 14 bis 35 Jahren. *Únost'* sollte der ideologischen Erziehung der Nachkriegsgeneration dienen. Die Redaktion wollte vor allem auf die unterschiedlichen ideologischen, emotionalen und kulturellen Bedürfnisse und Interessen der Nachkriegsgeneration eingehen, die sie als „energievoll, gut ausgebildet und zielstrebig“ wahrnahm (Muzyrà 1979, 184). Es wurden Sendungen mit Themen vor allem aus Kultur und Unterhaltung, aber auch aus Bildung und Politik konzipiert, die sich auf jeweils spezielle Weise an unterschiedliche Gruppen jüngerer Hörer*innen richteten (Arbeiter-, Bauern- und Akademikerjugend). Täglich 17.10 Uhr wurden aktuelle Informationen aus Gesellschaft und Politik gesendet.

Die *únost'*-Macher*innen orientierten sich thematisch und stilistisch an der Lebenswelt und den Vorlieben der Jugendlichen. Der frische, informelle Präsentationsstil des Programms, das ständig mit der drohenden Zensur kämpfte, bildete einen starken Kontrast zu den anderen sowjetischen Radioprogrammen dieser Zeit. Dazu gehörte auch, dass *únost'* als erstes sowjetisches Radioprogramm zu einem gewissen Anteil ausländische (z. B. europäische und amerikanische) Musik spielte. Besonderes Kennzeichen war der enge Hörerkontakt, z. B. über vorgelesene Hörerbriefe (*polevaâ počta únosti*), in denen das junge Publikum Sendungen kommentieren und selbst Themenvorschläge machen konnte, auf die die Redaktion möglichst einging. Innerhalb kurzer Zeit war das Programm sehr populär und blieb es bis zum Ende der Sowjetunion. In den 1990er Jahren wurde es in einen

Privatsender umgewandelt und hielt sich bis 2010. Seit 2018 gibt es *únost'* wieder, als Internetradio (VGTRK 2018).

Das Informationsprogramm *maák* („Leuchtturm“) wurde am 01. August 1964 eingerichtet und sollte auf das gestiegene Bedürfnis der Bevölkerung nach schnell verfügbaren Informationen und moderner Unterhaltung reagieren. Dieses Programm war ein Gegenentwurf zu westlichen Unterhaltungssendern und suchte dem Lebensgefühl breiter Bevölkerungsschichten der 1960er Jahre zu entsprechen. In raschem Wechsel wurden Musik und Informationen munter-launig von mehreren Studiosprecher*innen präsentiert. Zum kurzweiligen Charakter gehörte nach Šerel' (2000) auch der lakonische Stil, also ein ökonomischer Gebrauch sprecherischer Mittel. Mindestens zweimal pro Stunde wurden ausführliche Nachrichten gesendet, dazwischen Kommentare, Kurzreportagen und Interviews zu tagesaktuellen Themen, zu einem gewissen Anteil aber auch Musik und künstlerische Sendungen.

Wie aus einigen frei verfügbaren Audiobeispielen von *únost'* und *maák* hervorgeht (AV 1 und 5), sind die Nachrichten durchaus hörernäher und eingänglicher formuliert, näher an der Alltagssprache als in anderen Programmen. Das zeigt sich auch in der direkten Höreransprache, wie z. B. *kak vy znaete, dorogie tovariši* („Wie Sie ja wissen, liebe Hörer“). Dem Höreindruck nach (AV 1 und 5) scheinen sich die Nachrichten von *únost'* und *maák* im Sprechstil allerdings nicht von denen der anderen Programme unterscheiden zu haben (ebd.).

Seit den 1970er Jahren verdrängte das Fernsehen das Radio als Hauptmedium. Das sowjetische Radio reagierte jedoch nicht darauf und die Zeit vom Ende der 1960er bis zur ersten Hälfte der 1980er Jahre gilt allgemein als Erstarrungsphase des sowjetischen Radios. Es war die Ära der Fünfjahrespläne und auch die Radioprogramme wurden langfristig komplett durchgeplant und ideologisch überfrachtet. Die Radioverantwortlichen setzten auf altbewährte Sendungen bzw. Rubriken, thematische oder ästhetische Neuerungen wurden dagegen vermieden (Šerel' 2000 und 2004). Im Zentrum aller Programme (auch z. B. der Kinder- und Musikprogramme) standen politische Inhalte, zum Beispiel Berichte über politische Festtage. Ungeachtet zunehmender alltäglicher Spannungen und gesellschaftlicher Probleme blieb es die Aufgabe des Radios, ein durchweg positives Gesellschaftsbild zu zeichnen (Šerel' 2000). Verbunden mit dieser starren Haltung und der Vorproduzierung der Beiträge war überwiegend ein vorhersehbarer, stereotyp-optimistischer, steriler Sprach- und Sprechstil von prinzipiell austauschbaren Sprecher*innen, was die Attraktivität und Glaubwürdigkeit des Radios beeinträchtigte (ebd.). Allerdings berichtet Alexandr Il'ič Ruvinskij, ein ehemaliger Redakteur von *maák*, dass es in den Nachrichtensendungen von *maák* und

poslednie izvestiä bereits Ende der 1970er Jahre erste Experimente mit kurzen Live-Kommentaren gegeben habe (vgl. Ruvinskij 2004). Die Journalist*innen hätten darin zusätzliche Informationen zur TASS-Agenturmeldung gebracht und um eigene Eindrücke und Bewertungen, Schilderungen von emotionalen Details und Atmosphäre ergänzt (ebd.).

7 Das russische Radio der Perestrojka (1980 bis 1990)

Ab Mitte der 1980er Jahre erlebte die sowjetische Gesellschaft eine Phase der gesellschaftlichen Veränderung: *perestrojka* und *glasnost'* („Umbau“ und „Transparenz“) und damit den allmählichen Abbau der Zensur. Hatte die Nomenklatura in den 1980er Jahren generell noch einen großen gesellschaftlichen Einfluss gehabt, wurden in den 1990er Jahren die gesetzlichen Grundlagen so verändert, dass sie eine Demokratisierung der Medien einleiteten (Šerel' 2000). Im schwerfälligen sowjetischen Radiosystem waren notwendige Veränderungen relativ schwer durchsetzbar und viele Radioprogramme arbeiteten zunächst weiter wie bisher. Dennoch versuchten einige Radiomacher*innen, von den bisher geltenden ideologischen und sprachlich-sprecherischen Stereotypen der konsequent positiven Gesellschaftsschilderung wegzukommen und neue radiophone Formen zu entdecken und zu etablieren. Sie suchten nach Formen, die es den Hörer*innen ermöglichen sollten, aktiv an den politischen und sozialen Veränderungen im Land teilzunehmen (z. B. über Live-Reportagen und echte Hörerdialoge; vgl. ebd.).

In dieser Zeit entstanden erste formatierte Radioprogramme, z. B. Informations-Musik-Formate und Literaturformate (vgl. ebd.). Außerdem setzte eine generelle Individualisierung des Nachrichtenradios ein, indem nun Präsentator*innen zeitkritische Inhalte vermittelten und sie selbst verantworteten. Die ersten erfolgreichen *Anchors* waren nicht diejenigen mit der professionellsten Sprechweise, sondern diejenigen mit der größten journalistischen Kompetenz (Bolgarev 1979, Ruvinskij 2004). Bahnbrechend waren wiederum die Redaktionen von *ünost'* und *maäk*. *Ünost'* sendete Januar 1987 die erste Live-Morningshow (*утренняя передача*) mit Direktübertragungen von aktuellen Ereignissen sowie Live-Gesprächen im Studio und mit Hörer*innen. Damit stellten sich neue journalistische, sprachliche und sprecherische Anforderungen, z. B. Auswahl und kritische Aufbereitung aktueller Themen, formulatorische Verständlichkeit und Klarheit, Improvisationsfähigkeit und Flexibilität. Die Trennung von Redakteur*innen und Sprecher*innen wurde aufgehoben, am Mikrofon agierten nun Sprecherredakteur*in-

nen. Anatolij Pavlovič Bolgarev, von 1986 bis 1989 Programmchef von *maäk*, beschreibt die Veränderung seines Programms vom total vorgeplanten Radio hin zum eher improvisatorischen Live-Radio mit einer informell-lässigen Sprache und Sprechweise (Bolgarev 2004).

Aus den Experimenten des Informationsprogramms *maäk* der 1970er Jahre (siehe Kapitel 1.5) wurden in den 1980er Jahren reguläre drei- bis vierstündige Live-Sendungen zu aktuellen Themen, präsentiert von einem oder zwei Redakteur*innen am Mikrofon (Bolgarev 2004). Am 02. März 1987 strahlte *maäk* seine erste reguläre Morgensendung namens *informacionno-muzykal'naâ panorama maâka ot 6 do 10* („*maâks* Informations-Musik-Panorama von 6 bis 10“) aus. Vier Stunden lang wurden in dichter Folge aktuelle Informationen aus der vergangenen Nacht und dem frühen Morgen gesendet, ergänzt durch Wettervorhersagen und Verkehrsmeldungen. In bestimmten Abständen wurden die Beiträge flexibel wiederholt. Diese Live-Sendungen hatten meist ein Thema im Fokus, angestrebt wurde ein informeller, (quasi-)spontaner Präsentationsstil mit direkter Hörer-Adressierung und Inszenierung des Hier und Jetzt (Ruvinskij 2004; vgl. auch die sog. Liveliness, vgl. Tolson 2006). Ruvinskij (2004) berichtet von der Begeisterung, aber auch vom Stress der Anfangszeit des Panoramas. Er verweist z. B. auf die technischen Herausforderungen und die atemberaubende Geschwindigkeit, in der aktuelle Ereignisse für die Sendung aufbereitet wurden („Redaktionsschluss kurz vor Mitternacht, ab 4 Uhr ins Studio, anderthalb Stunden für die Durchsicht der letzten Nachrichten, 6 Uhr Sendung“; ebd.). Die starke Belastung habe mitunter zu technischen Pannen geführt, die aber die Anmutung von Glaubwürdigkeit, Echtheit und Liveliness nicht gestört, sondern eher unterstützt hätten (Bolgarev 2004). Laut Ruvinskij wirkten diese Sendungen wesentlich glaubwürdiger als die komplett vorgeplanten Sendungen der 1970er Jahre (Ruvinskij 2004, Kap. 6). Besonders wichtig waren den Verantwortlichen die individuelle Höreransprache, die im Kontrast zur bisher praktizierten unspezifischen Massen-Adressierung stand, sowie die Einbeziehung der Hörer*innen, die sich erstmalig über Telefon live in der Sendung äußern konnten (ebd.). Die bisherige eher „steril-neutrale“ Sprechweise am Mikrofon (vgl. ebd.) habe zunehmend überholt gewirkt. Viele professionelle Radiosprecher*innen der aktuellen Sendungen seien abgelöst worden und hätten nur noch in künstlerischen, vorproduzierten Sendungen (z. B. bei der Rezitation künstlerischer Texte) gearbeitet oder seien in die radiojournalistische Aus- und Fortbildung gewechselt (ebd.).

Diese sprecherischen Entwicklungen, die in den späten 1980er Jahren begonnen hatten und sich später auch in anderen Sendern etablierten, resümieren sowohl Ruvinskij (2004) als auch Bolgarev (2004) aber durchaus auch kritisch: Mit dem

Wegfall der Zensur sei leider auch das redaktionelle Handwerk vernachlässigt worden. Außerdem hätten sich in vielen Sendern statt der alten Sprechschablonen nun neue Manierismen etabliert, z. B. eine undifferenzierte, selbstsichere, bewertende und überaus schnelle Sprechweise. Im Vergleich zu früher seien die Präsentator*innen oft ins andere Extrem verfallen und hätten aufgrund mitunter fehlender sprecherischer Ausbildung pseudo-professionelle akustische Masken übernommen (Bolgarev 2004, Kap. 6). Bolgarev spricht von „schlechtem Theater vor dem Mikrofon“ (ebd.). Stattdessen fordert er *radiofoničnost'* („Radiophonie“), worunter er eine klassisch ausgewogene, professionelle Sprechweise versteht, die die Informationsvermittlung in den Vordergrund stellt und nicht davon ablenkt (ebd.).

8 Das russische Radio unter Marktbedingungen (seit 1990)

In den 1990er Jahren, spätestens seit dem Ende der Sowjetunion, vollzog sich eine starke Veränderung der massenmedialen Strukturen und damit verbunden eine Ausdifferenzierung der russischen Radiolandschaft in viele konkurrierende Sender bzw. Programme. Bereits 1990 entstanden die ersten Privatsender. Dazu gehören z. B. das oppositionelle Autorenprogramm *ěho moskvy* („Moskauer Echo“) und der kommerzielle russisch-französische Musiksender *evropa plus* („Europa Plus“) (Šerel' 2004), ein gemeinsames Projekt von *únost'* und *Kiss FM*. Hier wurde erstmalig in der Sowjetunion regelmäßig ausländische Popmusik gespielt; Nachrichten wurden lediglich alle zwei Stunden gesendet. Der hohe Popmusik-Anteil und der besonders lässige Moderationsstil machten den Sender bei einem jungen Publikum rasch sehr beliebt – zwischen 2016 und 2019 war er der populärste Sender in Russland (vgl. Mediascope). Inzwischen überwiegen in Russland private Radiosender, die auf Werbeeinnahmen angewiesen sind und auch ihre Nachrichten inhaltlich und formal auf die adressierten Werbekunden ausrichten. Es gibt nur noch einen kleinen Anteil staatlicher Sender. Darunter ist der klassische Informationssender *radio rossii* („Radio Russlands“), der Journalist*innen von *maák* und *únost'* sowie vom Allunionsradio übernommen hat und nach wie vor sehr bekannt und insbesondere bei einem älteren Publikum beliebt ist. Die Sendungen von *radio rossii* waren zu Beginn, Anfang der 1990er Jahre, regierungskritisch ausgerichtet und formal sehr kreativ. Seit 1995 wurde der Sender jedoch zunehmend regierungsnah und ist zurzeit durch einen eher konservativen Sprach- und Sprechstil gekennzeichnet (vgl. Šerel' 2004).

Nach einer Statistik des privaten Medienforschungsinstituts Mediascope für die Zeit von 2016–2019 (vgl. Mediasope) hören 89% der Bevölkerung Russlands (Alter über 12 Jahre) hauptsächlich in der Zeit von 07.00 bis 18.00 Uhr Radio. Damit spielt das Radio in Russland nach wie vor im massenmedialen Informationsangebot eine Schlüsselrolle. Allerdings hören 47% der befragten Hörer*innen vor allem musikalische Programme, nur 11% hören regelmäßig politisch-informative Programme. Aufgrund der zunehmenden Ausdifferenzierung des russischen Radios erscheint ein umfassender Überblick über aktuelle Tendenzen im Nachrichtensprechstil kaum mehr möglich. Abgesehen von populärwissenschaftlichen Sprechstandards finden sich dazu nahezu keine wissenschaftlich basierten Untersuchungen auf breiter Datenbasis. Diese Forschungslücke versucht eine empirische Untersuchung zu aktuellen Tendenzen im Sprechstil russischer Radionachrichten zu schließen (Sergeeva i. V.). Ein Bericht dazu findet sich im zweiten Teil des Beitrags in diesem Band (Sergeeva in diesem Band).

Literatur

- Andrianov, A. (o. J.): Otdel diktorov vsesoūznogo radio govorit moskva. OnAir.ru. [Андрянов, А.: Отдел дикторов Всесоюзного радио «Говорит Москва», сайт радиостанции OnAir.ru.] http://onair.ru/main/documents/view/DID__405/ (12.06.2020)
- Bolgarev, A. P. / Volkov, V. P. / Kozlovskij, V. N. / Prihod'ko, A. N. (Hg.) (1979): Očerok po istorii sovetskogo radiovešaniâ i televideniâ. Moskva. [Болгарев, А. П. / Волков, В. П. / Козловский, В. Н. / Приходько, А. Н. (сост.) (1979): Очерк по истории советского радиовещания и телевидения. Москва.]
- Bolgarev, A. P. (2004): Vremâ bol'sih peremen. In: Bratsilo, B. A. / Shevelev, G. A. (Hg.): Pozyvnye trevog i nadežd. Maâk 40 let v èfire. Moskva. [Болгарев, А. П. (2004): Время больших перемен. В: Брацыло, Б. А. / Шевелев, Г. А. (ред.): Позывные тревог и надежд. *Маяк*. 40 лет в эфире. Москва.] <http://evartist.narod.ru/text14/68.htm> (09.07.2020)
- Lapin, S. G. (1975): Radiovešanie. In: Prohorov, A. M. (Hg.): Bol'shaâ sovetskaâ ènciklopediâ. Bd. 20. Moskva. [Ляпин, С. Г. (1975): Радиовещание. В: Прохоров А. М. (сост.): Большая советская энциклопедия. Том 21. 3-е изд. Москва.] <http://bse.uaio.ru/BSE/2102.htm#b17> (09.07.2020)
- Lâšenko, B. P. (1974): Naedine s mikrofonom. Moskva. [Ляшенко, Б. П. (1974): Наедине с микрофоном. Москва.]
- Lovell, S. (2015): Russia in the Microphone Age. A History of Soviet Radio, 1919–1970. Oxford. Mediascope. Auditoriâ radio v Rossii: 2016–2019. [Mediascope. Аудитория радио в России: 2016–2019.] <https://mediascope.net/news/819431/> (26.02.2020)

- Miller, A. (2014): Audioquellen in der Geschichtswissenschaft. Der Fall des sowjetischen Radiosprechers Jurij Levitan. In: Rundfunk und Geschichte 2014/1–2, S. 38–52.
- Muhin, V. N. (2016): Radiouniversitet v sisteme ustnoj antireligioznoj propargandy v 1930-e gg. (na primere TASSR). In: Vestnik Samarskogo Universiteta. Istorija, pedagogika, filologija 2016/2. [Мухин, В. Н. (2016): Радиоуниверситет в системе устной антирелигиозной пропаганды в 1930-е гг. (на примере ТАССР). В: Вестник Самарского Университета. История, педагогика, филология, №2.] <https://journals.ssau.ru/index.php/hpp/article/view/4225> (12.06.2020)
- Muzyrâ, A. A. (1979): V èfire radiostanciâ Ûnost'. Moskva. [Музыря, А. А. (1979): В эфире радиостанция *Юность*. Москва.] <https://arttaller.com/raznoe-html/yunost.html> (20.06.2020)
- Nosyrev, I. N. (2016): Radiogolos Rossii. In: Informacionno-analitičeskij portal Russkaâ planeta. [Носырев, И. (2016): Радиоголос России. В: Информационно-аналитический портал Русская планета.] <https://rusplt.ru/wins/radiogolos-rossii-22256.html> (15.04.2020)
- Petrov, D. (2012): Repressirovannaâ istoriâ. Esli ne likvidirovali, to arestovali. In: Istočnik: personal'nyj sajt istorika Marka Solonina. [Петров, Д. (2016): Репрессированная история: если не ликвидировали, то арестовали. В: Источник: Персональный сайт историка Марка Солонина.] http://www.solonin.org/other_daniil-petrov (03.03.2020)
- Popov, A. S. (1896): Pribor dlâ obnaruženîa i registrirovaniâ èlektričeskikh kolebanij. In: Journal der Russischen Gesellschaft für Physik und Chemie. Januar 1896. [Попов, А. С. (1896): Прибор для обнаружения и регистрирования электрических колебаний. В: журнал Русского Физико-Химического Общества за 1896 год.] <http://en.bookfi.net/book/772201> (10.03.2020)
- RIA Novosti (2008): Ûrij Levitan ne ob''âvlâl načala vojny, no pervym soobšil o pobeде. <www.rian.ru> (04.08.2008) [Юрий Левитан не объявлял начала войны, но первым сообщил о победе. Материал подготовлен интернет-редакцией www.rian.ru на основе информации РИА Новости.] <https://ria.ru/20080804/150096684.html> (09.07.2020)
- Ruvinskij, A. I. (2004): Perestrojku otkryli Panoramy. In: Bratsilo, B. A. / Shevelev, G. A. (Hg.): Pozvnyue trevog i nadežd. Maâk 40 let v èfire. Moskva. [Рувинский, А. И. (2004): Перестройку открыли «Панорамы» В: Брацыло, Б. А. / Шевелев, Г. А. (ред.): Позывные тревог и надежд. Маяк. 40 лет в эфире. Москва.] <http://evartist.narod.ru/text14/68.htm> (15.04.2018)
- Šerel', A. A. et al. (2000): Radiožurnalistika: učebnik. Moskva. Teil 1, Kap. 1. [Шерель, А. А. и др. (2000): Радиожурналистика: учебник. Москва.] https://zinref.ru/000_uchebniki/02400jurnalistika/001_radiojurnalistika_sherkel_2000/000.htm (15.05.2020)

- Šerel', A. A. (2004): Audiokul'tura XX veka. Istorîâ, èstetièeskie zakonomernosti, osobennosti vliâniâ na auditoriû. Oèerki. Moskva, Teil 1, Kap. 1. [Шерель, А. А. (2004): Аудиокультура XX века. История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию: Очерки. Москва.]
https://fictionbook.ru/author/aleksandr_sherel/audiokultura_xx_veka_istoriya_yestetiche/read_online.html (03.11.2019)
- Sergeeva, V. (i. V.): Phonostilistische Charakteristik russischer Radionachrichten. Diss. Universität Halle (Saale) und Staatliche Universität Woronesh.
- Smith-Rose, R. L. (2013): Aleksandr Popov. In: Augustyn, A. et al. (Hg.): Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/biography/Aleksandr-Popov-Russian-engineer> (03.03.2018)
- Tihonova, O. V. (2005): Radiogazety kak faktor stanovleniâ, razvitiâ i transformacii oteèestvennoj radiožurnalistiki. Diss. kand. filol. nauk. avtoreferat. Moskva. [Тихонова, О. В. (2005): Радиогазеты как фактор становления, развития и трансформации отечественной радиожурналистики: дис. канд. филол. наук. автореферат. Москва.]. <http://cheloveknauka.com/radiogazety-kak-faktor- stanovleniya-razvitiya-i-transformatsii-otechestvennoy-radiozhurnalistiki> (12.04.2018)
- Tihonova, O. V. (2019): Radiogazeta "Vsem, vsem, vsem!" v mae 1925 goda. Soderžatel'nyj aspekt. Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriâ 10. Žurnalistika, 2019 / 1. [Тихонова, О. В. (2019): Радиогазета "Всем, всем, всем!" в мае 1925 года: содержательный аспект. Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика, №1.] <http://vestnik.journ.msu.ru/books/2019/1/radiogazeta-vsem-vsem-vsem-v-mae-1925-goda-soderzhatelnyy-aspekt/> (12.06.2020)
- Tolson, A. (2006): Media Talk. Spoken Discourse on TV and Radio. Edinburgh.
- Tret'âkov, S. M. (1932): Pisatel' i radio. Literaturnaia gazeta. 11.08.1931, 3. (zitiert nach Lovell, S. 2015, 80). [Третьяков, С. М. (1923): Писатель и радио. Литературная газета. 11.08.1931, 3.]
- VGTRK (2018): Vozobnovilo internet-vešanie Radio Ūnost'. 18.02.2018. V: Istorîâ radio i televideniâ Magnitogorska. [ВГТРК: возобновило интернет-вещание Радио Юность. 18.02.2018. В: История радио и телевидения Магнитогорска.] http://mst-tv.ru/news/vgtrk_vozobnovilo_internet_veshhanie_radio_junost/2018-02-18-1218 (09.07.2020)

Audio- und Videoquellen (AV)

- 1 (Audio): Projekt *Audiopedia* (mit Beispielen aus den Radioarchiven *radio* und *svidetel'*). <http://www.audiopedia.su/> (03.03.2019)

- 2 (Audio): Olga Vysockaja über ihre Arbeit als Nachrichtensprecherin in der Zeit des Großen vaterländischen Krieges. Audiospektakli onlajn kollekciâ radiospektaklej i literaturnyh proizvedenij. [Аудиоспектакли онлайн коллекция радиоспектаклей и литературных произведений] <https://teatr.audio/diktor-moskovskogo-radio-narodnaya-artistka-sssr-olga-vysockaya-o-pervom-dne-voyny> (09.07.2020)
- 3 (Video): Litschnyi Vrag Gitlera – Levitan. 09.05.2005. Filmbeitrag über Levitan auf der Website des Ersten Russischen Fernsehsenders *Pervyj kanal*. [Личный враг Гитлера — Левитан] <https://www.1tv.ru/shows/dobroe-utro/pro-pobedu/lichnyy-vrag-gitlera-levitan> (21.04.2020)
- 4 (Audio): Nachproduzierte Radiomeldung zur Kapitulation Hitlerdeutschlands am 09. Mai 1945, gelesen von Ūrij Levitan. <https://www.youtube.com/watch?v=P6-PyU-zqs0> (30.04.2019)
- 5 (Audio): Ausschnitte aus den Radioprogrammen *Ūnost'* und *Maâk*. https://ru12.intermusic.name/s/83755238-Radioperedachi_SSSR-_SSSR._Utrennyaya_peredacha_radio_Mayak._O_yunyh_pevcah_i_artistah./ (03.03.2019)

Danksagung

Unser herzlicher Dank gilt Frau Dr. Natal'â Gaag von der Fakultät für Journalistik der Staatlichen Universität Woronesh für ihre ergänzenden Auskünfte zur Geschichte der russischen Radionachrichten, Frau Dr. Anna Schwenke für ihre Beratung beim Hörexperiment sowie den deutschen und russischen Proband*innen für ihre Bereitschaft zur Teilnahme am Hörexperiment.

Sprechstil und Formatbezug in aktuellen russischen Radionachrichten

Valentina Sergeeva, Woronesh



In diesem Beitrag wird, anknüpfend an Sergeeva / Bose (in diesem Band), eine laufende empirische Untersuchung zu Nachrichten-Sprechstilen im aktuellen russischen Radio und zu ihrer Hörerwirkung vorgestellt (Sergeeva i. V.). Sie umfasst sowohl auditiv-akustische Nachrichten-Untersuchungen als auch Hörexperimente mit russischen und deutschen Radiohörer*innen zur Formatidentifikation russischer Nachrichten. Damit knüpft sie an eine Untersuchung von Schwenke (2020) zum Sprechstil und Formatbezug deutscher Radionachrichten an; Ziel ist u. a. ein kontrastiver Vergleich. Da die Sprechstil-Untersuchungen erst angelaufen sind, können endgültige Ergebnisse noch nicht vorgelegt werden. Deshalb wird im Folgenden das Untersuchungsdesign vorgestellt und es wird über die Hörexperimente zur Formatidentifikation berichtet.

1 Untersuchungskorpus

Das Untersuchungskorpus besteht aus Live-Mitschnitten aktueller russischer Radionachrichten aus dem Zeitraum August bis Dezember 2017. Es sollten möglichst Sender unterschiedlicher Formate berücksichtigt werden. Unter Format wird in der deutschen und angelsächsischen Literatur die „zielgruppenorientierte Programmgestaltung unter Einbezug aller auditiv zur Verfügung stehenden Mittel“ verstanden, wobei mindestens drei Kategorien zu berücksichtigen sind: Organisationsform (Privatsender oder öffentlich-rechtlicher Sender), Programm (Info/Kultur, Unterhaltung u. a.) und Zielgruppe (Jugendsender, Sender für Senior*innen u. a.) (Schwenke 2020, 112–117 und 285). Diese Einteilung gilt durchaus auch für die aktuelle russische Radiolandschaft, wie sich an der Selbstpositionierung von Sendern in ihren Internetauftritten ablesen lässt (siehe Quellenverzeichnis).

Über jeweils eine Woche wurden Sendungen zur russischen Prime Time aufgenommen, also von 9.00 bis 11.00 und 17.00 bis 19.00 Uhr, Das Gesamtkorpus umfasst 58 Sendungen (1 bis 9 min Dauer, insges. 216 min) von 38 Sendern, darunter 28 überregionale und 31 private Sender. 19 Sender sind dem Format „Adult Contemporary“ zuzuordnen, 11 dem Format „News Talk“ und 5 dem Format „Contemporary Hit Radio“ (gemäß den Senderselbstauskünften im Internet). Das Geschlechterverhältnis ist ausgeglichen; 50 Prozent der erhobenen Sendungen werden von Frauen, die anderen 50 Prozent von Männern präsentiert. In zwei Sendungen wechseln die Stimmen in Abhängigkeit von der Rubrik (Sport und Wetterbericht werden von einem Sprecher gesprochen, die eigentlichen Nachrichtmeldungen von einer Sprecherin). 51 Sendungen sind mit Musik unterlegt. Für die Analyse wurden 35 Nachrichtensendungen (insges. 137 min) mit einem breiten Spektrum hinsichtlich Aufbau, Struktur, Präsentation (Sprach- und Sprechstil, Hintergrundmusik) sowie Dauer ausgewählt.

2 Nachrichtenaufbau und Nachrichtensprechstil

Die Audioaufnahmen dieser 35 Nachrichtensendungen werden zurzeit verschriftet und mittels des Soundanalyseprogramms Praat (Boersma / Weenink 2017) annotiert (Aufbau und Struktur der Nachrichten) sowie auditiv und akustisch phonetisch analysiert (Sprechgeschwindigkeit, Pausierung, Akzentuierung, Sprechtonhöhe).

Bei der bisherigen Sichtung des Auswahlkorpus zeigt sich, dass russische Radionachrichten üblicherweise folgenden Aufbau haben:

- Überleitung und (Selbst-)Vorstellung des Sprechers bzw. der Sprecherin (55 von 58 Sendungen)
- Themenüberblick (18 Sendungen)
- Spannweite von 1 bis 6 Nachrichtenmeldungen, zumeist 5 Meldungen (43 Sendungen)
- Wettervorhersage (32 Sendungen)
- Verkehrsmeldung (6 Sendungen)
- Wechselkurs (13 Sendungen)
- Abschluss und Verabschiedung des Sprechers bzw. der Sprecherin (46 Sendungen)

Zum Sprechstil können noch keine Ergebnisse präsentiert werden, da die Untersuchungen noch nicht abgeschlossen sind. Allerdings zeigt sich bereits, dass die

russischen Radionachrichten ebenso wie die deutschen (Schwenke 2020) durch eine sehr hohe Akzentdichte und ein hohes Sprechtempo gekennzeichnet sind. Im Vergleich zu den deutschen Nachrichten scheinen sie noch schneller gesprochen zu werden und weniger Pausen zu enthalten.

Wie oben erwähnt, sind 51 von 58 Nachrichtensendungen des Korpus mit Musik unterlegt. Die Hintergrundmusik entspricht dem Senderformat: In einigen Sendungen klingt sie eher zurückhaltend (Informationssender für älteres Publikum), in anderen dagegen sehr vordergründig (energetisch, rhythmisch, laut), so dass vermutlich die Verständlichkeit der Nachrichteninformation beeinträchtigt wird (z. B. bei Unterhaltungssendern für jüngeres Publikum). Offensichtlich wird in diesen Formaten stärkerer Wert auf eine stimmungsvolle Gesamtanmutung als auf die zu vermittelnden Inhalte gelegt, so wie es Bose und Finke (2016) für deutsche Radio-Morningshows beobachtet haben.

3 Hörexperiment zur Formatidentifikation

Schwenke (2020, 280–298) konnte in einem Hörexperiment zeigen, dass deutsche Radiohörer*innen anhand des Sprechstils verschiedene Formate identifizieren können: öffentlich-rechtlich vs. privat, Info/Kultur vs. Unterhaltung, Jugendsender vs. Sonstige (Material: deutschsprachige Testnachrichtmeldung in verschiedenen quasi-authentischen Sprechfassungen). In Anlehnung an diese Untersuchung wurden auch für acht russische Radionachrichten-Meldungen solche Hörexperimente durchgeführt. Befragt wurden 50 Hörer*innen mit deutscher Muttersprache ohne Russischkenntnisse und 50 Hörer*innen mit russischer Muttersprache im Alter zwischen 18 und 30 Jahren. Die meisten Proband*innen waren Studierende der Martin-Luther-Universität bzw. der Staatlichen Universität Woronesh. Mittels eines Fragebogens wurde geprüft, ob sie unabhängig vom Sprachverständnis in den russischen Nachrichtenbeispielen einen typischen Nachrichtenklang identifizieren und diesen möglicherweise sogar Programm- bzw. Senderformatvorgaben zuordnen können, die der Sender-Selbstpositionierung entsprechen.

3.1 Fragebogen

Der Fragebogen ist an Schwenke (2020, 233) orientiert und wurde für das aktuelle Hörexperiment angepasst (Abbildung 1). In einer Tabelle sollten die Proband*innen die Hörbeispiele einem vorgegebenen Format zuordnen, ihre Zuordnung möglichst begründen und angeben, wie leicht bzw. schwer ihnen diese Aufgabe

gefallen war und woran sie sich vorrangig orientiert hatten (Sprechweise vs. Hintergrundmusik). Darüber hinaus wurden einige Sozialdaten der Proband*innen und Angaben zu ihren Radio-Nutzungsgewohnheiten erhoben. Wie im Hörexperiment von Schwenke (2020, 280–298) wurden auch hier Formatvorgaben gemacht: zum Programm (Information / Unterhaltung) und zur Zielgruppe (junges Publikum / mittleres Erwachsenenalter / älteres Publikum) (siehe Abbildung 1). Die deutschen Proband*innen wurden außerdem gefragt, ob die Hörbeispiele wie Nachrichten klingen oder nicht.

Können Sie das Beispiel zuordnen? <i>Mehrere Antworten möglich.</i>	Gründe (z.B. schnell/langsam, viele/wenige Pausen, formell/informell, melodisch/monoton, gespannt/entspannt, Gesamtwirkung ...):
<input type="checkbox"/> nein	
Klingt der vorgespielte Ausschnitt wie Nachrichten? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> eher ja <input type="checkbox"/> eher nicht <input type="checkbox"/> nein	
<input type="checkbox"/> Informationssender <input type="checkbox"/> Unterhaltungssender <input type="checkbox"/> Sonstiges:	
<input type="checkbox"/> Sender für junges Publikum <input type="checkbox"/> Sender für mittleres Erwachsenenalter <input type="checkbox"/> Sender für älteres Publikum	
Die Zuordnung war ...	<input type="checkbox"/> leicht <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> schwierig
Bei der Zuordnung habe ich mich orientiert an:	Musik <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Sprechweise

Abb. 1: Fragebogen zum Hörexperiment (für deutsche Hörer*innen, Ausschnitt)

3.2 Hörbeispiele

Als Stimuli dienten acht Nachrichtenmeldungen (M1 bis M8: 14 bis 35 sec Dauer) ohne Verpackungselemente oder Senderkennung aus acht verschiedenen Sendern (siehe Tabelle 1). Die Auswahl der Beispielmeldungen sollte ein möglichst breites Spektrum umfassen (hinsichtlich der Organisationsform, des Programms und der Zielgruppe sowie des Vorhandenseins von Hintergrundmusik).

Die Audios zu den im Beitrag behandelten Beispielen (Transkripten) sind verfügbar über den QR-Code zu Beginn des Artikels bzw. unter:

<https://cloud.uni-halle.de/s/Y3jDFkDE8cyh3LQ>.

Meldung	Radio-sender	Organisationsform	Programm	Zielgruppe	Hintergrundmusik
M1 (Audio 1)	<i>Kommersant FM</i>	privat	Information	30–50 Jahre, mittleres Erwachsenenalter	mittellaut
M2 (Audio 2)	<i>Lipetsk FM</i>	öffentlich-rechtlich	Information	35+, mittleres Erwachsenenalter	mittellaut
M3 (Audio 3)	<i>Love Radio</i>	privat	Unterhaltung	16–35 Jahre, junges Publikum	laut
M4 (Audio 4)	<i>Radio Sem</i>	privat	Unterhaltung	30–50 Jahre, mittleres Erwachsenenalter	leise
M5 (Audio 5)	<i>Radio Rossii</i>	öffentlich-rechtlich	Information	40+, älteres Publikum	keine
M6 (Audio 6)	<i>Radiola</i>	privat	Unterhaltung	35–59, weiblich, mittleres Erwachsenenalter	mittellaut
M7 (Audio 7)	<i>Svoboda</i>	privat	Information	20–40 Jahre, mittleres Erwachsenenalter	keine
M8 (Audio 8)	<i>Zvezda</i>	öffentlich-rechtlich	Unterhaltung	20–55 Jahre, mittleres Erwachsenenalter	laut

Tab. 1: Hörbeispiele des Hörexperiments

Jedes Hörbeispiel wurde einmal präsentiert, dann hatten die Proband*innen eine Minute Zeit, den Fragebogen auszufüllen. Sie wurden gebeten, die Formatzuordnung anhand des Sprechstils zu treffen und die Hintergrundmusik möglichst auszublen- den. Vor dem Experiment erhielten die Proband*innen eine Instruktion zu Zweck und Ablauf des Experiments – sie wussten also, dass ihnen eine Reihe von Nachrichtenmeldungen vorgespielt werde. Außerdem erhielten die Proband*innen einen Auszug aus der Testtabelle zum Einschätzen eines Probebeispiels. Nach der Beurteilung des Probebeispiels wurde der Fragebogen zu den acht Hörbei- spielen ausgeteilt. Insgesamt dauerte das Hörexperiment etwa 30 Minuten.

3.3 Ergebnisse

3.3.1 Formatidentifikation (Programm und Zielgruppe) durch die Hörer*innen

Die Abbildungen 2 und 3 zeigen zunächst die prozentuale Verteilung der Angaben zur Formatidentifikation (Programm und Zielgruppe), unterschieden in Übereinstimmung und Nichtübereinstimmung der Hörer*innen-Urteile mit der Sender-Selbstpositionierung. Im Anschluss werden alle acht Hörbeispiele (M1 bis M8) anhand der Hörer*innen-Angaben beschrieben.

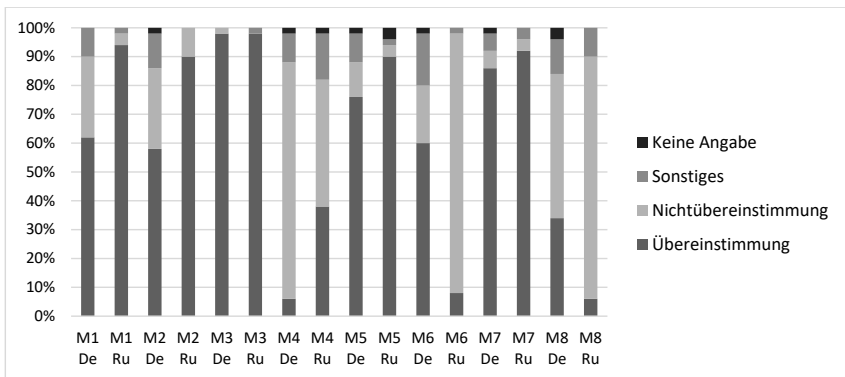


Abb. 2: Programm-Identifikation (je 50 deutsche und russische Hörer*innen)

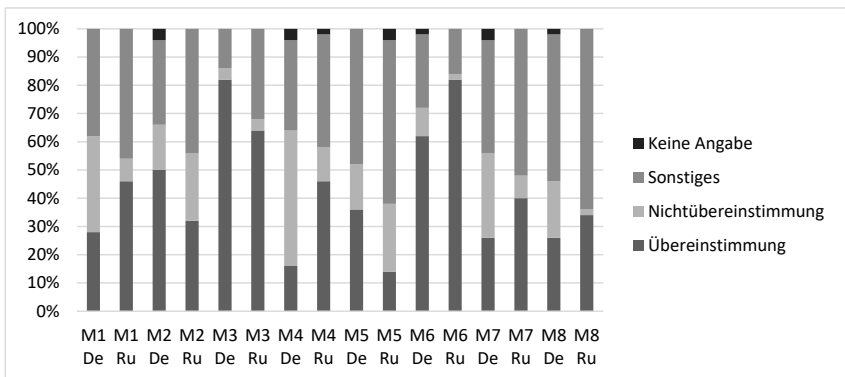


Abb. 3: Zielgruppen-Identifikation (je 50 deutsche und russische Hörer*innen)

Meldung M1 (Audio 1): *Kommersant FM* – Informationsprogramm für mittleres Erwachsenenalter mit mittellauter Hintergrundmusik

Dieses Beispiel wurde von der Mehrheit (mehr als 60%) sowohl der deutschen als auch der russischen Hörer*innen dem Informationsformat zugeordnet, was auch der Selbstpositionierung des Senders entspricht. Auch das Alter des Zielpublikums wurde von 94% der russischen Hörer*innen und von 62% der deutschen Hörer*innen entsprechend der Sender-Selbstpositionierung zugeordnet. Beide Hörergruppen gaben an, sich vor allem an der Sprechweise orientiert zu haben, und beschrieben die Sprechweise der Sprecherin übereinstimmend häufig als monoton, mittelschnell mit wenigen Pausen und sachlich (unemotional) (siehe Tabelle 2 unten).

Meldung M2 (Audio 2): *Lipetsk FM* – Informationsprogramm für mittleres Erwachsenenalter mit mittellauter Hintergrundmusik

Auch dieses Beispiel wurde von beiden Gruppen (58% der deutschen und 90% der russischen Hörer*innen) gemäß der Sender-Selbstpositionierung dem Informationsprogramm zugeordnet. Das Alter des Zielpublikums wurde von 50% der deutschen und 90% der russischen Hörer*innen entsprechend der Sender-Selbstpositionierung zugeordnet. Als typisch für die Sprechweise des Sprechers haben ca. 60% der Proband*innen beider Gruppen übereinstimmend das hohe Sprechtempo vermerkt, darüber hinaus vermerkten die russischen Hörer*innen noch die formelle und melodische Sprechweise.

Meldung M3 (Audio 3): *Love Radio* – Unterhaltungsprogramm für junges Publikum mit lauter Hintergrundmusik

Dieses Beispiel haben beide Hörergruppen jeweils zu 98% sowohl hinsichtlich des Formats als auch des Zielgruppenalters gemäß der Selbstpositionierung des Senders identifiziert. Den Ausschlag hierfür hat nach den Angaben der Proband*innen offensichtlich die Hintergrundmusik gegeben, die fast genauso laut erscheint wie der Sprecher und sehr vordergründig wirkt. Die russischen Hörer*innen gaben an, auch vom Nachrichteninhalt beeinflusst worden zu sein. In der Meldung geht es um den Besuch eines berühmten Sängers in einer Radioshow.

Meldung M4 (Audio 4): *Radio Sieben* – Unterhaltungsprogramm für mittleres Erwachsenenalter mit sehr leiser Hintergrundmusik

Die Zuordnung dieses Beispiels gestaltet sich weniger eindeutig, außerdem unterscheiden sich beide Hörer*innengruppen deutlich. Das Programm wurde von 82% der deutschen Hörer*innen als Informationsprogramm identifiziert, dagegen nur

von 44% der russischen Hörer*innen. Diese Zuordnung entspricht nicht der Sender-Selbstpositionierung. Bezogen auf die Zielgruppe zeigt sich, dass nur 16% der deutschen Hörer*innen das Beispiel entsprechend der Senderselbstauskunft zuordnen, dagegen 44% der russischen Hörer*innen. Die Unterschiede in den beiden Gruppen zeigen sich auch in den Angaben zur Zuordnungsschwierigkeit: Während 54% der russischen Hörer*innen die Zuordnung als leicht eingeschätzt haben, bewerteten 42% der deutschen Hörer*innen die Zuordnung als schwierig (siehe Tabelle 3).

Meldung M5 (Audio 5) *Radio Rossii* – Informationsprogramm für älteres Erwachsenenalter ohne Hintergrundmusik

Dieses Beispiel haben über 75% der Proband*innen in beiden Gruppen gemäß der Sender-Selbstpositionierung als Informationsprogramm identifiziert. Als Grund nannte mehr als die Hälfte aller Proband*innen die formelle Sprechweise. Als weiteren Grund für die Zuordnung nannten 38% der russischen Proband*innen das langsame Sprechtempo, demgegenüber beurteilten 30% der deutschen Proband*innen das Sprechtempo als hoch (siehe Tabelle 2 unten).

Meldung M6 (Audio 6): *Radiola* – Unterhaltungsprogramm für vorwiegend weibliches Publikum im mittleren Erwachsenenalter mit mittellauter Hintergrundmusik

Bezüglich des Programms zeigt sich ein uneinheitliches Bild: 90% der russischen Proband*innen haben das Beispiel als Informationsformat identifiziert, was der Sender-Selbstpositionierung widerspricht. Als Gründe gaben sie den sachlich-neutralen Inhalt und die ruhige, sachliche Sprechweise an. Für 48% der deutschen Proband*innen klingt das Beispiel überhaupt nicht wie eine Nachrichtenmeldung (Abbildung 5 unten), sondern eher wie eine Werbung oder wie eine Zwischenmoderation zwischen zwei Musiktiteln. Bezüglich des Zielgruppenalters zeigt sich ein relativ einheitliches Bild: Beide Gruppen haben es mehrheitlich gemäß der Sender-Selbstpositionierung zugeordnet.

Meldung M7 (Audio 7): *Svoboda* – Informationsprogramm für mittleres Erwachsenenalter ohne Hintergrundmusik

Dieses Beispiel haben beide Gruppen zu über 75% gemäß der Sender-Selbstpositionierung als Informationsprogramm identifiziert. Als Grund nannte mehr als die Hälfte aller Proband*innen die formelle Sprechweise. 58% der russischen Proband*innen gaben als weiteren Grund für die Zuordnung das langsame Sprechtempo an. Demgegenüber beurteilten die deutschen Proband*innen das Sprechtempo uneinheitlich (28% als langsam und 32% als hoch) (siehe Tabelle 2 unten).

In ihren Kommentaren erwähnen die Befragten häufig explizit das Fehlen der Hintergrundmusik (26% der deutschen und 16% der russischen Hörer*innen).

Meldung M8 (Audio 8): *Zvezda* – Unterhaltungsprogramm für mittleres Erwachsenenalter mit lauter Hintergrundmusik

Dieses Beispiel wurde von beiden Gruppen zu jeweils 84% abweichend von der Senderselbstauskunft als Informationsprogramm identifiziert. Das Alter der Zielgruppe wurde dagegen gemäß der Sender-Selbstpositionierung erkannt. Als Grund für die Zuordnung haben beide Hörergruppen die formelle Sprechweise angegeben, aber auch die Hintergrundmusik (26% der deutschen und 16% der russischen Hörer*innen). Die meisten Kommentare der deutschen Hörer*innen beziehen sich darüber hinaus auf das schnelle Sprechtempo und die monotone Sprechweise (siehe Tabelle 2 unten). Dagegen vermerkten die russischen Hörer*innen ein langsames Sprechtempo (32%), eine ausdrucksstarke Sprechweise (40%) und viele bzw. genug Sprechpausen (42%).

3.3.2 Hörerseitige Begründung der Formatidentifikation

Bei der Angabe von Gründen für die Formatzuordnung haben sich sowohl die deutschen als auch die russischen Hörer*innen überwiegend an den beispielhaft angeführten Merkmalen im Fragebogen orientiert (siehe Abbildung 1 oben: schnell / langsam, viele / wenige Pausen, formell / informell, melodisch / monoton, gespannt / entspannt, Gesamtwirkung...). Besonders häufig wurden dabei hohes Sprechtempo, formelle (seltener informelle) und monotone (seltener melodische) Sprechweise genannt (siehe Tabelle 2).

Hörbeispiel / Hörergruppe	Beschreibungen der Sprechweise						Nennungen insgesamt
	schnell	langsam	formell	informell	monoton	melodisch	
M1 De	32	1	23	3	3	26	88
M1 Ru	17	3	26	3	7	13	69
M2 De	20	2	19	9	16	3	69
M2 Ru	17	10	18	3	22	3	73
M3 De	29	3	17	15	11	11	86
M3 Ru	28	0	31	29	2	21	111
M4 De	18	4	27	2	4	22	77
M4 Ru	19	6	26	20	8	19	98
M5 De	15	8	11	3	21	4	62
M5 Ru	9	19	28	3	13	17	89
M6 De	10	9	23	6	15	5	68

Hörbeispiel / Hörergruppe	Beschreibungen der Sprechweise						Nennungen insgesamt
	schnell	langsam	formell	informell	monoton	melodisch	
M6 Ru	1	6	8	2	4	3	24
M7 De	16	14	21	2	17	4	74
M7 Ru	3	29	25	1	20	10	88
M8 De	32	9	23	5	3	26	98
M8 Ru	8	16	26	0	11	17	78

Tab. 2: Häufige Begründungen für die Formatidentifikation

Beide Hörergruppen sollten auch angeben, ob sie ihre Formatidentifikation eher von der Sprechweise oder von der Hintergrundmusik abhängig gemacht haben (Abbildung 4).

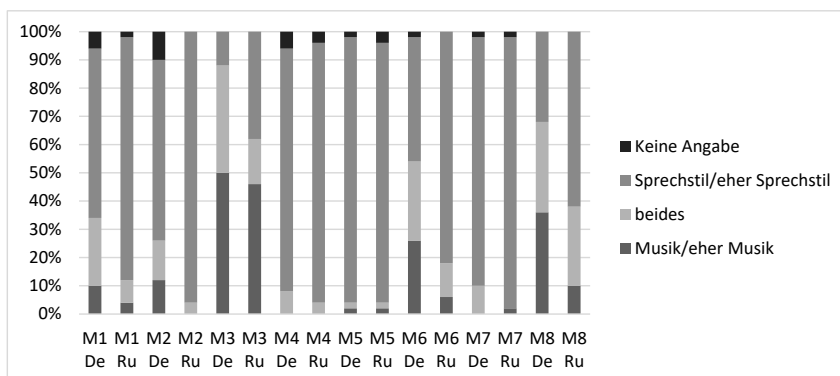


Abb. 4: Einfluss von Sprechstil vs. Hintergrundmusik auf die Formatidentifikation

Aus der Abbildung 4 geht hervor, dass beide Gruppen bei der Formatidentifikation nach eigenen Angaben durch die Sprechweise beeinflusst wurden. An den Beispielen M6 und M8 (zu einem gewissen Anteil auch in den Beispielen M1 und M2) wird deutlich, dass die deutschen Hörer*innen ihre Zuordnung neben der Sprechweise auch von der Musik abhängig gemacht haben. Eine Ausnahme bildet das Beispiel M3, bei dem beide Gruppen sich vorrangig an der Musik orientiert haben.

3.3.3 Hörerseitige Bewertung der Zuordnungsschwierigkeit und des Nachrichtenklangs

Die russischen Hörer*innen gaben überwiegend an, dass die Formatidentifikation für sie leicht (durchschnittlich 60%) oder mittelschwer (durchschnittlich 35%) gewesen ist. Bei den deutschen Hörer*innen ist das Bild weniger eindeutig, hier finden sich Angaben von leicht (durchschnittlich 25%) über mittelschwer (durchschnittlich 47%) bis schwierig (durchschnittlich 25%) (vgl. Tabelle 3).

Hörbeispiel	Zuordnung					
	leicht		mittel		schwierig	
	dt. Hö.	russ. Hö.	dt. Hö.	russ. Hö.	dt. Hö.	russ. Hö.
M1	9 (18%)	31 (62%)	28 (56%)	16 (32%)	12 (24%)	3 (6%)
M2	15 (30%)	23 (46%)	18 (36%)	23 (46%)	11 (22%)	4 (8%)
M3	19 (38%)	39 (78%)	26 (52%)	10 (20%)	5 (10%)	1 (2%)
M4	7 (14%)	27 (54%)	20 (40%)	19 (38%)	21 (42%)	3 (16%)
M5	15 (30%)	29 (58%)	24 (48%)	18 (36%)	9 (18%)	2 (4%)
M6	6 (12%)	21 (42%)	33 (66%)	25 (50%)	8 (16%)	4 (8%)
M7	15 (30%)	29 (58%)	29 (58%)	20 (40%)	4 (8%)	0
M8	19 (38%)	26 (52%)	26 (52%)	23 (46%)	5 (10%)	1 (2%)
insgesamt	105	225	204	139	75	18

Tab. 3: Angaben zur Zuordnungsschwierigkeit

Die deutschen Hörer*innen haben die Frage danach, ob die Hörbeispiele wie Nachrichten klingen oder nicht, folgendermaßen beantwortet (Abbildung 5):

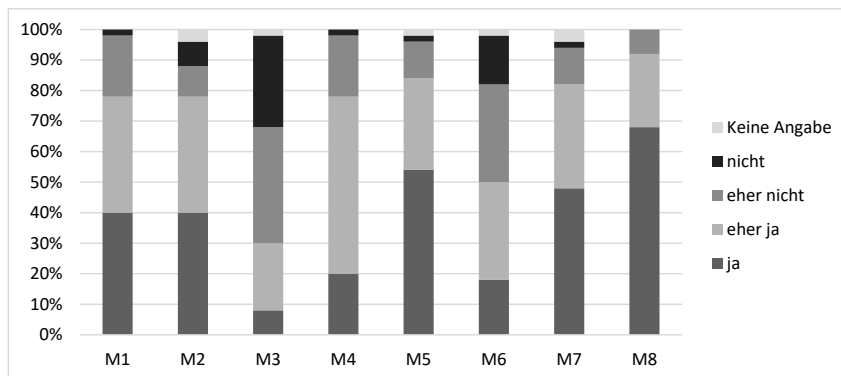


Abb. 5: Einschätzung des Nachrichtenklangs durch die deutschen Hörer*innen

Die Hörbeispiele M1, M2 und M8 haben nach mehrheitlicher Einschätzung der deutschen Hörer*innen (mehr als 50% der Urteile *ja* – *eher ja*) einen typischen

Nachrichtenklang. Dagegen klingt das Beispiel M3 nach Einschätzung der deutschen Hörer*innen (68% der Urteile) nicht wie Nachrichten. Wenn die deutschen Hörer*innen ein Hörbeispiel als *nachrichtenuntypisch* eingeschätzt haben, haben sie mehrfach als Grund folgende andere Genre-Anmutungen angegeben:

- Anmoderation, Wetterbericht, Reportage, Dokumentation (Informationsprogramme)
- Werbung, Wetterbericht; cool, wenig seriös, entspannt, weniger schnell, informell (Unterhaltungsprogramme)

4 Fazit

Die Selbstpositionierungen der russischen Radiosender im Internet zeigen, dass hinsichtlich des Formatbezugs für russische Radionachrichten ähnliche Formatkategorien wie für deutsche oder amerikanische gelten. Das Hörexperiment zeigt, dass die Anmutung aktueller russischer Radionachrichten mittels Sprechstil und Hintergrundmusik so eindeutig gestaltet ist, dass der Formatbezug unabhängig vom Sprachverständnis deutlich erkennbar ist: Beide Hörergruppen haben übereinstimmend das Format von fünf der acht Hörbeispiele gemäß der Sender-Selbstpositionierung identifiziert:

- bei den Beispielen 3, 5 und 7 das Programm (Information vs. Unterhaltung) mit mehr als 75% Übereinstimmung
- bei den Beispielen 1 und 2 das Programm (Information vs. Unterhaltung) mit mehr als 50% Übereinstimmung

Sowohl die befragten russischen als auch deutschen Proband*innen konnten also für fünf Beispiele anhand einer gehörten Nachrichtenmeldung das Format des Radiosenders gemäß den Vorgaben (Unterhaltung / Information) übereinstimmend identifizieren. Interessant sind auch die übereinstimmenden Angaben der Hörer*innen zum Hörbeispiel M8: 50% der deutschen und 84% der russischen Proband*innen haben dieselbe Programm-Zuordnung getroffen (Information), allerdings nicht in Übereinstimmung mit der Sender-Selbstpositionierung (Unterhaltung). Als Grund für die Identifizierung eines Beispiels als *Informationsformat* wird von beiden Hörergruppen überwiegend eine formelle, gelegentlich auch eine monotone Sprechweise angegeben (Beispiele 1, 2, 5, 7, 8). Das Sprechtempo scheint keinen eindeutigen Einfluss auf diese Identifizierung zu haben, denn es wurde in den genannten Beispielen sehr unterschiedlich beurteilt,

auch innerhalb jeder Gruppe. Als Grund für die Identifizierung eines Beispiels als *Unterhaltungsformat* (Beispiele 3 und 6) sowie *Jugendformat* (Beispiel 3) geben beide Gruppen, insbesondere aber die deutschen Hörer*innen, die Hintergrundmusik an, die russischen Hörer*innen darüber hinaus auch den Inhalt der Meldungen.

Das Sprechtempo wird in zwei Beispielen von den russischen und deutschen Hörer*innen übereinstimmend beurteilt (M1: mittelschnell; M2: schnell). Allerdings zeigt sich bei anderen Beispielen (M5, M7, M8) eine Diskrepanz in der Tempowahrnehmung: Die deutschen Hörer*innen beurteilen das Sprechtempo dieser Meldungen als hoch, die russischen Hörer*innen dagegen als niedrig. Das ist ein Hinweis darauf, dass sich die beiden Hörergruppen möglicherweise an jeweils unterschiedlichen muttersprachlichen Referenzen bzw. Hörgewohnheiten orientieren. Aufschluss hierzu wird die detaillierte phonetische Analyse des Sprechstils der russischen Beispiele geben (Sergeeva i. V.), vor allem in der Kontrastierung zum Sprechstil aktueller deutscher Radionachrichten von Schwenke (2020).

Literatur

- Boersma, P. / Weenink, D. (2017): Praat. Doing phonetics by computer. <http://www.praat.org> (28.06.2020)
- Bose, I. / Finke, C. L. (2016): Radiostimmen. Zur stimmlichen Ästhetik in aktuellen Morning Shows. In: Voigt-Zimmermann, S. / Kurtenbach, S. / Finkbeiner, G. / Bergt, A. / Mainka, M. (Hg.): Stimmstörungen – ein Fokus der Klinischen Sprechwissenschaft. Aktuelle Beiträge aus Wissenschaft, Forschung und Praxis. Berlin, S. 67–92.
- Schwenke, A. (2020): Nachrichten: mehr als informativ. Nachrichten-Sprechstile im Radio zwischen Formatierung und Hörverständlichkeit. Berlin.
- Sergeeva, V. (i. V.): Phonostilistische Charakteristik russischer Radionachrichten. Diss. Universität Halle (Saale) und Staatliche Universität Woronesh.

Audioquellen

- Kommersant FM: http://www.brand-radio.ru/serv__idP_52_idP1_84_idP2_3070.html (24.07.2020)
- Lipetsk FM: <http://rekradio.ru/lipetsk-vesti-fm> (24.07.2020)
- Love Radio: http://www.brand-radio.ru/serv__idP_52_idP1_84_idP2_330.html (24.07.2020)

Radio Sem: <http://www.reklama-online.ru/radio-7-na-7-holmah-voronezh/reklama-ceny/> (24.07.2020)

Radio Rossii: <https://voronezh.rekradio.ru/rossiya> (24.07.2020)

Radiola: <https://66.ru/business/news/188780/> (24.07.2020)

Svoboda: <https://mywebs.su/blog/politic/11365/> (24.07.2020)

Zvezda: http://www.brand-radio.ru/serv__idP_52_idP1_84_idP2_3074.html
(24.07.2020)

***nachrichtenleicht* – Sprachliche und sprecherische Merkmale eines barrierefreien Informationsangebots**

Johanne Gerhardt, Halle (Saale) / Anna Schwenke, Greifswald

Jeder Mensch hat ein Recht auf ein barrierefreies Leben. Dies schließt auch den Zugang zu Informationen mit ein. Deshalb bieten nicht nur bundes- und landesbehördliche Webseiten, sondern auch viele öffentlich-rechtliche Radiosender Informationen in *Einfacher Sprache* oder *Leichter Sprache* an. Im Folgenden wird die *Leichte Sprache* als wissenschaftlicher Gegenstand aufgegriffen und zu den sprechwissenschaftlichen Untersuchungen zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten in Beziehung gesetzt. Im Rahmen einer Pilotuntersuchung werden Ausschnitte des Informationsangebots *nachrichtenleicht* des Deutschlandfunks hinsichtlich sprachlicher und sprecherischer Merkmale beschrieben. Die Ergebnisse dieser exemplarischen Analyse werden sprechwissenschaftlich erläutert und mit vorliegenden Forschungsergebnissen kontrastiert.

1 Einleitung

Mit dem Gesetz zur Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen (Behindertengleichstellungsgesetz) aus dem Jahr 2002 wurde der Anspruch auf gesellschaftliche Teilhabe im Sozialgesetzbuch juristisch verankert. Ein Teil dieses Gesetzespakets betrifft den Abbau sprachlicher Barrieren für Menschen mit Lernbehinderungen oder mit geistigen Beeinträchtigungen durch die Anwendung des Konzepts der *Leichten Sprache*. Texte, Nachrichten, Beschreibungen, Anleitungen, Literatur oder auch Ausschilderungen sind oftmals für diese Menschen unverständlich. *Leichte Sprache* soll dazu dienen, „barrierefreie Kommunikation zu ermöglichen, indem Texte für sprachlich eingeschränkte Menschen verständlich gestaltet werden“ (Beyer 2017, 378). Denn für Menschen mit kognitiven und/oder sprachlichen Einschränkungen muss es Wege geben, sich über das gesellschaftliche und politische Geschehen zu informieren, z. B. durch Radionachrichten. In der Gestaltung von barrierefreien Hörtexten besteht die Herausforderung darin, die Regeln der *Leichten Sprache*, die zunächst für die Schriftsprache formuliert wurden (Maaß 2015, 12), auf das Sprechen zu übertragen. Denn aus sprechwissenschaftlichen Studien zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten

ist bekannt, dass an Texte, die rein auditiv rezipiert werden, andere Vorgaben gestellt werden müssen als an reine Lesetexte (Bose 2009; et al. 2011). Um hierauf adäquate Antworten liefern bzw. Bezüge herstellen zu können, erfolgt zunächst die Auseinandersetzung mit den Prinzipien der *Leichten Sprache* als mögliche Basis für Anschlussuntersuchungen (siehe Apel / Bose / Schwenke in diesem Band).

Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk existieren inzwischen viele Informationsangebote in *Leichter Sprache*, v. a. als Lesetexte, aber zunehmend auch als Hörtexte in Form von Podcasts oder wöchentlichen Sendeterminen. Beispielsweise wird das Angebot *nachrichtenleicht* des Deutschlandfunks seit 2001 einmal wöchentlich ausgestrahlt; anders als der Titel suggeriert basiert das Angebot jedoch nicht ausschließlich auf den Regeln der *Leichten Sprache*, sondern liefert laut Senderselbstauskunft „Nachrichten in einfacher Sprache“ (Internetquelle 1). Die folgende Analyse des Informationsangebots *nachrichtenleicht* schließt einerseits an bereits bestehende Untersuchungen zu zielgruppenspezifischen Radionachrichten an und erweitert damit den Kanon sprechwissenschaftlicher Nachrichtenanalysen. Andererseits fungiert die *nachrichtenleicht*-Analyse als Bindeglied zwischen Untersuchungen zu Sprechstil(en) sowie zur Hörverständlichkeit konventioneller Nachrichten und dem Angebot barrierefreier Informationsformate.

2 Sprechwissenschaftliche Forschung zu hörverständlichen Radionachrichten

Radionachrichten werden definiert als journalistische Darstellungsform zur Vermittlung von Informationen, die von öffentlichem Interesse sind. Dies geschieht in knapper und wertungsfreier, d. h. objektiver und sachlicher Weise (vgl. Schwiesau / Ohler 2016, 79; Schwenke 2020, 29). Besonders ist, dass sie schriftlich konstituiert sind, aber mündlich realisiert werden; es handelt sich also um ein „öffentliches medienvermitteltes Vorlesen“ (Apel et al. 2018, 279). Im Allgemeinen zeichnen sich Radionachrichten durch eine starke informative Verdichtung aus, z. B. durch Nominalphrasen und Partizipialkonstruktionen. Die sprecherische Realisierung ist stark konventionalisiert und durch typische sprecherische Merkmale geprägt: hohes Sprechtempo, häufige und in regelmäßigen Abständen gesetzte Pausen und Zäsuren, hohe Akzentdichte, geringe Melodiebewegungen und ein begrenzter Tonhöhenumfang. Da die Rezipient*innen in der eigentlichen Kommunikationssituation nicht auf das Gesagte reagieren können (vgl. Gutenberg, 2005, 48), kann Verständnissicherung nicht durch Nachfragen erfolgen.

Eine an die Sprech-Hör-Situation angepasste sprachlich-sprecherische Gestaltung ist daher von besonderer Bedeutung für die Hörverständlichkeit.

Hörverständlichkeit wird definiert als „die um die Prosodie erweiterte Textverständlichkeit“ (Apel et al. 2018, 280): Texte, die für das Hören – und nicht nur für das Lesen – geschrieben werden, müssen besondere verständlichkeitssichernde Kriterien erfüllen, z. B. in Form einfacher und kurzer Sätze, durch die Vermeidung von Fremdwörtern und Fachwortschatz sowie durch die Übereinstimmung von Informationsschritt und Satz (d. h. pro Satz nur eine neue Information) (vgl. stellvertretend Gutenberg 1994). Ausgehend von der Annahme eines besonderen Wechselspiels zwischen geschriebenem Text (inhaltlicher Aufbau und Sprachstil) und der sprecherischen Realisierung (prosodische Merkmale und Sprechstil) mit Einfluss auf das Behalten und Verstehen, betrachten sprechwissenschaftliche Analysen insbesondere auch Merkmale der sprecherischen Präsentation (u. a. Gliederung, Akzentuierung, Sprechtempo und Pausierung). Das Gliedern, also das Segmentieren des Textes in inhaltlich-semantiche und prosodische Einheiten, ermöglicht Hörer*innen, der Informationsanordnung zu folgen; die Akzentuierung der wichtigen und neuen Informationen innerhalb einer Gliederungseinheit hilft, die entscheidende Information herauszufiltern. Das Sprechtempo, aber insbesondere die Pausengestaltung spielen ebenfalls eine wesentliche Rolle für die Hörverständlichkeit. Sprechwissenschaftliche Untersuchungen zu *Leichter Sprache* liegen bisher nicht vor, jedoch kann sowohl an die Ergebnisse bereits durchgeführter Studien zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten angeknüpft werden (vgl. Gutenberg 2005, Bose 2009, Apel 2018, Schwenke 2020; siehe auch Apel / Schwenke in diesem Band) als auch an Untersuchungen von Nachrichten für spezifische Zielgruppen, z. B. Untersuchungen zu Kindernachrichten (Leuchte 2015) und zu langsam gesprochenen Nachrichten (Schwenke et al. 2015).

3 *Leichte Sprache*: Begriff und Merkmale

In der Verständlichkeitsforschung wird davon ausgegangen, dass das Lesen eines Textes ein „aktiver Prozess der Bedeutungskonstruktion“ ist (Christmann 2017, 37). Der Lesevorgang ist demzufolge ein Sinnverstehen in Form einer Wechselwirkung zwischen den Merkmalen des vorgegebenen Textes und der Kognitionsstruktur der Rezipient*innen. Diese Text-Leser*in-Interaktion ist für die Erforschung *Leichter Sprache* besonders relevant, weil es sich um eine spezifische Gruppe von Adressat*innen handelt. Das heißt, dass allgemeine und empirisch belegte Verständlichkeitsprinzipien (sprachliche Einfachheit, semantische Kürze,

kognitive Gliederung / Ordnung; vgl. für einen Überblick Apel 2018) unter Umständen nicht ausreichend greifen, um die erhoffte Wirkung – die Informationsvermittlung an die spezifische Zielgruppe – zu erreichen (vgl. Christmann 2017, 37–45).

Der Begriff *Leichte Sprache* ist zu einem schillernden Schlagwort geworden, unter dem mitunter Unterschiedliches subsumiert wird. Gleichzeitig gibt es verschiedene Bezeichnungen, die gleiche oder zumindest ähnliche Ansätze der Kommunikationsoptimierung beschreiben.“ (Bock 2015, 82; Kursivierung JG / AS). Es ist von *Leichter Sprache*, *einfacher Sprache*, *bürgernaher Sprache* sowie *Leicht Lesen* die Rede (vgl. ebd., 83). Als elementares Ziel aller Ansätze gilt, Kommunikation, die bestimmten Personengruppen unzugänglich ist, schriftsprachlich zugänglich zu machen (vgl. Lange / Bock 2016, 123).

Maaß (2015, 11) bezeichnet *Leichte Sprache* als „Varietät des Deutschen, die im Bereich Satzbau und Wortschatz systematisch reduziert ist“. Was die *Leichte Sprache* von anderen Konzepten unterscheidet, ist eine spezifischere Zielgruppe sowie ein festes Regelwerk. Durch eine Anpassung der (Schrift-)Sprache an die kognitiven und sprachlichen Fähigkeiten der Adressat*innen werden Verstehen, kommunikatives Handeln und somit Teilhabe ermöglicht. Jedoch kann eine adäquate Anpassung der Sprache nur gelingen, wenn die Zielgruppe und ihre Fähigkeiten bekannt sind, denn „Kommunikationsoptimierung muss immer in Bezug auf eine bestimmte Adressatengruppe erfolgen“ (Bock 2015, 80). Generell stellt sich die Frage, „inwiefern es möglich ist, die verschiedenen Einschränkungen und Kompetenzprofile [...] mit einem einzigen Ansatz zu ‚bedienen‘“ (ebd.). Daher ist es notwendig, die Leistungsfähigkeit der Konzepte theoretisch wie auch praktisch zu evaluieren (vgl. ebd.). Da das Konzept der *Leichten Sprache* aus der Praxis heraus entstanden ist (vgl. Maaß 2015, 10), steht die wissenschaftliche Auseinandersetzung erst am Anfang. Einige Untersuchungen zur empirischen Überprüfbarkeit der *Leichte-Sprache*-Regeln liegen aber bereits vor, z. B. im Bereich Negation (vgl. Bredel et al. 2016).

Die Regeln der *Leichten Sprache* existieren insbesondere als Sprach- und Typografiereregeln und sind als kodifizierte Normen in Regellisten festgehalten. Als verbreitete und allgemein gültige Kataloge sind folgende zu nennen: *Die Regeln für Leichte Sprache* des Netzwerks Leichte Sprache (Internetquelle 2), das *BITV 2.0 (Verordnung zur Schaffung barrierefreier Informationstechnik nach dem Behindertengleichstellungsgesetz)* (Internetquelle 3) und die Check-Liste von *Inclusion Europe* (Internetquelle 4). Die Forschungsstelle *Leichte Sprache* an der Universi-

tät Hildesheim hat diese drei Regelwerke evaluiert und auf Grundlage der aktuellen Forschungslage ein eigenes Regelwerk erstellt (vgl. Maaß 2015), worin im Gegensatz zu den anderen aus der Praxis stammenden Regelsammlungen ausführliche linguistische Begründungen dargelegt werden. Als wichtigste Regeln bzw. Merkmale der *Leichten Sprache* auf Textebene sind folgende zu nennen:

- möglichst kurze Wörter und Grundwortschatz verwenden; Fach- und Fremdwörter sowie schriftbasierten Abkürzungen vermeiden (ebd., 95–99)
- verbal statt nominal formulieren (ebd., 102–103)
- Passiv, Genitiv, Konjunktiv und Präteritum vermeiden (Ausnahme: Modal- und Hilfsverben dürfen im Präteritum stehen) (ebd., 103–107, 120–123)
- eine Aussage pro Satz nennen, ohne Nebensätze oder Kommata (ebd., 108–110)
- Negationen vermeiden oder mit *nicht* realisieren (ebd., 126–128)

Leichte Sprache ist in erster Linie für Lesetexte konzipiert; sowohl die Ratgeberliteratur (Handreichungen mit Regellisten) als auch die veröffentlichten wissenschaftlichen Artikel und Buchpublikationen beziehen sich ausschließlich auf schriftliche Texte und deren Layout. Untersuchungen zur gesprochenen Sprache oder zum Vorlesen existieren bislang nicht (vgl. Bock et al. 2017, 12). Auch aus Ratgebern lassen sich nur sehr wenige und eher allgemein gehaltene Hinweise zum Sprechen finden, wie z. B. in der Handreichung zur Gestaltung von Tagungen in *Leichter Sprache* (vgl. Internetquelle 5). Dort wird darauf hingewiesen, langsam und deutlich zu sprechen.

4 Pilotuntersuchung zu sprachlichen und sprecherischen Merkmalen von *nachrichtenleicht*-Meldungen

Im Vergleich zu den täglich und regelmäßig ausgestrahlten Nachrichten im Radio richten sich die *nachrichtenleicht*-Meldungen an ein spezifisches Publikum, z. B. an Hörer*innen mit kognitiven Einschränkungen. Die sprachliche Gestaltung dieses Nachrichtenformats orientiert sich – wie in der Einleitung erwähnt – nicht ausschließlich an den Regeln der *Leichten Sprache*, sondern bildet „Nachrichten in einfacher Sprache“ ab (vgl. Internetquelle 1). Untersuchungen, ob und wie sich einfach geschriebene Texte bzw. *Leichte-Sprache*-Texte auch für das Radio und zum ausschließlichen Hören eignen, gibt es bis dato nicht. Sprechwissenschaftliche Beschreibungen von *Leichte-Sprache*-Hörtexten im Allgemeinen und von *nachrichtenleicht*-Meldungen im Besonderen liegen bisher ebenso wenig vor wie

konkrete Vorgaben zum hörverständlichen Sprechen dieser oder ähnlicher Texte. Um einen ersten Einblick in diese Forschungsrichtung zu eröffnen, geht die vorliegende Pilotuntersuchung zunächst auf generelle Fragen der sprachlichen und sprecherischen Gestaltung der *nachrichtenleicht*-Meldungen im Kontrast zu konventionellen Nachrichten ein. Gefragt wird auch, inwiefern die *nachrichtenleicht*-Texte als hörverständlich beschrieben werden können.

4.1 Korpus und Methode

Nachrichtenleicht werden vom Deutschlandfunk jeden Freitag ausgestrahlt und können zusätzlich auf einem Online-Nachrichtenportal als Audiodatei oder in Textform abgerufen werden. Die Meldungen können vier Kategorien zugeordnet werden: Nachrichten, Kultur, Sport und Vermischtes. Die Länge der Audiodateien variiert zwischen einer und zwei Minute/n. In der vorliegenden Pilotstudie wurden zehn Meldungen des Onlineportals aus der Kategorie Nachrichten analysiert. Der Erhebungszeitraum umfasst ca. zwei Monate (29.03.2019 bis 03.05.2019). Da die Meldungen sprecherisch unterschiedlich umgesetzt sind, wurde bei der Zusammenstellung des Korpus versucht, die Bandbreite der sprecherischen Realisierungen über den gewählten Zeitraum abzubilden. Deswegen wurden nach auditivem Ersteindruck Meldungen von zehn verschiedenen Sprecher*innen mit unterschiedlicher sprecherischer Wirkung ausgewählt. Außerdem wurde ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis angestrebt.

Meldung	Meldungstitel	Sprecher*in	Datum der Veröffentlichung	Länge in sec.
M01	Keine Schiffe mehr	Sprecher 1	29.03.2019	106,57
M02	Mehr Inklusion	Sprecher 2	19.04.2019	117,95
M03	Wahl in Finnland	Sprecher 3	19.04.2019	76,63
M04	Gegen sexuelle Gewalt im Krieg	Sprecher 4	26.04.2019	104,99
M05	Spanien hat gewählt	Sprecher 5	03.05.2019	100,53
M06	Mehr Rechte für Künstler	Sprecherin 1	29.03.2019	114,11
M07	Diskussion um Organspende	Sprecherin 2	05.04.2019	135,87
M08	Neuer Termin für EU-Austritt	Sprecherin 3	12.04.2019	78,07
M09	Terroranschläge in Sri Lanka	Sprecherin 4	26.04.2019	93,24
M10	Proteste am 1. Mai	Sprecherin 5	03.05.2019	111,01

Tab. 1: Korpus der Untersuchung; 10 Meldungen von 10 Sprecher*innen

Die Analyse umfasste die exemplarische Beschreibung einer Meldung im Hinblick auf *Leichte-Sprache*-Merkmale, die Beschreibung ausgewählter sprachlicher Merkmale aller zehn Meldungen bezogen auf das Forschungsprojekt zur

Hörverständlichkeit von Radionachrichten sowie die auditiv-akustische Analyse ausgewählter sprecherischer Merkmale aller zehn Meldungen.

4.2 Exemplarische Analyse einer *nachrichtenleicht*-Meldung nach Merkmalen der *Leichten Sprache*

Die hier beispielhaft durchgeführte Analyse bezieht sich ausschließlich auf die Meldung 1. Beschrieben werden Aspekte der Informationsstruktur (Satzlänge, Satzkomplexität und -aufbau) sowie weitere sprachliche Merkmale (Tempus und Genera Verbi, Pronomen und Negationen). Als Orientierung dient das Regelbuch zur *Leichten Sprache* von Maaß (2015).

Informationsstruktur: Alle 20 Sätze der Meldung 1 sind einfach strukturiert; deshalb interessiert, wie die Informationen in den Meldungen angeordnet werden. Nach den Regeln der *Leichten Sprache* sollte nur eine Aussage pro Satz geschrieben werden; nähere Erläuterungen, Ergänzungen, Auflistung o. Ä. sind in einem zusätzlichen Satz unterzubringen (vgl. ebd., 108–109; siehe auch Kap. 2). Der erste Satz der Meldung, der sog. Leadsatz, weicht allerdings von diesem Prinzip ab:

[Die europäische Union] hat [das Mittelmeer] [vier Jahre lang] [mit Schiffen] [kontrolliert].
--

Bsp. 1: Meldung 1, Satz 2; Menge neuer Informationen

Mit dem Leadsatz wird eine Nachrichtenmeldung eingeleitet, indem die Themen der Meldung etabliert werden. Üblich ist die Platzierung mehrerer Informationen (siehe Beispiel 1): Der Handlungsträger [Die europäische Union], das finite Verb [hat kontrolliert] sowie das Objekt [das Mittelmeer] sind nicht nur neue relevante Informationen des einleitenden Satzes, sondern auch entsprechend grammatisch miteinander verknüpft. [Die Schiffe] werden zwar vorher im Titel bzw. in der Schlagzeile der Meldung genannt und damit eingeführt, allerdings ist die temporale Angabe im Mittelfeld [vier Jahre lang] eine zusätzliche Information, die prinzipiell auch in einen Folgesatz platziert werden könnte. Dass pro Satz nicht nur eine einzige Information gegeben wird, lässt sich auch in anderen Sätzen finden.

Im Beispiel 2 (siehe Folgeseite) werden genau genommen zwei Informationen mitgeteilt. Abgesehen davon, dass diese beiden Informationen auf zwei Sätze verteilt werden könnten, weicht Beispiel 2 von den *Leichte-Sprache*-Regeln auch hinsichtlich der Satzkomplexität ab. Denn: „Die Regelwerke sind sich darin einig,

dass Sätze nicht komplex sein sollen, sondern kurz und inhaltlich einfach. Das führt in letzter Konsequenz dazu, dass alle Formen von Nebensätzen oder Aufzählungen vermieden werden sollten.“ (ebd., 109).

[So heißt ein Flüchtlingskind], [das auf einem der EU-Schiffe geboren wurde].

Bsp. 2: Meldung 1, Satz 7; zwei Aussagen pro Satz

Tempus und Genus Verbi: Laut Regelwerk soll das Präsens die bevorzugte Zeitform sein, als Vergangenheitsform wird das Perfekt empfohlen (vgl. ebd., 122). Dies spiegelt die betrachtete Meldung im Großen und Ganzen wider, auffällig ist jedoch der häufige Wechsel zwischen Präsens und Perfekt. Dazu kommt, dass der vierte Satz der Meldung im Präteritum formuliert ist (siehe Beispiel 3):

Deswegen [gab] es Streit mit dem Land Italien.

Bsp. 3: Meldung 1, Satz 3; finites Verb im Präteritum

In der ganzen Meldung findet sich lediglich eine Passivkonstruktion (siehe Beispiel 4). Den *Leichte-Sprache*-Regeln entsprechen würde die Meldung dann, wenn sie als Aktivsatz formuliert wäre und der Handlungsträger [die EU] benannt werden würde.

Die Flüchtlinge [sollen] in andere Länder [gebracht werden].

Bsp. 4: Meldung 1, Satz 16; Passivkonstruktion

Negationen und Pronomina: In der betrachteten Meldung finden sich vier Negationen: dreimal in der Formulierung [keine Schiffe mehr] und einmal in der direkten Rede: [Wir wollen das nicht mehr]. Laut Regelwerk sollen Negationen, wenn sie unvermeidbar sind, mit ‚nicht‘ realisiert und fett hervorgehoben werden (vgl. ebd., 126). Zum Umgang mit Personalpronomen findet sich in der betrachteten Meldung ein Satz, der besonders auffällig ist:

[Sie] haben [sie] meistens nach Italien gebracht.

Bsp. 5: Meldung 1, Satz 14; Verwendung von Pronomen

Das erste Personalpronomen referiert auf die EU-Schiffe, das zweite steht für die Flüchtlinge. Diese Satzglieder stehen zwar im Satz davor, aber es besteht die Gefahr der falschen Zuordnung. Denn die Pronomen unterscheiden sich weder im

Schriftbild noch im Klang. Außerdem könnte das [Sie] am Satzanfang durch die Großschreibung mit der höflichen Anrede verwechselt werden. Zum Gebrauch der Pronomen in *Leichter Sprache* schreibt Maaß (ebd., 133), dass die Verwendung der 1. und 2. Person i. d. R. unproblematisch sei, da der Bezug oftmals klar sei. Auch das ‚expletive es‘ (ebd., 135), d. h. ein ‚es‘ ohne „wieder aufnehmenden Bezug zu vorangegangenen Nomen“ (ebd.; siehe Beispiel 3), darf verwendet werden, wenn es sich um geläufige Formulierungen handelt. Problematisch könnte es mit Personalpronomen der 3. Person wie im Beispiel 5 werden, weil Pronomen stellvertretend für eine Gruppe, einen Gegenstand oder Umstand stehen (ebd., 134) oder weil es zu Verwechslungen zwischen höflicher Anrede (Sie) und der weiblichen Form der 3. Person Singular oder Plural (sie – das Mädchen; sie – die Menschen) kommen kann. Leser*innen bzw. Hörer*innen müssen diese Referenz erst entschlüsseln. Deswegen empfiehlt Maaß (ebd., 134), auf Personalpronomen der 3. Person gänzlich zu verzichten und stattdessen die entsprechenden Nomen zu benennen.

Deutlich wird, dass die Regeln der *Leichten Sprache* üblichen Formulierungsroutinen konventioneller Nachrichten widersprechen bzw. das „Übersetzen“ von Agenturmeldungen in barrierefreie Sprache ein prinzipielles Umdenken erfordert. Diese für die Meldung 1 festgestellten Beobachtungen waren auch bei den Meldungen 2 bis 10 zu erkennen.

4.3 Analyse sprachlicher Merkmale nach Kriterien der Hörverständlichkeit

Meldung	Anzahl der Sätze	Anzahl der Wörter	Anzahl der Silben	Ø Satzlänge		Ø Wortlänge
				in Wörtern	in Silben	in Silben
M01	20	160	280	8,0	14,0	1,8
M02	16	180	353	11,3	22,1	2,0
M03	16	132	270	8,3	16,9	2,0
M04	17	170	306	10,0	18,0	1,8
M05	16	128	235	8,0	14,7	1,8
M06	21	208	319	9,9	15,2	1,5
M07	18	168	336	9,3	18,7	2,0
M08	12	110	215	9,2	17,9	2,0
M09	18	134	252	7,4	14,0	1,9
M10	18	184	321	10,2	17,8	1,7
Ø	17,2	157,4	288,7	9,2	16,9	1,9

Tab. 2: Umfang der Meldungen und durchschnittliche Satz- und Wortlänge

Die Beschreibung sprachlicher Merkmale orientiert sich an Kriterien, die u. a. im Rahmen der sprechwissenschaftlichen Untersuchungen zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten zugrunde gelegt wurden (vgl. Bose et al. 2011). Der Fokus liegt auf der Ermittlung der Satzlänge (aller 10 Meldungen; siehe Tabelle 2) sowie der Beschreibung der Satzkomplexität (Anzahl und Anordnung der Satzglieder und Satzklammern) und der Wortwahl (anhand der Meldungen 1, 5 und 7; siehe Beispiele 6 bis 13). Bei der Ermittlung der Satzlänge wurden auch die Meldungsüberschriften als Satz betrachtet. Generell sind die Sätze der Meldungen kurz; sie bestehen durchschnittlich aus 9,1 Wörtern bzw. 16,9 Silben (siehe Tabelle 2).

Im Allgemeinen überwiegt der Anteil einfacher Sätze; zusammengesetzte bzw. komplexe Sätze sind viel seltener. Nominalphrasen und Passivkonstruktionen kommen in keiner der Meldungen vor; Fachwörter werden vermieden oder erklärt (z. B. *Organspendeausweis*, *sexuelle Gewalt* o. ä.). Zur weiteren Beschreibung der Satzkomplexität sowie der Wortwahl werden die Meldungen 1, 5 und 7 herangezogen: In der Meldung 1 können 3 von 20 Sätzen als komplex bezeichnet werden; bei Meldung 5 sind 2 von 16 Sätzen komplex. Eine Ausnahme stellt Meldung 7 dar: Hier sind 10 der 18 Sätze als zusammengesetzt bzw. komplex zu beschreiben. Während in Meldung 1 und 5 insbesondere auch die Wiedergabe von direkter Rede zu den komplexeren Satzstrukturen gerechnet wurde (Beispiel 6 und 7), finden sich in der Meldung 7 sogar Sätze mit drei finiten Verbformen (Beispiel 8). Dies ist einer der längsten und komplexesten Sätze, die im Korpus beobachtet werden konnten. Im Gegensatz dazu finden sich auch sehr kurze Sätze in Subjekt-Prädikat-Objekt-Reihenfolge (Beispiel 9):

Seit 2018 sagt die Regierung von Italien: Wir wollen das nicht mehr.

Bsp. 6: Meldung 1; zusammengesetzter Satz mit direkter Rede

Die konservative Volks-Partei hat schon gesagt: Wir gehen in die Opposition.

Bsp. 7: Meldung 5; zusammengesetzter Satz mit direkter Rede

Andere Politiker sagen: Wir wollen, dass die Menschen regelmäßig gefragt werden, ob sie Organspender sein wollen oder nicht.

Bsp. 8: Meldung 7; komplexer, zusammengesetzter Satz

Das sind Kriminelle.

Bsp. 9: Meldung 1; einfacher Subjekt-Prädikat-Objekt-Satz

In keiner Meldung kommt eine übermäßige Besetzung des Vorfelds oder des Mittelfeldes vor. Im Vorfeld befinden sich zumeist ein Satzglied (Beispiele 10, 11 und 12) bis maximal zwei Satzglieder (Beispiel 13). Im Vergleich zu den anderen Sätzen zeigen die Beispiele 10 und 11 ein relativ großes bzw. stark besetztes Mittelfeld:

[Die EU-Schiffe] haben [immer wieder] [Flüchtlinge] [aus kaputten Booten] gerettet.

Bsp. 10: Meldung 1; stark besetztes, dreigliedriges Mittelfeld

[Die Europäische Union] hat [das Mittelmehr] [4 Jahre lang] [mit Schiffen] kontrolliert.

Bsp. 11: Meldung 1; eingliedriges Vorfeld, dreigliedriges Mittelfeld

[In Deutschland] diskutieren viele Menschen über das Thema Organ-Spende.

Bsp. 12: Meldung 7; Vorfeld mit einem Satzglied

[In dem Vorschlag] [von den Politikern] steht: Wenn ein Mensch kein Organspender sein will, muss er das melden.

Bsp. 13: Meldung 5; Vorfeld mit zwei Satzgliedern

4.4 Analyse sprecherischer Merkmale

Die auditiv-akustische Analyse orientiert sich an Schwenke (vgl. 2020, 220–224) und bezieht sich auf das Sprechtempo (Artikulations- und Verstehensgeschwindigkeit), die Pausierung (mittlere Pausendauer und Pausenzeitanteil) und die Akzentuierung (Akzentdichte) der Meldungen. Die auditiv-akustische Analyse erfolgte mit dem Soundanalyse-Programm Praat. Zu Beginn der Analyse wurde zu jeder Meldung der auditive Gesamteindruck festgehalten und durch drei Kontrollhörerinnen intersubjektiviert. So konnten sprecherische Auffälligkeiten ermittelt werden, die sich in allen Aufnahmen zeigen:

- Sprechtempo: überwiegend schleppend oder sehr langsam; mit zahlreichen, sehr langen und regelmäßig gesetzten Pausen
- Artikulation: an vielen Stellen stark überartikuliert; Endsilben häufig überdeutlich realisiert

- Akzentuierung: viele Akzente in gleichmäßigen Abständen; Eindruck, dass die Sprecher*innen nahezu jedes Wort für wichtig halten
- Sprechwirkung: sprecherisch erklärend, aber teilweise auch monoton bis synthetisch (Meldung 7); heiter emotionalisierend durch ausgeprägte Melodiesprünge (unangemessen bzw. im Widerspruch zum Thema *Sexuelle Gewalt*; Meldung 4)

Die einzige Ausnahme ist die Meldung 3, die im Vergleich zu den anderen am ehesten nachrichtentypisch klingt; sie wirkt schneller gesprochen und insgesamt weniger überartikuliert.

Sprechgeschwindigkeit und Pausierung

Die durchschnittliche Artikulationsrate beträgt 3,4 Silben/Sekunden. Eine wesentlich höhere Artikulationsgeschwindigkeit ist nur in der Meldung 3 zu finden, in welcher der Sprecher mit 4,4 Silben/Sekunden im Durchschnitt eine Silbe mehr pro Sekunde realisiert. Grundsätzlich ist im Vergleich zu bisherigen Untersuchungen ein erheblicher Unterschied festzustellen: Die Sprecher*innen von *nachrichtenleicht* sprechen auffallend langsamer als diejenigen anderer Nachrichtenformate (vgl. Kröninger 2009, 92; Schwenke et al. 2015, 114, Schwenke 2020, 250).

Meldung	Dauer			Ø Pausendauer in sec.	Pausenzeitanteil in %	Geschwindigkeit	
	gesamt	reine Pausenzeit	reine Sprechzeit			Verstehens- Silben/Sekunden	Artikulations- Silben/Sekunden
	in sec.	in sec.	in sec.				
M01	106,57	16,02	90,55	0,40	15,03	2,6	3,1
M02	117,95	19,08	98,87	0,55	16,18	3,0	3,6
M03	76,63	15,88	60,75	0,72	20,72	3,5	4,4
M04	105,00	23,03	81,97	0,38	21,93	2,9	3,7
M05	100,53	20,52	80,01	0,46	20,41	2,3	2,9
M06	114,11	16,84	97,27	0,37	14,76	2,8	3,3
M07	135,87	26,12	109,75	0,52	19,22	2,5	3,1
M08	78,07	11,95	66,12	0,66	15,31	2,8	3,3
M09	93,24	18,51	74,73	0,66	19,85	2,7	3,4
M10	111,01	20,6	90,41	0,71	18,56	2,9	3,6
Ø	103,90	18,86	85,04	0,54	18,20	2,8	3,4

Tab. 3: Dauerwerte (in Sekunden), Verstehens- und Artikulationsgeschwindigkeit (in Silben/Sekunden) und Pausenzeitanteil (in Prozent)

Der **Anteil der Pausen** an der Gesamtzeit beträgt durchschnittlich 18,2 Prozent, was einem sehr hohen Pausenanteil entspricht. Zum Vergleich: Im Rahmen der Analyse formatspezifischer Nachrichtensprechstile konnte ein Pausenzeitanteil

zwischen 6 Prozent (für Privatsender) und 9 Prozent (für Info-Sender) nachgewiesen werden (Schwenke 2020, 252). Der für die *nachrichtenleicht*-Meldungen ermittelte hohe Pausenzeitanteil steht in unmittelbarem Zusammenhang mit der hohen Dichte an Gliederungseinschnitten, welche die Meldungstexte in eine Abfolge von sehr kurzen prosodischen Einheiten bzw. Gliederungseinheiten unterteilen.

Gliederungseinheiten

Bei der Feststellung von Gliederungseinheiten (GE) wurden nicht nur Pausen (phonetische Nullphasen) als Grenzsignale berücksichtigt, sondern auch prosodische Kontraste (z. B. Melodie- oder Lautstärkesprünge ohne anschließende phonetische Nullphase), die ebenfalls für die auditive Wahrnehmung von Gliederungseinschnitten verantwortlich sind.

Meldung	Anzahl der GE	Ø Umfang der GE in Wörter	Ø Umfang der GE in Silben	Ø Dauer der GE in sec.
M01	46	3,5	6,1	1,96
M02	40	4,5	8,8	2,26
M03	26	5,1	10,4	2,34
M04	68	2,5	4,5	1,21
M05	49	2,6	4,8	1,63
M06	57	3,7	5,6	1,71
M07	57	3,0	5,9	1,93
M08	32	3,4	6,7	2,01
M09	35	3,8	7,2	2,14
M10	42	4,4	7,6	2,16
Ø	45,2	3,6	6,8	1,94

Tab. 4: Anzahl, Umfang (in Wörter und Silben) und Dauer der Gliederungseinheiten (in Sekunden)

Jeder Satz wird mit starkem Melodieabfall und damit eindeutig prosodisch abgeschlossen realisiert. Auffällig ist, dass die vergleichsweise kurzen Sätze (Ø 9,2 Wörter bzw. 16,9 Silben; siehe Tabelle 2) sprecherisch noch weiter untergliedert werden: Einige Gliederungseinheiten bestehen nur aus einem Wort oder sehr kurzen Wortgruppen und folgen sehr regelmäßig, beinahe rhythmisch aufeinander (siehe Beispiele 14 bis 16). Die starke Aufgliederung deckt sich mit dem auditiven Eindruck, dass keine zusammenhängende Meldung präsentiert wird, sondern eine (unverbundene) Folge einzelner Sätze. Das liegt u. a. auch daran, dass an vielen Stellen Gliederungseinschnitte realisiert werden, die zusammenhängende Informationseinheiten auseinanderreißen; teilweise sogar zusammenhängende Satzglieder wie im Beispiel 17.

SONST ist ER | AUtoMATisch | orGANspender ||

Bsp. 14: Meldung 7, Satz 10; starke Untergliederung

DESwegen | SOLL großbritANNien | JETZT NOCH einmal |
MEHR ZEIT beKOMMen ||

Bsp. 15: Meldung 8, Satz 10; viele Gliederungseinschnitte, rhythmisiert

MANCHmal | Üben sie AUCh | SEXuELLE | geWALT AUS ||

Bsp. 16: Meldung 4, Satz 3; häufiges Absetzen der Wörter voneinander

FÜR ' sexuELLE geWALT | in KRIEGSgeBIETen | SOLL es in ZUKunft |
HÄRtere | STRAFen GEben ||

UND | die TÄter | solln NICHT mehr | so LEICHT wie bisHER |
daVONkommen ||

DAS haben SICH | die LÄNder | im SICHERheitsRAT |
der vereINTen nATIOnen | VORgenommen ||

Bsp. 17: Meldung 4, Satz 6 bis 8; auffällig kleine Gliederungseinheiten

Zusätzlich zu den kleinen Gliederungseinheiten wurden etliche artikulatorische Stauungen vermerkt (hier markiert mit ' '); auf 452 Gliederungseinheiten kommen 121 Stauungen, wobei einige Sprecher*innen sogar mehrere Stauungen pro Gliederungseinheit realisieren (siehe Beispiele 18 und 19).

die eU SCHIFfe | haben IMmer WIEder | FLÜCHTLinge ' aus
kaPUTten ' BOOten ' geRETTet ||

Bsp. 18: Meldung Sprecher 1, Satz 13; mehrere Stauungen in einer Gliederungseinheit

DIE ' parTEI von ' reGIerungs ' CHEF | SANchez | [...]

Bsp. 19: Meldung 5, Satz 5; mehrere Stauungen in einer Gliederungseinheit

Durchschnittlich umfassen die Gliederungseinheiten 6,8 Silben und dauern im Durchschnitt 1,94 Sekunden (siehe Tabelle 4). Die Gliederungseinheiten sind somit nicht mal halb so lang wie in konventionellen Nachrichten, z. B. im Vergleich zur Untersuchung von formatabhängigen Nachrichtensprechstilen: 17 Silben und 3,09 Sekunden (vgl. Schwenke 2020, 239). Setzt man die durchschnittlichen Dauern ins Verhältnis, zeigt sich, dass die prosodischen Einheiten deutlich verzögert realisiert werden: Der auditive Eindruck des schleppenden Tempos wird

demnach nicht nur durch den reinen Anteil an Gliederungseinschnitten hervorgerufen, sondern insbesondere durch die geringe Artikulationsgeschwindigkeit von 3,4 Silben pro Sekunde (siehe Tabelle 3) (im Vergleich zu 5,4 Silben pro Sekunde bei Schwenke 2020, 250).

Akzentuierung

Meldung	Silbenanzahl (ges.)	Akzentanzahl (ges.)	Akzentanzahl pro GE	Akzentdichte in Silben
M01	280	104	2,3	2,7
M02	353	109	2,7	3,2
M03	270	88	3,4	3,1
M04	306	123	1,8	2,5
M05	235	105	2,1	2,2
M06	319	128	2,3	2,5
M07	336	156	2,7	2,2
M08	215	89	2,8	2,4
M09	252	105	3,0	2,4
M10	321	122	2,9	2,6
Ø	288,7	112,9	2,6	2,6

Tab. 5: Akzentanzahl (pro Meldung, pro GE) und Akzentdichte

Neben dem Umfang der Gliederungs- bzw. Informationseinheiten kann die Akzenthäufigkeit als wichtigstes Kriterium verstanden werden, um hörverständliche und nicht-hörverständliche Sprechversionen voneinander zu unterscheiden (vgl. Bose et al. 2011, 50); in hörverständlichen Versionen ist z. B. jeweils nur ein Akzent pro Sprechereinheit vorgesehen (vgl. ebd., 46). In den analysierten *nachrichtenleicht*-Meldungen kann dahingegen eine extreme Akzenthäufung beobachtet werden. Der Abstand zwischen den akzentuierten Silben beträgt bei allen Sprecher*innen durchschnittlich 2,6 Silben. Das heißt, dass nahezu jede zweite bis dritte Silbe betont wird. Auch die Anzahl der Akzente pro Gliederungseinheit beträgt durchschnittlich 2,6 Silben. Diese Häufung hat zur Folge, dass nicht nur die neue Information, sondern auch das bereits Bekannte prosodisch hervorgehoben wird. Die Hörer*innen bekommen keinen akustischen Hinweis, was die zentrale, neue Information ist. Ein Beispiel dafür ist das Beispiel 20: Bereits im ersten Teilausspruch folgen die Akzente Wort für Wort aufeinander. Ähnliches findet sich im Beispiel 21: In der Aufzählung wird jedes Objekt (hier: die einzelnen menschlichen Organe) in einer einzelnen Gliederungseinheit realisiert, obwohl die Auflistung genauso im Satz vorher steht.

die MEISTen MENschen DORT | SIND | buDDHISTen ||

Bsp. 20: Meldung 9, Satz 18; Akzenthäufung

DIEse orGane | SETZen sie ' EINem KRANken EIN ||
bei DEM ' ZUM BEIspiel |
das HERZ |
die LUNge |
Oder die LEber |
NICHT MEHR ' RICHTig ' FUNKtionIERen ||

Bsp. 21: Meldung 6, Satz 8; Akzentuierung bereits bekannter Informationen

Die hohe Akzentdichte ist maßgeblich dafür verantwortlich, dass viele Meldungen eine eigentümliche Rhythmik aufweisen. Gravierender ist jedoch, dass die Regelmäßigkeit der Akzente an sehr vielen Stellen zu sinnwidrigen Hervorhebungen von Wörtern führt, u. U. sogar durch eine Akzentuierung der Artikel [einem, dem, zum] (siehe Beispiel 21). Mit der hohen Akzentdichte hängt die Akzenthäufung innerhalb von Wörtern zusammen, d. h. selbst innerhalb eines Wortes werden mehrere Akzente gesetzt. Dies kommt vor allem bei mehrsilbigen Wörtern ab drei Silben vor, z. B. werden in den beiden viersilbigen Worten [KRIEGSgeBIEten] und [SICHerheitsRAT] jeweils zwei Silben akzentuiert (siehe Beispiel 22):

DENN | es gibt KEIne FESTen REGeln | UM | SEXuelle geWALT |
in KRIEGSgeBIETen | zu beSTRAFen ||
EInige LÄNder | im SICHerheitsRAT | WOLLn SOLche REGeln ' NICHT ||

Bsp. 22: Meldung 4, Satz 10 und 11; Wörter mit mehreren akzentuierten Silben

Besonders auffällig sind die Akzente in direkt aufeinanderfolgenden Silben, sowohl in Sprechereinheiten als auch innerhalb von Wörtern. Dieser so genannte Akzentclash ist ungewöhnlich, weil sich akzentuierte Silben eigentlich von den Umgebungssilben abheben sollen. Dieses Phänomen tritt im untersuchten Korpus mehrfach auf und wird mit dem Beispiel 23 illustriert:

er HAT geSAGT | IN OSTDEUTSCHland | und WEST'DEUTSCHland |
IST das LEben für VIELe MENschen ' NOCH NICHT GLEICH GUT ||

Bsp. 23: Meldung 10, Satz 14: Akzentclash wortübergreifend

Die Akzentclashes innerhalb von Wörtern sind v. a. bei langen und schwierigen Wörtern zu beobachten, die in den Meldungen in der Regel erklärt werden (siehe

Beispiele 24 und 25). Möglicherweise gehen die Sprecher*innen davon aus, dass diese Wörter der Zielgruppe unbekannt sind, und sprechen sie deshalb Silbe für Silbe und mit überpräziser Artikulation.

```
DANN ' beKOMMT man EINen |  
orGANSPENdeAUSweis ||
```

Bsp. 24: Meldung 7, Satz 13; Akzentclash innerhalb eines Wortes

```
die polIZEI SAGT |  
es waren MEHRere SELBSTMORDAttentÄter ||
```

Bsp. 25: Meldung 9, Satz 5; Akzentclash

5 Zusammenfassung und Fazit

Obwohl in der Senderselbstbezeichnung nicht explizit auf die Umsetzung der *Leichten Sprache* verwiesen wird, spiegeln die betrachteten Meldungen (insbesondere 1, 5 und 7) dennoch Merkmale der *Leichten Sprache* wider: Die Meldungen sind handlungsorientiert, sie sind aktivisch und im Verbalstil formuliert, Nominalisierungen gibt es nicht. Weiterhin werden der Konjunktiv und Genitivkonstruktionen vermieden. In anderen Bereichen weisen die analysierten Meldungen jedoch weniger *Leichte-Sprache*-Merkmale auf: Es findet sich häufig mehr als eine Aussage innerhalb eines Satzes, es werden vermehrt reflexive Pronomina verwendet sowie Negationsformen. Außerdem sind die Meldungen nicht konsequent linear aufgebaut, sondern wechseln zwischen vergangenem und dem aktuellen Geschehen. Der Wechsel der Zeitformen könnte mit dem Übersetzungsprozess von konventionellen (Nachrichten-)Texten in sprachlich barrierefreie Texte zusammenhängen: Es ist zu vermuten, dass zunächst die Reihenfolge der Informationen aus dem Originaltext übernommen wurde und dass im Anschluss zusätzliche Informationen ergänzt wurden, um der anvisierten Zielgruppe entsprechende Erklärungen bieten zu können. Im Vergleich zu anderen Nachrichtenformaten unterscheiden sich die *nachrichtenleicht*-Meldungen gravierend: In konventionellen Nachrichten werden viel häufiger Nominalphrasen verwendet, der Anteil der einfachen Hauptsätze ist geringer und die Sätze sind länger sowie komplexer (vgl. dazu stellv. Kröninger 2009).

Im Abgleich mit den sprechwissenschaftlichen Kriterien (vgl. Gutenberg 1994, Bose 2009, Bose et al. 2011) sind die Meldungstexte als hörverständlich zu bewerten – angesichts der kleinen Stichprobe unter Vorbehalt. Jedoch muss beachtet werden, dass die angelegten Analyse Kriterien sich von Formulierungsprinzipien

ableiten, die sich auf die hörverständliche Informationsvermittlung für ein breites Publikum ohne sprachlich-kognitive Beeinträchtigungen beziehen. Bezogen auf die spezifische Zielgruppe von *nachrichtenleicht*-Meldungen bzw. von barrierefreien Informationsangeboten stellt sich die Frage, ob die sprechwissenschaftlichen Hörverständlichkeitskriterien strenger ausgelegt werden sollten oder ob weitere Kriterien hinzukommen müssten, um sie als **barrierefrei hörverständlich** einstufen zu können. Hier ließe sich an die Überlegungen zur *Leichten Sprache* anknüpfen: Bredel und Maaß (2016, 514) konstatieren, dass für die Formulierung in *Leichter Sprache* Strukturen der konzeptionellen Mündlichkeit verwendet werden (sollten), z. B. Adressiertheit, Vermeidung komplexer Nominalstrukturen, Bevorzugung des Perfekts vor Präteritum oder Verwendung von Satzreihen statt Satzgefügen.

Geprüft werden muss, ob eine Übertragung von Regularien zur Formulierung barrierefreier Texte, z. B. der *Leichte-Sprache*-Regeln (Maaß 2015, Bredel / Maaß 2016), auf gesprochensprachliche Settings oder audiovisuelle Medien ausreicht, um barrierefreies Verstehen von Radionachrichten zu ermöglichen. Denn bezogen auf die sprecherische Umsetzung sind die hier analysierten Meldungen nach sprechwissenschaftlichen Kriterien nicht durchgängig als hörverständlich zu bewerten. Auch wenn das Korpus mit zehn Aufnahmen nur eine kleine Stichprobe umfasst, lassen sich für eine erste Bestandsaufnahme Besonderheiten in der Sprechweise der *nachrichtenleicht*-Meldungen zusammenfassen, welche den Hörverständlichkeitskriterien teilweise widersprechen: Alle Sprecher*innen weisen ein deutlich verringertes Sprechtempo auf, v. a. durch den hohen Pausenzeitanteil von durchschnittlich 18 Prozent, aber auch durch die sehr niedrige Artikulationsgeschwindigkeit. Dies deckt sich mit dem auditiven Eindruck, dass viele Sprecher*innen langsam und schleppend sprechen. Die prosodischen Einheiten sind überdurchschnittlich klein; teilweise umfassen sie nur Einzelwörter. Die Gliederungseinheiten stimmen dadurch häufig nicht mit der inhaltlichen Struktur überein. Diese Beobachtung deckt sich mit der von Schwenke et al. (2015) zu langsam gesprochenen Nachrichten der Deutschen Welle. Dazu kommt die auffällige Akzentuierung: Es werden extrem viele und oft besonders stark herausgestellte Akzente gesetzt; dies geschieht auf Wortebene, teilweise sogar auf Silbenebene. Die Herausstellung der Hauptinformation eines Ausspruches geht in der Regel verloren, da diese Überakzentuierung den Eindruck erwecken könnte, dass alles wichtig sei. Für die abschließende Bewertung einer barrierefreien Hörverständlichkeit müssten Verstehens- und Wirkungstests mit der Zielgruppe zeigen, ob diese Art der sprecherischen Gestaltung den Bedürfnissen kognitiv-sprachlich beeinträchtigter Menschen gerecht wird.

Beim Vorlesen der *nachrichtenleicht*-Meldungen und anderer barrierefrei formulierter Angebote werden Nachrichtensprecher*innen offensichtlich vor besondere Herausforderungen gestellt: Sie sollen erstens ihre „professionellen Reproduktionsfähigkeiten“ für Nachrichtentexte (Gutenberg 2002, 65), welche sie durch die routinierte Präsentation von komplexen Nachrichtentexten erworben haben, auf besonders einfach geschriebene – und damit eher unübliche bis untypische – Nachrichtenmeldungen übertragen. Zweitens sind sie aufgefordert, sich an den Bedürfnissen der Zielgruppe zu orientieren und dementsprechend langsam und überartikuliert vorzulesen. Dies führt zu einem Konflikt zwischen der gewohnten Umsetzung eines ritualisierten Nachrichtensprechstils (vgl. Schwenke 2020, 330–334) und der sprecherischen Anpassung an die anvisierten Rezipient*innen. Ähnliche Ergebnisse lieferte eine Analyse von langsam gesprochenen Nachrichten der Deutschen Welle. Auch dort war die Sprechweisung ‚langsam zu sprechen‘ verbunden mit erhöhter Eindringlichkeit und Veränderungen im Sprechfluss (vgl. Schwenke et al. 2015, 123–125). Damit erweitert die vorliegende Pilotuntersuchung die Bandbreite der systematischen sprechwissenschaftlichen Radionachrichtenforschung um den Aspekt der Zielgruppenspezifität und stützt diesen gleichermaßen. Sie trägt außerdem zur Vertiefung der sprechwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der Hörverständlichkeit von Radionachrichten als Beispiel für informierendes Textsprechen bei und verweist auf den Ausbau eines zielgruppenspezifischen Hörverständlichkeitsbegriffs.

Literatur

- Apel, H. (2018): Nachrichten: hörbar informativ. Eine Untersuchung zur Text- und Hörverständlichkeit von Radionachrichten. Berlin.
- Apel, H. / Bose, I. / Schwenke, A. (2018): Zum Beitrag von Informationsstruktur und Prosodie für Hörverständlichkeit von Radionachrichten. In: Gautier, L. / Modicom, P. Y. / Vinckel-Roisin, H. (Hg.): Diskursive Verfestigungen. Schnittstellen zwischen Morphosyntax, Phraseologie und Pragmatik im Deutschen und im Sprachvergleich. Berlin, S. 279–292. <https://www.degruyter.com/downloadpdf/books/9783110585292/9783110585292-018/9783110585292-018.pdf> (16.07.2019)
- Beyer, R. (2017): Tagung „Leichte Sprache – verständliche Sprache“ am Institut für Deutsche Sprache (Mannheim) vom 19.–20. Oktober 2017. In: Deutsche Sprache. Zeitschrift für Theorie, Praxis und Dokumentation 17 (1), S. 378–382. https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/6762/file/Beyer_Tagung_Leichte_Sprache_2017.pdf (26.09.2019)

- Bock, B. (2015): Leichte Texte schreiben. Zur Wirksamkeit von Regellisten Leichte Sprache in verschiedenen Kommunikationsbereichen und im World Wide Web. In: trans-kom. Zeitschrift für Translationswissenschaft und Fachkommunikation 8 (1), S. 79–102. www.trans-kom.eu/bd08nr01/transkom_08_01_04_Bock_Leichte_Texte.20150717.pdf (07.07.2019)
- Bock, B. / Lange, D. / Fix, U. (2017): Das Phänomen „Leichte Sprache“ im Spiegel aktueller Forschung. Tendenzen, Fragestellungen und Herangehensweisen. In: Bock, B. / Lange, D. / Fix, U. (Hg.): „Leichte Sprache“ im Spiegel theoretischer und angewandter Forschung. Berlin, S. 11–31.
- Bose, I. (2009): Sprechwissenschaftliche Studien zu Sprache und Sprechen von Hörfunknachrichten (Vorüberlegungen). In: Anders, L. C. / Bose, I. (Hg.): Aktuelle Forschungsthemen der Sprechwissenschaft 1. Sprach-, Sprech- und Stimmstörungen / Sprache und Sprechen von Hörfunknachrichten. Frankfurt a. M., S. 77–87.
- Bose, I. / Gutenberg, N. / Ohler, J. / Schwiesau, D. (2011): Testmaterial zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten – Theoretische und methodische Grundlagen. In: Bose, I. / Schwiesau, D. (Hg.): Nachrichten schreiben, sprechen, hören. Forschungen zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten. Berlin, S. 15–79.
- Bredel, U. / Lang, K. / Maaß, C. (2016): Zur empirischen Überprüfbarkeit von Leichte-Sprache-Regeln am Beispiel der Negation. In: Mälzer, N. (Hg.): Barrierefreie Kommunikation. Perspektiven aus Theorie und Praxis. Berlin, S. 95–115.
- Bredel, U. / Maaß, C. (2016): Leichte Sprache. Theoretische Grundlagen. Orientierung für die Praxis. Berlin.
- Christmann, U. (2017): Wie leicht darf Leichte Sprache sein? Empirische Lücken in einem guten Konzept. In: Bock, B. / Lange, D. / Fix, U. (Hg.): „Leichte Sprache“ im Spiegel theoretischer und angewandter Forschung. Berlin, S. 35–52.
- Gutenberg, N. (1994): Fürs Sprechen schreiben – fürs Hören sprechen. Anmerkungen zum Sprach- und Sprechstil von Nachrichten. In: Sprechen I/1994, S. 26–30.
- Gutenberg, N. (2002): Sprechen und Schreiben von Hörfunknachrichten. Skizze eines Forschungsprojekts. In: Anders, L. C. (Hg.): Aktuelle Facetten der Sprechwissenschaft. Bericht über das Ehrenkolloquium zum 65. Geburtstag von Eberhard Stock. Frankfurt a. M., New York, S. 65–77.
- Gutenberg, N. (2005): Schreiben und Sprechen von Hörfunknachrichten. Zwischenergebnisse sprechwissenschaftlicher Forschung. Frankfurt a. M.
- Kröniger, K. (2009): Analyse von Hörfunknachrichten. Eine sprechwissenschaftlich-empirische Studie. Frankfurt a. M.
- Lange, D. / Bock, B. (2016): Was heißt „Leichte“ und „einfache Sprache“? Empirische Untersuchungen zu Begriffssemantik und tatsächlicher Gebrauchspraxis. In: Mälzer, N.

- (Hg.): *Barrierefreie Kommunikation. Perspektiven aus Theorie und Praxis*. Berlin, S. 117–134.
- Leuchte, J. (2015): *Radionachrichten für Kinder*. In: Bose, I. (Hg.): *Radio, Sprache, Klang*. Frankfurt a. M. u. a., S. 77–102. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Maaß, C. (2015): *Leichte Sprache. Das Regelbuch*. Berlin. https://www.uni-hildesheim.de/media/fb3/uebersetzungswissenschaft/Leichte_Sprache_Seite/Publikationen/Regelbuch_komplett.pdf (09.07.2020)
- Schwenke, A. / Barthel, H. / Rose, M. (2015): *Was macht Radionachrichten verständlich(er)? Phonetische Analyse von langsam gesprochenen Nachrichten der Deutschen Welle*. In: Bose, I. (Hg.): *Radio, Sprache, Klang*. Frankfurt a. M. u. a., S. 103–128. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Schwenke, A. (2020): *Nachrichten: mehr als informativ. Nachrichten-Sprechstile im Radio zwischen Formatierung und Hörverständlichkeit*. Berlin.
- Schwiesau, D. / Ohler, J. (2016): *Nachrichten – klassisch und multimedial. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. Berlin.

Internetquellen

- 1: <https://www.nachrichtenleicht.de/was-ist-nachrichtenleicht.2053.de.html> (16.03.2021)
- 2: https://www.leichte-sprache.org/wp-content/uploads/2017/11/Regeln_Leichte_Sprache.pdf (05.06.2019)
- 3: https://www.gesetze-im-internet.de/bitv_2_0/BITV_2.0.pdf (09.07.2020)
- 4: <https://www.inclusion-europe.eu/wp-content/uploads/2020/06/Easy-to-read-checklist-Inclusion-Europe.pdf> (09.07.2020)
- 5: https://www.leichte-sprache.org/wp-content/uploads/2017/11/Regeln_Tagungen.pdf (09.07.2020)

Verständlich, angemessen, zielgruppenorientiert: Schreiben und Sprechen von (Nachrichten-)Texten in Leichter Sprache

**Heiner Apel, Aachen / Ines Bose, Halle (Saale) /
Anna Schwenke, Greifswald**



Barrierefrei aufbereitete Informationen werden seit einigen Jahren von mehreren Sendern des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für Menschen angeboten, die aufgrund kognitiver oder sonstiger Einschränkungen von aktuellen Informationen ausgeschlossen bleiben würden. Bisher konzentrieren sich die Sender vor allem auf die Herstellung von Schrifttexten und orientieren sich an entsprechenden Regelwerken (z. B. Maaß 2015, Bredel / Maaß 2016a). Da diese barrierefreien Texte oft auch mündlich präsentiert werden, sollten Regeln zur sprecherischen Gestaltung erarbeitet werden. Dazu können sprechwissenschaftliche Erkenntnisse beitragen, die auf empirischen Forschungen zum hörverständlichen Vorlesen beruhen. Im Rahmen einer Wissenschafts-Praxis-Kooperation mit dem MDR werden zurzeit Standards für hörverständliche Nachrichtensendungen in Leichter Sprache erarbeitet und getestet. Im Folgenden werden wissenschaftlich basierte Regeln zum barrierefreien Vorlesen thesenartig präsentiert, aber auch offene Fragen formuliert. Insofern bildet der Beitrag stärker als viele andere in diesem Band eine Brücke von wissenschaftsbasierten Analysen zur berufspraktischen Anwendung im Medienalltag.

1 Hörverständliches Vorlesen: Empirische Forschung und berufliche Praxis

Unser Alltag ist geprägt von Vorlese- und Zuhörsituationen unterschiedlichster Art. Kinder lauschen vorgelesenen Märchen und Kinderbüchern, bei vielen Erwachsenen sind Hörbücher beliebt, in Festreden und Fachvorträgen werden geschriebene Texte mündlich vorgetragen. Ebenso wird in Fernsehen und Radio

vorgelesen: Redaktionell bearbeitete Manuskripte, z. B. für Beiträge oder Nachrichten, werden vor dem Mikrofon präsentiert. Auch Texte in Leichter Sprache werden für Menschen mit eingeschränkten Seh- bzw. Lesefähigkeiten immer häufiger in vorgelesener Form angeboten.

Für all diese verschiedenen Vorlesesituationen ist typisch, dass sie sich als Trias aus Text, Vorleser*in und Zuhörer*in darstellen lassen (vgl. Bose 2003, 56; Schwenke 2020, 124): Ein ausformulierter, niedergeschriebener Text mit bestimmten sprachlichen Merkmalen wird beim Vorlesen mündlich realisiert und damit für einen oder mehrere Zuhörende hörbar gemacht. Die dafür verantwortlichen sprecherisch-prosodischen Merkmale verweisen nicht nur auf den Modus Vorlesen an sich, sondern machen auch deutlich, welche Textsorte für welche Zielgruppe präsentiert wird. Aus diesem Gefüge lassen sich im rhetorischen Sinne bestimmte Vorgaben für die Vorlesetechnik ableiten.

Für das Vorlesen eines Textes muss eine passende sprecherische Form gefunden werden, die für eine konkrete Situation, ein konkretes Publikum und ein bestimmtes Textgenre angemessen ist (siehe Nieper in diesem Band). Oberstes Ziel ist, dass die Zuhörenden den Textinhalt schnell und problemlos erschließen können. Für die Vorleser*innen bedeutet dies, dass sie zuerst den Inhalt des vorliegenden Textes verstanden und ggf. interpretiert haben müssen, um ihn dann adäquat sprecherisch umsetzen zu können.

Der zugrunde liegende **Text** sollte so geschrieben sein, dass er sinnvermittelnd vorgelesen und optimal verstanden werden kann (vgl. Apel 2018). Hierfür haben sich – v. a. in Bezug auf das Vorlesen in den Medien bzw. auf das informierende Vorlesen von Sachtexten – spezifische Regeln entwickelt, die auf die sprachliche Gestalt des Textes abzielen und hörverständliches Vorlesen ermöglichen (d. h. „Schreiben fürs Hören“; vgl. Wachtel 2009b; Schwiesau / Ohler 2016, 99ff.). Diese Regeln lassen sich empirisch gut belegen (vgl. z. B. Apel 2018, 355ff.) und können somit als eine Grundlage für die Produktion hörverständlicher Texte in Leichter Sprache dienen.

Zuhörer*innen sollten den Inhalt während des Zuhörens beim Vorlesen sofort verstehen können. Denn sie können nicht nachfragen oder noch einmal zurückblättern, wenn sie etwas nicht verstanden haben, z. B. beim Hören von Nachrichten im Hörfunk. Es kommt also darauf an, dass die Informationen in Hörtexten sprachlich und sprecherisch so aufbereitet werden, dass die Rezeptionsbarriere besonders niedrigschwellig ist.

Im Grunde genommen zeichnet sich eine optimale Vorlesetechnik dadurch aus, dass der Text in (zusammenhängende) Sprechereinheiten gegliedert wird, dass

Textabschnitte und damit der Textaufbau durch den bewussten Einsatz prosodischer Mittel deutlich gemacht sowie die relevanten und neuen Informationen hervorgehoben werden (vgl. Bose et al. 2011; Bose / Schwenke 2017; Apel 2018, 359ff.). Grundvoraussetzung für die Umsetzung einer geeigneten Vorlesetechnik ist eine angemessene **Sprechhaltung**, welche einerseits die Voraussetzungen und Erwartungen der Zuhörenden berücksichtigt, andererseits jedoch auch die konkrete Sprechsituation und das Textgenre kennzeichnet. Es sollte gewährleistet werden, dass die mündliche Präsentation von Inhalten hörverständlich erfolgt, aber gleichzeitig auch der typische Klang bzw. die Anmutung der vorgetragenen Textsorte (z. B. Märchenklang oder Nachrichtensound) hergestellt wird. Denn aufgrund der medialen Durchdringung der Alltagswelt (Thimm 2000, 49; Schwenke 2020, 78) kann davon ausgegangen werden, dass Hörer*innen über Erkennungsmuster unterschiedlicher Textformen und Rezeptionssituationen verfügen, die sich im Zuge der medialen Sozialisation ausbilden und damit die Rezeption von vorgelesenen Texten prägen.

Wie oben schon erwähnt, werden auch Texte in Leichter Sprache im Alltag häufig vorgelesen. So erstellen einige Rundfunksender zurzeit Nachrichten in Einfacher oder Leichter Sprache, deren Texte dann auf der Homepage der jeweiligen Institution erscheinen, zum Teil versehen mit einer automatischen Computer-Vorlesefunktion oder ergänzt durch Audiofassungen professioneller Sprecher*innen. Der MDR hat sich bewusst für den Einsatz von Leichter Sprache entschieden, für die ein Regelwerk existiert und mit der nach den Erfahrungen des Senders die anvisierten Zielgruppen besser zu erreichen sind (mündliche Auskunft der MDR-Redaktion Barrierefreiheit / Telemedien). Der Sender bietet beispielsweise wochentags „Nachrichten in Leichter Sprache aus Mitteldeutschland“ an und wirbt dafür mit dem Slogan „Das Wichtigste aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Sport. Aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. [...] Für Menschen, die nicht so gut lesen können.“ (Internetquelle 1). Dafür wählt die Redaktion zunächst aus dem aktuellen Nachrichtenprogramm eine Hauptnachrichtmeldung sowie mehrere Kurzmeldungen aus Mitteldeutschland aus und bereitet sie vorläufig auf (z. B. durch Kürzung, Pointierung; mündliche Auskunft der Redaktion). Diese Meldungen werden dann an ein externes Übersetzungsbüro geschickt und dort gemäß den Regeln der Leichten Sprache umformuliert. Alle Meldungen werden einer Prüfgruppe (Rezipient*innen mit kognitiven Einschränkungen) zur Abnahme vorgelegt. Anschließend werden diese Nachrichten im MDR von geschulten Sprecher*innen eingesprochen. Außerdem werden die Meldungen in Leichter Sprache verlinkt mit den Ausgangsnachrichten in „schwerer Sprache“, so dass beide Ver-

sionen unmittelbar miteinander verglichen werden können. Die Verlinkung erfolgt auf Anregung der Nutzergruppe der funktionalen Analphabet*innen im Rahmen eines Usability-Tests 2019. Der MDR betont, dass es für ihn zum Standard gehört, dass seine barrierefreien Angebote regelmäßig durch die jeweiligen Nutzergruppen getestet bzw. evaluiert werden und dass sich daraus im Bedarfsfall Änderungen, Ergänzungen usw. ableiten (mündliche Auskunft der Redaktion). Zurzeit werden die Meldungen in Leichter Sprache noch einzeln präsentiert, aber es ist ein Nachrichten-Podcast in Form einer regionalen Nachrichtensendung in Leichter Sprache in Planung. Sprechwissenschaftler*innen begleiten dieses Projekt wissenschaftlich, sowohl theoretisch (z. B. mit der Erarbeitung von wissenschaftlich basierten Regeln zum Sprechen von Nachrichten in Leichter Sprache) als auch praktisch (z. B. mit regelmäßigen Airchecks und Feedbacks); außerdem sind Master-Studierende der Sprechwissenschaft als Sprecher*innen der Nachrichten in Leichter Sprache beteiligt.

Für das Vorlesen von Nachrichten in Leichter Sprache gelten die zu Beginn dieses Kapitels beschriebenen Gegebenheiten in gleicher Weise, allerdings ist es u. E. notwendig, besondere Bedingungen sowie speziell für diese Varietät und ihre Zielgruppe(n) angepasste Modalitäten anzunehmen und spezifische Regeln umzusetzen.

2 Leichte Sprache und Verständlichkeit als gesamtgesellschaftliche Aufgabe

Mit Bock (2019, 11) lässt sich festhalten:

„Leichte Sprache“ ist mittlerweile fest in der Gesellschaft verankert. In nahezu allen Kommunikationsbereichen gibt es Texte unter dieser Bezeichnung. In einer relativ kurzen Zeitspanne hat es „Leichte Sprache“ geschafft, sich als eine Form barrierefreier Kommunikation Bekanntheit zu verschaffen und sich zu etablieren.“

Auf der Website des MDR wird Leichte Sprache als „Konzept, das Texte stark vereinfacht“, bezeichnet (Internetquelle 2). Die Forschungsstelle *Leichte Sprache* an der Universität Hildesheim kennzeichnet Leichte Sprache als

„Varietät des Deutschen, die im Bereich Satzbau und Wortschatz systematisch reduziert ist. Ebenso systematisch ist die Reduktion mit Bezug auf das Weltwissen, das für die Lektüre vorausgesetzt wird. Außerdem zeichnen sich Leichte-Sprache-Texte durch eine besondere Form der visuellen Aufbereitung aus“ (Maaß 2015, 11f.).

Leichte Sprache ist vorwiegend schriftsprachlich ausgeprägt und wird von keiner Sprechergemeinschaft getragen (vgl. ebd., 12). Es handelt sich um „eine geplante Varietät, keine spontan entstandene, die gemäß den Bedürfnissen einer bestimmten Adressatenschaft entwickelt wurde, die aber wiederum selbst überwiegend passive Rezipienten sind.“ (12). Das Ziel von Leichter Sprache besteht darin, „Kommunikation für Personenkreise verständlich zu machen und barrierefrei aufzubereiten, die sonst von dieser Kommunikation ausgeschlossen wären“ (Bock 2019, 13). Um die Zielgruppe(n) von Leichter Sprache konkreter zu fassen, kann Folgendes festgehalten werden:

„Zum primären Adressatenkreis von Leichter Sprache zählen Menschen mit eingeschränkter Lesefähigkeit, die insbesondere durch geistige Behinderung, Lernschwierigkeiten, Demenz, prälinguale Hörschädigung bzw. Gehörlosigkeit, Aphasie oder funktionalen Analphabetismus hervorgerufen sein kann.“ (Bredel / Maaß 2016a, 10).

Eine weitere potenzielle Gruppe bilden Personen, „die als Migranten nach Deutschland kommen und Deutsch als Zweitsprache ohne Unterweisung ausschließlich in der kommunikativen Praxis erlernen.“ (Maaß 2015, 18).

Für den Ausbau und die Weiterentwicklung der Leichte-Sprache-Forschung werden in jüngeren Publikationen (vgl. Bock 2019, Gros et al. 2020) insbesondere folgende drei Punkte hervorgehoben:

Erstens die Abkehr von einer bloßen Befolgung der Leichte-Sprache-Regeln hin zu Angemessenheitsentscheidungen in Bezug auf den konkreten Text. Dabei bezieht sich Angemessenheit auf die Frage, was ein „guter Text“ sein könnte – mit der Antwort: „Ein guter Text ist möglichst leicht zu verstehen“ (Bock 2019, 17).

Zweitens die Forderung, die bisher beschriebenen Regeln der Leichten Sprache empirisch zu prüfen. Die Regeln sind zwar grundsätzlich wissenschaftlich fundiert (vgl. z. B. Bredel / Maaß 2016b), aber noch gibt es keine ausreichend empirisch gesicherten Wissensbestände. Darüber hinaus existiert ein starkes Spannungsfeld zwischen einem etablierten Praxiskonzept einerseits (vgl. z. B. Bredel / Maaß 2016a) und einer erst entstehenden Forschungslandschaft andererseits (vgl. Bock et al. 2017).

Drittens die Notwendigkeit, unterschiedliche Textsorten für die Leichte Sprache zu erschließen (vgl. Bredel / Maaß 2016a, 27). Hier ist auch die Angemessenheit eines vorliegenden Textes zu thematisieren. Die Frage danach, was einen (situations- und hörerbefugten) angemessenen Leichte-Sprache-Text ausmacht, kann eine sinnvolle Grundlage zur Erforschung vorgelesener Texte in Leichter

Sprache sein. Bock (2019, 17) formuliert fünf Angemessenheitsfaktoren, die „im Textstellungsprozess zugleich als Orientierungsrahmen und praktische Problemlösestrategie genutzt werden“ können. Die Angemessenheit eines Textes lässt sich somit dahingehend beschreiben, (1.) wie adressatenbezogen, (2.) funktional und kommunikationsbereichsbezogen, (3.) sachlich-inhaltlich der Text gestaltet ist; außerdem (4.) wie bezogen auf weitere situative Merkmale (mündliche und schriftliche Realisierung, Zeit und Ort etc.) er realisiert wird und schließlich (5.) wie senderbezogen der Text angelegt ist (ebd., 18).

Diese fünf Angemessenheitsfaktoren können auch Anhaltspunkte für eine verständliche Gestaltung von Nachrichten in Leichter Sprache sein und werden im Folgenden kurz erläutert:

1. Für die **Adressatenbezogenheit** ist es relevant, die Ansprüche, Fähigkeiten und Bedürfnisse der Zielgruppe, die für das Anhören bzw. Zuhören von Nachrichten ausschlaggebend sind, zu identifizieren und zu berücksichtigen.
2. Das Herausstellen der **Textfunktion** ist wesentlich, damit Rezipient*innen erkennen können, wozu dieser Text dienen soll und was sie mit den Informationen anfangen können. Als Leitfragen können z. B. formuliert werden: „Ist ein Nachrichtentext als sachlich-informierender Text gestaltet und ist Wahlwerbung als Kommunikationsform erkennbar, die nicht lediglich informieren will, sondern den Leser zu überzeugen versucht?“ (ebd.).
3. Die **inhaltliche Ausgestaltung**, also ob der Gegenstand „so differenziert wie nötig und so einfach wie möglich“ (ebd.) besprochen wird, spielt natürlich auch bei der Realisierung von Texten, die für das Hören geschrieben sind, und speziell bei Nachrichten in Leichter Sprache mit einem oft sehr informationsverdichteten Ausgangstext eine wichtige Rolle.
4. Die **situative Einbettung** sowie die Bedingungen der medialen Realisierung sind insbesondere für das hörverständliche Vorlesen von Nachrichten in Leichter Sprache derzeit noch Desiderate.
5. Die angemessene Gestaltung eines Hör-Textes ist bezogen auf einen bestimmten **Sender**, also die Institution, die „den Text nach außen verantwortet“ (ebd.). Das ist relevant, um generell das Genre Nachrichten zu markieren sowie konkret die Formatierung des Senders, der die Nachrichten produziert (vgl. Schwenke 2020, 110ff.). Dies stellt für die Formulierung und Präsentation von Nachrichten in Leichter Sprache eine besondere Herausforderung dar, ist aber u. U. auch eine besondere Chance. Denn diese

Formatierung kann als advance organizer dienen und lässt damit die Textsorte und -funktion klarer erkennbar werden (siehe Apel / Schwenke in diesem Band).

Basierend auf diesen Überlegungen werden wir uns in den folgenden Abschnitten mit der Frage beschäftigen, wie ein Text in Leichter Sprache möglichst verständlich vorgelesen werden kann.

3 Regeln und Standards für hörverständliches Vorlesen von Texten in Leichter Sprache

Für verständliche Texte in Leichter Sprache existieren Richtlinien und Regelwerke (vgl. stellvertretend den Überblick in Maaß 2015; Bredel / Maaß 2016b, 82ff.), die sich auf Forschungen zu barrierefreier Sprache begründen und sich vor allem auf schriftliche Texte konzentrieren; geregelt werden bspw. die Syntax, die Lexik oder die Typografie der Texte. Differenzierte Empfehlungen, Vorgaben oder übergeordnete Standards (im Sinne journalistischer Stilnormen; Schwenke 2020, 30) zum mündlichen Präsentieren dieser barrierefreien Texte gibt es bisher nicht. Sprechwissenschaftliche Untersuchungen belegen, dass Texte, die für das Vorlesen und Zuhören geschrieben werden, andere Verständlichkeitskriterien erfüllen müssen als Texte, die ausschließlich für die Leserezeption verfasst werden. Oberste Priorität hat dabei die Orientierung an den Wünschen und Bedürfnissen der angesprochenen Rezipient*innengruppe.

Die nächsten untersuchungslogischen Schritte sind u. E. die Übertragung dieser Erkenntnisse auf Texte in Leichter Sprache sowie eine Prüfung sprechwissenschaftlicher Hypothesen zum Zusammenhang von Text und Prosodie mit Einfluss auf die Verständlichkeit. Untersuchungen zur Aufbereitung nachrichtlicher Inhalte für bestimmte Zielgruppen (vgl. Leuchte 2015, Schwenke et al. 2015; siehe auch Gerhardt / Schwenke in diesem Band) verweisen für die sprecherischen Präsentation auf jeweils besondere Anforderungen. Diese Erkenntnisse sowie die Erfahrungen aus der Wissenschafts-Praxis-Kooperation mit dem MDR zum Sprechen von Nachrichten in Leichter Sprache legen den Schluss nahe, dass das Vorlesen von Leichte-Sprache-Texten einer besonderen Sprechtechnik bedarf. Eine Grundlage dafür bieten sprechwissenschaftliche Auffassungen zur Theorie und Didaktik des Vorlesens (vgl. z. B. Gutenberg 1998, Ockel 2000), Forschungen zur Prosodie (vgl. u. a. Stock 1996a und 1996b, Neuber 2002) sowie zur Hörverständlichkeit und zum Sprechstil von Radionachrichten (vgl. Bose / Schwiesau

2011, Bose 2015, Apel 2018 sowie Schwenke 2020). Bevor konkrete Vorleseregeln formuliert werden können, geht es aber zunächst darum, Beurteilungskriterien für hörverständliche Texte in Leichter Sprache zu entwickeln. Dies wird im Folgenden am Beispiel von Nachrichten erarbeitet.

3.1 Nachrichtentexte in Leichter Sprache: konsequent gerahmt, systematisch und mit erkennbarem Ziel

Für die selbstbestimmte gesellschaftliche Teilhabe spielen barrierefreie und hörverständliche (Radio-)Nachrichten eine wesentliche Rolle (siehe Gerhardt / Schwenke in diesem Band). Die Produktion von Nachrichten in Leichter Sprache orientiert sich grundsätzlich an der üblichen redaktionellen Arbeit in den Nachrichtenredaktionen: Aus zahlreichen Agenturmeldungen werden die wichtigsten Themen des Tages ausgewählt und zu Nachrichtenmeldungen umformuliert. Da Radionachrichten viele Informationen in kurzer Zeit bringen, sind sie idealerweise allgemeinverständlich, wertungsfrei, alltagstauglich und sprachlich korrekt formuliert. Die Umsetzung dieser Idealvorstellungen sichern journalistische Standards des hörverständlichen Schreibens, die in Anforderungskatalogen journalistischer Ratgeber systemisch erfasst sind (vgl. stellvertretend La Roche / Buchholz 2004, Schwiesau / Ohler 2016), auf einem allgemeinen Konsens beruhen und eine gewisse Verbindlichkeit im Sinne beruflicher Anforderungen beanspruchen. In der Aus- und Weiterbildung von Radiojournalist*innen bzw. Redakteur*innen werden sie reproduziert und tradiert (vgl. Apel / Schwenke 2011, 178 ff.). Im konkreten Schreibprozess lassen sich die journalistischen Standards des hörverständlichen Schreibens insbesondere auf folgende Gestaltungsbereiche beziehen:

- Textaufbau und Informationsstruktur
- Informationsdichte und Komplexität von Wörtern und Sätzen
- Satzverknüpfungen
- Verwendung von Synonymen und generelle Wortwahl

Praktische Empfehlungen zur Nachrichtenpräsentation (vgl. Bose / Schwenke 2017), empirisch belegt durch Forschungen zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten (vgl. Apel 2018), geben an, dass in hörverständlich geschriebenen Nachrichtensätzen bekannte Informationen möglichst vor neuen Informationen im Satz platziert werden sollten (stark vereinfacht: Thema vor Rhema). Da im ersten Satz, dem Leadsatz, zunächst alle Informationen neu sind (das Thema muss

erst einmal etabliert werden), sollten hier Inhalte, die vermutlich stärker im Weltwissen der Rezipient*innen präsent sind, vor gänzlich neuen Inhalten stehen (vgl. für eine differenzierte Unterscheidung Prince 1981; Musan 2010, 4ff.). Da neue Informationen beim Vorlesen üblicherweise akzentuiert werden, trägt so – bei einer informationsstrukturellen Gestaltung mit den gänzlich neuen Informationen am Satzende – die Information mit dem größten Neuigkeitswert den Satzakzent. Das erhöht die Verständlichkeit eines Satzes nachweislich (vgl. Apel 2018, 359ff.). Die Hörverständlichkeit von Nachrichtentexten wird außerdem durch die Reduktion von Informationsdichte und Satzkomplexität erhöht, also durch das Vermeiden von Nominalisierungen, überspezifizierten Ausdrücken, ausgedehnten Adverbial- und Nominalphrasen, von Mehrfachattribuierungen durch Präpositionalphrasen sowie Inhaltskomprimierung in mehrteiligen Satzgefügen (vgl. Göpferich 2006, 163ff. und 176ff.; Apel 2018, 358f.).

Diese grundlegenden Standards decken sich in weiten Teilen mit den Regeln zum Schreiben in Leichter Sprache – auch hier geht es darum, Komplexität zu vermeiden und so Lesetexte verständlicher zu gestalten. Dabei kann auf eine lange Tradition der Forschung und Konzeptualisierung von Leseverständlichkeit zurückgegriffen werden (vgl. Groeben 1982; Lutz 2015 sowie den Überblick in Bredel / Maaß 2016b, 117ff.). Übersichtlich zeigt Bock (2019, 25), wie einfach(er)es Schreiben ermöglicht werden kann; dabei geht es bspw. darum, in Texten anschaulich und konkret zu sein, Unbekanntes mit bekannten Wörtern zu erläutern sowie inhaltliche Zusammenhänge und Bezugnahmen deutlich zu machen (vgl. ebd.).

Die Standards zum hörverständlichen Schreiben von Nachrichten einerseits und die Regeln zum Schreiben in Leichter Sprache andererseits lassen sich zu **Empfehlungen zum Schreiben fürs Vorlesen in Leichter Sprache** zusammenführen, die sich auf Anlage und Gesamtaufbau sowie Satz- und Wortebene des Textes beziehen:

1. **Textsorte nennen:** Erkennen die Zuhörer*innen die Textsorte, werden mentale Rezeptionsgewohnheiten und -routinen sowie der Kontext und der Zweck eines Textes aufgerufen und können somit das Verstehen erleichtern (vgl. Bock 2019, 68f.). Für eine Radionachrichtensendung stellt vermutlich schon das Schlagwort „Nachrichten“ oder „Nachrichten vom Dienstag, dem 20. Juli 2021“ den passenden Kontext her. Auf der MDR-Website (Internetquelle 1) wird das Angebot in Leichter Sprache folgendermaßen überschrieben: „Nachrichten in Leichter Sprache aus Mittel-Deutschland. Das

Wichtigste aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Sport. Aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Montag bis Freitag, 13 Uhr, außer an Feiertagen. Für Menschen, die nicht so gut lesen können.“ Damit wird klar gemacht, dass es sich bei allen Beiträgen auf dieser Seite um Nachrichten mit der entsprechenden Textsortenkonvention handelt.

2. **Textfunktion benennen und (er)klären:** Eine Information darüber, wozu die Nachrichten dienen, erleichtert ebenfalls das Verstehen. Bei klassischen Nachrichten wird der Nachrichtenwert unterteilt in den Neuigkeitswert (Was ist aktuell passiert?) und in den Informationswert (Was kann ich mit dieser neuen Information anfangen?) (vgl. Schwiesau / Ohler 2016, 19). Der Informationswert kann noch einmal unterschieden werden in Wissens- und Orientierungswert (Betroffenheit, Tragweite, Nähe), Gebrauchswert (Schaden, Nutzen) und Gesprächs- und Unterhaltungswert (Menschen, Emotionen, Spannung, Außergewöhnliches) (ebd.). Während in klassischen Nachrichten diese Nachrichtenwerte selten explizit gemacht werden, kann es für Nachrichten in Leichter Sprache verständnisfördernd sein zu erwähnen, was die Rezipient*innen nun mit der Nachricht anfangen können (z. B. sich selbst engagieren, eine neue Funktion nutzen, vorsichtig sein usw.).
3. **Zuhörsituation beim Schreiben bewusst machen und beachten:** Die Nachrichten können nicht „vor- oder zurückgehört“ werden (bzw. nur mit höherem Aufwand), daher sollte textstrukturell immer so geschrieben werden, dass das benötigte Vorwissen zum Verstehen eines Textes an den jeweils notwendigen Stellen bereitgestellt (und nicht erst im Nachhinein erwähnt) wird. Vergleichbar ist dies dem *Andockmodell* zum Aufbau von Nachrichtenmeldungen (vgl. Kropf 2011), bei dem zunächst situiert wird, d. h. einleitende Informationen gegeben werden, bevor der Leadsatz bzw. der Meldungskern benannt wird.

(Schlagzeile auf der Website angegeben – nicht vorgelesen)

Die Gewerkschaft IG Metall macht Warn-Streiks

Im Bundes-Land Sachsen-Anhalt
gibt es heute Warn-Streiks.

Die Mitarbeiter von einigen Firmen gehen heute nicht zu ihrer Arbeit.

Zum Beispiel in den Städten:

- Halberstadt,
- Schönebeck
- und Nachterstedt.

IG Metall ist eine große Gewerkschaft.
 Sie macht sich für die Rechte von den Arbeit-Nehmern stark.
 Zum Beispiel:
 Damit die Arbeit-Nehmer mehr Urlaub bekommen.

Die IG Metall macht jetzt eine Tarif-Verhandlung
 mit den Chefs von den Firmen.
 Die IG Metall will:
 Dass die Arbeit-Nehmer mehr Geld für ihre Arbeit bekommen.

Aber die Chefs von den Firmen wollen das nicht.
 Die Chefs denken:
 Dass sie wegen der Corona-Krise nicht mehr Geld geben können.

Deshalb hat die IG Metall zu den Arbeit-Nehmern gesagt:
 Wir machen einen Warn-Streik.

Bsp. 1: MDR Nachricht in Leichter Sprache vom 02.03.2021

Im Beispiel 1 zeigen sich beide Ausprägungen: Der Terminus bzw. die Neuigkeit „Warnstreiks“ zu Beginn der Nachricht wird erst im Nachhinein erläutert – dies entspricht eher dem klassischen pyramidalen Nachrichtenmodell (Schwiesau / Ohler 2016, 33ff.). Die Anbindung der Erläuterung ist jedoch so eng mit dem erläuterten Terminus verknüpft, dass u. E. die Verständlichkeit gut gewährleistet ist. Dagegen wird später im Satz „IG Metall ist eine große Gewerkschaft“ zunächst die IG Metall vorgestellt und erst danach folgt die Hinführung zur eigentlichen Nachricht der Tarifverhandlungen, die ebenfalls beispielhaft erläutert werden. Erst am Ende wird der Fakt der „Warnstreiks“ benannt. D. h. hier wird das benötigte Vorwissen dafür, wie Tarifverhandlungen ablaufen, zunächst dargestellt, was ebenfalls verständlichkeitsfördernd wirkt.

4. **Textglobale Rahmungen und Zusammenfassungen verwenden:** Ein Themenüberblick zu Beginn kann als advance organizer notwendige mentale Repräsentationen aufrufen und damit die Wiedererkennbarkeit beim Hören erhöhen; eine Themenzusammenfassung am Ende der Nachrichten kann das Gehörte sichern. Im Beispiel 2 wird durch die Schlagzeile / Überschrift und den Überblick, welche Themen behandelt werden, ein klassischer advance organizer bereitgestellt, der das Verstehen des im Anschluss Vorgelesenen leitet. Allerdings werden Schlagzeile und Überblick nicht gesprochen; anzuregen ist, solche Textstrukturierungshinweise auch in die Sprech- bzw. Vorlesefassung zu übernehmen.

(Schlagzeile und Themenüberblick auf der Website angegeben – nicht vorgelesen)

Die neuen Corona-Regeln für Sachsen-Anhalt

Auf dieser Seite:

- Treffen in Gruppen
- Die Corona-Regeln für die Schulen
- Urlaub und Reisen
- Gaststätten
- Geschäfte

(ab hier vorgelesen:)

In vielen Bundes-Ländern in Deutschland haben nur noch wenige Menschen das Corona-Virus. Das ist auch im Bundes-Land Sachsen-Anhalt so. Dort gibt es viele Land-Kreise: Wo die Corona-Regeln jetzt gelockert werden. Das wird seit dem 2. Juni gemacht. Das sind ab jetzt die neuen Corona-Regeln für die Land-Kreise in Sachsen-Anhalt:
(...)

Bsp. 2: MDR Nachricht in Leichter Sprache vom 04.06.2021

5. **Gliederung explizit machen und Verweise herstellen:** In einer Nachrichtensendung sollte immer wieder deutlich gemacht werden, an welcher Stelle der Nachrichten sich die Zuhörer*innen befinden; z. B. „Wir kommen jetzt zur dritten Meldung. Es geht um das Thema [Thema].“ oder „Eben haben wir uns mit [Thema] beschäftigt. Jetzt geht es um etwas ganz Anderes.“. Bislang werden die Nachrichtenmeldungen des MDR in Leichter Sprache (Text und Audio) jeweils einzeln auf der Website angeboten, insofern sind solche Gliederungsmerkmale noch nicht relevant. Wichtig kann das insbesondere in einem (noch in der Planung befindlichen) Podcast werden, der mehrere Meldungen zu einer Nachrichtensendung zusammenfasst und demzufolge eine größere Aufmerksamkeitsspanne erfordert.
6. **Satzkomplexität reduzieren:** Durch das Reduzieren der Regressivität von Konstruktionen (vgl. Göpferich 2006, 180f.) lassen sich ausgedehnte Spannungsbögen vermeiden, die das Hörverstehen erschweren. Im Beispiel 3 befindet sich das Verb in der Satzendstellung, so dass eine große Verbkammer entsteht, die beim Hören eine lange Aufmerksamkeitsspanne erfordert.

(Schlagzeile auf der Website angegeben – nicht vorgelesen)

Das sind die neuen Corona-Regeln bis zum 28. März für ganz Deutschland

(...)

Es gibt einige Regeln,
die sich ab nächster Woche verändern.

Zum Beispiel:

- Blumen-Läden,
- Buch-Geschäfte
- und Garten-Märkte

dürfen wieder auf-machen.

Bsp. 3: MDR Nachricht in Leichter Sprache vom 05.03.2021

Wird das Verb dagegen aus der Satzendstellung ins Hauptfeld gezogen (Beispiel 4, Neuformulierung kursiv), verringert sich die erforderliche Aufmerksamkeitsspanne beim Hören deutlich. Zudem vereinfacht sich die sprecherische Realisation aufgrund des kürzeren Spannungsbogens.

Es gibt einige Regeln,
die sich ab nächster Woche verändern.
Einige Orte dürfen wieder auf-machen.
Zum Beispiel:

- Blumen-Läden,
- Buch-Geschäfte,
- und Garten-Märkte.

Bsp. 4: Neuformulierung von Beispiel 3 mit geringerer Regressivität

7. **Auf Satzebene bekannte Informationen vor neuen Informationen anordnen:** Konsequenter sollten zunächst bekannte Informationen (z. B. aus dem bereits Genannten) angeführt werden und erst danach neue Informationen, um beim Sprechen den Satzakzent auf das Neue und damit das Wesentliche legen zu können. Im Beispiel 5 werden v. a. im ersten Abschnitt die jeweils neuen und relevanten Informationseinheiten („Unwetter“, „Hochwasser“, „Erdrutsche“, „Menschen gestorben“) konsequent nach bereits bekannten Informationen gegeben. Wie die Vorlesefassung der Nachricht (Audio 1; siehe auch das Transkript 1 in 3.2) zeigt, kann damit die Textebene auch die Akzentgestaltung beim Vorlesen anbahnen. Das Audio ist verfügbar über den QR-Code zu Beginn des Artikels bzw. unter:

<https://cloud.uni-halle.de/s/bg7pZ9rpPsawhDj>

(Schlagzeile auf der Website angegeben – nicht vorgelesen)

In Mittel-Deutschland soll es mehr Sirenen geben

In einigen Bundes-Ländern in Deutschland gab es schlimme Unwetter.

Dort hatten die Flüsse Hochwasser.

Und es gab Erdrutsche.

In dem Unwetter sind einige Menschen gestorben.

Und Sachen sind kaputt gegangen.

Zum Beispiel:

- Straßen

• Und die Häuser von den Menschen.
 (...)

Jetzt sprechen die Menschen darüber:
 Dass es bessere Warn-Systeme in Deutschland geben muss.
 Damit sollen die Menschen gewarnt werden:
 Wenn etwas Gefährliches passiert.
 Zum Beispiel:
 • Wenn es eine Natur-Katastrophe gibt.
 • Wenn es eine Umwelt-Katastrophe gibt.
 • Oder wenn es einen großen Brand gibt.
 (...)

Bsp. 5: MDR Nachricht in Leichter Sprache vom 21.07.2021 (Audio 1)

Im Beispiel 6 wird eine Neuformulierung vorgeschlagen, in der die bekannte Information („in Deutschland“) vor die neue Information („bessere Warnsysteme“) gesetzt wird und somit das Prinzip „Thema vor Rhema“ weiterhin konsequent umgesetzt wird. Zusätzlich wird so die sprecherische Akzentuierung von „Warnsysteme“ als neue Information forciert.

Jetzt sprechen die Menschen darüber:
Dass es in Deutschland bessere Warn-Systeme geben muss.
 Damit sollen die Menschen gewarnt werden:
 Wenn etwas Gefährliches passiert.

Bsp. 6: Neuformulierung von Beispiel 5 mit Thema vor Rhema

8. **Durch systematische Wiederholungen die Wiederaufnahme von Inhalten erkennbar gestalten:** Es sollte systematisch Redundanz erzeugt werden, z. B. durch Wiederholung eingeführter Begriffe und Vermeidung von Synonymen. Dies entspricht den allgemeinen Regeln zum Schreiben Leichter Sprache-Texte und ist besonders wichtig beim Schreiben von Lesetexten, die u. U. ausschließlich auditiv rezipiert werden. Im Beispiel 7 wird konsequent der Terminus „Schloss“ wiederholt.

(Schlagzeile auf der Website angegeben – nicht vorgelesen)

In Köthen wird viel am Schloss neu gemacht

Die Stadt Köthen ist in dem Bundes-Land: Sachsen-Anhalt.
 Dort gibt es ein altes Schloss.
 An dem Schloss sollen jetzt viele Sachen neu gemacht werden.
 In schwerer Sprache heißt das: Das Schloss wird saniert.
 (...)
 Die Kultur-Stiftung gibt viel Geld:
 Damit das Schloss saniert werden kann.

Bsp. 7: MDR Nachricht in Leichter Sprache vom 30.07.2021

9. **Zwischenüberschriften bei langen Aufzählungen setzen:** Sinnvoll ist die Unterbrechung von langen Aufzählungen durch wiederholte (wörtlich gleiche) Zwischenüberschriften, die auch als advance organizer zu verstehen sind (siehe Punkt 4). Wie das Beispiel 8 zeigt, wird im Schriftsatz bei längeren Aufzählungen die gewünschte Übersichtlichkeit durch die untereinanderstehende Anordnung und Markierung durch Spiegelstriche (hier Aufzählungspunkte) durchaus erreicht.

Im Bundes-Land Sachsen-Anhalt gibt es neue Corona-Regeln

Seit Mittwoch gibt es im Bundes-Land Sachsen-Anhalt neue Corona-Regeln.

Für einige Freizeit-Angebote brauchen die Menschen jetzt keinen Corona-Test mehr.

Zum Beispiel:

- Im Freibad,
- im Museum,
- bei Gedenkstätten,
- in Ausstellungen,
- in Bücherei-en
- oder in Auto-Kinos.

(...)

Bsp. 8: MDR Nachricht in Leichter Sprache vom 16.07.2021

Jedoch geht diese visuelle Übersichtlichkeit beim Sprechen nahezu gänzlich verloren, z. B. weil zahlreiche Pausen und die schwebende Endmelodie am Ende jedes Aufzählungspunkts den Ausspruchzusammenhang nicht mehr erkennen lassen. Deshalb sollten lange Aufzählungsketten vermieden bzw. durch das Einfügen von redundanten oder erläuternden Zwischenüberschriften verkürzt werden, wenn die Nachrichten in erster Linie auditiv rezipiert werden sollen (siehe den Vorschlag in Beispiel 9; Neuformulierung kursiv).

Für einige Freizeit-Angebote brauchen die Menschen jetzt keinen Corona-Test mehr.

Zum Beispiel:

- Im Freibad,
- im Museum,
- bei Gedenkstätten,

Auch hier brauchen die Menschen jetzt keinen Corona-Test mehr:

- in Ausstellungen,
- in Bücherei-en
- oder in Auto-Kinos.

Bsp. 9: Neuformulierung von Beispiel 8 mit Zwischenüberschrift

Diese hier vorgestellten Überlegungen zum Schreiben fürs Hören von Leichter Sprache beziehen sich auf die textuellen Aspekte, welche die auditive Rezeption geschriebener Texte betreffen und erleichtern sollen. In Abschnitt 3.2 geht es darüber hinaus um die verständnissichernde sprecherische Gestaltung von Nachrichtentexten in Leichter Sprache.

3.2 Hörverständliches Vorlesen von Nachrichtentexten in Leichter Sprache: langsam, klar gegliedert, deutlich akzentuiert

Generell sind für die Hörverständlichkeit von vorgelesenen (Nachrichten-)Texten folgende Aspekte ausschlaggebend: eine moderate Sprechgeschwindigkeit, deutliche Gliederungseinschnitte sowie die Akzentuierung der neuen, unbekanntenen Informationen bzw. des Satzfokus. Zuhörer*innen brauchen diese prosodischen Hinweise, um die Informationen aufzunehmen, zu verarbeiten und zu verstehen. Beim Vorlesen wird die Stimme zur Inhaltsvermittlung genutzt, um z. B. Texte zu gliedern und wichtige Wörter hervorzuheben. Darüber hinaus ist die Stimme aber immer auch Ausdruck der Vorlese-Persönlichkeit und zeigt deren (emotionale oder persönliche) Haltung zum Text und zur Situation an (vgl. Neuber 2002); dies geschieht durch die Kombination verschiedener prosodischer bzw. stimmlich-artikulatorischer Merkmale (vgl. Bose 2001 und 2010):

- Stimmlage (tief / hoch)
- Stimmklang (weich / hart, rau / behaucht / knarrend / klar, klangvoll / klangarm)
- Lautheit (leise / laut)
- Melodieführung (bewegt / monoton, großer / kleiner Melodieumfang),
- Sprechspannung (gering / stark gespannt)
- Sprechtempo (langsam / schnell)
- Sprechpausen (häufig / selten, kurz / lang)
- Aussprachebesonderheiten (undeutlich / präzise)

Als Grundlage für hörverständliches Vorlesen kann zudem die typografische Gestaltung der Vorlese-Texte in Leichter Sprache dienen, indem sie den Sprecher*innen Hinweise auf die Realisierung der Textgrundlage gibt. D. h. durch die charakteristische Typografie von Leichte Sprache-Texten (meist sehr kleine Textabschnitte in einer Zeile) wird der Text vorstrukturiert und die Sprechgliederung angebahnt – sie kann von den Sprecher*innen als Sprechweisung genutzt werden; siehe die Meldung „In Mittel-Deutschland soll es mehr Sirenen geben“ vom

21.07.2021 (Nachrichtentext im Beispiel 5 und Transkript der Vorlesefassung im Beispiel 10). Zudem könnte im Vorlese-Manuskript Fettdruck eingesetzt werden, um auch Akzentstellen für die Sprecher*innen zu markieren, und zwar so, dass bspw. koreferenzielle Bezüge (anaphorisch oder kataphorisch) sowie Fokusakzente (z. B. bei der Verschiebung des normalen Satzakzents auf einen Kontrastakzent) sicht- und damit hörbar werden. Die Typografie kann somit die Schnittstelle sein, mit der schriftliche Gliederungs- und Hervorhebungssignale ins Mündliche übertragen werden (vgl. z. B. Apel et al. 2020 zur Funktion von Anführungszeichen für die prosodische Herausstellung von Wörtern).

Im Folgenden werden Gestaltungshinweise für die eingangs genannten grundlegenden sprecherischen Merkmale erläutert.

Sprechgeschwindigkeit

Für das Vorlesen in Leichter Sprache eignet sich eine moderate Sprechgeschwindigkeit. Es sollte nicht zu langsam vorgelesen werden, um die Aufmerksamkeit der Zuhörer*innen nicht zu verlieren und das Format Radio-Nachrichten nicht zu verlassen. Es sollte jedoch auch nicht zu schnell vorgelesen werden, um keine Informationsverdichtung durch zu viele Informationen in kurzer Zeit zu generieren. Je nach inhaltlicher Wichtigkeit und Neuigkeit einer Information sollte die Sprechgeschwindigkeit variiert werden: Neue Informationen sollten langsamer (sowie lauter und präziser) gesprochen werden, bereits bekannte Informationen können schneller (sowie leiser) gesprochen werden (vgl. Bose et al. 2011, Wachtel 2009a).

Die Rückmeldung der Sprecher*innen der Leichte-Sprache-Nachrichten im Rahmen eines MDR-Feedbacks zeigt, dass die Anpassung der Sprechgeschwindigkeit nicht ganz einfach ist und sich im Spannungsfeld von Genretreue und Verständlichkeit bewegt, wobei das sehr langsame Sprechen den Bezug zur Textsorte Nachrichten erschwert. Hier sind Wirkungsuntersuchungen notwendig, um Richtwerte für eine optimale Sprechgeschwindigkeit für Nachrichten in Leichter Sprache zu ermitteln.

Sprechgliederung

Mittels Sprechmelodie (sowie Sprechspannung) und Gliederungssignalen (z. B. Pausen) werden Gruppen von Wörtern zu Sprechereinheiten zusammengefasst. An diesen sprecherisch klar abgegrenzten Informationseinheiten können sich Zuhörer*innen orientieren. Eine solche gesprochene Informationseinheit sollte prosodisch, syntaktisch und semantisch kongruent gestaltet sein.

Mittels des **Melodieverlaufs** kann eine Sprechereinheit als prosodisch abgeschlossen oder nicht abgeschlossen gekennzeichnet werden. Entscheidend dafür ist die Markierung und Wahrnehmung der Endmelodie, also des Melodieverlaufs von der letzten Akzentsilbe bis zum Ende einer Sprechereinheit. Im Deutschen können drei charakteristische Verlaufsformen unterschieden werden: Abgeschlossenheit durch stark fallende Endmelodie bis an die untere Grenze des individuellen Sprechstimmumfangs (sog. Lösungstiefe), Abgeschlossenheit durch stark steigende Endmelodie und Nichtabgeschlossenheit durch schwebende (leicht steigende, leicht fallende oder gleichbleibende) Endmelodie (vgl. Stock 1996a und 1996b).

Die stark fallende Endmelodie (mit starker Verringerung von Sprechspannung, Lautheit und Sprechtempo) ist typisch für vorgelesene Radionachrichten und wird realisiert, um vollständige und inhaltlich abgeschlossene Sprechereinheiten (bei Nachrichten i. d. R. beendete Sätze) zu kennzeichnen. Beim Vorlesen von Texten in Leichter Sprache stellt dieses Mittel eine Möglichkeit dar, um die Abgeschlossenheit und damit die Zusammengehörigkeit von Informationen bzw. Informationseinheiten zu markieren. Die steigende Endmelodie wird gelegentlich genutzt, um Ortsmarken oder Schlagzeilen bei freundlich-kontaktinteressierter Haltung zu markieren. Mit schwebender Endmelodie werden Satzteile beendet, die eine wichtige neue Information enthalten, aber inhaltlich noch nicht abgeschlossen sind bzw. erst im Folgesatz abgeschlossen werden (vgl. Stock 1996a und 1996b). Hier sollte den Vorleser*innen von Nachrichten in Leichter Sprache klar sein, welche Form der Endmelodie sie aufgrund der Textgrundlage realisieren müssen (ggf. durch eine entsprechende Markierung im Text), um das adäquate und passende Gliederungssignal zu übermitteln. Letztendlich erleichtert eine inhaltlich motivierte und sinnvermittelnde Sprechgliederung in abgeschlossene und nicht-abgeschlossene Sprechereinheiten den Hörer*innen das Verstehen von Lesetexten.

Hörbare akustisch messbare Einschnitte im Sprechfluss (**Sprechpausen**) entstehen durch die Rhythmisierungsgewohnheiten im Deutschen und / oder durch die Notwendigkeit des Einatmens beim Sprechen (Atempausen). Sie können aber auch bewusst eingesetzt werden, um abgeschlossene und nichtabgeschlossene Sprechereinheiten voneinander abzugrenzen. Neben den Sprechpausen können auch **phonetische Kontraste** zwischen den Sprechereinheiten als Gliederungssignale wirken, z. B. Melodiekontraste (tief / hoch), Lautheitskontraste (laut / leise), Sprechspannungskontraste (gering / stark) oder Lautdauerkontraste (Dehnungen / Kürzungen). Für den Prozess des Vorlesens ist es wichtig, dass sich die Sprechgliederung an Grenzpunkten zusammenhängender Einheiten orientiert (vgl. Stock

1996a, Bose 2001 und 2010; Apel 2018, 172ff.). Allerdings erfolgt die prosodische Gliederung nicht allein aufgrund der syntaktischen Gegebenheiten eines Textes – sie kann auch aufgrund der Aussageabsicht des Sprechenden unabhängig davon geschehen (vgl. Apel 2018, 173). Durch solche eher rhetorisch und pragmatisch orientierten Gliederungssignale lassen sich Inhalte hervorheben und inhaltliche Zusammenhänge deutlich machen. Dies sollte ebenso beim Vorlesen von Nachrichten in Leichter Sprache genutzt werden, um wichtige und wesentliche Teilaspekte innerhalb eines Satzes prosodisch abzugrenzen und damit hervorzuheben.

Das Beispiel 10 enthält das Transkript zur Vorlesefassung der MDR Nachricht in Leichter Sprache „In Mittel-Deutschland soll es mehr Sirenen geben“ vom 21.07.2021. Es veranschaulicht die Sprechgliederung mittels Endmelodie und Sprechpausen und damit die verständnisfördernde prosodische Markierung semantisch zusammengehörender Wortgruppen als Sprechereinheiten.

01	in EINigen BUNdesländern in DEUTSCHland gab es SCHLIMme UNwet- ter. (.)
02	DORT hatten die flüsse HOCHwasser. (.)
03	UND es gab ERDrutsche. (°h)
04	in dem UNwetter sind EINige menschen geSTORben. (.)
05	und SACHen sind kaPUTT gegangen. (°h)
06	zum BEIspiel; (.)
07	STRAßen- (.)
08	und die HÄUser von den menschen. (-°h)
09	JETZT sprechen die menschen DARüber, (°h)
10	dass es BESSere WARNsysteme in deutschland geben muss. (.)
11	DAmit sollen die menschen geWARNT werden wenn etwas geFÄHRliches passiert. (.)
12	zum BEIspiel- (°h)
13	wenn es eine natURkatastrophe gibt.
14	wenn es eine UMweltkatastrophe gibt-
15	Oder wenn es einen großen BRAND gibt. (...)

Bsp. 10: Transkript zur Vorlesefassung der MDR Nachricht in Leichter Sprache vom 21.07.2021 (Audio 1)

Akzentuierung

Mittels sprecherischer Akzente werden relevante Informationen bzw. inhaltstragende Wörter hervorgehoben und damit für Zuhörende (besonders) deutlich gemacht. Dies geschieht z. B. durch größere Lautheit, langsames Sprechtempo, melodische Kontraste und präzisere Artikulation der akzentuierten Silbe. Typisch für Radionachrichten ist, dass viele Akzente in rascher Folge realisiert werden. Die Herausforderung besteht darin, in solchen inhaltlich hochverdichteten Texten

gezielt Akzente zu setzen, d. h. die besonders wichtigen, also neuen bzw. fokussierten Informationen hervorzuheben und damit das inhaltliche Verstehen der Hörer*innen zu unterstützen.

Für das Vorlesen von Leichte-Sprache-Texten können hierbei zwei Strategien wirksam werden: Zum einen sollte die für Nachrichten typische hohe Informationsdichte durch das Formulieren eines einfachen und redundanten Textes mit zahlreichen erklärenden Ausführungen aufgelöst werden (siehe 3.1). Zum anderen sollten Akzenthäufungen bewusst vermieden werden, indem Akzente gezielt nur auf die inhaltlich neuen Wörter sowie den jeweiligen Satzfokus gesetzt werden. Daneben sollten die koreferenziellen Bezüge, die in den Texten enthalten sind (d. h. die Rück- oder Vorausbezüge auf bereits erwähnte oder noch zu auszuführende Elemente), durch die Akzentgestaltung ebenfalls deutlich herausgestellt werden.

Das Beispiel 10 (s. o.) zeigt den hörverständlichen Einsatz der Akzentuierung in der Vorlesefassung der Meldung „In Mittel-Deutschland soll es mehr Sirenen geben“ vom 21.07.2021 (Audio 1). Die häufigen Akzente (vor allem in den ersten vier Sprechereinheiten, vgl. Z01-04) sind typisch für das Genre Nachrichten (vgl. z. B. Schwenke 2020, 244ff.); durch die eher langsame Sprechgeschwindigkeit wird jedoch die informationsverdichtende Wirkung der Akzenthäufung vermieden.

3.3 Erarbeitung einer angemessenen Sprechhaltung als Grundvoraussetzung für barrierefreies Vorlesen

Sprecherinnen und Sprecher im Radio müssen eine Sprechhaltung erarbeiten und prosodisch umsetzen, die nicht nur für die Textsorte Nachrichten und den konkreten Radiosender angemessen ist, sondern die auch die adressierte Zielgruppe explizit anspricht. Sprechwissenschaftliche Untersuchungen zeigen, dass Zuhörende mit Radionachrichten eine bestimmte Erwartungshaltung verbinden: Als angemessen gilt eine engagiert-freundliche, sachlich-informierende Sprechhaltung (vgl. Wachtel 2009a, 33ff.; Schwenke 2020, 336ff.). Diese Angemessenheitsvorstellung ergibt sich aus medialen Sozialisationserfahrungen, die im Laufe der eigenen Biografie erworben und unbewusst bzw. automatisiert zur Bewältigung alltagsnaher Aufgaben abgerufen werden. Auch Menschen, die der diversen Zielgruppe der Rezipient*innen von Texten in Leichter Sprache zuzurechnen sind, haben als Teil der Gesellschaft und Sprachgemeinschaft Erfahrungen mit

verschiedenen Textsorten gemacht und können diese in der Regel wahrnehmen und abrufen:

„Die Adressaten von ‚Leichter Sprache‘ verfügen über Textsortenwissen, und zwar über ein Textsortenwissen, das sich nicht grundsätzlich vom Textsortenwissen jedes anderen Sprachbenutzers unterscheidet. Das individuelle Textsortenwissen ist abhängig von der individuellen kommunikativen Erfahrung. In diesem Befund liegt ein besonderes Potential für ‚Leichte Sprache‘, das bisher noch nicht ausgeschöpft ist: Texte können durch eine (textsorten-)typische Gestaltung wiedererkennbar, erwartbar und somit leichter zugänglich gemacht werden.“ (Bock 2019, 68).

Was Bock hier v. a. bezogen auf die Gestaltung von Leichte Sprache-Texten festhält, gilt mit hoher Wahrscheinlichkeit auch für die sprecherische Gestaltung. Deshalb sollten barrierefreie Nachrichten in Leichter Sprache auch wie reguläre Nachrichten präsentiert werden und so klingen. Dies erfordert eine Anwendung der oben formulierten Sprechempfehlungen in Orientierung auf die besondere Zielgruppe bei gleichzeitigem Abrufen der typischen sprecherischen Merkmale der vermittelten Textsorte.

In der Vorlesefassung der Meldung „In Mittel-Deutschland soll es mehr Sirenen geben“ vom 21.07.2021 (Audio 1) ist der sachlich-informierende Sprechstil von Nachrichten umgesetzt. Obwohl die Meldung viel langsamer gesprochen ist als klassische Nachrichten, gelingt es der Sprecherin, in dieser Sprechhaltung den Genrebezug deutlich werden zu lassen. Allerdings berichteten die Sprecher*innen der MDR Nachrichten in Leichter Sprache im Feedback-Workshop, dass es angesichts der besonderen (nicht-nachrichtlichen) Texteneigenschaften schwierig für sie ist, eine angemessene nachrichtlich Sprechhaltung zu finden. Die Charakteristika der Texte verleiten eher zu einer Erzählhaltung, mit dem Ergebnis einer patronisierenden Sprechhaltung, wie sie in den Nachrichten für Kinder gelegentlich vorkommt (vgl. Leuchte 2015). Um diesen ungewollten Duktus zu vermeiden, sollen regelmäßig reflektierende Feedbackrunden mit gemeinsamen Audioanalysen (sog. Airchecks) durchgeführt werden. Auch Reflexionsrunden gemeinsam mit der angesprochenen Zielgruppe helfen sicherlich, eine angemessene Sprechhaltung zu finden und einzunehmen: Diese sollte weder patronisierend noch belehrend wirken, sondern sich dem Klang klassischer Radionachrichten annähern und der Maßgabe folgen, erwachsene Menschen bestmöglich mit Informationen versorgen zu wollen.

4 Fazit

Das Ziel, Nachrichten verständlich zu schreiben und hörverständlich zu sprechen, weist viele Parallelen zu den Zielen des Verfassens von Texten in Leichter Sprache auf: Eine heterogene Zielgruppe soll angesprochen werden und den Funktionen der jeweiligen Texte (und Textsorten) entsprechend bestmöglich informiert werden. Das Konzept der Leichten Sprache bezieht sich bislang vorwiegend auf schriftlich präsentierte Texte, die bspw. auf Websites den Nutzer*innen zur Verfügung gestellt werden. Ausgehend von den Wünschen und Bedürfnissen der Zielgruppe spricht aber viel dafür, dass die weitaus häufigere Form die Nutzung von Audioangeboten ist, z. B. aufgerufen im Webangebot von Radiosendern oder zu festen Sendezeiten. Um analog zu den Regelkatalogen für das Erstellen von Texten auch entsprechende Regeln für die mündliche Präsentation zu erarbeiten, können die hier zusammengestellten Ausführungen eine Basis bieten. Eine empirische wissenschaftliche Prüfung dieser konkreten Regeln wird sich anschließen, ebenso sind Wirkungsuntersuchungen mit Vertreter*innen der Zielgruppe geplant. Die Praxistauglichkeit dieser Regeln wird im Rahmen der genannten Wissenschafts-Praxis-Kooperation mit dem MDR derzeit erprobt.

Für die anwendungsbasierte Implementierung von Vorleseregeln sowie die Bewertung ihrer Praxistauglichkeit bleibt jedoch auch festzuhalten, dass es bei der Erstellung von barrierefreien Informationsangeboten nicht darum gehen kann, bestimmte Vorgaben strikt einzuhalten. Vielmehr geht es um die Erarbeitung von Standards als übergeordnete Stilnormen, die Qualität und barrierefreie Hörverständlichkeit einerseits und einen gewissen Gestaltungsspielraum andererseits erlauben. Denn schließlich sollte es darum gehen, barrierefreie und hörernahe Angebote zu schaffen, die nicht nur das Nachrichtenformat erfüllen und Nachrichteninhalte in vereinfachter Form abbilden, sondern auch für einen Wiedererkennungswert mit Identitätsbezug sorgen, um die künstliche Varietät der Leichten Sprache mit Leben zu füllen.

Literatur

- Apel, H. (2018): Nachrichten: hörbar informativ. Eine Untersuchung zur Text- und Hörverständlichkeit von Radionachrichten. Berlin.
- Apel, H. / Schwenke, A. (2011): Grundlagen von Sprach- und Sprechtrainings für Nachrichtensprecher im Hörfunk – empirische Validierung vorhandener Standards. In: Krafft, A / Spiegel, C. (Hg.): Sprachliche Förderung und Weiterbildung – transdisziplinär. Frankfurt a. M., S. 177–196.

- Apel, H. / Bose, I. / Grawunder, S. / Schwenke, A. (2020): „Der ‚Kaiser‘ in einer Autobahnbaustelle – Prosodische Markierung von modalisierenden Anführungszeichen in Radionachrichten“. In: Imo, W. / Lanwer, J. P. (Hg.): Prosodie und Konstruktionsgrammatik. Berlin, Boston, S. 111–134.
- Bock, B. M. (2019): „Leichte Sprache“ – Kein Regelwerk. Sprachwissenschaftliche Ergebnisse und Praxisempfehlungen aus dem LeiSA-Projekt. Berlin.
- Bock, B. M. / Lange, D. / Fix, U. (2017): Das Phänomen „Leichte Sprache“ im Spiegel aktueller Forschung – Tendenzen, Fragestellungen und Herangehensweisen. In: Bock, B. M. / Fix, U. / Lange, D. (Hg.): „Leichte Sprache“ im Spiegel theoretischer und angewandter Forschung. Berlin, S. 11–31.
- Bose, I. (2001): Methoden der Sprechausdrucksbeschreibung am Beispiel kindlicher Spielkommunikation. In: Gesprächsforschung – Onlinezeitschrift zur verbalen Interaktion 2, S. 262–303. www.gespraechsforschung-ozs.de (17.09.2021)
- Bose, I. (2003): Wissenschaftliche Grundlagen der Leselehre – Aktuelle Überlegungen zu einem traditionellen sprechwissenschaftlichen Teilfach. In: Anders, L.-C. / Hirschfeld, U. (Hg.): Sprechsprachliche Kommunikation. Probleme, Konflikte, Störungen. Frankfurt a. M., S. 53–64.
- Bose, I. (2010): Stimmlich-artikulatorischer Ausdruck und Sprache. In: Deppermann, A. / Linke, A. (Hg.): Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton. Berlin u. a., S. 29–68.
- Bose, I. (Hg.) (2015): Radio, Sprache, Klang. Forschungen zur Radioästhetik und Radioidentität. Frankfurt a. M. u. a. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Bose, I. / Schwenke, A. (2018): Vorlesetraining kompakt. (= Учебно-методическое пособие по фонетике и фоностилистике немецкого языка. Выпуск 3.). Staatliche Universität Woronesh. (u. Mitarb. v. Grandke, V. / Kaloff, A. / Schwiesau, D.). <http://www.gelbe-reihe.de/nachricht/beruf/verstaendlichkeitsprojekt/vorlesetraining/> (17.09.2021)
- Bredel, U. / Maaß, C. (2016a): Ratgeber Leichte Sprache. Die wichtigsten Regeln und Empfehlungen für die Praxis. Berlin.
- Bredel, U. / Maaß, C. (2016b): Leichte Sprache. Theoretische Grundlagen. Orientierung für die Praxis. Berlin.
- Göpferich, S. (2006): Textproduktion im Zeitalter der Globalisierung. Entwicklung einer Didaktik des Wissenstransfers. Tübingen.
- Groeben, N. (1982): Leserpsychologie: Textverständnis – Textverständlichkeit. Münster.
- Gros, A.-K. / Gutermuth, S. / Oster, K. (Hg.) (2020): Leichte Sprache – Empirische und multimodale Perspektiven. Berlin.
- Gutenberg, N. (1998): Mündlichkeit und Schriftlichkeit von Hörfunknachrichten. In: Blaes, Ruth (Hg.): Handwerk Nachrichten. Augsburg, S. 45–63.

- Kropf, T. (2011): Pyramide und Andockmodell: Form und kommunikative Verankerung. In: Bose, I. / Schwiesau, D. (Hg.): Nachrichten schreiben, sprechen, hören. Forschungen zur Hörverständlichkeit von Radionachrichten. Berlin, S. 283–305.
- La Roche, W. v. / Buchholz, A. (Hg.) (2004): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München, Leipzig.
- Leuchte, J. (2015): Radionachrichten für Kinder. In: Bose, I. (Hg.): Radio, Sprache, Klang. Frankfurt a. M. u. a., S. 77–102. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Lutz, B. (2015): Verständlichkeitsforschung transdisziplinär. Plädoyer für eine anwenderfreundliche Wissensgesellschaft. Göttingen.
- Maaß, C. (2015): Leichte Sprache. Das Regelbuch. Berlin. https://www.uni-hildesheim.de/media/fb3/uebersetzungswissenschaft/Leichte_Sprache_Seite/Publicationen/Regelbuch_komplett.pdf (09.07.2020)
- Musan, R. (2010): Informationsstruktur. Heidelberg.
- Neuber, B. (2002): Prosodische Formen in Funktion. Leistungen der Suprasegmentalia für das Verstehen, Behalten und die Bedeutungs(re)konstruktion. Frankfurt a. M.
- Ockel, E. (2000): Vorlesen als Aufgabe und Gegenstand des Deutschunterrichts. Hohengehren.
- Prince, E. F. (1981): Toward a Taxonomy of Given-New Information. In: Cole, P. (Hg.): Radical Pragmatics. New York u. a.
- Schwenke, A. (2020): Nachrichten: mehr als informativ. Nachrichten-Sprechstile im Radio zwischen Formatierung und Hörverständlichkeit. Berlin.
- Schwiesau, D. / Ohler, J. (2016): Nachrichten – klassisch und multimedial: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Berlin.
- Stock, E. (1996a): Intonation und Text. In: Sprachgeschichte 21/2, S. 211–240.
- Stock, E. (1996b): Deutsche Intonation. Leipzig.
- Thimm, C. (2000): Medienkultur im Alltag. (Neue) Kommunikationskulturen und ihre sprachliche Konstituierung. In: Schlosser, H. D. (Hg.): Sprache und Kultur. Frankfurt a. M., S. 47–59.
- Wachtel, S. (2009a): Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen. Konstanz.
- Wachtel, S. (2009b): Schreiben fürs Hören. Trainingstexte für Mikrofon und Kamera. Konstanz.

Internetquellen

- 1: <https://www.mdr.de/nachrichten-leicht/index.html> (17.09.2021)
- 2: <https://www.mdr.de/barrierefreiheit/was-ist-leichte-sprache100.html> (17.09.2021)

Danksagung

Wir danken Martin Echterhoff und Georg Schmolz vom MDR für ihre Auskünfte zum Nachrichtenangebot in Leichter Sprache.

„dass der Hörer das Kopfkino einschalten kann“ Spannungsphasen und Formatbezug in Fußballreportagen

Florian Eib, Leipzig / Ines Bose, Halle (Saale)



Sportreportagen im Radio erfordern komplexes sprachliches Handeln. Von den Reporter*innen wird erwartet, dass sie das Fußballspiel möglichst umfassend, nachvollziehbar und empathisch beschreiben und für die Hörer*innen entsprechend einordnen, damit ein gemeinsamer Vorstellungsraum entsteht. Im Folgenden wird nach einer knappen Darstellung des Genres Fußballreportage über eine Untersuchung berichtet, die anhand der Fußballreportagen zum Bundesligaspiel RB Leipzig gegen Werder Bremen am 23. Oktober 2016 durchgeführt worden ist. Die sprach- und sprechstilistischen Analysen der Reportagen werden verknüpft mit Selbstauskünften der Reporter und mit Praxiserfahrungen des Autors, der auch als Fußballreporter tätig ist.

1 Fußballreportagen

Fußballreportagen sind in Deutschland die populärste Form der Sportreportage. Das hängt mit der Popularität des Sports insgesamt zusammen. Fußball gilt in der medialen Berichterstattung als Garant für hohe Einschaltquoten (vgl. u. a. Gerhard 2006; Koch / Zimmermann 2012); entsprechend hoch ist auch der Anteil an Fußballberichterstattung verglichen mit anderen Sportarten (vgl. Rühle 2017). Eine ursprüngliche und heute nach wie vor sehr beliebte Form der Fußballberichterstattung ist die Radioreportage. Die erste Fußballreportage in Deutschland berichtete am 1. November 1925 vom Spiel Preußen Münster gegen Arminia Bielefeld (Drescher 1941, 11), damals wurde von „Stegreifberichten“ gesprochen – ein Vorläufer der heutigen Live-Reportage (vgl. Vorwerk o. J.).

Genrecharakter und Anforderungen

Das Wort „Reportage“ leitet sich vom lateinischen „reportare“ ab, was so viel bedeutet wie „zurückbringen“ oder „zurückführen“. Es handelt sich bei einer Reportage also um einen erlebnisorientierten, authentischen Bericht über ein Ereignis. Für Kleinsteuber (2012, 245) ist sie die „Königsklasse des Radiojournalismus“, die von der „Spontaneität (und den Emotionen) des Augenblicks und von der bildreichen Schilderung des Geschehens vor Ort“ lebt. Die Fußballreportage ist eine spezielle Form der Live-Reportage im Radio. Fußballreporter*innen sollen mit ihren Erklärungen, aber auch mit ihrem Sprach- und Sprechstil den Radiohörer*innen zu Hause das Spielgeschehen lebendig vermitteln. In der Tradition der Radioreportage haben sich schon früh Anforderungen an (Live-)Reporter*innen herausgebildet. Geratewohl (1932, 427–432) skizzierte anhand von 27 Punkten sprach- und sprechtechnische Besonderheiten, die das damals neue Medium Radio seiner Ansicht nach erfordert. Whannel (1992, 26–27) verweist auf ähnliche Ansätze von Wakelam und Joly de Lotbiniere Ende der 1930er-Jahre, ein weiterer stammt von Glendenning (1953, 66). Ihre Hinweise beeinflussten spätere Generationen von Radiosprecher*innen. Einige Anforderungen an Reportagen werden im Folgenden zusammengefasst:

- Reporter*innen sollen den Spielverlauf freundlich und emphatisch vermitteln (Hörerbezug).
- Eine logisch sinnstiftende Reihenfolge der Ereignis-Schilderung ist genauso wichtig wie Erklärungen und Interpretationen der Reporter*innen, damit die Hörer*innen das Ereignis nachvollziehen und darin eintauchen können (Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit).
- Die Reportage soll lebendig und spontan wirken (Authentizität).
- Atmosphärische Töne dürfen für sich sprechen (Vermittlung als Erlebnis).
- Reporter*innen sollen durch ihre Schilderungen gezielt Spannung aufbauen und transportieren (spannungsvolle sprachlich-sprecherische Gestaltung).

Die Fußballreportage ist abzugrenzen vom Fußballkommentar, der sich erst mit dem Fernsehen entwickelt hat. Die erste offizielle Fernsehübertragung in Deutschland fand am 26. Dezember 1952 in Hamburg statt. Anders als bei einer Radioreportage kann es nicht die Aufgabe des Fernsehkommentars sein, das Geschehen vor Ort möglichst bildhaft zu beschreiben, da das Fernsehen ja ein Bild vom Geschehen überträgt (vgl. u. a. Crystal / Davy 1983, 125 f.; Tolson 2006, 105; Eib 2018a, 12 f.). Morris / Nydahl (1985, 109) verweisen darauf, dass mittels

Bildgebung und Kameraführung im Fernsehen ein eigenes Event erschaffen werden kann: „The new drama has a cumulative power; it is rambling, repetitive and recursive, both in its visual and verbal presentation.“ (vgl. hierzu auch Marriott 1995 und 1996). Der Fernsehkommentar hat dabei eine „begleitende“ Funktion zum Bild (Dankert 1969, 103). Bei einer Radioreportage sind es jedoch allein die Stimmen der Reporter*innen, die das Geschehen „plastisch“ machen (ebd., 94), sie (re-)präsentieren das Event auf komplexe Weise.

Formen und Zielgruppen

Abhängig von der Sendestruktur und der Zielgruppe gibt es verschiedene Formen von Fußballreportagen. Vollreportagen stellen eigene Sendungen dar und die Reporter*innen berichten über die gesamte Spielzeit hinweg. Einschaltreportagen sind dagegen ein Teil von Sendungen (bspw. Sport- oder Nachrichtensendungen), in denen die Reporter*innen in regelmäßigen Abständen zugeschaltet werden, um den Hörer*innen einen Eindruck vom bisherigen Spielverlauf und vom aktuellen Spielstand zu vermitteln.

Die Zielgruppe von Fußballreportagen bilden zunächst alle sport- und fußballinteressierten Radiohörer*innen. Es handelt sich hierbei zumeist um ein Fachpublikum mit Vorwissen zur Struktur und zu den Regeln von Fußballspielen. Hinzu kommen Radiohörer*innen, die Sport- und Fußballreportagen als Entertainment schätzen. Darüber hinaus gibt es in Fanradios Reportagen, die vor allem Fans des jeweiligen Vereins ansprechen sollen.

In den vergangenen Jahrzehnten hat sich eine weitere Form der Fußballreportage für eine spezielle Zielgruppe entwickelt, die so genannte Blindenreportage für sehbehinderte und blinde Fans im Stadion (vgl. Eib 2018a, 14 f.; Naß et al. 2017). Sie ähnelt in der Ansprechhaltung der Berichterstattung in Fanradios, denn sie richtet sich ebenfalls an Sympathisant*innen des jeweiligen Vereins. Inhaltlich ist sie allerdings von allen anderen Radioreportagen zu unterscheiden. Denn bei einer Blindenreportage liegt der Fokus deutlich stärker auf der Vermittlung des Spielgeschehens, vor allem auf der exakten Vermittlung der Position des Balles (Verortung). Andere Informationen rücken eher in den Hintergrund. Die Reportage soll sicherstellen, dass Menschen mit einer Sehbehinderung im Stadion den Verlauf des Spiels, der sich auch in den Reaktionen sehender Fans widerspiegelt, möglichst gut verfolgen und miterleben können.

Untersuchungen zu Sprache und Sprechen in Fußballreportagen

Die meisten vorliegenden Untersuchungen zum Genre Fußballreportage fokussieren Merkmale der sprachlichen Gestaltung; vgl. z. B. Dankert 1969, Vollmert-

Spiesky 1996, Burkhardt 2009 zur Lexikologie und Wortsemantik; Brandt 1983 zum Tempusgebrauch; Lavric et al. 2008 mit gesammelten Beiträgen zu Fußballterminologie und -sprache in multilingualer Perspektive; Schütt 2013 zur Bildbeschreibung und zu deiktischen Ausdrücken. Prosodische Untersuchungen zu Fußballreportagen haben unter anderem Müller / Mayr (2007) und Kern (2010) vorgelegt. Müller / Mayr (2007, 160) unterscheiden je nach Sprechinhalt des Reporters drei „deictic contexts“: „On-line reference“ für einen nahezu synchronen Bezug zum Spielablauf, „Off-line reference“ für einen nicht synchronen Bezug zum Spielablauf und „Elaboration“ für analysierende Äußerungen, Hintergrundbeschreibungen fernab vom aktuellen Spielgeschehen. Kern (2010, 217) kennzeichnet zwei Sprechstile zur dramatisierenden Beschreibung von Aktionen auf dem Spielfeld, mit denen Reporter*innen ihre verbalen Handlungen kontextualisieren: „building up suspense“ und „presenting a climax“, und einen weiteren Sprechstil, mit dem Reporter*innen „summarizing and evaluating the match so far“ (ebd., 218). Alle Untersuchungen beziehen sich auf einzelne Fußballreportagen oder auf Vergleiche von Fußballreportage und -kommentar.

2 Konzeption der empirischen Untersuchung

In der vorliegenden Untersuchung wurden sprachliche und sprecherische Charakteristika von sechs Fußballreportagen zu einem einzigen Spiel vergleichend analysiert. Darüber hinaus wurden die betreffenden Reporter zu Motivation und Selbstverständnis ihrer beruflichen Sprach- und Sprechleistung befragt. Die Ergebnisse der Spielanalysen konnten zu den Selbstauskünften der Reporter in Relation gesetzt werden (vgl. auch Eib 2018a und b). Ein weiteres Spezifikum ist, dass der Autor selbst als Sportreporter für private und öffentlich-rechtliche Rundfunksender arbeitet; dieses Erfahrungswissen wird im Folgenden die Analysen ergänzen.

2.1 Datenerhebung

Für die Untersuchung wurde ein Korpus aller sieben im Radio übertragenen Fußballreportagen zum Bundesligaspiel RB Leipzig gegen Werder Bremen am 23. Oktober 2016 erstellt (siehe Tabelle 1). Damit spiegelt das Korpus den Gesamtumfang einer Live-Berichterstattung zu einem Bundesliga-Fußballspiel exakt wider. Als Referenz wurde zusätzlich die Fernsehübertragung zu diesem Spiel aufgezeichnet. Die sieben Radioreportagen unterscheiden sich in folgenden Punkten:

- Senderformat und institutionelle Verortung (Privat-Radio, Webradio, öffentlich-rechtlicher Rundfunk; überregional versus regional)
- Zielgruppe (Fanradio, Informationsprogramm, Unterhaltungsmagazin)
- Reportageform (Vollreportage versus Einschaltreportage)
- Anzahl der Reporter (ein bis drei) und deren Professionalität (vom Sportjournalist mit großer Reportage-Erfahrung bis zum Fan von RB Leipzig mit geringer Reportage-Erfahrung)

	Sender / Programm	Sender / Zielgruppe	Reportageform
Reportage 1	ARD-Hörfunk (ausführender Sender MDR Aktuell)	Öffentlich-rechtlicher Sender / Senderspezifische Zielgruppe mit Sportaffinität	Einschaltreportage (1 Reporter: R1)
Reportage 2	Sport1.fm	Webradio / Fußballfans	Vollreportage (1 Reporter: R2)
Reportage 3	MDR1 Radio Sachsen	Öffentlich-rechtlicher Sender / Senderspezifische Zielgruppe (40+) mit Sportaffinität	Einschaltreportage (1 Reporter: R3)
Reportage 4	Radio Leipzig	Privatradio / Senderspezifische Zielgruppe mit Sportaffinität	Einschaltreportage (1 Reporter: R4)
Reportage 5	Bullenfunk	Fanradio / Fans von RB Leipzig	Vollreportage (2 Reporter: R5-1 und R5-2)
Reportage 6	Blindenreportage RB Leipzig	Audioservice im Sinne der Inklusion / Fans von RB Leipzig (im Stadion)	Vollreportage (3 Reporter: R6-1 bis R6-3)
Reportage 7	Radio Bremen 1	Öffentlich-rechtlicher Sender / Senderspezifische Zielgruppe mit Sportaffinität	Einschaltreportage (1 Reporter)
Fernsehkommentar	Fernsehübertragung	Sky / Pay-TV, Schwerpunkt Bundesliga-Berichterstattung	Kommentar (1 Kommentator)

Tab. 1: Übersicht über das gesamte Audio- und Videokorpus

Die Reportagen wurden live mitgeschnitten bzw. vom ausführenden Sender im Nachhinein zur Verfügung gestellt (Reportage 1). Die Aufnahme der Reportage 6 erfolgte durch den Autor selbst, der auch einer der ausführenden Reporter bei diesem Spiel war.

Nach der Sichtung des Korpus wurde mit den Reportern eine qualitative Fragebogen-Analyse durchgeführt, Der Fragebogen beinhaltete Fragen zu ihrem Selbstverständnis, zur sprachlichen und sprecherischen Gestaltung sowie zu ihren Erfahrungen im Bereich Sportreportage. Den Reportern wurde durch offene Fragen Raum für eine ausführliche Beantwortung der Fragen gegeben.

2.2 Datenaufbereitung, Analysekorpus und -methoden

Für die Untersuchung wurden die Audiospuren der Reportagen mit Hilfe des Programms iMovie mit dem Video-Mittschnitt des Spiels sekundengenau synchronisiert (siehe Abbildung 1). Somit war exakt vergleichbar, in welcher Reportage welcher Reporter zu welchem Zeitpunkt des Spiels wie agiert hat.

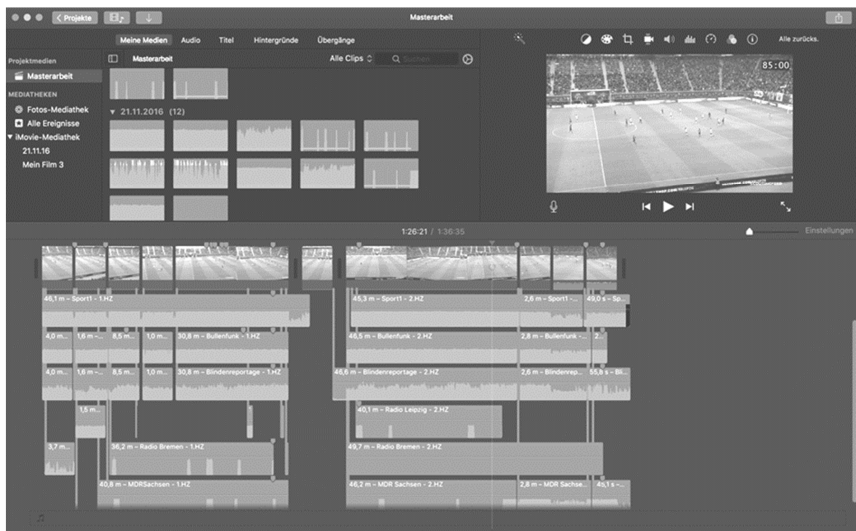


Abb. 1: Screenshot der mit dem Video synchronisierten Audiomitschnitte (iMovie)

Für die vergleichende Analyse wurden zwei Spielszenen ausgewählt, die wesentliche Elemente des Spielverlaufs enthalten (bspw. Spiel im Mittelfeld, Torannäherung, Torschuss / Torchance, Torerfolg) und über die möglichst viele Reporter berichtet haben:

- Die **Spielszene 1** stammt aus der Anfangsphase des Spiels. Hier findet sich die erste nennenswerte und klare Torchance der Partie, aus der allerdings kein Tor resultiert.

- Die **Spielszene 2** wurde ausgewählt, weil sie neben den für Fußball typischen Aspekten des Spielverlaufs (hier Freistoß und ruhige Ballbewegung) auch die Spannung der Endphase des Spiels und einen Torerfolg beinhaltet.

Ein weiteres Auswahlkriterium war, dass möglichst viele Reporter gleichzeitig auf Sendung gewesen sein sollten. Betrachtet werden konnten sechs Reportagen, wobei der Reporter R3 nur in der Spielszene 2 zum Spiel gesprochen hat und der Reporter R4 nur in der Spielszene 1.

Spielszene	Spielminute	Dauer	Reporter auf Sendung
Spielszene 1	04:04–05:39	ca. 95 Sekunden	ARD-Hörfunk (R1) (Audio 1) Sport1.fm (R2) (Audio 2) Radio Leipzig (R4) (Audio 3) Bullenfunk (R5-1, R5-2) (Audio 4) Blindenreportage RB Leipzig (R6-1) (Audio 5)
Spielszene 2	91:37–94:17	ca. 160 Sekunden	ARD-Hörfunk (R1) (Audio 6) Sport1.fm (R2) (Audio 7) MDR1 Radio Sachsen (R3) (Audio 8) Bullenfunk (R5-1, R5-2) (Audio 9) Blindenreportage RB Leipzig (R6-1) (Audio 10)

Tab. 2: Übersicht über das Untersuchungsmaterial

Im Folgenden werden ausgewählte Untersuchungsergebnisse aufgeführt (ausführlich vgl. Eib 2018 a und b). Die Transkription orientiert sich an GAT2 (Selting et al. 2009). Die Audios zu den im Beitrag behandelten Beispielen (Transkripten) sind verfügbar über den QR-Code zu Beginn des Artikels bzw. unter:

<https://cloud.uni-halle.de/s/BeEQ69u27XjsNmc>.

3 Selbstauskünfte der Reporter

Die Fragebogen-Angaben der Reporter zu ihren beruflichen Erfahrungen und ihrem Selbstverständnis sind in der Tabelle 3 zusammengefasst und exemplarisch illustriert (vgl. auch Eib 2018a, 28–34; 110–113):

Orientierung an erfahrenen Reportern vs. eigener Stil
R1: Ich habe mir viel bei Kollegen angeschaut, wie sie den Job be-greifen [...] und welche handwerklichen Mittel sie wie und wann einsetzen.
R2: Mir gefiel Werner Hansch [...] trotzdem kopiere ich ihn sicherlich nicht.

R4: Inspiration gibt es genug und kann nicht schaden. Ich versuche immer so zu sein, wie ich bin [...] wie ich es auch gerne hören würde. Wichtig für mich: es muss authentisch sein und keine Kopie von irgendeinem Sportkommentator.

„Learning by doing“ und Feedback

R2: Ich durfte das Spiel übertragen ohne vorher im Radio jemals auch nur ‚Piep‘ gesagt zu haben Ich habe es so übertragen, wie ich meinte, dass es gut sei. (über seine Anfangszeit bei einem Lokalradio, F.E.)

R3: Jedes Spiel ist ein Überraschungs-Ei. Keiner weiß, was drin ist.

R5-1: Dabei habe ich mir regelmäßig Feedback der Zuhörer geholt. Gleichzeitig habe ich die Kommentierung auch öfter mal aufgezeichnet, um im Nachgang zu airchecken.

R5-2: Ich habe die Reportertätigkeit nie wirklich erlernt. Seit dem ersten Tag geht es darum, Erfahrungen zu sammeln, anderen Reportern zu lauschen und sich selbst ständig zu hinterfragen und zu reflektieren.

Hörerorientierung

R2: [...] dass der Hörer das Kopfkino einschalten kann, die Angriffe auf einem Blatt Papier nachzeichnen kann und am Ende das Gefühl bekommt im Stadion zu sein.

R3: Das Wichtigste: Du musst deinen Hörer mitnehmen.

R5-2: Emotionalität, um den Hörer mitzureißen (Stadionfeeling).

Bewusster und individueller Sprachstil

R1: Ich versuche auf herkömmliche Begriffe und feststehende Floskeln zu verzichten. Frische und kreative Sprache sollte ein Anspruch sein. Das wichtigste und gleichermaßen schönste Mittel im Bereich des Radios sind sprachliche Bilder, deren Einsatz sinnvoll und kreativ sein muss. Das Großartige daran ist, dass es kaum Grenzen für diese Bilder gibt, so lange eine Reportage nicht damit überfrachtet wird und die Bilder um ihrer selbst willen entwickelt werden.

R2: Großer Wortschatz sorgt für Synonyme, um Wiederholungen von Worten und Bezeichnungen zu vermeiden [...] Bilder kreieren [...]. Bunt und lebhaft. Auch bei den anderen Reportern kann ich mir einiges anschauen. Aber eben auch entscheiden, dass ich viele Dinge nicht so machen möchte, wie manch Kollege. Jeder muss sich in seiner Aufgabe und in der Umsetzung wohl fühlen.

R4: Inspiration gibt es genug und kann nicht schaden. Ich versuche eigene, manchmal komisch klingende Formulierungen zu verwenden.

R-1: Ganz oben steht bildhafte Sprache. Das ist für mich als Radio-reporter das A und O. Vergleiche, gern auch zu anderen Lebensbereichen, sorgen für Abwechslung und lockern auf.

Bewusster Einsatz des Sprechstils

- R1:** Lautstärke und Stimmeinsatz sind auch wichtige Stilmittel, die in verschiedenen Situationen variabel eingesetzt werden müssen.
- R3:** Den Spielfilm mit eigenen Meinungen wiedergeben [...] Das Wichtigste: Du musst deinen Hörer mitnehmen. [...] mit aufgebautem Spannungsbogen, mit lauten, aber auch leisen Tönen. Je nach der Ergebnislage im Spiel.
- R4:** Stimmklang und Sprechtempo versuche ich gezielt einzusetzen, um mehr Variation zu bekommen und Aufmerksamkeit zu erlangen.
- R5-1:** Mein Ziel ist, dass meine Hörer sich vorstellen können, wie das Spiel gerade abläuft oder wie ein Tor gefallen ist. [...] Neben dieser genauen Beschreibung ist es mir wichtig, die Stimmung gut einzufangen und Abwechslung zu bieten. [...] Stimmlich setze ich auf Tempowechsel, so wie das Spiel verlangt und natürlich auch in der Lautstärke.

Tab. 3: Zusammenfassung der Selbstausskünfte der Reporter

Kein Reporter gab an, das Sprechen in Fußballreportagen nach einer Art Leitfaden erlernt zu haben. Prägend sei die praktische Tätigkeit als Reporter über einen individuell unterschiedlich langen Zeitraum hinweg gewesen. Als Korrektiv dienen Selbst- oder Fremdfeedback. Das Fremdfeedback (vor allem durch Kolleg*innen) bezieht sich nach der Erfahrung des Autors allerdings weniger auf konkrete sprechtechnische Anweisungen („mehr Tempo“, „lauter“ etc.), sondern eher auf den Gesamteindruck einer dem Genre angemessenen Sprechweise, etwa „*du musst mit deiner Stimme mehr Spannung erzeugen*“ oder „*du bist zu unemotional*“. Die befragten Reporter formulierten übereinstimmend zwei Anforderungen:

- Spezifischer, bildhafter Sprachstil: Sie wollen mit Sprache ein Bild des Spiels zeichnen und sie achten bewusst auf Theatralik und Individualität. Dieser Anspruch zeigt das Bewusstsein der Reporter von der bildgebenden Funktion einer Reportage.
- Spezifischer, emotionaler Sprechstil: Sie wollen die Zuhörer*innen mitreißen, emotionalisieren, das Spiel spannend vermitteln.

Beiden Anforderungen gerecht werden zu wollen, zeichnet den hohen Selbstanpruch der befragten Sportreporter aus. In ihrer Tätigkeit orientieren sie sich an Sprech-Vorbildern („*ARD-Bundesligakonferenz*“, „*Werner Hansch*“, „*Wolff-Christoph Fuss*“). Dabei soll jedoch keine Imitation entstehen, sondern sie zielen auf einen eigenen „*authentischen*“ (R4) Stil. Insgesamt entsteht nach der Befragung der Reporter folgender Gesamteindruck, der auch durch die Erfahrungen des Autors geteilt wird:

- Als Antrieb, der Tätigkeit als Fußballreporter nachzugehen, erweist sich die eigene Leidenschaft.
- Als Fan von Sportveranstaltungen wollen die Reporter diese Ereignisse möglichst gut im Radio transportieren.
- Durch die große Dichte des Reportagen-Angebots (allein bei diesem Spiel zehn Reporter auf sieben Radiosendern) entsteht ein hoher Selbstanspruch, da es zunehmend schwer ist, sich gegenüber anderen Reportern hervorzutun.
- Damit verbunden ist das Streben nach einem eigenen Stil.
- Das Stilverständnis der Reporter richtet sich vorwiegend auf sprachstilistische Charakteristika (etwa ansprechende Sprachbilder, treffende Analysen, Darstellung eines Expertenwissens).
- Die Reporter arbeiten aber auch bewusst mit sprechstilistischen Mitteln; jeder Reporter hat eine eigene Vorstellung davon, wie er die Spannung in einem Spiel stimmlich übermittelt.
- Als sprechstilistische Merkmale werden vor allem Lautstärke, Sprechtempo und Stimmklang sowie Sprechmelodie und deren jeweilige Variation genannt. Monotones Sprechen wird von den Reportern als eher nicht passend beschrieben: „*Langeweile vermeiden*“ (vgl. z. B. R5-2).

4 Spannungphasen im Spielverlauf

Ausgangspunkt der Analyse war eine Einteilung des Fußballspiels in Spannungsphasen (ausführlich vgl. Eib 2018a, 35–38). Diese Einteilung beruht sowohl auf der Reporter-Erfahrung des Autors, wird darüber hinaus aber auch gestützt durch die Videoauswertung der vorliegenden beiden Spielszenen sowie durch die Aussagen zum Selbstanspruch der Reporter, z. B. „*Beschreibung der Spielsituation*“ (R6-2) oder „*immer auf Ballhöhe*“ (R5-2). Wesentliche Kriterien für den Spannungsbogen eines Fußballspiels sind die Position des Balls (des bespielten Raums) und die immanente Möglichkeit, ein Tor zu erzielen.

Das Analyse-Instrument fußt unter anderem auf einer Untersuchung von Kuhn / Maier (1978) zu Spielmerkmalen, die zum Erfolg oder Nichterfolg einer Mannschaft beitragen. Kuhn / Maier haben damit die Vorarbeit geleistet für die heute in jeder Taktikanalyse verwendeten Kriterien Ballbesitz, Torschüsse, Zweikampfquote, Passquote oder Anzahl der Flanken und Freistöße. Für ihre Untersuchung entwickelten Kuhn / Maier einen „Schlüssel für fußballrelevante Merkmale“ (ebd., 45), zu dem auch die für diese Arbeit vorgeschlagene Einteilung in „Ball im Spiel“ und „Ball aus dem Spiel“ gehört. Außerdem schlugen Kuhn

/Maier eine Segmentierung des Fußballfeldes in relevante Zonen vor (ebd., 47), was in der Grundidee für die vorliegende Untersuchung übernommen worden ist; die Anzahl und die Lokalisierung der Zonen wurden allerdings den Ansprüchen der Untersuchung angepasst.

Spannungsphase	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5
Kurzbeschreibung	Ball aus dem Spiel	Ruhiges Spiel (Mittelfeld)	Deutliches Angriffsspiel/ Eckball, Freistoß Richtung Strafraum	Klare Torchance oder Schuss Richtung gegnerisches Tor	Torerzielung
Ball im Spiel	Nein	ja	Ja	Ja	ja
Ball / Bewegung im Angriffsdrittel	Nein	nein	Ja	Ja	ja/nein
Torchance unmittelbar zu erwarten	Nein	nein	Nein	Ja	ja/nein
Torerzielung	Nein	nein	Nein	nein	ja

Tab. 4: Matrix zur Einteilung eines Fußballspiels in Spannungsphasen

Orientiert an dieser allgemeinen Einteilung wurden die beiden ausgewählten Spielszenen in Spannungsphasen unterteilt, um differenziert untersuchen zu können, ob und wie die Reporter auf Änderungen im Spielverlauf reagieren. Hierfür erfolgte zunächst eine Bildanalyse anhand der Videoaufnahme. Anhand des Spielvideos wurde der Übergang der Spannungsphasen zeitlich genau festgelegt. Die Einteilung des Spielgeschehens dient der Vergleichbarkeit der Reportage-Ausschnitte (siehe Tabelle 5).

Spielszene 1														Spielzeit
Spannungsphase	1	2	1	2	3	4	1	2	3	2	3	1		
Beginn (min)	04:04	04:11	04:28	04:36	04:45	04:48	04:50	04:56	05:14	05:20	05:29	05:32		
Länge (s)	7	17	8	9	3	2	6	18	6	9	3	7		95s

Spielszene 2															Spielzeit
Spannungsphase	2	1	2	3	4	1	2	3	2	1	2	3	4	5	
Beginn (min)	91:37	91:41	92:00	92:10	92:20	92:20	92:30	92:34	92:38	92:44	93:53	93:58	94:01	94:05	
Länge (s)	4	19	10	10	1	9	4	4	6	69	5	3	4	12	160s

Tab. 5: Einteilung der beiden untersuchten Spielszenen in Spannungsphasen

Die Tabelle 5 zeigt, dass die Spannungsphasen in den beiden Spielszenen unterschiedlich oft auftreten und sich auch in ihrer Dauer unterscheiden. Am häufigsten und längsten sind die gemäßigten Spannungsphasen 1 (siebenmal, zwischen 7 s und 69 s lang) und 2 (neunmal, zwischen 4 s und 18 s lang), gefolgt von der kürzeren Spannungsphase 3 (sechsmal; zwischen 3 s und 10 s lang). Die Spannungsphase 4 (Torchance/Torschuss) kommt dagegen nur zweimal vor und dauert nur 1 bzw. 2 Sekunden. Die Spannungsphase 5 (Torerzielung) kommt einmal vor und dauert 12 Sekunden.

5 Sprachliche Gestaltung der Fußballreportagen

5.1 Aktions- und sonstiger Text

Für die Analyse der sprachlichen Gestaltung der Reportagen wurden zwei Textformen unterschieden: Mit dem so genannten Aktionstext (in Anlehnung an Rosenbaum 1969) nehmen die Reporter Bezug auf das aktuelle Spielgeschehen. Zum sonstigen Text gehören beispielsweise Rahmenbedingungen (Wetter, Kulisse), Analysen von Ergebnis und Spielverlauf (besondere Vorkommnisse), Wertungen, Prognosen und Hintergründe (vgl. Scheu 2017, 231; Crystal / Davy 1983, 125). Scheu (2017, 232) empfiehlt für eine „gute Live-Reportage“ das Verhältnis von zwei Dritteln Aktionstext und einem Drittel sonstigem Text, der „nicht mehr als Beiwerk“ (ebd.) sein sollte. Der sinnvolle und spielrelevante Wechsel verschiedener Textformen stellt für Fußballreporter*innen eine große Herausforderung dar (vgl. Scheu 2017, 231). Nach Scheu (ebd., 232) sollte der Aktionstext sprachlich dicht und engagiert gestaltet sowie laut(er) und schneller gesprochen werden, die sonstigen Informationen rund um das Spiel sollten dagegen sachlich gestaltet sowie ruhiger und langsamer gesprochen werden. Diese Differenzierung erscheint

theoretisch möglich, wird praktisch aber nur tendenziell umgesetzt. Im untersuchten Korpus wurden auch zahlreiche absolut sachlich gesprochene Aktionstext-Passagen festgestellt (siehe z. B. die Aussagen von R2 im Abschnitt 5.3, ebenso Transkript 3 im Abschnitt 6.2).

Ein wichtiges Stilmittel von Fußballreportagen sind so genannte Nachschilderungen (vgl. Scheu 2000, 201 f.; früher auch „Nachtragstext“, vgl. Rosenbaum 1969, 17). Sie können als besondere Form des Aktionstextes interpretiert werden, da sie (rückblickend) auf eine bestimmte Spielszene bezogen sind (z. B. Torchancen, Fouls, bemerkenswerte Einzelaktionen oder Spielzüge). Sie liefern den Hörer*innen eine Art Zeitlupe der Szene. Die Reporter entscheiden frei über Einsatz, Anzahl und Umfang von Nachschilderungen. Nach der Erfahrung des Autors sind sich Fußballreporter darüber einig, dass Nachschilderungen unbedingt erforderlich sind, v. a. nach Torerfolgen und Großchancen, diskussionswürdigen Schiedsrichter-Entscheidungen (sog. Kernszenen). Nachschilderungen knüpfen an das Selbstverständnis der Reporter an, den Hörer*innen einen möglichst umfassenden und detailgenauen Zugang zu Informationen zu ermöglichen. Es versteht sich für die Reporter daher von selbst, dass wichtige Spielhandlungen noch einmal nachbetrachtet werden (sollten), häufig auch mit einem emotionalen Nachvollzug, der unter anderem an erhöhter Sprechlautstärke und / oder Sprechgeschwindigkeit erkennbar ist.

In den beiden hier untersuchten Spielszenen (insgesamt 255 s) haben die Reporter durchschnittlich 26 Sekunden für Nachschilderungen genutzt. Der auf die Großchance (in Spielszene 1, ab Spielminute 04:48) folgende Spielabschnitt (ab ca. 04:52) wurde von allen Reportern mit einer Nachschilderung versehen. Diese Chance kann demnach als Kernszene betrachtet werden. Ausgehend von der Einteilung in Spannungsphasen ist die Wahrscheinlichkeit für Nachschilderungen nach den Spannungsphasen 4 und 5 besonders hoch, weil diese Phasen extrem kurz sind und zumeist nur wenige Sekunden andauern, was eine detailgenaue Beschreibung des Geschehens nahezu unmöglich macht und eine detaillierte Beschreibung im Anschluss erfordert.

5.2 Genrespezifik

Der konkrete Einsatz sprachstilistischer Mittel wurde exemplarisch an einer ausgewählten Reportage-Sequenz des Reporters R1 analysiert. Betrachtet wurde seine Reportage der Spielszene 1, in der alle Spannungsphasen bis auf die Torer-

zielung enthalten sind (Audio 01). Die Analyse verweist neben der typischen Verwendung von Fußball-Lexik u. a. auf folgende genrespezifische sprachliche Besonderheiten, die unabhängig von den Spannungsphasen auftreten.

- Kontextualisierung: Kontextwissen wird bei den Rezipient*innen notwendigerweise vorausgesetzt, nur so funktionieren Äußerungen wie „*Kaiser aus zentraler Position 18 Meter Torentfernung*“ (ab 04:25) oder „*Poulsen gegen zwei*“ (ca. 04:48), Nennungen von Nachnamen zur knappen Markierung von Handelnden („*Poulsen*“, „*Kaiser*“ etc.) bzw. verkürzte Kollektivbezeichnungen wie „*Werder*“ (für Werder Bremen) oder „*Leipzig*“ (für RB Leipzig).
- Einschübe und Ergänzungen: Meistens handelt es sich um Zusatzinformationen zur Einordnung, wie „*Da wird gezupft und – das muss man Yussuf Poulsen auch zugutehalten – der lässt sich eben nicht fallen*“ (ab 05:03); „*der den nach wie vor schwer verletzten – an der Hand verletzten – Drobny vertritt*“ (ab 05:11).
- Konnektoren (im Verständnis von Breindl et al. 2014, 14) erhalten den Sprechfluss aufrecht und treten gehäuft und in diversen Funktionen auf, z. B. additiv („*und Werder muss damit erst mal zu Rande kommen*“, 04:40), kausal („*Da sprang der Ball aber so ein bisschen vorher auf und deswegen schaufelte er den Ball so vorbei und drüber*“, 04:28), adversativ („*Aber man sieht hier ganz deutlich: RB Leipzig wie immer dominant*“, 04:35) oder metakommunikativ („*also keine Gefahr für den Kasten von Felix Wiedwald*“, 04:33).
- Deiktische Ausdrücke: Sie erzeugen Nähe, da ein gemeinsamer Erlebnisraum mit den Hörer*innen geschaffen wird. Dabei muss der Reporter stets sicherstellen, dass der Referenzpunkt klar ist: „*Hier ist sowieso jeder überall*“ (04:21, Referenzpunkt ist das Spielfeld); „*Jetzt kommt Leipzig schon wieder*“ (04:46, zeitliche Synchronisierung – in diesem Moment sind die Hörer*innen quasi mit am Ball); „*Die können den da nicht halten*“ (05:00, Referenzpunkt vorher geklärt: im oder am Strafraum).
- Zeitökonomischer Sprachgebrauch: Verkürzte Satzstrukturen treten vorrangig in den höheren Spannungsphasen 3 bis 5 auf. Dagegen finden sich in den Spannungsphasen 1 und 2 häufiger vollständige Sätze. Hier ist die Spielspannung geringer und es bleibt mehr Zeit zum Sprechen.
- Kreativer Sprachgebrauch (vgl. ausführlich Eib 2018b, 57–59): „*Visier von Anfang an oben*“ (04:06); „*der [...] heute die rechte Außenbahn rackern*“

darf“ (ab 04:16); „*schaufelte er den Ball*“ (04:30); „*macht da beide Innenverteidiger nass*“ (04:52). Typisch sind übertrumpfende Steigerungen (bspw. „*Möglichkeit*“, „*Chance*“, „*Riesenchance*“), Metaphern, drastische Vergleiche und Übertreibungen.

Im Sprachstil zeigt sich nicht nur die Genrespezifik, sondern auch die Individualität der Reporter. In der Befragung zeigte sich, dass die Reporter ganz bewusst an einem individuellen Sprachstil arbeiten. Aus eigener Erfahrung kann der Autor berichten, dass sich die Auswahl markiger bzw. situativ passender Beschreibungen und Ausdrücke nach mehreren Kriterien richtet:

- Persönliches Sprachgefühl
- Situative Passung – Kürze und Prägnanz
- Bildliche Kraft des Ausdrucks
- Einzigartigkeit gegenüber anderen Reportern (ständig in anderen Reportagen gehörte Redewendungen werden eher gemieden)

5.3 Formatbezug und Zielgruppenorientierung

In Abhängigkeit von Zielpublikum und Senderformat (siehe Tabelle 1) zeigen sich Unterschiede in der inhaltlichen Fokussierung und der sprachlichen Gestaltung der Reportagen. Die im Folgenden aufgeführten Beispieläußerungen beziehen sich nicht speziell auf die beiden ausgewählten Spielszenen, sondern auf den gesamten Verlauf der Reportagen.

Öffentlich-rechtlicher Hörfunk (R1, R3 und R7)

Die Reporter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks berichten weitgehend objektiv und analytisch in der Sprechrolle des kompetenten, analysierenden Experten über das Spielgeschehen, liefern Hintergrundinformationen zu beiden Teams und ordnen Sachverhalte ein. Stellvertretend wird das an folgenden Äußerungen des Reporters R1 (ARD) deutlich:

R1, Spielminute 54:24 (Audio 11)

Knapp 55 Minuten absolviert und jetzt! Jetzt ist es ein Fußballspiel, denn Werder Bremen hat auch einen Vorwärtsgang, von dem war nichts zu sehen in der ersten Halbzeit.

R1, Spielminute 58:24 (Audio 12)

Werner (Leipzig) der ist im Strafraum am linken Flügel. Zwei weitere Leipziger im Strafraum. Werner versucht es alleine - ach den hätte er lieber durchgesteckt.

Dass der Leipziger Spieler Werner dafür verantwortlich ist, dass die Torchance nicht besser ausgespielt wurde, wird von R1 beschrieben und eingeordnet. Letzteres fehlt beispielsweise beim Fanradio Leipzig (R5 vom Bullenfunk; s. u.). Kurz darauf bewertet R1 den Spieler Werner geradezu drastisch als „*ein bisschen zu egoistisch, zu verfressen*“:

R1, Spielminute 58:33 (Audio 13)

[...] auf Forsberg (Leipzig) und auf Poulsen (Leipzig). Die warteten da, die liefen synchron rein. Gute Laufwege der beiden Offensivmänner. Aber Timo Werner (Leipzig) wollte eben ganz gerne selber sein viertes Saisontor erzielen. Das war ein bisschen zu egoistisch, zu verfressen in dieser Situation. Deswegen war es am Ende auch kein Problem für zwei Werder-Verteidiger, diese Situation zu klären.

Die Bewertungen und Einschätzungen von R1 betreffen in der Regel aber die Aktionen beider Teams:

R1, Spielminute 61:40 (Audio 14)

Bremen etwas besser in dieser zweiten Halbzeit, aber nach wie vor nicht durchschlagskräftig genug, um hier tatsächlich den Treffer zu erzielen. RB Leipzig auch, wie in der ersten Halbzeit, mit mehr Ballbesitz, deswegen geht auch diese 1:0 Führung – die knappe – immer noch in Ordnung.

Fußball-Internetradio (R2)

Das Fußball-Internetradio Sport1.fm ist der Berichterstattung öffentlich-rechtlicher Sender stilistisch ähnlich. So berichtet der Reporter R2 ebenfalls über beide beteiligten Teams. Die Ansprehaltung ist allerdings lockerer, kumpelhafter, was bspw. deutlich wird durch die direkte, persönliche Ansprache der Spieler auf dem Platz und der Zuhörer*innen am Radio:

R2, Spielminute 01:51 (Audio 15)

Clemens Fritz, liebe Werder-Fans, da atmet ihr vielleicht auf, der war ja angeschlagen, aber er kann mitmachen.

R2, Spielminute 03:45 (Audio 16)

Also liebe Fußballfreunde auf dem Rasen. Ihr wisst schon, die Partie hat gerade erstmal angefangen, ne? (als Reaktion auf gute Torchancen gleich zu Beginn des Spiels)

R2, Spielminute 04:54 (Audio 17)

Das geht nicht, liebe Bremer. Ihr dürft ihn natürlich da nicht laufen lassen.

R2 bewertet die Aktionen auf dem Spielfeld zudem häufiger als R1, vgl. z. B.:

R2, Spielminute 53:28 (Audio 18)

Wie Bernardo (Leipzig) das da eben gegen Serge Gnabry (Bremen) klären konnte – überragend gemacht, das muss man wirklich sagen.

R2, Spielminute 67:03 (Audio 19)

Kaiser legt dann noch mal ab auf Timo Werner (Leipzig), der – meine ich – könnte offensiv mehr tun, taucht nicht so oft in den Offensivaktionen auf.

R2, Spielminute 78:07 (Audio 20)

Gebre Selassie (Bremen) köpft den Ball weg – unmotiviert, hätte man besser machen können. War Zeit, war Raum, war Platz. Ist jetzt Ballverlust.

R2, Spielminute 80:23 (Audio 21)

Und Halstenberg (Leipzig) hatte Zeit – Strafraumlinie, starker linker Fuß – [...] aber die Schussrichtung war schon Richtung Eckfahne. [...] Also das war nix. Hätte man mehr draus machen können.

Lokalradio (R4)

Der Reporter R4 vom lokalen Privat-Radiosender Radio Leipzig setzt den Fokus auf das regionale Team und auf eine emotionale Nähe zum Verein, z. B. durch die mehrfache Bezeichnung des Leipziger Teams mit dessen Vereinsspitzenamen („Die roten Bullen“) oder durch Bekundung von Erleichterung bei gutem Ergebnis:

R4, Spielminute 04:17 (Audio 22)

Aber die Bullen, die zeigen hier schon mal heute, wie der Takt laufen soll am Ende.

R4, Spielminute 34:47 (Audio 23)

Es hat ein bisschen gedauert, bis hier die Gäste der Roten Bullen auch ins Spiel gefunden haben. Und jetzt spielen sie mit und machen es den Bullen ganz schön schwer.

R4, Spielminute 44:56 (Audio 24)

Es bleibt hier beim 1:0 und ja mit dieser frohen Kunde gebe ich wieder zurück zu dir.

R4, Spielminute 49:15 (Audio 25)

Also hier Gott sei Dank erst mal noch beim 1:0. (bei Leipziger Führung)

Fanradio (R5)

Stark im Kontrast zur öffentlich-rechtlichen Reportage 1, aber stilistisch ähnlich zur Reportage 4 (Lokalradio) ist die Berichterstattung des Fan-Radios. Es geht ebenso um die emotionale Verbundenheit, die Nähe zum Verein wird hier allerdings noch deutlicher sprachlich markiert. So werden in der Reportage 5 (Fanradio Leipzig: Bullenfunk) auffällig häufig Aktionen der Leipziger Spieler hervorgehoben und gelobt, bis hin zur Beschönigung und Umwertung des Spielgeschehens, und die Reporter identifizieren sich mit „ihrem“ Team:

R5-2, Spielminute 52:40 (Audio 26)

Nächste gute Möglichkeit für unsere Jungs

R5-2, Spielminute 55:43 (Audio 27)

Der gefährlichste Bremer bis hierhin auf jeden Fall Serge Gnabry [...], stand glaube ich auch so ein bisschen auf der Liste bei RB Leipzig.

R5-2, Spielminute 59:28 (Audio 28)

Auch wieder was, was unsere Jungs vielleicht hierfür einstudiert haben, das gefällt mir heute richtig gut.

R5-1, Spielminute 63:38 (Audio 29)

Oh schade. (nach Torchance)

R5-2, Spielminute 65:06 (Audio 30)

Unsere Truppe funktioniert immer noch sehr sehr gut. (Bezogen auf mögliche Spielerwechsel)

Bezogen auf die vom Leipziger Spieler Werner verspielte Torchance (Spielminute 58:21) setzt das Fanradio Leipzig, anders als R1 (s. o.), den Fokus nicht auf den Fehler von Werner, sondern auf dessen Bemühungen, die an der Abwehrleistung der Bremer Mannschaft scheitern, und auf die Verbesserung des Leipziger Spielers Demme:

R5-2, Spielminute 58:21 (Audio 31)

Demme (Leipzig) hat Platz und er spielt den richtig genialen Ball auf Werner (Leipzig). Werner links im Strafraum. Werner muss nach innen ziehen. Werner versucht es direkt, versucht selbst zu schießen, aber da schmeißt sich Sané (Bremen) noch in den Ball und klärt für die Bremer. Richtig schöner, richtig guter Ball da von Demme wieder Richtung Werner. Also Demme, er wird besser.

Blindenreportage (R6)

In der Blindenreportage rücken die Analyse und die Einordnung des Spielgeschehens etwas in den Hintergrund. Oberste Priorität hat die Beschreibung spielerischer Details, vor allem der exakten Position des Balls; siehe hierzu auch die Selbstauskunft von R6-2: „*Verortung des Balles mit Meterangaben und markanten Punkten des Spielfeldes*“. Durch Aussagen wie „*Hört ihr die Zuschauerzahl? [...] Jawoll, danke, dass ihr da seid: 42.558*“ (R6-2, Spielminute 63:47) wird Nähe zu den Fans erzeugt. Die Reporter signalisieren ein starkes Situationsbewusstsein für ihre Zielgruppe, indem sie Reaktionen im Stadion, die blinde Fans sonst nicht einordnen könnten, in ihrer Reportage erklären:

R6-2, Spielminute 02:49 (Audio 32)

Wen ihr gerade hört, das sind die Bremer Fans, die auch schön Stimmung machen hier.

R6-1, Spielminute 14:34 (Audio 33)

Von der linken Seite Einwurf für Leipzig ungefähr 20 Meter vor der

Grundlinie.

R6-1, Spielminute 14:49 (Audio 34)

Gulacsi aus seinem Tor rausgelaufen ungefähr sieben, acht Meter zentral vor seinem Tor holt er den Ball mit beiden Händen runter und wirft ihn auf die rechte Seite ab.

R6-3, Spielminute 46:15 (Audio 35)

Willi Orban, unser Innenverteidiger. Über die Mittellinie gelaufen, in den Mittelkreis, spielt nach rechts raus. Auf Demme, der ein bisschen Tempo anzieht. Auf die rechte Seite rausspielt, auf unsere Nummer drei, Bernardo, der mit Gnabry ins Duell geht.

R6-2, Spielminute 63:12 (Audio 36)

Wir sind in der 64. Spielminute. (Liest von der Anzeigetafel ab:) 6:2 Ecken für Leipzig.

R6-2, Spielminute 63:47 (Audio 37)

(Stadionsprecher verkündet die aktuelle Zuschauerzahl) Hört ihr die Zuschauerzahl? [...] Jawoll. Danke, dass ihr da seid: 52.558.

Insgesamt zeigt sich als Tendenz: Je eindeutiger der emotionale und lokale Bezug zu einem Team ist, desto weniger objektiv ist die Berichterstattung. Dabei setzen die Reporter sprachlich den Fokus so, dass die Hörer*innen innerhalb kurzer Zeit einen Eindruck bekommen können, für welchen Sender und aus welcher Team-Perspektive gesprochen wird. Es können unterscheiden werden:

- Nichtlokale Berichterstattung: Objektivierung dadurch, dass Hintergrundinformationen zu beiden Teams vermittelt werden, Wertungen zur Leistung beider Teams.
- Lokale Berichterstattung: Fokus auf der Begegnung mit dem lokalen Verein, Hintergrundinformationen und Wertungen überwiegend auf das lokale Team bezogen.
- Fanradio-Berichterstattung: Starke Fokussierung auf das Spiel der jeweiligen Mannschaft, Hintergrundinformationen in der Regel auf das eigene Team bezogen.

6 Stimmlich-sprecherische Gestaltung der Fußballreportagen

Das Sprechen in den untersuchten Fußballreportagen erscheint grundsätzlich sehr einheitlich: Weder hinsichtlich der Reportageform noch der Zielgruppe bzw. des Formats oder hinsichtlich der Sprecherpersönlichkeit zeigen sich deutliche Unterschiede. Allerdings wird das Sprechen maßgeblich durch den Spielverlauf (Spannungsphasen) beeinflusst. Die folgende Auflistung sprecherischer Kennzeichen basiert auf einer auditiv-phonetischen Analyse der Autor*innen.

6.1 Lautstärke, Sprechgeschwindigkeit und Artikulation

Die Lautstärke der Reportagen ist durchschnittlich mittellaut bis sehr laut, dabei wechselnd in großem Umfang sowohl sprunghaft als auch gleitend. Die Lautstärke der Reporterstimme folgt dem Spielverlauf, dabei können die Reporter phasenweise ins Rufen bzw. Schreien übergehen. Dem liegt wohl auch die zunehmende Lautstärke im Stadion bei zunehmender Spielspannung zugrunde. Die Reporter gehen in ihrer Sprechlautstärke mit der Lautstärke im Stadion mit und übermitteln dadurch einen authentischen Eindruck von Spielverlauf und Stadionatmosphäre. Erhöhte Lautstärke ist immer ein Anzeichen höherer Spielspannung. Das ist von den Reportern durchaus auch beabsichtigt, siehe bspw. die Selbstausskunft von R1: *„Stimme steigern, um Spannung zu erzeugen und damit dem Hörer deutlich machen: Es wird gefährlich und er kann zu Hause mitzittern.“*

Die Sprechgeschwindigkeit wechselt stark und ist abhängig von den Spielphasen, bspw. wird höhere Spielspannung übereinstimmend mit höherer Sprechgeschwindigkeit angezeigt (es wird gleichsam der Eindruck des „Überschlagens der Ereignisse“ abgebildet). Typisch ist ein gleitender Anstieg der Sprechgeschwindigkeit bei Torannäherung. Dabei gibt es in der Regel ein Zusammenspiel von Sprechgeschwindigkeit, Lautstärke sowie Sprechtonhöhe bis zu einem Kulminationspunkt (bspw. Torerfolg, Ende einer Torchance), danach einen Abfall in den genannten Merkmalen.

Alle Fußballreporter des Korpus zeichnen sich durch eine deutliche Artikulation aus, das gilt auch für Phasen hoher Sprechgeschwindigkeit. Typisch sind häufige Lautdehnungen. Sie können Anzeichen für erhöhten Sprechplanungsaufwand sein, aber auch dem Spannungsaufbau dienen (vgl. Abschnitt 7).

6.2 Sprechpausen

In den sechs Reportagen gibt es kaum Pausen. Die wenigen längeren Pausen in den untersuchten beiden Spielszenen liegen zumeist zwischen 0,5 und 1,0 s; die längste ist 1,4 s lang (siehe Transkript 2, Z. 28). In den Befragungen ging kein Reporter explizit auf die Pausensetzung ein. Die untersuchten Reportagen lassen allerdings vermuten, dass die Reporter ebenso wie Sprechgeschwindigkeit und Sprechtonhöhe auch Pausen als stilistisches Mittel einsetzen.

Atmosphärische Pausen

Nach einer Torchance (bspw. Applaudieren der Fans) oder Torerzielung (Jubel der Fans) nutzen die Reporter Pausen, um den Zuhörer*innen am Radio die emotionale Atmosphäre im Stadion zugänglich zu machen, so dass diese sich vielleicht sogar als Teil des Stadionpublikums fühlen können. Pausen nach Großchancen oder Toren, so kann der Autor aus eigener Erfahrung berichten, können auch als Auftakt bzw. Abgrenzungssignal für eine Nachschilderung dienen. Darüber hinaus nutzt der Autor solche Pausen gelegentlich, um selbst wieder „herunterzufahren“, nachdem er zuvor ein Maximum an Gespanntheit, Sprechtonhöhe, und Sprechgeschwindigkeit erreicht hatte.

Illustriert wird das an zwei Ausschnitten aus den Reportagen 1 und 2, bezogen auf den gleichen Spielzeitpunkt – ab 04:48 (siehe Transkript 1 und 2; Konventionen nach GAT2; SP = Spannungsphase; #...# = Spielminute). Beide Reporter (R1 von der ARD und R2 vom Internetradio Sport1.fm) setzen nach einer vergebenen Großchance mehrfach längere Pausen, in denen die aufgeregte Stadionatmosphäre gut zu hören ist. Zur Spielsituation: Leipzigs Stürmer Poulsen kommt allein vor Bremens Torhüter Wiedwald etwa acht Meter vor dem Tor zum Abschluss. Der Torhüter hält.

R1, Spielszene 1 (Audio 38)

[SP4] # 04:48 #
31 =WIEDwald HÄLT.
-32 (1.0: Chance vorbei, aufgeregte Stimmung im Stadion)
[SP1] # 04:50 #
33 YUSSuf POULsen-
34 =macht da BEIde INNenverteidiger NASS-
[SP2] # 04:56 #
-35 (0.8: aufgeregte Stimmung im Stadion)
36 soWOHL (-) LAmin saNÉ-
37 =als auch de:n FINnen niklas MOIsander-

Transkript 1: Pausensetzung nach großer Torchance (R1)

R1 stellt fest, dass die Großchance vorbei ist: „WIEDwald HÄLT.“ (Z. 31). Dann setzt er eine längere Pause (Z. 32: 1,0 s), bevor er mit der Nachschilderung beginnt (Z. 33–37). Innerhalb der Nachschilderung fügt R1 eine weitere längere Pause ein (Z. 35: 0,8 s).

R2, Spielszene 1 (Audio 39)

[SP4] # 04:48 #
24 der setzt sich DURCH- (höchstes Sprechtempo)
[SP1] # 04:50 #
25 °h und SCHEItert-
-26 (0.6: aufgeregte Stimmung im Stadion)

27 AN felix WIEDwald. →28 (1.4: <i>aufgeregte Stimmung im Stadion</i>) 29 das geht NICHT liebe bremer. [SP2] # 04:56 # →30 (0.9: <i>aufgeregte Stimmung im Stadion</i>) 31 ihr dürft ihn natürlich da nicht LAU:fen lassen-

Transkript 2: Pausensetzung nach großer Torchance (R2)

R2 stellt ebenfalls fest, dass Poulsen scheitert (Z. 25). Dann folgt eine Pause (Z. 26: 0,6 s), bevor er den Namen des Bremer Torhüters nennt (Z. 27). Die zweite längere Pause (Z. 28: 1,4 s) setzt er, bevor er die Bremer Verteidigung direkt anspricht und ihre (Nicht-)Aktion bewertet (Z. 29–31). Innerhalb dieser Bewertung setzt er die dritte längere Pause (Z. 30: 0,9 s).

Zu diesem Spielzeitpunkt (04:50) haben alle Reporter des Korpus eine Pause gesetzt. Bei den anderen Reportern fielen die Pausen zwar kürzer aus (vgl. R6-1: 0,5 s; R4: 0,4 s), sie leiten aber ebenso wie bei R1 und R2 eine Drosselung des Reportage-Tempos ein und lassen die aufgeregte Stadionatmosphäre wirken. In der Reportage 5 fallen sich die beiden Reporter gegenseitig ins Wort, so dass keine Pause entsteht.

Pausen zur Überbrückung von Spielunterbrechungen

Längere Pausen werden in mehreren Reportagen zur Überbrückung von Spielunterbrechungen genutzt; ihr Einsatz ist allerdings stark vom Reporter abhängig. In der Reportage 3 kommen gegen Ende des Spiels gehäuft Pausen ab etwa 0,5 Sekunden Dauer vor. Zum Zeitpunkt des folgenden Spelausschnittes (Transkript 3) ist das Spiel ungewöhnlich lang unterbrochen (insgesamt 1 min 9 s). Der Reporter R3 überbrückt die Zeit bis zur Ausführung des vielleicht letzten richtigen Angriffs der Bremer. Seine Äußerungen enthalten Lautdehnungen (siehe Z. 39–40) und werden häufig durch Pausen unterbrochen (siehe Z. 40, 42, 44, 46, 47, 48, 50).

R3, Spielszene 2 - Spielunterbrechung (Audio 40)

[SP1] # 92:44 # →39 °h FREIstoß:-- →40 (0.7) nachdem DEMme sich wieder HOCHgerappelt hat:-- 41 FÜR den sv werder BREmen- →42 (1.0) und jetzt STEHen sie da hinten alle an der sechzehnMEterlinie- 43 =an der STRAFraumkante. →44 (0.7) letzte MÖglichkeit- 45 =entweder IRgendein BREmer- →46 (0.7) nimmt den ball mit_n KOPF und befördert ihn nach VORne oder ein LEIPziger- →47 (0.7) nimmt_n mit_n kopf und beFÖrdert ihn in die GEgenrichtung dann ist alles geLAufen.
--

-48 (1.2) der freistoß ist noch NICHT geSPIELT-
 49 =HARTmann als KARTenspieler-
 -50 hat jetzt ZWEImal(.)gezeigt dass ER der wichtigste mann °h
 in der SCHLUSSphase ist-
 51 =der SCHIEDSrichter;
 52 RObert HARTmann-

Transkript 3: Pausensetzung bei Spielunterbrechung (R3)

In dieser Spielsituation wirken die Pausen durchaus spannungssteigernd. Der Reporter gibt der aufgeheizten Stadionatmosphäre Raum. Möglicherweise will R3 hier jedoch auch den Hörer*innen (und sich selbst) Momente der Entlastung verschaffen und eine Informationsüberfrachtung vermeiden, so wie R3 es im Fragebogen angegeben hat: „*Er [der Zuhörer] muss dich und das ganze Gerede auch verstehen, er darf nicht überfrachtet werden mit Fakten, sonst ermüdet er.*“

Sprechplanungspausen und Häitationen

Kurze Pausen und Lautdehnungen innerhalb von Sprechheiten können als Zeichen für erhöhten Sprechplanungsaufwand interpretiert werden. Möglicherweise verschaffen sich die Reporter damit Zeit, um Anschlussinformationen bzw. -formulierungen zu suchen. Das Transkript 4 enthält die Nachschilderung, die der Reporter R1 an die erste große Torchance des Spiels (vom Leipziger Spieler Poulsen) anschließt. Sie weist mehrfach kurze Pausen sowie Lautdehnungen innerhalb von syntaktischen Einheiten auf (Z. 35, 38, 44, 46).

R1, Spielszene 1 (Audio 41)

[SP1] # 04:50 #
 32 (1.2) YUSSuf POULsen-
 33 =macht da BEIde INNenverteidiger NASS-
[SP2] # 04:56 #
 34 (0.8) soWOHL (-) LAMin saNÉ-
 -35 =als auch de:n FINNen niklas MOIsander-
 36 =die KÖNN den DA nich HALten-
 37 der SETZT sich da gegen BEIde durch-
 -38 =da wird gezUPFT u:nd-
 39 das muss man yussuf poulsen auch zu GUTE halten-
 40 =der lässt sich eben NICH fallen-
 (...)
 43 =TOLLe pARAdE übrigens auch von felix WIEDwald-
 -44 de:r den nach wie vor immer noch schwer verletzten
 an der HAND verletzten DRObny(.)verTRITT.
[SP3] # 05:14 #
 45 =jetzt kommt LEipzig schon WIEder-
 -46 ü:ber compPER-
 47 und über berNARdo den AUßEnverteidiger-

Transkript 4: Lautdehnungen und Sprechpausen als Indiz für Sprechplanungsaufwand (R1)

R1 rekapituliert, wie und gegen wen sich der Leipziger Poulsen durchgesetzt hat, und vermittelt den Hörer*innen so einen umfassenden Eindruck der Spielszene. Zunächst beschreibt er im historischen Präsens die abgelaufene Aktion von Poulsen differenziert (Z. 32–38) und bewertet sie dann: „*das muss man yussuf poulsen auch zu GUTE halten- der lässt sich eben NICH fallen-*“ (Z. 39–40). Wenig später bewertet R1 dann auch eine Spielhandlung des Bremer Torwarts Wiedwald als „*TOLle paRAde*“ (Z. 43) und gibt noch eine Hintergrund-Information: „*de:r den nach wie vor immer noch schwer verletzten an der HAND verletzten DRObny (.) verTRITT*“ (Z. 44). Diese Hintergrundinformation beginnt mit einer Lautdehnung („*de:r-*“), die kurze Pause vor dem abschließenden „*(.) verTRITT*“ ist möglicherweise ein Indiz dafür, dass R1 das Wort nicht gleich einfällt.

Lautdehnungen finden sich auch oft vor der Nennung von Namen; im Transkript 4 bspw. in Zeile 35 („*als auch de:n FINnen niklas MOIsander-*“) und in Zeile 46 („*ü:ber compPER-*“).

Die Häufigkeit von Sprechplanungspausen variiert von Reporter zu Reporter stark, möglicherweise auch in Abhängigkeit von ihrer beruflichen Erfahrung. So weist die Reportage des zweitjüngsten Reporters R4 einen hohen Anteil von Sprechpausen innerhalb von Sprechseinheiten aus; siehe Transkript 5 (Zeilen 12, 13, 14, 16).

R4, Spielszene 1 (Audio 42)	
[SP1] # 04:28 #	
-12	=der GING dann aber noch (-) Über den KASTen (.) von (.) felix äh WIEDwald-
-13	=dem KEEper vom sv (.) WERder BREmen-
[SP2] # 04:36 #	
-14	=anSONSten die BREmer (.) spielen hier in den ersten paar minuten AUCh (.) munter MIT-
15	sind aber noch NICH so RIChtig in die HÄLfte der bullen geKOMmen-
-16	=also sie stehen (.) hier sehr kompAKT (.) die MANne

Transkript 5: Gehäuftes Auftreten von Pausen innerhalb von Sprechseinheiten (R4)

6.3 Sprechstimmlage und Melodieverlauf

Die Sprechstimmlage der Reporter ist überwiegend mittelhoch bis sehr hoch, mit einem großen Tonhöhenumfang von mindestens einer Oktave bis zu einer None oder Dezime. Zwei Reporter (R1, R4) sprechen auch in ruhigen Spielphasen gespannt und hoch. Typische Melodieverläufe sind steigende Sprechmelodie in Verbindung mit steigender Spielspannung und fallende Sprechmelodie in Verbindung mit sinkender Spielspannung.

Melodieverlauf in ruhigeren Spielphasen (Spannungsphasen 1 bis 2)

In den eher ruhig-beschreibenden Phasen bewegt sich die Sprechtonhöhe häufiger gleichförmig aufwärts und abwärts, allerdings gibt es auch Tonsprünge, vermutlich im Dienst einer abwechslungsreichen, spannenden Schilderung. Im Transkript 6 sind die Tonsprünge des Reporters R2 in den Spannungsphasen 1 und 2 durch Pfeile markiert (Zeilen 2, 3, 6, 8), rechts ist die durch den Tonhöhen sprung erreichte maximale Sprechtonhöhe vermerkt. Die mittlere Sprechstimmhöhe von R2 liegt bei eher ruhigem Sprechen in den Spannungsphasen 1 und 2 bei E bis F.

R2, Spielszene 1 (Audio 43)		
[SP1] # 04:04 #	Erreichte	Tonhöhe
01 WERder BREMen.		
02 °h ↑TOLle partIE ((...)) ich FINde-		H/c
03 (0.5) DA: ist ne ↑GANze ganze menge drin-		H
04 =WERder (.) ist in den letzten wochen		
[SP2] # 04:11 #		
05 UNter alexander NOUri-		
06 ↑RICHTig STARK geworden-		B
07 =in der ↑↑AMTSzeit von(.)NOUri-		e
08 da holte WERder nur EINen punkt weniger als ↑↑BAYern-		c#
09 (0.6) ↓ALso da sach mir nochma bitte EINer-		D#
10 werder BREMen is_n ABstiegskandidat.		

Transkript 6: Tonhöhen sprünge in den Spannungsphasen 1 und 2 (R1)

In dieser Spielszene spielt R2 geradezu mit sprunghaften Tonhöhenveränderungen. Der Spielverlauf bewegt sich in den Spannungsphasen 1 und 2. Bis 04:11 ist der Ball nicht im Spiel, danach schlägt der Bremer Torhüter den Ball ins Mittelfeld, wo er dann bei den Bremer Spielern verbleibt, die allerdings keinen Angriff starten. Dies ist eine klassische Spielphase ohne Torannäherung, die der Reporter nutzt, um Hintergrundinformationen zu berichten (Z. 4–10).

Melodieverlauf bei Torannäherung (Übergang zu den Spannungsphasen 3 und 4)

Typischerweise steigt die Sprechtonhöhe bei Torannäherung gleitend bis zum höchsten Spannungspunkt an und fällt nach Ende einer Chance ohne Torerzielung schnell wieder. Ein Beispiel dafür findet sich in der Reportage 2 (03:42): Hier setzt sich der Leipziger Spieler Kaiser im Mittelfeld durch und schießt aus etwa zwanzig Metern aufs Tor. Der Ball geht rechts neben dem Tor vorbei.

R2, Torchance durch Weitschuss (Audio 44)	
[SP3] # 03:39 #	(deutliche Zunahme der Sprechgeschwindigkeit)
01 <<acc> NOCH einmal im zenTRAlen beREICH->	
	E D# D# D# D# E D# D# E
02 die LEIPziger-	
↑G# G G# A	

```

03 =DOMinik KAIsEr-
    G# A A A# H
[SP4] # 03:41 #
04 =zwanzig me↑TE↓↓::R
    c c# d# e f ↓ ↓ F
[SP1] # 03:43 #
05 (0.8) <<rall> RECHTS dran vor↑B↓EI> (1.6)
    F F# G#↑ d↓G

```

Transkript 7: Stimmlicher Nachvollzug einer Spannungskurve bei Torchance (R2)

Der Reporter R2 vollzieht die Spannungskurve des fliegenden Balles stimmlich nach: „*DOMinik KAIsEr- zwanzig me↑TE↓↓::R*“ (Z. 3–4; steigend-fallende Melodiebewegung auf dem Wort „Meter“ von d# bis F). Passend dazu, dass der Ball deutlich im Aus landen wird, beginnt R2 den Spannungs- und Tonhöhenabfall schon, während sich der Ball noch im Flug befindet. Obwohl die Torchance vorbei ist, wiederholt R2 den Spannungsbogen noch einmal: „*RECHTS dran vor↑B↓EI*“ (Z. 5), allerdings melodisch flacher und langsamer.

Bewegt sich eine Mannschaft zum Tor (ab Spannungsphase 3), wird dies von den Reportern meist mit steigender Sprechtonhöhe und Sprechgeschwindigkeit dargestellt. Das Transkript 8 zeigt einen Ausschnitt aus der Reportage 1 (erste Spielszene, Spannungsphasen 3 und 4). Die mittlere Sprechstimmhöhe des Reporters R1 liegt im ruhigen Spiel bei G# bis A. In dieser Spielszene kommt der Leipziger Spieler Poulsen fast allein vor dem Bremer Tor zum Abschuss, nachdem er vorher einen Pass aus dem Mittelfeld bekommen hatte und sich gegen zwei Bremer Verteidiger durchsetzen konnte. Im Transkript 8 ist unter dem Wortlaut jeweils die Sprechtonhöhe der betreffenden Silbe angegeben.

R1, Spielszene 1 (Audio 45)	
[SP3] # 04:45 #	
27	bei den ANgriffsbemühungen. A# H A# A G#
28	=jetz kommt LEIpzig schon WIEder mit POUlsen- A# H c d c#
29	=gegen ZWEI-
[SP4] # 04:48 #	
30	=POUlsen gegen ZWEI- d# d d# e f
31	=gegen WIEDwald- d d# e
	Tonhöhen sprung
[SP1] # 04:50 #	
32	=WIEDwald HÄL:T. g g f#↓c

Transkript 8: Steigende Tonhöhenbewegung bei Torannäherung und Spannungsabfall (R1)

Zunächst spricht R1 mit kontinuierlich gleitender, steigender Sprechmelodie (Z. 27–30); die ansteigende Spielspannung zeichnet er also mit dem Sprechtonhöhenverlauf nach. Den höchsten Spannungspunkt setzt R1 in Zeile 31, verbunden mit dem einzigen Tönhöhensprung. Rasch erreicht er dann seinen Maximalton g (Z. 32). Nach der Torchance (Zeile 32) sinkt seine Sprechtonhöhe gleitend auf dem Wort „HÄL:T“, verbunden mit einer Verringerung der Sprechgeschwindigkeit durch Lautdehnung.

Das Transkript 9 veranschaulicht dieselbe Szene in der Reportage 2. Bei R2 ist ein stufenweiser Abfall der Sprechtonhöhe bis in seine Normalstimmlage zu verzeichnen (Z. 25 und 26):

R2, Spielszene 1 (Audio 46)	
[SP3] # 04:45 #	
22 die auch den ZWEITen ball bekommen können-	
A G# G F#F F E E E F#	
23 °h KÖPFen ihn in den LAUF von yussuf POULsen-	
↑A A# ↑H ↑c ↑d ↑e d#	
[SP4] # 04:48 #	
24 der SETZT sich <<Stimme bricht nach oben weg>> DURCH-	
d# f# g g#	
[SP1] # 04:50 #	
25 °h und SCHEI↑tert-	
g f# ↓H	Stufe 1
26 (0.8) AN felix WIEDwald.	
c H A# A G#↓F#	Stufe 2

Transkript 9: Steigende Tönhöhenbewegung bei Torannäherung und fallende Tönhöhenbewegung in zwei Stufen (R2), verbunden mit Spannungsabfall und Pausensetzung

Unmittelbar nachdem klar ist, dass die Großchance nicht verwertet wurde, realisieren also beide Reporter (R1 und R2) den Spannungsabfall ganz ähnlich: Innerhalb einer Silbe fällt ihre Sprechstimmlage um eine Quarte bis Quinte.

Melodieverlauf bei Spannungssteigerung ohne Torerfolg (Abschluss von Spannungsphase 4)

Dieser Melodieverlauf ist typisch für besondere Spannungsmomente, bspw. Torchancen oder sonstige unerwartete Spielabläufe, die die Reporter als auffällig herausstellen. Beim Spannungsabfall treten häufig Lautdehnungen in Kombination mit einem fallenden Melodieverlauf auf. Als Beispiel dient ein Ausschnitt der Reportage 5, in der es um einen Leipziger Doppelangriff geht: Zweimal kurz hintereinander flankt Dominik Kaiser in den Bremer Strafraum (siehe Transkript 10).

R5-1, Spielminute 58:57 (Audio 47)

[SP3] # 58:57 #
01 SO.
02 =FLANkenmöglichkeit von RECHTS.
03 =KAIsEr bringt den REIN_nee;
[SP2] # 59:00 #
04 da is moiSANDer daZWischen-
05 =Aber ball di!REKT! WIEder bei den LEIPzigern am FUß.
[SP3] # 59:03 #
06 =kein ABseits-
07 =KAIsEr noch mal raus geSPIELT-
[SP4] # 59:06 #
08 °h FLANke sehr dicht aufs TO::R-
A c G
[SP2] # 59:08 #
09 =WIEDwald (.) HAT ihn-

Transkript 10: Melodieverlauf und Lautdehnung bei Spannungsaufbau und -abfall ohne Torerfolg (R5-1)

Unmittelbar vor diesem Ausschnitt war der Reporter R5-1 mit seinem Kollegen R5-2 in eine Nachschilderung bzw. Analyse einer vergangenen Szene vertieft. Diese beendet nun R5-1, indem er wieder auf das aktuelle Spielgeschehen einget: „SO. FLANkenmöglichkeit von RECHTS. KAIsEr bringt den REIN-“ (Z. 1–3). Dominik Kaiser wird wiederholt auf der rechten Spielfeldseite unweit des Strafraums angespielt, erzielt aber jeweils keinen Torerfolg (bis Z. 7). Die erneute Großchance von Kaiser gestaltet R5-1 sprecherisch mit erhöhter Sprechspannung, einem melodischen Bogen und einer starken Vokaldehnung: „°h FLANke sehr dicht aufs TO::R “ (Z. 8). Im Wort „TO::R“ vollzieht der Reporter den Spannungsverlauf des Spielgeschehens nach: Während sich der Ball Richtung Tor bewegt, führt er die Sprechmelodie kontinuierlich nach oben. Als der Bremer Torhüter Wiedwald den Ball halten kann, lässt R5-1 die Tonhöhe abfallen und zeigt damit an, dass die Chance wiederum vertan ist: „WIEDwald (.) HAT ihn-“ (Z. 9).

Melodieverlauf bei Torerfolg (Spannungsphase 5)

Der Torerfolg wird häufig mit ekstatischem Rufen bis hin zum Schreien markiert, zumeist mit sehr großer Sprechspannung und Lautdehnung bei gleichbleibender Tonhöhe, siehe die Beispiele im Transkript 11:

Spielminute 41:17 (Audio 48)

[SP3] # 04:45 #

R1: KEIta mit dem <<schreiend> TO::R> für LEIPzi:g
g# g g# g# f# f# f ↓ b

R5: geht vorBEI <<schreiend> JA:::>
f# g g# a

R6: KEIta macht das <<schreiend> TO::R>
a g g# g# g

Transkript 11: Torrufe mit Lautdehnung in gleichbleibender Tonhöhe

Anders als vielleicht zu erwarten, erreichen die meisten Reporter die höchste Tonhöhe nicht beim Torjubel. Sie bleiben etwa ein bis zwei Halbtöne unter der Tonhöhe, die sie bei anderen Großchancen (ohne Torerfolg) erreichen (siehe Tabelle 6).

	Sprechstimmlage (ruhiges Spiel)	Höchste Tonhöhe (Großchance)	Torjubel
R1	G# bis A	g bis g#	f bis f#
R2	D# bis E	g bis g#	f bis f#
R3	D# bis E	a	f# bis g
R4	F# bis G	g	keine Torszene
R5-1	F bis F#	g bis g#	a
R5-2	F bis F#	f#	a
R6-1	F bis F#	a	g

Tab. 6: Tonhöhen in den betrachteten Reportage-Ausschnitten

Eine physiologische Erklärung dafür könnte sein, dass die betreffenden Reporter auf diese Weise dafür sorgen, dass ihre Stimme tragfähig bleibt und nicht nach oben wegbricht. Dass auch dies vorkommen kann, zeigt sich zum Beispiel in der Torszene mit Yussuf Poulsen (ab 04:45): Bei zwei Reportern (R2 und R6-1) bricht die Stimme in dieser Torszene nach oben weg.

7 Sprachliche und sprecherische Gestaltung der Spannungsphasen im Spielverlauf

Aus der vorliegenden Untersuchung, eigener Erfahrung des Autors als Reporter und Gesprächen mit anderen Reportern lassen sich folgende Tendenzen für die sprachliche und sprecherische Gestaltung in Fußballreportagen ableiten:

- Was und auf welche Weise es gesagt wird, orientiert sich am Spielverlauf.
- Längere Planungsprozesse sind insbesondere während der Spannungsphasen 3 bis 5 nicht möglich, daher wird in diesen Phasen spontan formuliert.
- In den ruhigen Spielphasen und in den Nachschilderungen entfalten Reporter*innen einen persönlichen Stil.
- In den spannenden Spielphasen greifen Reporter*innen auf gleiche Techniken („speaking dramatically“, vgl. Kern 2010, 233–234) zurück, was der stark begrenzten Zeit und dem klaren Spielfokus geschuldet ist.

In der Auswertung der vorliegenden Reportagen wurde deutlich, dass die Einteilung der Spielszenen nach Spannungsphasen sich auch in der sprachlichen und sprecherischen Gestaltung der Reporter abbildet.

- In den ruhigen Spielphasen 1 und 2, in denen sich der Ball nicht in Tornähe befindet, wechseln die Reporter mehrmals zwischen Aktions- und Nebentext: Der Reporter R2 bspw. streut Hintergrundinformationen ein (Spielminute 01:16 bis 01:30; Audio 49): „*Und die Leipziger überhaupt kommen auf der rechten Seite mit Bernardo [...]. Spielt jetzt zurück ins Mittelfeld, sodass wir mal schauen können, was Werder gemacht hat nach dem 2:1 Sieg gegen Bayer Leverkusen.*“. Er reagiert prompt auf Spielsituationen und Publikumsreaktionen, bspw. wendet er sich nach dem deutlich wahrnehmbaren Schiedsrichterpfeiff und der darauffolgenden Zuschauerreaktion wieder dem aktuellen Geschehen zu: „*Foulspiel von Clemens Fritz. Tief in der eigenen Hälfte.*“. Er macht aber stimmlich-sprecherisch klar, dass weiterhin keine Spannungssteigerung im Spielverlauf bevorsteht.
- Der Grad der emotionalen Beteiligung ist ab Spannungsphase 3 höher als in den Spannungsphasen 1 und 2, da die Möglichkeit einer Torerzielung näher rückt (Ball näher am Tor). Von nun an ist eine deutliche Verschiebung vom sonstigen Text zum Aktionstext zu verzeichnen. In den relativ kurzen, aber spannungsgeladenen Phasen 3 bis 5 treten verkürzte Satzstrukturen auf, verbunden mit einer intensivierten sprecherischen Gestaltung (Kombination aus erhöhter Sprechspannung, Lautstärke, Tonhöhe und

Sprechgeschwindigkeit). In der Spannungsphase 4 sprechen alle Reporter schnell bis sehr schnell. Die meisten Reporter haben zu Beginn von Spannungsphase 4 bereits ihre maximale Geschwindigkeit erreicht, so dass innerhalb der Phase kein weiterer Anstieg verzeichnet werden kann. Der auditiv erlebbare stimmlich-sprecherische Spannungsbogen verläuft analog zum Spannungsbogen im Fußballspiel. Vor allem mit erhöhter Sprechgeschwindigkeit und einer flacheren Melodieführung mit ansteigender Tonhöhe zeigen die Reporter an, dass sich eine Mannschaft in einer aussichtsreichen Angriffssituation befindet.

- Dagegen werden Nachschilderungen (bspw. nach einer Torchance) zwar häufig auch mit hoher Sprechspannung und Lautstärke, aber mit abnehmender Sprechgeschwindigkeit, sinkender Tonhöhe, bewegterem Melodieverlauf und auch vermehrter Pausensetzung realisiert.
- In der Schlussphase der Partie nehmen bei allen Reportern die durchschnittliche Sprechspannung und Lautstärke zu.

Der Orientierungspunkt für den Grad der emotionalen Beteiligung ist die angriffsorientierte Ballbewegung ins gegnerische Verteidigungsdrittel. Kern (2010, 233–234) spricht auch vom „Switch Point“. Er ist auditiv ab Spannungsphase 3 mit dem Übergang von „elaborating“ zu „speaking dramatically“ (ebd.) auszumachen. Ist ein Angriff abgeschlossen, bewegt sich der Ball im Mittelfeld oder ist gerade nicht im Spiel (bspw. Einwurf, Abstoß), sprechen die Reporter in der Regel weniger gespannt.

Alle Reporter reagieren auf Veränderungen der Spielspannung in erstaunlicher zeitlicher Übereinstimmung. Die Abweichung zwischen den Reportern beträgt maximal zwei Sekunden (Übergang zur Spannungsphase 3) oder sogar nur eine Sekunde (Übergang zur Spannungsphase 4 und 5: Torchance und Torjubel). Lediglich in einem Fall ist der Unterschied zwischen den Reportern im Übergang zur Spannungsphase 3 größer, bis zu vier Sekunden. Es handelt sich hierbei um eine Spielszene kurz vor Ende der Partie, beginnend etwa bei Spielminute 92:10. In der Spielszene können Kriterien für einen erhöhten Spannungsgrad gefunden werden¹, die aber von den Reportern, möglicherweise auch aufgrund der Unübersichtlichkeit des Spielgeschehens, unterschiedlich interpretiert worden sind.

¹ RB Leipzig gewinnt den Ball in der eigenen Hälfte. Dadurch, dass die Bremer weit in die Leipziger Hälfte aufgerückt sind, entsteht ein Konter. Der Spieler Keita wird über die linke Angriffsseite angespielt und hat nur wenige Gegenspieler vor sich. Da er ein schneller Spieler ist, ist zu erwarten, dass sich eine Torchance entwickeln kann. Allerdings befindet sich Keita fast an der Außenlinie und ist noch nicht ins Angriffsdrittel des Gegners vorgedrungen. Zudem ist nur ein weiterer Leipziger Spieler in der Nähe, sodass vermutet werden kann, dass Keita

Die im Vergleich zu den anderen Phasen selteneren Spannungsphasen 3 bis 5 sind für das Publikum im Stadion, die Hörer*innen vor dem Radio und die Reporter die interessantesten Spielabschnitte. Die Reporter ermöglichen den Hörer*innen ein authentisches Nachempfinden, indem sie die Spielspannung auch stimmlich-sprecherisch transportieren. Durch eine spannungsreiche, intensivierete Sprechweise markieren die Reporter diese Phasen als besonders spielprägend, so dass Hörer*innen, die das Spiel im Radio nur „nebenbei“ verfolgen, das als Hinweis verstehen können, ihre Aufmerksamkeit der Reportage zuzuwenden.

Exemplarisch dafür ist ein Ausschnitt aus der Reportage 5 (Audio 50). Die beiden Reporter R5-1 und R5-2 diskutieren ab Spielminute 50:11 über eine abgelaufene Spielszene und sind sich uneins über deren Bewertung. Als sich das Angriffsspiel der Leipziger wieder in das Angriffsdr Drittel des Gegners bewegt (Spannungsphase 3), reagiert R5-2 prompt mit erhöhter Sprechspannung darauf: „*Aber jetzt gehen wir mal rauf erst mal, was unsere Jungs da machen*“ (Spielminute 50:24). Kurz darauf zieht die Sprechspannung noch einmal an, als R5-1 eine gerade abgelaufene Aktion des Verteidigers Compper bewertet: „*Aber Compper passt auf und...*“ (50:45) und dabei von R5-2 unterbrochen wird, als sich der Ball wieder ins Angriffsdr Drittel der Leipziger bewegt: „*So und Achtung jetzt wieder Pass, rein an den Strafraum*“ (50:46). R5-2 lenkt damit den Fokus wieder auf das aktuelle Spielgeschehen (Spielbewegung von RB Leipzig in Richtung gegnerisches Tor). Was hier exemplarisch gezeigt wurde, gilt für beide Reporter über die gesamte Reportage 5 hinweg. Sie differenzieren ihren Sprechstil in beiden Szenen gemäß den jeweiligen Spannungsphasen:

- **Spannungsphasen 1 und 2:** Mehr oder weniger ruhiges Sprechen (häufig Erklärungen, Wertungen, Beschreibungen unabhängig vom Spielgeschehen); gelegentlich hohe Sprechgeschwindigkeit, Silbendehnungen, starker und plötzlicher Melodieanstieg auf einzelnen Silben (Tonhöhen sprünge).
- **Spannungsphase 3:** Spannungssteigerung, Richtung der Aufmerksamkeit stärker auf das Spielgeschehen – oft nur kurz, dann wieder Rückkehr in ruhigere Haltung, wenn sich ein Angriff nicht ergibt; dem Spielverlauf folgend zunehmende Sprechspannung und Sprechgeschwindigkeit, flachere

diesen Angriff möglicherweise lieber abbricht. Es finden sich in dieser Spielszene also Merkmale für einen Spannungsaufbau im Spiel, der allerdings nicht als eindeutig bezeichnet werden kann. Drei der fünf Reporter (R1, R2 und R3) reagierten stimmlich kaum auf das Anspiel von Keita und dessen Lauf in die gegnerische Spielfeldhälfte, während bei zwei Reportern (R5 und R6) bereits ein deutliches Anziehen der Stimme zu vernehmen ist.

Melodieführung, gelegentlich Silbendehnungen, Tonhöhen- und Lautstärkeanstieg.

- **Spannungsphase 4:** Deutlich gespanntes Sprechen (Haltung: „*Es kann jeden Moment etwas passieren...*“), Torchance bahnt sich an – fortlaufende Zuspitzung des Sprechduktes (nochmals Steigerung von Tempo und Lautstärke); Erreichen der höchsten Sprechgeschwindigkeit und Tonhöhe.
- **Spannungsphase 5:** Höchste Emotionalität im Sprechen, Torjubel, Ausrufe der Freude / Enttäuschung, langer ausgehaltener Rufton des Jubels („*Jaaaa*“, „*Toor*“); längere Pausen – „Herunterfahren“ in die Nachschilderung.
- **Nachschilderung:** Emotionaler Nachvollzug einer Situation (Torerfolg, Schiedsrichter-Entscheidung, Großchance etc.) – Emotionalisierung ähnlich dem Spannungsgrad der jeweiligen Szene; allmähliche Abnahme von Sprechgeschwindigkeit, Lautstärke und Tonhöhe.

8 Exkurs: Fußballreportagen während der Covid19-Pandemie 2020/21

Von Mitte Mai 2020 bis Mitte Mai 2021 fanden die Spiele der Deutschen Fußballprofi-Ligen fast ausschließlich ohne Zuschauer*innen statt. Für die Reporter*innen in den Stadien ergab sich so eine ungewohnte Situation. Es fehlte die Stimmung, die sonst durch die Zuschauer*innen maßgeblich miterzeugt wird. Vom Spielfeld waren die Anweisungen der Spieler und Verantwortlichen zu vernehmen, auf den Medientribünen hallten die Reportagen der Reporter*innen über leere Sitzschalen.

Vorausblickend auf den Bundesliga-Restart nach der „Corona-Pause“ stellten sich Reporter*innen die Frage, wie eine Sportreportage ohne den murmelnden, applaudierenden, johlenden und schreienden Untergrund tausender Zuschauer*innen zu sprechen ist. Der Sportchef des Autors gab folgende Anweisungen für die anstehenden Reportagen: Der lang anhaltende Tor-Ruf bei Torerfolgen solle vermieden werden, man solle vorsichtig mit überemotionaler und zu euphorischer Berichterstattung sein, dennoch sollten die Reportagen aber nicht langweilig oder zurückgenommen wirken.

Nach der Erfahrung des Autors hat sich der Sprechstil der Fußball-Berichterstattung ohne Stadionpublikum verändert. Wenn die Stimmungsäußerungen der Zuschauer*innen, die die Spannung und den Rhythmus eines Spiels widerspiegeln

und so die Reportage mitsteuern, fehlen, kann sich der Reporter nur am Ballgeschehen auf dem Rasen orientieren. Einen stimmlich-sprecherischen Spannungsbogen zu erzeugen fällt so deutlich schwerer. Außerdem ist der Reporter viel stärker als Experte bei der Einschätzung von Situationen gefordert, die ansonsten die Zuschauer*innen auf eine gewisse Art und Weise vorgeben. Wenn beispielsweise eine Schiedsrichter-Entscheidung für einen Großteil der Zuschauer*innen fragwürdig erscheint, muss der Reporter dies thematisieren. Wenn kein Stadionpublikum da ist, kann es passieren, dass der Reporter keinen Anlass sieht, darüber zu sprechen. Hieran wird deutlich, dass Fußball-Reporter*innen im Radio normalerweise nicht nur als Vermittler*innen des Spielgeschehens gefordert sind, sondern auch als Teil des Stadionpublikums.

Insgesamt wirken die Spiele weniger spannend als mit Zuschauer*innen. Inzwischen beobachtet der Autor bei sich und anderen aber einen gewissen Gewöhnungseffekt, der die „Euphorie-Bremse“ vom Anfang der Pandemie lockert: Die Unterschiede im Sprechen von Fußballreportagen mit versus ohne Zuschauer*innen erscheinen nicht mehr ganz so groß. Das gilt vor allem für Melodieführung, Pausensetzung, Sprechspannung und Sprechtonhöhe. Allerdings ist die Tendenz zum Rufen deutlich geringer, Torjubel fallen zurückhaltender aus.

9 Fazit

Es liegt nahe, die sprachliche und sprecherische Gestaltung in Fußballreportagen als genrespezifisch zu klassifizieren. Mittels sprachlicher sowie stimmlich-sprecherischer Dynamik erfüllen die Reporter die an sie gerichtete journalistische Aufgabe einer (Live)-Reportage. Die Ergebnisse der Reporter-Befragung lassen zudem auf ein hohes Zielgruppenbewusstsein schließen. Indem die Reporter ihr Sprechen und ihre Sprache an die Dynamik des Spielgeschehens anpassen, geben sie den Hörer*innen eine Orientierung im Spiel. Untersuchungen zu Fußballreportagen müssen deshalb zwingend unter Beachtung des jeweiligen Spielgeschehens durchgeführt werden – und, wie die Pandemie-Erfahrung zeigt, auch unter Beachtung des jeweiligen Stimmungsbeitrags des Stadionpublikums. Die Einteilung eines Fußballspiels in Spannungsphasen stellt eine Möglichkeit der Substilisierung von Sprach- und Sprechstil(en) in Fußballreportagen dar.

Es konnte gezeigt werden, dass die Reporter auf bestimmte Veränderungen im Spielverlauf fast zeitgleich und gleichermaßen reagieren. Aus den gut vergleichbaren sechs Reportagen im Korpus lässt sich ableiten, dass die Reporter systematisch zwischen einem eher sachlichen Stil in ruhigen Spielphasen, einem emotionalisierten Stil in spannungsreichen Spielphasen und Nachschilderungen

unterscheiden und spielbezogen wechseln. In der Untersuchung fanden sich auch Anhaltspunkte für das systematische, vermutlich ganz bewusste Spiel der Reporter mit ihrer Stimme. Dabei konnten reporterspezifische Präferenzen auditiv erfasst werden, die sich beispielsweise in der melodischen Gestaltung oder in charakteristischen Tonsprüngen äußern. Die vergleichende Untersuchung legt den Schluss nahe, dass in Fußballreportagen nach erworbenen genretypischen Mustern agiert wird, die durch individuelle Nuancen modifiziert werden. Je nach Zielpublikum und Senderformat zeigen sich Unterschiede in der inhaltlichen Fokussierung und sprachlichen Gestaltung der Reportagen.

Literatur

- Brandt, W. (1983): Zeitstruktur und Tempusgebrauch in Fussballreportagen des Hörfunks. Marburg.
- Breindl, E. / Pasch, R. / Waßner, U. H. (Hg.) (2014): Handbuch der deutschen Konnektoren. Semantik der deutschen Satzverknüpfen. Berlin.
- Burkhardt, A. (Hg.) (2009): Flickflack, Foul und Tsukahara – Der Sport und seine Sprache. Mannheim.
- Crystal, D. / Davy, D. (1983): Investigating English style. Longman Harlow.
- Dankert, H. (1969): Sportsprache und Kommunikation. Untersuchungen zur Struktur der Fußballsprache und zum Stil der Sportberichterstattung. Tübingen.
- Drescher, W. (1941): Der Sport im deutschen Rundfunk. Würzburg.
- Eib, F. (2018a): Fußballreportagen im Radio. Eine Analyse sprechstilistischer Merkmale. Masterarbeit Universität Halle (Saale). (unveröff. Mskr.).
- Eib, F. (2018b): Fußballreportagen im Radio. Eine grammatisch-pragmatische Analyse. Masterarbeit Universität Leipzig. (unveröff. Mskr.).
- Geratewohl, F. (1932): Technik und Ästhetik des Rundfunk-Vortrags. In: Hüppens, T. (Hg.): Rufer und Hörer. Monatshefte für den Rundfunk unter Mitwirkung der Reichs-Rundfunk-Gesellschaft. Jahrgang 1. Heft 10, S. 425–432.
- Gerhard, H. (2006): Die Fußball-WM als Fernsehesevent. In: Media Perspektiven 9, S. 465–474.
- Glendenning, R. (1953): Just a word in your ear. Stanley Paul London.
- Kern, F. (2010): Speaking dramatically – The prosody of live radio commentary of football matches. In: Barth-Weingarten, D. (Hg.): Prosody in interaction. Amsterdam, S. 217–237.
- Kleinstüber, H. J. (2012): Radio: Eine Einführung. Wiesbaden.
- Koch, N. / Zimmermann, J. (2012): Fernseher an, Fußball ab. In: Horizont 49, S. 21–22.
- Kuhn, W. / Maier, W. (1978): Beiträge zur Analyse des Fußballspiels. Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft. Bd. 16. Schorndorf.

- Lavric, E. / Pisek, G. / Skinner, A. / Stadler, W. (Hg.) (2008): *The linguistics of football*. Tübingen.
- Marriott, S. (1995): Intersubjectivity and Temporal Reference in Television Commentary. In: *Time & Society*. Bd. 4 (3), S. 345–364.
- Marriott, S. (1996): Time and time again: ‚live‘ television commentary and the construction of replay talk. In: *Media, Culture & Society*. Bd. 18, S. 69–86.
- Morris, B. S. / Nydahl, J. (1985): Sport Spectacle as Drama. In: *The Journal of Popular Culture*. Bd.18, Nr. 4, S. 101–110.
- Müller, T. / Mayr, R. (2007): Speech rate, time pressure and emotion in English and German football commentary. In: Weinert, R. (Hg.): *Spoken language pragmatics: an analysis of form-function relations*. London, S. 160–181.
- Naß, B. / Rodenbüsch, J. / Theißen, K. / Kriegbaum, L. (Hg.) (2017): *Handbuch für Blindenreportage im Fußball*. Berlin.
- Rosenbaum, D. (1969): *Die Sprache der Fussballreportage im Hörfunk*. Diss. Universität Saarbrücken. (unveröff. Mskr.).
- Rühle, A. (2017): Sportprofile im deutschen Fernsehen 2016. In: *Media Perspektiven* 10, S. 493–508.
- Scheu, H. R. (2017): Sportreportage. In: v. La Roche, W. / Buchholz, A. (Hg.): *Radiojournalismus*. Wiesbaden, S. 229–238.
- Scheu, H. R. (2000): Sportreportage. In: v. La Roche, W. / Buchholz, A. (Hg.): *Radiojournalismus*. München, S. 199–206.
- Schütt, T. (2013): Orientierungsprobleme Deiktische Prozeduren in Fußballreportagen. Münster.
- Selting, M. et al. (2009): Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2). In: *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 10, S. 353–402. <http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2009/px-gat2.pdf> (21.04.2021)
- Tolson, A. (2006): *Media talk: spoken discourse on TV and radio*. Edinburgh.
- Vollmert-Spiesky, S. (1996): *Vergleichende Untersuchung der Lexik des Fußballspiels im Russischen, Polnischen und Deutschen: ein Beitrag zur Eurolinguistik*. Wiesbaden.
- Vorwerk, G. (o. J.): *Die Fußballreportage im frühen Rundfunk*. Deutsches Rundfunkarchiv. <https://www.dra.de/de/entdecken/der-klang-der-weimarer-zeit/die-fussballreportage-im-fruehen-rundfunk/> (27.10.2020)
- Whannel, G. (1992): *Fields in Vision*. New York.

Danksagung

Wir danken den befragten Reportern dafür, dass sie sich zu den Interviews bereit erklärt haben.

Vorlesen versus freies Sprechen im Hörbuch

Anne Nieper, Ravensburg



Das Hörbuch ist ein faszinierendes Medium, welches sich einer wachsenden Beliebtheit erfreut. Inhaltlich zeichnet sich die deutsche Hörbuchlandschaft durch eine große Diversität aus: Von Belletristik und Lyrik, über Sachliteratur und Ratgeber, bis hin zu Sprachkursen existiert ein breites Angebot an Produktionen, welche unter der Bezeichnung Hörbuch vertrieben werden. Hinsichtlich der sprecherischen Produktionsweise dominiert jedoch eine Form des Hörbuchs den deutschen Hörbuchmarkt: das vorgelesene Hörbuch. Aus diesem Grund wird im Alltag häufig der Begriff des Hörbuchs mit dem vorgelesenen Hörbuch gleichgesetzt. Gleichzeitig existieren jedoch einige wenige Produktionen, welche andere sprecherische Produktionsweisen als das Vorlesen aufweisen und durch diese Besonderheit aus der Masse der vorgelesenen Hörbücher hervorstechen. Zu diesen Sonderformen des Hörbuchsprechens zählt auch das freie Sprechen.

Ziel dieses Artikels ist es, das freie Sprechen im Hörbuch als Alternative zum Vorlesen zu beschreiben. Dazu werden Charakteristika des Vorlesens als dominierende Form des Hörbuchsprechens und des freien Sprechens als Sonderfall im Hörbuch dargelegt und miteinander verglichen. Zudem wird ein prominentes Beispiel für freies Hörbuchsprechen vorgestellt, um die theoretischen Erkenntnisse zu veranschaulichen. Bei dem Beispiel handelt es sich um eine Hörbuchaufnahme des österreichischen Autors, Musikers und Hörbuchsprechers Michael Köhlmeier, der mit seinen frei gesprochenen Hörbuchproduktionen große Bekanntheit erlangte und ein beinahe einzigartiges Phänomen auf dem Hörbuchmarkt darstellt.

1 Vorlesen im Hörbuch als häufigste Produktionsform

Vorgelesene Hörbücher basieren auf einem bereits schriftlich existierenden Text, welcher von einem bzw. einer oder mehreren Sprecher*innen eingesprochen wird

(vgl. Häusermann 2010a, 13–14). Der eingesprochene Hör-Text kann beispielsweise eine für das Hörbuch adaptierte Version eines bereits existierenden zumeist literarischen Werkes sein. In der Regel ist der Hör-Text in diesen Fällen stark an den Originaltext angelehnt und wird häufig lediglich gekürzt. Allerdings existieren auch vorgelesene Hörbuchproduktionen, für die eigens ein neuer Text geschrieben wurde (vgl. Heudecker 2006, 84). Das Vorhandensein einer schriftlich fixierten Textvorlage und die Nähe zum Originaltext spiegeln sich auch in der sprecherischen Produktionsweise von Lesungen wider, dem Vorlesen. Im Gegensatz zu anderen sprecherischen Produktionsweisen, wie beispielsweise Rezitieren, Deklamieren und Zitieren, welche im Zusammenhang mit der sprecherischen Tätigkeit in künstlerischen Kontexten häufig genannt werden und ebenfalls einen vorgegebenen Text zur Vorlage haben, setzt das Vorlesen im Moment seines Vollzugs eine schriftlich fixierte Vorlage (z. B. eine Buchvorlagen oder ein ausformuliertes Manuskript) voraus, die 1:1 sprecherisch realisiert wird. Müller (2007, 26) schreibt dazu: „Das Vorlesen ist sichtbar dem physisch anwesenden Buch verpflichtet, das Rezitieren, auch wenn es auswendig erfolgt, seiner virtuellen Anwesenheit“. Das Rezitieren setzt demnach zwar wie das Vorlesen eine vorgegebene Textvorlage voraus; diese kann allerdings auch auswendig vorgetragen werden.

Wenn ein Sprecher oder eine Sprecherin einen bereits schriftlich vorliegenden Text wiedergibt, bezeichnet Häusermann (vgl. 2010b, 191) dies als reproduzierendes Sprechen. Auch in der sprechwissenschaftlichen Definition des Vorlesens von Ockel (2004, 84) steht in erster Linie „die sprecherische Vermittlung des Gelesenen [...] für einen oder mehrere Hörer“ beim Vorlesen im Vordergrund. Ockel fügt dem Vorlesen jedoch eine weitere Dimension hinzu, da die Sprecher*innen den Zuhörer*innen beim Vorlesen „die eigene Leserbegegnung mit dem Text [mitteilen]“ (ebd.). Dieser Zusatz beinhaltet einen interpretierenden Aspekt des Vorlesens, der die Auseinandersetzung der Sprecher*innen mit dem Text voraussetzt und sich in der sprecherischen Realisierung der Textvorlage äußert. Somit wird in dieser Hinsicht unter Vorlesen nicht nur die reine mündliche Wiedergabe und Vermittlung geschriebener Sprache und damit reproduzierendes Sprechen verstanden, sondern auch eine Form des textinterpretierenden bzw. gestaltenden Sprechens. Gutenberg (2005, 377) fasst diese beiden Aspekte des Vorlesens in folgender Definition zusammen:

„In der Sprechwissenschaft gilt Vorlesen als eine Form des reproduzierenden Sprechendens: ein Prozess, bei dem eine adäquate Schallform (Schwereabstufung, Kadenzierung, Gliederung) für eine gegebene Schallform (Text) entwickelt wird, sodass eine Sinnintention ausgedrückt werden kann, für die diese Textgestalt möglich ist.“

Handelt es sich bei den Textvorlagen um künstlerische Texte, verschafft dieser zusätzliche interpretierende Aspekt auch dem Vorlesen einen künstlerischen Charakter. In diesem Sinne versteht Travkina (2010, 12) das Vorlesen im Hörbuch als „die künstlerisch interpretierende und reproduzierende Tätigkeit des Sprechers eines literarischen Textes“. Eine bewusste künstlerische Interpretation beim Vorlesen kann nur vollzogen werden, wenn sich die Sprechenden im Vorfeld des sprecherischen Ereignisses mit dem Text auseinandergesetzt haben. Dadurch kann sich der Sprecher oder die Sprecherin vor dem Ereignis mit dem Text vertraut machen und eine Sprechfassung entwickeln, wie Neuber (vgl. 2004, 200) es in den Erarbeitungsphasen einer künstlerischen Sprechfassung beschreibt (Erstrezption, rezep tive und rezep tiv-produktive Aneignung und eigentlicher Vortrag). Somit ist den Sprecher*innen im Vorfeld der sprecherischen Realisation die inhaltliche und sprachliche Gestalt der Textvorlage und, nach der Aneignung und Erarbeitung, auch die sprecherische Gestalt des Hör-Textes bewusst. Während des Sprechens wird somit „der Gedanke [...] im Bewusstsein seiner Bekanntheit wiedergegeben“ (Häusermann 2010b, 191). Für Produktionen vorgelesener Hörbücher bedeutet dies, dass den Sprecher*innen in der Regel im Vorfeld der Studioaufnahme die Textvorlage zugeschiedt wird. Die Sprechenden kennen also die inhaltlichen, strukturellen und sprachlichen Eigenschaften des Textes und können sich zusätzlich über die Entstehung und Inhalte des Textes informieren. Anhand all dieser Informationen erarbeiten sie eine Haltung zum Text sowie darauf aufbauend eine Sprechfassung. In ihrer Interpretation sind Vorleser*innen nicht komplett frei, da das Vorhandensein einer Textvorlage eine enge Bindung der sprecherischen Realisation daran zur Folge hat. Dabei stellt die Textvorlage bezüglich ihrer genrespezifischen und genreübergreifenden Merkmale bestimmte Anforderungen an das Sprechen. So existieren beispielsweise unterschiedliche Anforderungen an das Sprechen, je nachdem aus welcher literarischen Gattung der Text stammt; zu den als genreübergreifenden Aspekten zählen Merkmale wie Interpunktion, syntaktische Struktur und zusätzliche Sprecheranweisungen. Als problematisch kann sich vor allem erweisen, dass die schriftlich ausformulierten Hör-Texte häufig komplexe, schriftsprachliche Strukturen aufweisen, welche nicht im Hinblick auf eine ausgeprägte Hörerverständlichkeit konzipiert wurden. Laut Gutenberg (1998; 2001) kann das auch zu einer sprecherischen Gestaltung führen, die nicht dem Sinn der Sprachform entspricht und damit die Hörerverständlichkeit verringert. Geißner und Wachtel (2003, 195) fordern daher: „Wer Hörerverständlichkeit erreichen möchte, sollte sprechen können, das heißt keine vorformulierten oder auswendig gelernten Sätze reproduzieren, sondern die Gedanken in der konkreten Situation vor den Hörern und für sie im Sprechen neu

entwickeln“. Da dies beim Vorlesen eines schriftlich vorgefassten Texts nicht möglich ist, müssen Sprecher*innen von vorgelesenen Hörbüchern diese Herausforderung anders bewältigen.

Die potentiell verminderte Hörverständlichkeit beim Vorlesen ist jedoch kein hörbuchspezifisches Problem. Auch im deutschen Hörfunk ist das Vorlesen von ausformulierten Texten, beispielweise von Nachrichtentexten, die übliche sprecherische Produktionsweise, worunter mitunter die Hörverständlichkeit leidet (vgl. z. B. Tietge 2009, Apel 2018, Schwenke 2020). Tietge (2009) untersuchte daraufhin in einer Fallstudie, inwiefern das Sprechen anhand eines Stichwortzettels die Hörverständlichkeit der Nachrichten verbesserte. Diese alternative Möglichkeit ist Sprecher*innen von vorgelesenen Hörbüchern, die sich zumeist sehr nahe an originalen Textvorlagen und deren Formulierungen orientieren, nicht gegeben. Die Sprecher*innen stehen demnach vor der großen Herausforderung, den Text hörerverständlich zu präsentieren, ohne ihn strukturell verändern zu dürfen.

2 Freies Sprechen im Hörbuch als Alternative zum Vorlesen

Neben den überwiegend auf einer schriftlich fixierten Textvorlage basierenden Hörbuchproduktionen existieren auch einige wenige Produktionen, welche ohne einen im Vorfeld der Aufnahme ausformulierten Text produziert werden. Diese Produktionen werden im Folgenden als frei gesprochene Hörbücher bezeichnet. Wie bereits festgestellt wurde, bilden frei gesprochene Hörbücher im Hörbuchsegment momentan eher eine Ausnahme. Generell ist das freie Sprechen in den Medien ein eher seltenes Phänomen. Radio- und Fernsehproduktionen basieren in der Regel auf Manuskripten, welche vorgelesen werden. Interessant ist, dass in bestimmten Situationen versucht wird, die Anmutung des freien Sprechens vor dem Mikrofon zu erzeugen. So stellt Tolson (2006) an inszeniertes, auf Skripten basierendes Sprechen in den Medien gewisse Anforderungen, zu denen auch das Konzept der *Liveliness* zählt. Darunter versteht Tolson (vgl. ebd., 11–14) rhetorische Eigenschaften, die den Eindruck bei den Hörer*innen hervorrufen, dass das Gesprochene im Moment spontan entsteht und frei formuliert wird. Mediensprechen soll nichts von seiner schriftlichen Grundlage erahnen lassen. Stattdessen soll es als spontan formulierte Äußerungen wahrgenommen werden, so wie es in Alltagsgesprächen der Fall ist. Diese künstlich hergestellte Spontaneität, welche Tolson für Mediengespräche fordert, führt der Autor auf ein gewisses Bedürfnis nach der Lebendigkeit freien Sprechens in den Medien erkennen. Interessant ist daher, wie das Mediensprechen, das tatsächlich frei stattfindet, konkret im Hörbuch vollzogen wird.

Allen Situationen, in denen frei gesprochen wird, ist gemein, dass die Sprechenden ihre Äußerungen erst im Moment des Sprechens ausformulieren. Die Erschaffung des Hör-Textes fällt zeitgleich mit der mündlichen Aufführung zusammen (vgl. Janz-Peschke 2010, 332). Das freie Sprechen unterscheidet sich daher vom Vorlesen hinsichtlich der Entstehungsprozesse des Gesprochenen. Dies betrifft vornehmlich die Entstehung des Wortlauts und damit den Wortlaut selbst, welcher beim Vorlesen bereits im Vorfeld des Sprechens festgelegt ist, beim freien Sprechen dagegen erst während des Sprechens entsteht (vgl. Stock 1996, 81). So ist auch bei einem frei gesprochenen Hörbuch der Hör-Text eigens für die Audio-Aufzeichnung konzipiert und wird ohne Vorlage oder Manuskript eingesprochen (vgl. Binczek 2012, 60). Insofern können Sprecher*innen frei gesprochener Hörbücher anders als bei vorgelesenen Hörbüchern im Vorfeld keine konkrete Sprechfassung erarbeiten, da es keine feststehende sprachliche Vorlage gibt. Die Sprecher*innen sind nicht an die genretypischen und genreübergreifenden Merkmale eines Textes bei der sprecherischen Realisation gebunden. Stattdessen stehen sie vor der Herausforderung, keinerlei Vorlage zu haben und somit die eigenen Gedanken im Moment des Sprechens auszuformulieren und zu gestalten.

Entstehen Hör-Texte wie beim frei gesprochenen Hörbuch erst während des Sprechens, bezeichnet Häusermann (vgl. 2010b, 191) dies als produzierendes Sprechen, welches im Gegensatz zum reproduzierenden Sprechen einer ausformulierten Textvorlage steht. Dadurch, dass beim produzierenden Sprechen nicht bereits Vorformuliertes wiedergegeben wird, kann in diesem Zusammenhang auch vom freien Formulieren der Gedanken gesprochen werden. Frei formulierte Äußerungen sind somit das Ergebnis von sogenannten Sprechdenkprozessen. Dies bedeutet, dass die Gedanken beim freien Sprechen im Gegensatz zum Vorlesen erst mit dem Aussprechen verfertigt werden (vgl. u. a. Pabst-Weinschenk 2004, 63–66). Dadurch ist der Prozess des Sprechdenkens ein komplexer und sehr störungsanfälliger Vorgang. Auf die einzelnen Phasen des Sprechdenkprozesses soll an dieser Stelle nicht ausführlich eingegangen werden; verschiedene Modelle zum Ablauf des Sprechdenkens von der Planung bis zum Sprechen wurden u. a. von Drach (1926), Winkler (1954), Levelt (1989), Barthel (1992) und Gutenberg (2001) entwickelt. Die Schwierigkeiten liegen in der Kompliziertheit der Herstellung des inneren sprachlichen Konzepts sowie der „Gleichzeitigkeit von Konzeptentwicklung und artikulatorischer Ausführung“ (Stock 1996, 81). Denken und Sprechen verlaufen demnach häufig parallel, sodass die Gedanken noch nicht vollständig im Kopf ausformuliert sind, bevor mit dem Sprechen begonnen wird (vgl. Pabst-Weinschenk 2004, 67). Die Vollendung der Gedanken findet erst im Moment des Sprechens statt. Das hat Heinrich von Kleist bereits 1805 als „Die

allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden“ bezeichnet. Der Sprechdenkprozess fordert in seiner Konzeptualisierung und Kodierung von frei formulierten Äußerungen Zeit (vgl. Kleist 1805). Spricht ein Sprecher bzw. eine Sprecherin beispielsweise schneller als der Sprechdenkprozess verläuft, kommt es zu Stockungen, Verzögerungen, Versprechern oder Pausen, die z. T. mit Verzögerungspartikeln gefüllt werden (vgl. ebd.). Anders als beim reproduzierenden Sprechen, bei dem bereits Ausformuliertes Wort für Wort wiedergegeben wird und damit der Formulierungsprozess wegfällt, wird beim produzierenden Sprechen demnach die klangliche Gestalt der Äußerungen nicht nur durch die inhaltlichen und strukturalen Eigenschaften des Sprechtextes geprägt, sondern auch durch die an die Konzeptualisierung und Kodierung gekoppelten Formulierungsprozesse.

3 Erzählen als Form des freien Sprechens

Wie bereits erwähnt, findet das freie Sprechen in unterschiedlichen Situationen statt und kann daher diverse Formen annehmen. Im Folgenden soll auf eine Form des freien Sprechens eingegangen werden, welche im Zusammenhang mit Produktionen frei gesprochener Hörbücher häufig erwähnt wird: das Erzählen. Damit ist in diesem Zusammenhang nicht die literarische Gattung der Erzählung gemeint und auch nicht die Grundhaltung in epischen Texten. Unter Erzählen wird in diesem Fall die sprecherische Produktionsweise bzw. die sprachliche kommunikative Handlung in ihrer mündlichen Form verstanden (vgl. Becker / Stude 2017, 1). Das mündliche Erzählen kann unterschiedliche Formen annehmen. Allgemein formuliert ist eine Erzählung die Darstellung eines singulären Sachverhaltes, wobei die dazugehörigen Ereignisse chronologisch geordnet und räumlich, zeitlich und kausal aufeinander bezogen dargestellt werden (vgl. Martinez 2017, 2). Ein wesentliches Merkmal des Erzählens ist, dass es sich dabei um eine sogenannte übersatzmäßige Diskurseinheit handelt, was bedeutet, dass das Erzählen mehr als nur eine Äußerung umfasst (vgl. Becker / Stude 2017, 6). Im Gegensatz zu anderen Formen des freien Sprechens wird beim Erzählen die emotionale Einbeziehung der Zuhörer*innen angestrebt, welche durch unterschiedliche inhaltliche, aber auch sprecherische Mittel erreicht werden kann. Damit weist das Erzählen subjektive und emotionale Züge auf (vgl. ebd., 10). Durch diese Eigenschaft eignet sich das Erzählen besonders für das freie Sprechen in künstlerischen Kontexten wie dem Hörbuch.

Für die vorliegende Auseinandersetzung mit dem Erzählen im Hörbuch ist in erster Linie die Abgrenzung des professionellen künstlerischen Erzählens vom alltäglichen Erzählen wichtig (vgl. Merz 2014, 13). Erzählen ist zwar ein alltägliches Phänomen, doch das professionelle künstlerische Erzählen beherrscht nicht jeder: „Der Erzähler, der vor einem Publikum erzählt, positioniert sich zwischen ihm und der Kunst.“ Wardetzky (2007, 41 f.). Wie bei anderen sprecherischen Realisierungsformen in künstlerischen Kontexten ist das Ziel auch beim künstlerischen Erzählen, den Zuhörer*innen den Inhalt durch das bewusst gestaltete, künstlerische Wort zu vermitteln. Beim künstlerischen Erzählen als Form des freien Sprechens wird diese bewusste Gestaltung jedoch dadurch erschwert, dass es keine feststehende Textvorlage gibt und der Hör-Text erst im Moment des Sprechens entsteht. Auf die Herausforderungen der dabei stattfindenden Sprechdenprozesse wurde bereits hingewiesen.

Professionelle Erzähler*innen erstaunen jedoch mit ihrer flüssigen Erzählweise und ihrem scheinbar grenzenlosen Gedächtnisvermögen (vgl. Janz-Peschke 2010, 334). Sie scheinen sich ihrer Sprechden- und Formulierungsprozesse bewusst zu sein, sodass es viel weniger zu den sonst so typischen sprachlichen und sprecherischen Phänomenen des freien Sprechens (wie Umplanungen, Versprecher, Zögerungen usw.) kommt. Wardetzky (2007, 48) geht dabei noch einen Schritt weiter, indem sie professionellen Erzähler*innen die Fähigkeit zuspricht „Oralität und Literalität miteinander in ein ausbalanciertes Verhältnis [...] bringen [zu können]“. Demnach vermeiden professionelle Erzähler*innen alltagssprachliche oder umgangssprachliche Wendungen, ohne jedoch dabei die Mündlichkeit und Lebendigkeit des Erzählens zu verlieren. Somit scheinen beim künstlerischen Erzählen die Grenzen zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit zu verschwimmen. Die Ursachen für die beeindruckenden sprecherischen Leistungen künstlerischer Erzähler*innen sind vielschichtig. Zunächst sei diesbezüglich festgehalten, dass das professionelle künstlerische Erzählen ein langwährender Übungsprozess ist. Da es keine Ausbildung zum Erzähler gibt, können die Fertigkeiten des künstlerischen Erzählens nur durch das Erzählen an sich erworben werden, gemäß dem Motto: *learning by doing* (vgl. ebd., 32). Erfahrene Erzähler*innen bilden ihr Können somit über Jahre aus und haben dementsprechend viel Übung. Zudem kann als wichtiger Grund für die erstaunliche Erzählleistung professioneller Erzähler*innen angesehen werden, dass sie sich beim künstlerischen Erzählen, anders als beim alltäglichen Erzählen, im Vorfeld ihrer Darbietungen wie andere Sprechkünstler*innen intensiv mit dem jeweiligen Inhalt und ihrer Erzählsituation auseinandersetzen. Merz (2014, 14) formuliert dies wie folgt: „Der Erzähler arbeitet [...] nicht willkürlich, sondern passt Inhalt und Darstellungsweise an die

gegebenen historischen, sozialen und persönlichen Umstände an“. So beziehen Erzähler*innen auch ihr Wissen um ihre Hörerschaft in ihre Vorbereitung mit ein (vgl. ebd., 20). Damit weist die Vorbereitung auf das künstlerische Erzählen Parallelen zu den Einflussfaktoren für die Erarbeitung einer reproduzierten künstlerischen Sprechfassung auf (vgl. Neuber 2004, 200: Sprecher*in (innere und äußere Situation), Hörer*in (innere und äußere Situation), Werk/Text, Realisationsform).

In Anbetracht des letztgenannten Aspekts könnte daher diskutiert werden, inwiefern es sich beim künstlerischen Erzählen überhaupt um eine Form des freien Sprechens bzw. um rein produzierendes Sprechen im Sinne von spontaner Mündlichkeit handelt, wie in den meisten Fällen des alltäglichen Erzählens, oder ob das künstlerische Erzählen auch reproduzierende Züge wie das Vorlesen oder Schauspielen aufweist. Denn in der Regel wird nacherzählt statt neu erzählt und meist dient ein bereits schriftlich fixierter Text als inhaltliche Vorlage für die mündliche Erzählung (vgl. Wardetzky 2007, 26). Janz-Peschke (2010) und Stock (1996) kommen zu dem Ergebnis, dass vermeintlich frei formulierte künstlerische Erzählungen tatsächlich weniger frei und spontan sind als zunächst angenommen, da sich professionelle Erzähler*innen bestimmter mnemotechnischer Verfahren bedienen, die ihnen dabei helfen, die Herausforderungen des freien Sprechens zu meistern. Dazu zählt beispielsweise die „unentwegte Aktivität des Registrierens und Wiederholens“ (Janz-Peschke 2010, 335), welche in einem umfangreichen Gedächtnis-Reservoir fest gespeicherter Eindrücke resultiert, die der Autor frei variierend miteinander verknüpfen kann (vgl. ebd., 336). Zudem existieren sprachliche Bausteine, die als formelhafte Versatzstücke im Gedächtnisspeicher abgelegt sind und als wiederkehrende Einheiten in die Erzählungen eingebaut werden (vgl. ebd. 338, vgl. Stock 1996, 81 f.). Zu diesen Bausteinen zählen u. a. phraseologische Wendungen, Redensarten, Zitate und Sprichwörter. Frei nacherzählende Märchenerzähler*innen verzichten beispielsweise gewiss nicht auf die tradierten Formeln „Es war einmal“ oder „Und wenn sie nicht gestorben sind“.

Insofern kann das künstlerische Erzählen aufgrund der angewandten Techniken nicht als rein produzierendes Sprechen angesehen werden. Gerade Nacherzählungen schriftlich fixierter Stoffe oder Wiedererzählungen weisen reproduzierende Züge sowohl auf inhaltlicher als auch auf sprachlicher Ebene auf. Dennoch bleibt das künstlerische Erzählen trotz aller Vorbereitung und mnemotechnischer Verfahren eine Form des freien Sprechens. Professionelle künstlerische Erzähler*innen sind nicht auf die exakte Wiedergabe einer Textvorlage angewiesen. Statt vorzulesen oder Auswendiggelerntes zu rezitieren setzen sie die memorierten

Bausteine frei improvisierend zusammen. Denn Improvisieren heißt nicht nur, etwas ohne umfangreiche Vorbereitung aus dem Stegreif zu tun, sondern auch, die im Vorfeld angeeigneten Kenntnisse um Strukturen, Inhalte und Formen mithilfe des gesamten mnemotechnischen und sprecherischen Repertoires in einem möglichst offenen Prozess abzurufen und variierend zusammensetzen zu können (vgl. Janz-Peschke 2010, 336). Darin besteht die Lebendigkeit und Freiheit des mündlichen Erzählens, welche stark an Tolsons (2006) Forderung nach *Liveliness* im Mediensprechen erinnert. Aufgrund der Gestaltungsfreiheit tritt zudem beim Erzählen die Persönlichkeit der sprechenden Person viel deutlicher hervor, da sie selbst indirekt zum Autor bzw. zur Autorin des Hör-Textes wird und ihren individuellen Fokus beim Erzählen legen kann. Auch Nacherzähler*innen sind keine reinen Reproduzent*innen, da sie sich ihre Vorlagen auf individuelle Art und Weise aneignen und selbst entscheiden, was sie wiedergeben und wie sie es sprecherisch gestalten (vgl. Merz 2014, 18).

4 Prosodie beim Vorlesen und beim freien Sprechen

Die unterschiedlichen Entstehungsprozesse des Gesprochenen und damit verbunden die ungleichen Ausmaße des Sprechplanungsaufwands beim Vorlesen und freien Sprechen haben auch unterschiedliche Ausprägungen der prosodischen Mittel zur Folge (vgl. Stock 1996, 22). Besonders betrifft dies die Merkmale der Akzentuierung, Gliederung und Rhythmisierung (vgl. ebd., 70). Stock schreibt dazu, dass sich aus den unterschiedlichen Sprechmechanismen der Psyche bei den beiden sprecherischen Formen Gliederungs- und Rhythmisierungsunterschiede ergeben, die ohne Schwierigkeiten zu erkennen sind (vgl. ebd.). Laut Meinhold (vgl. 2019, 15–18) besteht beim freien Sprechen ohne textliche Vorlage die Herausforderung darin, die zum Teil simultan ablaufenden internen Prozesse der gedanklichen und innersprachlichen Planung sowie der artikulatorischen Realisation zu koordinieren und zeitlich abzustimmen, ohne dass das strenge Zeitregime des Sprechens unterbrochen wird. Stock (1996, 81) bezeichnet dies als die „Gleichzeitigkeit von Konzeptentwicklung und artikulatorischer Ausführung“. Daher liegt es nahe, dass bei Störungen innerhalb des Planungsprozesses, beispielsweise wenn zu wenige oder zu viele Informationen für die sprecherische Realisierung vorliegen, in erster Linie die temporalen Abläufe des Sprechens betroffen sind. Das äußert sich sprecherisch in der Ausprägung der temporalen prosodischen Merkmale (vgl. Meinhold 2019, 15). Dazu zählen sprachliche Fehler, artikulatorisch bedingte Versprecher und Verzögerungen (vgl. Stock 1996, 83).

Diese Phänomene werden als Defizite der sprecherischen Realisierung wahrgenommen. Das Ziel des freien Sprechens ist daher in der Regel eine „Glätte des artikulatorischen Prozesses“ (Meinhold 2019, 26) bzw. eine möglichst hohe fluency of speech (vgl. ebd.). Allerdings kommt es hierbei auf den Kontext an, da insbesondere Verzögerungen in Form von Pausen auch bewusst sprechkünstlerisch oder rhetorisch als sogenannte Staupausen (vgl. ebd., 47) oder rhetorische Auflösungen (vgl. Neuber 2013, 135) zur Gestaltung eingesetzt werden können. Im Gegensatz zum freien Sprechen wird den Sprechenden beim Vorlesen die Verantwortung der Koordination der Sprechplanung durch das Vorhandensein einer ausformulierten Textvorlage abgenommen. Daher ist die Möglichkeit eines gleichmäßigen störungsfreien Zeitverlaufs des Sprechens von vornherein gegeben (vgl. Meinhold 2019, 26 f.). Daraus resultiert jedoch auch eine geringere Akzeptanz gegenüber Fehlleistungen, da die Hauptfehlerquelle, die durch die internen Sprechplanungsabläufe bedingt wird, nicht vorhanden ist (vgl. ebd., 27). Die Herausforderung beim reproduzierenden Sprechen liegt eher in der adäquaten sprecherischen Realisierung der Textvorlage. Meinhold (vgl. ebd.) fügt hinzu, dass eine dem Text gerechte, störungsfreie Lesung erst dann erreicht werden kann, wenn während des Vorlesens der Inhalt mitvollzogen wird, was beispielsweise durch die bewusste Erarbeitung einer Sprechfassung erzielt werden kann (vgl. Neuber 2004, 200). Die Ausprägung der prosodischen Merkmale wird daher beim Vorlesen weitestgehend von der inhaltlichen und sprachlichen Struktur der Textvorlage und weniger von parallel laufenden Sprechplanungsprozessen mitbestimmt.

Die unterschiedlichen zeitlichen Strukturformen beim Vorlesen und freien Sprechen lassen sich u. a. am Auftreten von Pausen festmachen. Aufgrund des zusätzlichen Zeitaufwands der inneren Planungsprozesse weist das freie Sprechen tendenziell eine höhere Pausenhäufigkeit, einen geringeren Pausenabstand und dadurch insgesamt eine höhere Gesamtpausenzeit als das Vorlesen auf (vgl. Meinhold 2019, 35). Dies hat zur Folge, dass beim freien Sprechen der Anteil der Pausenzeit an der Gesamtsprechzeit zumeist höher ist als beim Vorlesen (vgl. ebd., 36 f.; vgl. Goldman-Eisler 1968, 31; Geißner 1988, 158; Bose 1994, 138). Häufige und längere Pausen im Sprechfluss frei produzierenden Sprechens können daher auf stockende Sprechdenkprozesse hinweisen. Beim Vorlesen fallen hingegen die Planungsprozesse weg und die Bedeutungserschließung der vorzulesenden Inhalte ist vergleichsweise weniger aufwändig. Dadurch weisen vorgelesene sprecherische Realisationen tendenziell weniger Pausen, einen größeren Pausenabstand und damit eine kürzere Pausenzeit insgesamt auf (vgl. Meinhold 2019, 35). Als Folge sinkt der Anteil der Pausenzeit an der Gesamtsprechzeit (vgl. ebd.,

36 f.). Allerdings wird die Häufigkeit und Dauer der Pausen beim Vorlesen maßgeblich durch die Art der Textvorlage und die Sprechhaltung mitbestimmt (vgl. ebd., 35).

Neben den eben benannten Pauseneigenschaften führen die komplexen Sprechplanungsprozesse beim freien Sprechen außerdem dazu, dass „neben den syntaktisch-inhaltlich begründeten Pausen zahlreiche weitere Unterbrechungen auftreten“ (Stock 1996, 85). Auch Bose (vgl. 1994, 59) und Goldman-Eisler (vgl. 1968, 14) stellen fest, dass neben den von den Sprecher*innen bewusst zur Gliederung oder Aufmerksamkeitslenkung eingesetzten Pausen auch ungewollte Unterbrechungen des Sprechflusses auftreten können. Diese entstehen häufig aufgrund von Planungsschwierigkeiten oder Unsicherheit. Beim Vorlesen ist die Gliederung durch Pausen in erster Linie durch die Textvorlage bzw. deren inhaltliche und sprachliche Struktur definiert (vgl. Stock 1996, 89). Daher stimmen die Gliederungssignale beim Vorlesen in der Regel mit den syntaktischen Texteinheiten überein (vgl. Bose 1994, 58). Winkler (vgl. 1973, 116 f.) begründet dies u. a. mit dem Vorhandensein von Satzzeichen in einem schriftlich vorliegenden Text, an denen sich die Sprecher*innen visuell orientieren können (vgl. ebd., 118). So kommt es laut Winkler dazu, dass die sog. *Lesesprache* einerseits die Spuren der Sprechplanung verwischt, ihre Gliederung andererseits aber den Sinnaufbau des Textes deutlicher herausarbeitet (vgl., ebd.).

Ein weiteres prosodisches Merkmal der temporalen Struktur ist die Sprechgeschwindigkeit. Durch den größeren Zeitaufwand weisen frei gesprochene Äußerungen im Vergleich zu vorgelesenen tendenziell eine geringere Sprechgeschwindigkeit auf (vgl. Winkler 1973, 115; vgl. Bose 1994, 137). Beim Vorlesen ist die Sprechgeschwindigkeit stark an die Art der Textvorlage und die Emotionalität der Sprechhaltung gebunden. Bose (vgl. 1994, 138) und Meinhold (vgl. 2019, 85) stellen zudem beim freien Sprechen eine höhere Geschwindigkeitsfluktuation von Sprechphase zu Sprechphase fest.

Neben Erkenntnissen zu den temporalen Merkmalen beim Vorlesen und freien Sprechen verweisen einige Autor*innen zusätzlich auf die Sprechmelodie, hinsichtlich derer sich das freie Sprechen und das Vorlesen voneinander unterscheiden. Bose (vgl. 1994, 138) und Winkler (vgl. 1973, 120) stellen fest, dass beim freien Sprechen seltener finaler Melodiefall auftritt, sondern dass die Sprechmelodie am Ende von sprecherischen Einheiten häufig in der Schwebelage bleibt oder steigt. Auch Stock (vgl. 1996, 115) verweist auf das häufige Auftreten von schwebender Endmelodie am Ende von rhythmischen Gruppen. Als Gründe dafür benennt er die Furcht vor dem Unterbrochenwerden durch andere Sprecher*innen

im Gespräch oder einen allgemeinen Mangel an sprecherischer Erfahrung (vgl. ebd.). Janz-Peschke (vgl. 2010, 343) geht von einer anderen Ursache aus: Sie führt dieses Phänomen auf die Anordnung der Inhalte beim freien Sprechen zurück, welche sich durch eine tendenziell gleichrangige Struktur auszeichnet und sich dadurch von der eher hierarchischen Struktur beim schriftlichen Sprachgebrauch unterscheidet (vgl. ebd.). Die assoziative Aneinanderreihung der Gedanken beim freien Sprechen ist demzufolge eine weitere mögliche Ursache für die schwebenden Endmelodien (vgl. ebd.).

Die hier aus der sprechwissenschaftlich-phonetischen Fachliteratur entnommenen Erkenntnisse zeigen die unterschiedlichen Ausprägungen der prosodischen Merkmale des Vorlesens und freien Sprechens, welche in erster Linie in den unterschiedlichen Sprechplanungsanforderungen begründet sind. Tendenziell erscheint die prosodische Struktur beim freien Sprechen unregelmäßiger als beim Vorlesen. Dass dies jedoch nicht der Fall sein muss, wurde bereits im vorangegangenen Abschnitt zu den professionellen künstlerischen Erzähler*innen angedeutet, welche eine erstaunlich hohe fluency of speech erreichen. Auch dazu lassen sich Erklärungsansätze in der Fachliteratur finden. Laut Goldman-Eisler haben der Grad der Vorbereitung und die Geübtheit der Sprecher*innen Auswirkungen auf die Häufigkeit und Länge von Pausen beim freien Sprechen. Vorbereitete oder geübte Sprecher*innen weisen tendenziell weniger Unterbrechungen im Sprechfluss auf (vgl. Goldman-Eisler 1968, 17). Auch Winkler (1973, 111) vermutet, dass das freie Sprechen besser funktioniert, je intensiver die Sprecher*innen sich mit dem Inhalt auseinandergesetzt haben, ohne ihn jedoch konkret auszuformulieren, und je sprach- und sprechgewandter die Sprecher*innen sind. Nach Meinhold (2019, 26) ermöglicht neben einer guten Organisation der zeitlichen Struktur der einzelnen Sprechplanungs- und Artikulationsschritte auch „ein gut organisiertes, d. h. mit minimaler Zugriffszeit zur Verfügung stehendes reiches sprachliches Formenrepertoire [...], das souveräne und zeitsparende Anwendung gestattet“, einen störungsfreien Sprechablauf. Papst-Weinschenk (vgl. 2004, 65) sieht als Voraussetzung für das gelingende freie Sprechen einen umfangreichen Wortschatz und die Kenntnis vielfältiger Satzmuster an. All diese Erkenntnisse bestätigen die Tendenzen aus dem vorangegangenen Kapitel und verdeutlichen, dass beim freien Sprechen nicht zwingend Defizite hinsichtlich der prosodischen Struktur auftreten.

5 Der Erzähler Michael Köhlmeier

Michael Köhlmeier ist einer der bekanntesten und erfolgreichsten österreichischen Schriftsteller. Sein Werk zeichnet sich durch eine große Anzahl von Veröffentlichungen sowie eine hohe Vielfalt aus. Seine literarische Bandbreite reicht von Romanen wie *Abendland* (2007), *Die Abenteuer des Joel Spazierer* (2013) und *Zwei Herren am Strand* (2014) sowie Novellen über Hörspiele bis hin zu Theaterstücken, Drehbüchern und Liedern (vgl. Austria Forum 2009). Neben diversen weiteren Auszeichnungen erhielt er 2017 für sein literarisches Schaffen den Literaturpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung (vgl. Braun 2017). Zusätzlich zu seiner literarischen Tätigkeit erlangte Köhlmeier große Bekanntheit durch seine frei gesprochenen Hörbücher, in denen er sich vor allem Nacherzählungen narrativ tradierter Stoffe wie Märchen und den Sagen der griechischen Antike widmet. Darüber hinaus erzählt er in weiteren Produktionen die Nibelungensage, die Bibel und einige Dramen von William Shakespeare nach (vgl. Merz 2014, 10). Köhlmeiers sprecherische Tätigkeiten werden dabei von der Öffentlichkeit nicht nur beachtet, sie erhalten auch große Anerkennung. In einem Artikel der *Welt* (Nüchtern 2014) wird der Autor als „Natural Born Narrator“ bezeichnet, als „Sprechsteller“. Die FAZ nennt Köhlmeier in einem Artikel (Kegel 2013) einen „virtuose[n] Geschichtenerfinder, ein[en] Erzähler wie aus vergangenen Zeiten“, und in der Jurybegründung zur Verleihung des Literaturpreises der Konrad-Adenauer-Stiftung heißt es: „Köhlmeier ist ein begnadeter Fabulator, der auch als Nacherzähler klassischer Mythen und biblischer Geschichten sowie im mündlichen Erzählen überzeugt.“ (Gamradt 2017). Die große Anzahl seiner veröffentlichten Nacherzählungen und die positiven Kritiken verweisen darauf, dass Köhlmeiers Nacherzählungen durch besondere Professionalität und ein hohes Können gekennzeichnet sind und sich einer großen Beliebtheit erfreuen.

Michael Köhlmeier ist kein ausgebildeter Schauspieler oder Sprecher. Es lassen sich in der Literatur keine Hinweise darauf finden, dass der Autor das Erzählen in einer bestimmten Art und Weise gelernt hat (vgl. Merz, 2014, 23). Köhlmeier selbst bezeichnet sich als „erzählenden Schriftsteller“ (WDR-Mediathek 2019, 00:22-00:24). Das Erzählen ist ein wichtiger Teil seines literarischen Schaffens (vgl. Merz 2014, 5). So widmet er sich nicht nur der mündlichen Nacherzählung tradierter Stoffe, sondern thematisiert das Erzählen auch in seinen schriftlichen Publikationen, indem er es als gestaltendes Element in seine Romane einflieht (vgl. Scheichl 2001). Zudem scheint das Erzählen schon immer ein wichtiger Teil im Leben des Autors gewesen zu sein. Die Lust am Erzählen ist ihm bereits in der frühesten Kindheit durch seine Familie vermittelt worden. Im Vorwort zu seiner

veröffentlichten Märchensammlung *Märchen-Dekameron* bezeichnet Köhlmeier (2011, 10) seine Familie gar als „erzählsüchtig“, sodass es ihm, dem damals eher die Rolle des Zuhörers zukam, zeitweilig zu viel wurde, wenn Eltern und Schwester erzählten. Unter allen Familienmitgliedern sieht Köhlmeier seine Großmutter als die beste Erzählerin an (vgl. ebd.). Als Junge war er besonders von ihrer Art zu erzählen fasziniert. Sie verzichtete auf eine variationsreiche stimmliche und sprecherische Gestaltung, wurde nie laut und „hat auch nicht mit der Stimme gespielt.“ (ebd., 11). Stattdessen war ihre Sprechweise monoton „und sie wurde monotoner und leiser, je länger die Geschichte dauerte.“ (ebd.). Zudem setzte seine Großmutter Pausen, die z. T. unberechenbar waren und damit eine Spannung in der Erzählung auslösten (vgl. ebd., 12). Damit scheint sie nachhaltigen Erzählgeschmack Köhlmeiers geprägt zu haben, der auch heute noch ein stark variierendes und gestaltendes Erzählen als langweilig und übertrieben empfindet und selbst darauf verzichtet (vgl. WDR-Mediathek 2019, 02:04-02:06).

Über seine eigene Entwicklung vom Zuhörer zum Erzähler schreibt Köhlmeier (1996b, 181–183):

„Ich habe sehr bald die Erfahrung gemacht, dass es nicht genügt, sich diese Geschichten nur anzuhören. Man muss sie selbst erzählen. Man muss sie erzählend weiterspinnen. So und nur so eignet man sich diesen Schatz an. Erzählen heißt ja nicht nur etwas weitergeben, was man weiß [...]. Erst während [der Erzähler] die Geschichten ausbreitet, beginnt er sie zu begreifen, versteht er, dass sie aus unendlich vielen Schichten aufgebaut sind, von denen nur eine bestimmt ist, von ihm freigelegt zu werden. Deshalb ist Erzählen, selbst das einfachste Nacherzählen, immer auch Erfinden. [...] Jeder, der eine Geschichte weitererzählt hat, hat sie im Erzählen zu seinem Eigentum gemacht, hat sie neu erfunden, hat der Geschichte seine eigene Seele geliehen.“

Köhlmeier sieht die selbstständige Aneignung eines Erzählstoffes als essenzielle Voraussetzung für das Erzählen an, um individuell und improvisierend damit umgehen zu können. Es kann daher davon ausgegangen werden, dass auch Köhlmeier sich intensiv mit seinen Erzählstoffen im Vorfeld der Erzählungen auseinandersetzt.

6 Beispiel: Klassische Sagen des Altertums (Michael Köhlmeier 1995)

1995 erhielt der Autor aufgrund seiner langen Rundfunkerfahrung vom ORF den Auftrag, eine Serie mit Erzählungen der griechischen Sagen und Mythen zu gestalten. Die große Beliebtheit der Radioepisoden führte schließlich dazu, dass diese im Nachhinein der Ausstrahlung als Hörbuch produziert wurden (*Klassische Sagen des Altertums*, Teile I–III, 1995–1997, ORF Edition Radio Literatur). Die von Köhlmeier erzählten Radioepisoden wurden (sprachlich leicht geglättet) verschriftet und unter demselben Titel auch als gedrucktes Buch publiziert (Köhlmeier 1996b).

Sagen und Mythen zählen zu den Stoffen der oralen Erzähltradition, die sich dadurch auszeichnen, „mündliche Erzählungen zu sein, deren Erzähltext fixiert wurde“ (Merz 2014, 34). So wurden die Geschichten der griechischen Antike lange Zeit mündlich überliefert und erst einige Jahrhunderte später durch Dichter wie Homer, Hesiod und Ovid aufgeschrieben (vgl. ebd., 66). Meist weisen daher die schriftlichen Versionen mündlich tradierten Stoffe durch die lange Zeit ihrer Überlieferung immer noch charakteristische Züge mündlicher Erzählungen auf, weshalb sich auch die literarischen Versionen der Stoffe noch heute für das Sprechen eignen (vgl. Wardetzky 2007, 15). Berücksichtigt man, dass die bereits existierenden Sagen der griechischen Antike die inhaltliche Basis der Erzählung bilden, kann die sprecherische Produktionsweise bei den *Klassischen Sagen des Altertums* als künstlerische Nacherzählung konkretisiert werden.

6.1 Köhlmeiers erzählerischer Umgang mit dem Original

Köhlmeiers Vorgehensweise bei seinen Nacherzählungen kann als Antikenrezeption bezeichnet werden (vgl. Merz 2014, 69). Diese beinhaltet das Nach- und Neu-Erzählen von antiken Inhalten, wobei sowohl das Original im antiken Kontext als auch das daran angelehnte und daraus weiterentwickelte Endprodukt im Kontext der Rezipient*innen eine Rolle spielen. Köhlmeiers Auseinandersetzung mit den Originalstoffen ist daran zu erkennen, dass er in seinen Erzählungen z. T. direkt auf seine Quellen hinweist (vgl. ebd., 73). Allerdings erzählt Köhlmeier die Mythen auf seine eigene Art nach und erfüllt dadurch die neuerzählende Charakteristik der Antikenrezeption. Im Gegensatz zu anderen Nacherzählern der griechischen Sagen, wie beispielsweise Gustav Schwab, gibt Köhlmeier die tradierten Stoffe nicht einfach wieder, sondern bearbeitet sie. Dadurch erhalten seine Nach-

erzählungen eine erzählerische Subjektivität (vgl. ebd., 62). Er verschafft den alten Mythen durch seine Erzählweise Aktualität (vgl. ebd., 70). Dies erreicht er z. B. dadurch, dass er als kritischer Erzähler fungiert, der sich unterschiedlicher Quellen bedient und „[die] Geschichten aus der Sicht des 20. und 21. Jahrhunderts neu erzählt, kommentiert und bewertet“ (Scheichl 2001, 106), ohne jedoch, bei aller Reflexion und Wertung, „eine strenge Mythendeutung vorzunehmen“ (Merz 2014, 76). Zudem spricht er die Zuhörenden direkt an und stellt des Weiteren durch Parallelen zur Moderne einen Bezug zu seiner Zuhörerschaft her (vgl. ebd., 81). Ebenso liefert er im Verlauf der Nacherzählungen „illustrative Erklärungen und Hintergrundinformationen zum besseren Verständnis“ (ebd., 76). Damit verschafft er den Zuhörenden neue moderne Perspektiven auf die alten Erzählstoffe und regt sie gleichzeitig zur Reflexion darüber an (vgl. ebd.). In all diesen Merkmalen manifestiert sich Köhlmeiers Funktion als freier Erzähler, welcher im Gegensatz zu einem vorlesenden Sprecher im Moment des Sprechens persönlich an der Kreierung des Gesprochenen beteiligt ist, wodurch der Hör-Text auch inhaltlich eine Individualität erhält, die ein vorgelesener Text weniger aufweist.

Die moderne Aufbereitung der antiken Stoffe in Köhlmeiers Nacherzählungen äußert sich auch in der Sprache des Autors, welche Merz (ebd., 77) als „locker, oftmals umgangssprachlich und expressiv“ bezeichnet und zu der Scheichl (2001, 110) feststellt, dass sie „in keinem Element an den gehobenen, komplexen Satzbau älterer Literatur erinnert“. In diesem Sinne entspricht Köhlmeiers Erzählweise nach Wardetzky's Definition nicht derjenigen professioneller Sprecher*innen, die alltagsprachliche oder umgangssprachliche Wendungen eher vermeiden (vgl. Wardetzky 2007, 48). Dementgegen sieht Scheichl (vgl. 2001, 103 f.) in der modernen Sprache und dem inhaltlichen Umgang Köhlmeiers mit den antiken Erzählstoffen einen Hauptgrund für den Erfolg der Produktion. Auch Rothschild (2001, 220) resümiert in einem Artikel der Basler Zeitung zur Erzählweise Köhlmeiers in den *Klassischen Sagen der Antike*:

„Was diese Radioaufnahmen, die in einer Box mit fünf CDs aufbewahrt wurden, jedoch zur Sensation macht, ist das Wie. Köhlmeier erzählt die Geschichten nämlich, als kramte er sie gerade aus seiner Erinnerung, spontan, lebhaft, wie einen Bericht aus der eigenen Erfahrung. Er erzählt in einer heutigen, aber nicht in einer schnodderigen anbiederischen Sprache, mit allen Merkmalen der mündlichen Rede und völlig frei vom Schönklang professioneller Radiosprecher.“

Interessant ist, dass Rothschild (ebd.) in dieser Rezension neben den sprachlichen Merkmalen von Köhlmeiers Erzählweise auch auf die Merkmale der mündlichen

Rede verweist: „als kramte er [die Geschichten] gerade aus seiner Erinnerung“. Auch Scheichl (2001, 105) erwähnt in seinem Aufsatz die Mündlichkeit von Köhlmeiers Neu-Erzählungen, durch welche sie „eine in vergleichbaren Nachschöpfungen nicht zu findende Lockerheit verleiht“ bekommen. Die hier sehr umgangssprachlich und allgemein formulierten Hinweise deuten auf die sprecherischen Merkmale Köhlmeiers im Rahmen seines freien Nacherzählens hin. Den Zitaten ist zu entnehmen, dass es Köhlmeier gelingt, die Zuhörer*innen mit seiner lebendigen, spontan wirkenden Erzählweise zu fesseln, ohne dabei an Professionalität einzubüßen. Rothschilds (2001, 220) Zusatz, dass Köhlmeiers Erzählungen „völlig frei vom Schönklang professioneller Radiosprecher“ seien, erinnert zudem an Tolsons (2006) Forderung nach *Liveliness* beim Sprechen in den Medien. Im Unterschied zu Tolsons Konzept zeugt Köhlmeiers freie Nacherzählung allerdings nicht von der künstlich hergestellten, performativen Spontanität einer reproduzierten Textvorlage, sondern von einer tatsächlichen Spontanität.

6.2 Ausgewählte prosodische Charakteristika

In einer Pilotstudie wurden ausgewählte prosodische Charakteristika von Köhlmeiers Nacherzählung *Klassische Sagen des Altertums I* (1995, CD 1) untersucht und einer vergleichbaren Vorleseversion gegenübergestellt. Als Vergleich diente die vorgelesene Hörbuchproduktion *Sagen des klassischen Altertums* (2006) aus dem Audiolino-Verlag, welche auf dem verschrifteten Text der Radioepisoden im gleichnamigen Buch (Köhlmeier 1996b) basiert und von dem Schauspieler Henning Venske gesprochen wurde. Im Folgenden wird ein kurzer erzählter vs. vorgelesener Ausschnitt aus der Sage *Orpheus und Eurydike* hinsichtlich der Sprechgeschwindigkeit, Sprechgliederung, Akzentuierung und Endmelodisierung illustrativ vorgestellt. Die Auswahl dieser Merkmale beruht auf den im Kapitel 4 zusammengetragenen Erkenntnissen aus der bisherigen Prosodieforschung zum Vorlesen und freien Sprechen in nichtmedialen, nichtkünstlerischen Kontexten. Eine ausführliche Darlegung des Designs und weiterer Resultate der zugrunde liegenden empirischen Pilotstudie ist nachzulesen in Nieper (2019, 58–82).

In den Transkripten der beiden kurzen Ausschnitte (orientiert an GAT2, Selting et al. 2009) ist jeweils die Artikulationsgeschwindigkeit in Silben pro Sekunde angegeben. Die Audios sind verfügbar über den QR-Code zu Beginn des Artikels bzw. unter: <https://cloud.uni-halle.de/s/r5BGtMqb7PwyjVs>.

Erzählte Version (Michael Köhlmeier)

01	und DIEser arisTAios-	5,18 S/s
02	(0,9s) der erBLICKte-	5,97 S/s
03	(0,7s) euRYdike-	5,33 S/s
04	(0,4s) wie sie sich NIEderbeugte um die BLUMen-	6,08 S/s
05	(0,1s) zu PFLÜCKen-	4,84 S/s
06	(0,8s) und er WA:R-	5,17 S/s
07	(0,3s) AUgenblicklich von beGEHren erFÜLLT und-	5,31 S/s
08	(0,6s) GING zu ihr HIN ua;	5,05 S/s
09	(0,4s) euRYdike LIEF daVON arisTAios;	5,07 S/s
10	(0,4s) LIEF ihr HINterHER,	4,72 S/s
11	(0,9s) euRYdike-	5,00 S/s
12	(0,7s) hatte FURCHTBare ANGST vor diesem MANN,	4,52 S/s
13	(0,6s) der das NETZ über dem geSICHT hatte-	5,46 S/s
14	(1,2s) und sie BLICKte nicht auf den BODen und TRAT auf eine SCHLANGe.	5,99 S/s

Transkript 1: Orpheus und Eurydike (Ausschnitt, erzählt von Michael Köhlmeier, Audio 1)

Der erzählte Ausschnitt dauert insgesamt 27,8 Sekunden, er umfasst 14 Sprechabschnitte mit insgesamt 104 Silben und 13 Sprechpausen. Die mittlere Artikulationsgeschwindigkeit beträgt 5,31 Silben pro Sekunde, die mittlere Verstehensgeschwindigkeit (bezogen auf Sprechsilben und Pausen) 3,74 Silben pro Sekunde. Der Anteil der Pausenzeit an der Gesamtzeit beträgt 29,5 %.

Vorgelesene Version (Henning Venske)

01	DIEser arisTAios beOBachtete euRYdike;	5,28 S/s
02	(0,4s) wie sie sich NIEderbeugte um die BLUMen zu pflücken-	5,74 S/s
03	(1,1s) und er war AUgenblicklich von beGIERde erFÜLLT,	5,00 S/s
04	(0,4s) un:d RANnte auf sie zu.	4,11 S/s
05	(1,1s) euRYdike: lief daVON.	5,07 S/s
06	(0,5s) arisTAios-	5,06 S/s
07	(0,2s) LIEF ihr hinterHER.	5,81 S/s
08	(0,8s) euRYdike hatte FURCHTBare ANGST vor dem MANN,	6,63 S/s
09	(0,5s) der so ein: MERKWürdiges NETZ über dem geSICHT hatte,	4,93 S/s
10	(0,4s) U:ND sie BLICKte nicht auf den BODen und TRAT auf eine SCHLANGe.	5,44 S/s

Transkript 2: Orpheus und Eurydike (Ausschnitt, vorgelesen von Henning Venske, Audio 2)

Der vorgelesene Ausschnitt dauert insgesamt 25,7 Sekunden, er umfasst 10 Sprechabschnitte mit insgesamt 108 Silben und 10 Sprechpausen. Die mittlere Artikulationsgeschwindigkeit beträgt 5,35 Silben pro Sekunde, die mittlere Verstehensgeschwindigkeit 4,20 Silben pro Sekunde. Der Anteil der Pausenzeit an der Gesamtzeit beträgt 21,4%.

Bei fast gleicher Silbenzahl dauert die erzählte Version im Vergleich zur vorgelesenen etwa 2 Sekunden länger. Sie besteht aus einem einzigen prosodisch abgeschlossenen Ausspruch mit deutlich fallendem finalem Melodieverlauf, allerdings vielfach in Sprechabschnitte untergliedert. Die einzelnen Abschnitte sind überwiegend durch schwebende Endmelodie gekennzeichnet, seltener durch leicht fallende oder steigende Endmelodie. Das ist durchaus typisch für frei formulierendes Erzählen (vgl. Bose 1994, 138; Stock 1996, 115; Winkler 1973, 120). Mit der starken Sprechgliederung verbunden sind ein geringerer Silbenumfang der Sprechabschnitte und ein höherer Pausenzeitanteil, dadurch eine deutlich geringere Verstehensgeschwindigkeit (3,74 versus 4,20 Silb/s). Ebenfalls auffällig sind die zahlreichen Sprechgliederungen, die an syntaktisch unerwarteten Stellen vorkommen (sog. Binnenpausen, vgl. stellvertretend Bose 1994; Z. 02, 04, 06, 07 und 09). Sie erwecken den Eindruck, als würde Michael Köhlmeier den Inhalt einerseits im Moment des Erzählens planen (Z. 04, 07, 09), andererseits könnten sie aber auch zur Spannungssteigerung eingesetzt sein (Z. 02). Michael Köhlmeier setzt in diesem Ausschnitt außerordentlich viele Akzente (51 Akzente auf 104 Silben) und erreicht damit die Wirkung eines sehr eindringlichen Sprechens.

Die vorgelesene Version enthält dagegen vier prosodisch abgeschlossene Aussprüche mit final stark fallender Melodie (Z. 04, 05, 07, 10) – durchaus typisch für Vorlesen (vgl. Winkler, 1973, 121). Der Vorleser setzt weniger Pausen (10 versus 13), macht damit längere Sprechabschnitte. Es überwiegen Gliederungspausen zwischen semantisch-syntaktischen Einheiten. Nur einmal findet sich eine Binnenpause (Z. 06/07), möglicherweise zur Spannungssteigerung. Henning Venske setzt auf 108 Silben 27 Akzente, akzentuiert also im Mittel jede vierte Silbe.

6.3 Zusammenfassung

Die prosodischen Charakteristika der eben dargestellten kurzen Ausschnitte stehen exemplarisch für die Ergebnisse der gesamten Analyse (Nieper 2019). So weisen die dort untersuchten frei gesprochenen Hörbuchszene im Vergleich zu ihren vorgelesenen Pendanten insgesamt einen höheren Pausenzeitanteil, höhere mittlere Pausendauern und kürzere mittlere Pausenabstände auf; darüber hinaus einen höheren Binnenpausenanteil und Binnenpausenzeitanteil sowie durchschnittlich längere Grenz- und Binnenpausendauern. Zudem zeichnen sich die frei gesprochenen Szenen durch niedrigere Artikulations- und Verstehensgeschwindigkeiten sowie durch größere Anteile an schwebenden Endmelodien aus. Allerdings stellen die Analyseergebnisse dieser Pilotstudie lediglich erste Tendenzen

dar, welche durch zusätzliche Untersuchungen erweitert und verifiziert werden müssten.

Auch wenn einige prosodische Charakteristika in Köhlmeiers frei gesprochenem Hörbuch, beispielsweise der höhere Pausenzeitanteil, die höhere bezogene Pausenhäufigkeit und der niedrigere Pausenabstand (im Vergleich zur vorgelesenen Version) Ähnlichkeiten mit der Prosodie des freien Sprechens aufweisen (siehe Kapitel 5), kann daraus nicht automatisch auf einen höheren Sprechplanungsaufwand des Sprechers geschlossen werden. Denn wie bereits erwähnt, kann Köhlmeier aufgrund seiner Fähigkeiten und Erfahrung im freien Erzählen durchaus zu den professionellen künstlerischen Erzählern gerechnet werden, welche sich intensiv vorbereiten und mit ihren Inhalten ausführlich auseinandersetzen. Daher ist es ebenso denkbar, dass Köhlmeier diese sprecherischen Merkmale, wie auch die häufigeren Binnenpausen und schwebenden Endmelodien, stilistisch bewusst einsetzt, um Spannung zu erzeugen und bei den Zuhörer*innen den Eindruck zu erwecken, als ob sie am gedanklichen Entstehungsprozess der Inhalte beteiligt sind. So könnte Rothschilds (2001, 220) oben berichtete Wirkung, Köhlmeier krame seine Erzählungen im Moment des Sprechens aus seiner Erinnerung, durchaus in den ermittelten Ausprägungen der temporalen prosodischen Merkmale begründet liegen. Um detailliertere Ergebnisse zur Erzählweise Köhlmeiers zu erlangen und eindeutige Zusammenhänge zwischen Erzählweise und deren spontan und lebhaft wirkender Anmutung herstellen zu können, müssten weiterführende Untersuchungen durchgeführt werden, die beispielsweise auch über die rein prosodische Ebene hinausgehen.

Literatur

- Apel, H. (2018): Nachrichten: hörbar informativ. Eine Untersuchung zur Text- und Hörverständlichkeit von Radionachrichten. Berlin.
- Austria-Forum, Stichwort Köhlmeier (2009). https://austria-forum.org/af/Biographien/Kohlmeier%2C_Michael (16.04.2020)
- Barthel, H. (1992): Einführung in die Pathopsycholinguistik. St. Ingbert.
- Becker, T. / Stude, J. (2017): Erzählen. Heidelberg.
- Binczek, N. (2012): Literatur als Sprechtext. Peter Kurzeck erzählt das Dorf seiner Kindheit. In: Literatur und Hörbuch. München, S. 60–70.
- Bose, I. (1994): Zur temporalen Struktur frei gesprochener Texte. Frankfurt a. M.
- Braun, M. (2017): Die Kunst des Erzählers. <https://www.kas.de/de/michael-koehlmeier-2017> (16.04.2020)
- Drach, E. (1926): Die redenden Künste. Leipzig.

- Gamradt, Saskia (2017): Über das Finden und Erfinden. <https://www.kas.de/de/veranstaltungsberichte/detail/-/content/-ueber-das-finden-und-erfinden-1> (16.04.2020)
- Geißner, H. (1988): mündlich: schriftlich. Sprechwissenschaftliche Analysen ‚freigesprochener‘ und ‚vorgelesener‘ Berichte. Frankfurt a. M.
- Geißner, H. / Wachtel, S. (2003): Schreiben fürs Hören. In: Muttersprache 3, S. 193–207.
- Goldman-Eisler, F. (1968): Psycholinguistics. Experiments in Spontaneous Speech. London.
- Gutenberg, N. (1998): Einzelstudien zu Sprechwissenschaft und Sprecherziehung. Göppingen.
- Gutenberg, N. (2001): Einführung in die Sprechwissenschaft und Sprecherziehung. Frankfurt a. M.
- Gutenberg, N. (2005): Stichwort ‚Leselehre‘. In: Glück, H. (Hg.): Lexikon Sprache. Stuttgart.
- Häusermann, J. (2010a): Das Medium Hörbuch. In: Häusermann, J. / Janz-Peschke, K. / Rühr, S. (Hg.): Das Hörbuch. Medium – Geschichte – Formen. Konstanz, S. 9–57.
- Häusermann, J. (2010b): Zur inhaltlichen Analyse von Hörbüchern. In: Häusermann, J. / Janz-Peschke, K. / Rühr, S. (Hg.): Das Hörbuch. Medium – Geschichte – Formen. Konstanz, S. 139–231.
- Heudecker, S. (2006): Hörbücher – Annäherung an ein Medium und seine Didaktik. In: Sprache und Sprechen 43, S. 81–91.
- Janz-Peschke, K. (2010): Hörbuch und Mündlichkeit. In: Häusermann, J. / Janz-Peschke, K. / Rühr, S. (Hg.): Das Hörbuch. Medium – Geschichte – Formen. Konstanz, S. 233–348.
- Kegel, S. (2013): Zu Besuch bei Michael Köhlmeier. Mörder, die wir lieben. FAZ.net vom 27.01.2013, 16.50 Uhr. <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/autoren/zu-besuch-bei-michael-koehlemeier-moerder-die-wir-lieben-12041353.html> (16.04.2020).
- Kleist, H. von (1805): Ueber die allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden. In: Lindau, P. (Hg.): Nord und Süd Bd. 4, Berlin, 1878, S. 3–7.
- Köhlmeier, M. (1995): Klassische Sagen des Altertums I. 5 CDs. Wien.
- Köhlmeier, M. (1996a): Klassische Sagen des Altertums II. 5 CDs. Wien.
- Köhlmeier, M. (1996b): Sagen des klassischen Altertums. München.
- Köhlmeier, M. (1997): Klassische Sagen des Altertums III. 5 CDs. Wien.
- Köhlmeier, M. (2006): Sagen des klassischen Altertums. 2 CDs. (Sprecher: Henning Venske). Hamburg.
- Köhlmeier, M. (2007): Abendland. München.
- Köhlmeier, M. (2011): Märchen-Dekamerone. Eine Weltreise in hundert Geschichten. München.
- Köhlmeier, M. (2013): Die Abenteuer des Joel Spazierier. München.
- Köhlmeier, M. (2014): Zwei Herren am Strand. München.
- Levelt, W. J. M. (1989): Speaking. From intention to articulation. Cambridge.
- Martínez, M. (2017): Was ist Erzählen? In: Martínez, M. (Hg.): Erzählen. Ein interdisziplinäres Handbuch. Stuttgart, S. 2–6.
- Meinhold, G. (2019): Kontextphonetische Zeitdaten gesprochener Sprache. In: Voigt-Zimmermann, S. / Lorenz, F. / Hüttner, A. (Hg.): Sprechwissenschaftliche Phonetik. Berlin, S. 9–100.
- Merz, J. (2014): Michael Köhlmeiers Märchen- und Sagenwelten. Frankfurt a. M. <https://d-nb.info/1065304285/34> (08.09.2020)

- Müller, L. (2007): Die zweite Stimme. Vortragskunst von Goethe bis Kafka. Berlin.
- Neuber, B. (2004): Sprecherische Erarbeitung künstlerischer Texte. In: Pabst-Weinschenk, M. (Hg.): Grundlagen der Sprechwissenschaft und Sprecherziehung. München, S. 198–202.
- Neuber, B. (2013): Paraverbale und nonverbale Anteile der rhetorischen Kommunikation. In: Bose, I. / Hirschfeld, U. / Neuber, B. / Stock, E. (Hg.): Einführung in die Sprechwissenschaft. Phonetik, Rhetorik, Sprechkunst. Tübingen, S. 134–140.
- Nieper, A. (2019): Frei gesprochene vs. vorgelesene Prosainhalte im Hörbuch – eine vergleichende auditiv-akustische Analyse der sprecherischen Produktionsweisen hinsichtlich ausgewählter prosodischer Merkmale. Masterarbeit Universität Halle (Saale). (unveröff. Mskr.).
- Nüchtern, Klaus (2014): Nackt auf einem Blatt Papier. https://www.welt.de/print/die_welt/literatur/article133408529/Nackt-auf-einem-Blatt-Papier.html (06.04.2020)
- Ockel, E. (2004): Leselehre. In: Pabst-Weinschenk, M. (Hg.): Grundlagen der Sprechwissenschaft und Sprecherziehung. München, S. 81–90.
- Pabst-Weinschenk, M. (2004): Hörverstehen und Sprechdenken. In: Pabst-Weinschenk, M. (Hg.): Grundlagen der Sprechwissenschaft und Sprecherziehung. München, S. 57–81.
- Rothschild, T. (2001): Klassische Antike gesprochen. In: Höfler, G. A. / Vellusig, R. (Hg.): Michael Köhlmeier. Graz, S. 219–220.
- Scheichl, S. P. (2001): Michael Köhlmeier als Neu-Erzähler. In: Höfler, G. A. / Vellusig, R. (Hg.): Michael Köhlmeier. Graz, S. 102–124.
- Schwenke, A. (2020): Nachrichten: mehr als informativ. Nachrichten-Sprechstile im Radio zwischen Formatierung und Hörverständlichkeit. Berlin.
- Selting, M. et al. (2009): Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2). In: Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion 10, S. 353–402. <http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2009/px-gat2.pdf> (21.04.2021)
- Stock, E. (1996): Deutsche Intonation. Berlin u. a.
- Tietge, C. (2009): Hörfunknachrichten – Sprechen nach Textvorlage und Stichwortzettel. In: Anders, L. C. / Bose, I. (Hg.): Aktuelle Forschungsthemen der Sprechwissenschaft 1. Frankfurt a. M., S. 179–195.
- Tolson, A. (2006): Media Talk. Edinburgh.
- Travkina, E. (2010): Sprechwissenschaftliche Untersuchung zur Wirkung vorgelesener Prosa (Hörbuch). Frankfurt a. M.
- Wardetzky, K. (2007): Projekt Erzählen. Hohengehren.
- WDR Mediathek <https://www1.wdr.de/mediathek/video-maerchenerzaehler-michael-koehlmeier-100.html> (25.07.2020)
- Winkler, C. (1954): Deutsche Sprechkunde und Sprecherziehung. Düsseldorf.
- Winkler, C. (1973): Frei gesprochen und gelesen. In: Moser, H. (Hg.): Linguistische Studien III. Düsseldorf, S. 111–125.

Kindgerechte Informationsaufbereitung in Audioguides

Lina Krüger, Leipzig



In diesem Beitrag wird eine empirische Untersuchung zu kindgerechter Informationsaufbereitung in Audioguides für Kinder vorgestellt. Zunächst werden Kennzeichen einer speziell auf die Bedürfnisse von Kindern zugeschnittenen Informationsaufbereitung erläutert und in Beziehung zu Audioguides für Kinder gesetzt. Dann werden die Ergebnisse der Untersuchung von sieben Audioguides für Kinder aus deutschen Museen vorgestellt. Untersucht wurden Audioqualität und Makrostruktur, Erzählweise und Charaktere sowie die sprachliche und sprecherische Gestaltung.

1 Kindgerechte Medienangebote

Kinder haben einen großen Wissensdurst und möchten verstehen, wie die Welt funktioniert (vgl. Schumacher / Schlinker 2009, 566). In welche Richtung diese Neugierde ausgeprägt ist, hängt von vielen Faktoren ab, unter anderem vom Alter des Kindes. Jüngere Kinder konzentrieren sich häufig auf ihre unmittelbare Lebens- und Erfahrungswelt, wohingegen mit steigendem Alter das Bedürfnis nach Informationen über die Welt im Allgemeinen wächst (vgl. Gleich / Schmitt 2009, 593). Bei der Rezeption medialer Wissensformate bringen Kinder meist andere Interessen und kognitive Fähigkeiten sowie ein anderes Vorwissen ein als Erwachsene. Um Rezeptionsschwierigkeiten zu verhindern, ist es notwendig, Informationen speziell für Kinder aufzubereiten. Diese spezielle Informationsaufbereitung kann bereits durch empirische (Pilot)-Untersuchungen belegt werden: für Kindernachrichten (Leuchte 2015) sowie für Nachrichten, die sich an bestimmte Zielgruppen richten, z. B. an Deutschlernende (Schwenke et al. 2015) oder an Menschen mit geistigen Handicaps (Gerhardt / Schwenke in diesem Band). Die Anpassung an spezielle Hörergruppen betrifft nicht nur die thematische und sprachliche Gestaltung, sondern auch die sprecherische Umsetzung und die Ansprache.

In medienwissenschaftlicher und -pädagogischer sowie in museumspädagogischer und sprechwissenschaftlicher Literatur wird von bestimmten Grundprinzipien ausgegangen, die eine kindgerechte Informationsaufbereitung überhaupt erst ermöglichen: Schaffung eines positiven Lernumfelds, Vermittlung eines positiven Umgangs mit Scheitern, Ernstnehmen von Kindern (vgl. z. B. Holler 2013, 23; Schumacher / Schlinker 2009, 569). Zudem wird empfohlen, mediale Formate so aufzubereiten, dass sie von der Perspektive der Kinder ausgehen, an ihre Lebens- und Erfahrungswelt anknüpfen und ihre Denk- und Handlungsfähigkeiten berücksichtigen. Dazu gehört, dass Kinder bei ihrem Wissensstand abgeholt werden, dass auf ihre Interessen eingegangen wird und dass stets das Alter der Zielgruppe und der daraus resultierende kognitive Entwicklungsstand berücksichtigt werden. Darüber hinaus sollten Wissensformate für Kinder immer eine Kombination aus Wissensvermittlung (durch Erklärungen) und Unterhaltung (zur Förderung von Motivation und Spaß am Lernen) darstellen (vgl. z. B. Gleich / Schmitt 2009, 597; Götz / Schwarz 2013, 31 f.; Holler 2013, 23 f.). Hervorgehoben wird zudem, dass eine kindgerechte Informationsaufbereitung maßgeblich bereits durch die Wahl der Inhalte beeinflusst wird. So wird empfohlen, sowohl Themen zu behandeln, die Kinder im Alter der jeweiligen Zielgruppe interessieren könnten, als auch Themen, die bezogen auf das Format einer Sendung als notwendig erachtet werden. Dabei sollte stets ein Gleichgewicht aus informativen und unterhaltenden Inhalten geschaffen werden. Sofern Themen behandelt werden, die nicht dem kindlichen Erfahrungshorizont entsprechen, ist es notwendig, eine Verbindung zwischen dem behandelten Thema und der kindlichen Lebenswelt zu schaffen (vgl. z. B. Helmes 1997, 316 f.; Mattusch 1998, 314; Serocka 2008, 58). Komplexe oder emotional belastende Themen sollten Kindern zwar nicht vorenthalten werden, bedürfen aber einer besonders sorgfältigen Aufbereitung (vgl. z. B. Krüger / Müller 2011, 395–406; Götz 2013, 19; Maier 2012, 28). Inhalte sollten umso verständlicher gestaltet werden, je komplexer sie sind. Dies gelingt beispielsweise durch den wohl dosierten Einsatz von dialogischen Elementen, Bildkommentaren, Erklärungen, humorvollen Elementen, aber auch durch Fokussieren und ggf. Weglassen von Informationen und durch Vermeidung extremer Bilder. Zudem können sich effektvolle Mittel positiv auf den Lerneffekt der Kinder auswirken; auf auditiver Ebene können das zum Beispiel Toneffekte und Musik sein.

Der Aufbau von kindgerechten Wissensformaten sollte sich durch Klarheit, Einfachheit und inhaltliche Kontinuität auszeichnen (vgl. z. B. Gleich / Schmitt 2009, 597; Holler 2013, 25). Als besonders geeignet gilt das Story Telling, also die Wiedergabe von Inhalten in Form einer Geschichte (vgl. z. B. Gleich / Schmitt 2009, 597; Bhatti 1999, 4). Mit den in Story-Formaten eingesetzten Charakteren sollten

sich die Kinder identifizieren oder emotional verbunden fühlen können. Dies kann beispielsweise über Gemeinsamkeiten hinsichtlich der Altersstufe und des Wissensstands erreicht werden. Kinder mögen es, wenn die Charaktere einen positiven Umgang mit Scheitern zeigen und durch aktives Handeln und Ausprobieren Problemlösungen selbst erarbeiten (vgl. z. B. Holler 2013, 23; Holler / Götz 2013, 41–44). Während Kinder in Wissensformaten selbst agieren können, um z. B. kindgerechte Themen zu präsentieren (vgl. z. B. Holler / Götz 2013, 43), sollten Nachrichtenmagazine dagegen von jungen Erwachsenen moderiert werden. Diese sollten in ihrem Auftreten älteren Geschwistern ähneln, persönlich eingebunden sein und eine lockere, aber dennoch sefrüose Atmosphäre schaffen (vgl. z. B. Gleich / Schmitt 2009, 596 f.; Schumacher / Schlinker 2009, 568; Krüger / Müller 2011, 408 f.). Die Sprache in Wissensformaten für Kinder sollte vor allem durch Einfachheit und Anschaulichkeit gekennzeichnet und tendenziell eher mündlichkeitsnah sein (vgl. z. B. Apel 2018, 357 f.; Gleich / Schmitt 2009, 597; Leuchte 2015, 84–88). Dies wird beispielsweise erreicht durch einfache syntaktische Strukturen, einfache, kurze Wörter sowie eher Verbal- als Nominalstil. Schwierige Wörter (z. B. Fachbegriffe) sollten entweder vermieden oder sofort erklärt werden.

Es existieren verschiedene mediale Angebote zur Wissensvermittlung speziell für Kinder. Dazu gehören zum Beispiel Kindernachrichten in Radio und Fernsehen (vgl. z. B. Leuchte 2015). Wie erste Untersuchungen zeigen (ebd.), ist das Sprechen in Kindernachrichten gekennzeichnet durch eine höhere Sprechstimmlage, einen größeren Stimmumfang sowie eine bewegte Sprechmelodie, kombiniert mit einer klaren Strukturierung durch Pausen und Akzente. Dadurch vermitteln die Sprecher*innen eine freundliche und zugewandte Ansprechhaltung und erzeugen eine aufmerksamkeitsbindende Spannung (ebd.). Nach Leuchte (ebd., 95–98) ist allerdings ein übertriebener Gebrauch dieses child directed speech-Registers zu vermeiden, da sonst den Kindern das Gefühl vermittelt wird, nicht ernstgenommen zu werden. Zur Orientierung sollten sich die Sprechenden im Studio ein konkretes Kind im mittleren Zielgruppenalter des Formats als Adressaten vorstellen (vgl. ebd.).

2 Audioguides für Kinder

In Museen und Galerien haben Audioguides, also elektronische Ausstellungsführer, aufgrund der technologischen Entwicklung in den letzten Jahrzehnten zuneh-

mend an Bedeutung gewonnen (vgl. Hagedorn-Saupe 2016, 365). Sie werden eingesetzt, um die Gäste auf ihrem Rundgang zu begleiten und ihnen Informationen zur präsentierten Ausstellung zu liefern. Die Informationen beziehen sich immer auf ein Exponat, einen Ort oder andere visuell wahrnehmbare Gegebenheiten. Bei der Nutzung treten also stets akustische und visuelle Signale gleichzeitig auf (vgl. Eder 2009, 24). Eine Sonderform stellen spezielle Audioguides für Menschen mit Sehbehinderung dar, auf die an dieser Stelle jedoch nicht näher eingegangen wird (vgl. hierzu Föhl et al. 2007). Klassischerweise handelt es sich bei Audioguides um Kompaktgeräte, die vor Ort ausgeliehen werden. Durch die Eingabe von festgelegten Nummern wird ein Audio zu einem bestimmten Exponat abgespielt, das den Besucher*innen Informationen über das jeweilige Objekt präsentiert (vgl. Eder 2009, 11 f.; Bsp. Internetquelle 2). Mittlerweile existieren auch technische Alternativen. So wird beispielsweise auf den Internetseiten einiger Museen die Möglichkeit geboten, sich die entsprechenden Audiodateien oder eine passende App kostenlos auf Smartphones, I-Pods oder MP3-Player herunterzuladen (Bsp. Internetquelle 3). Mitunter sind auch an den jeweiligen Ausstellungsstationen QR-Codes befestigt, welche mit dem Smartphone gescannt werden können, so dass anschließend die Audios erscheinen (Bsp. Internetquelle 4).

Seit den 1970er-Jahren bieten viele Museen zunehmend speziell auf Kinder zugeschnittene Programme an. Mittlerweile nehmen diese einen hohen Stellenwert ein und weisen ein breites Spektrum auf (vgl. Moyrer 2016, 249). So werden beispielsweise spezielle Angebote für Kinder und Familientage veranstaltet, Dauer- und Wechselausstellungen um kindgerechte Vermittlungsebenen ergänzt und ganze Mitmach- und Familienausstellungen konzipiert. Darüber hinaus gibt es spezielle Führungen, Ferienaktionen und Workshops für Kinder (vgl. ebd., 250). Zu den musealen Vermittlungsangeboten für Kinder gehören auch Audioguides, die die jeweiligen Objekte „sprachlich altersgerecht aufbereiten“ (ebd., 252), und so verständlich machen. Diese kindgerechten Audioguides können als ein Subgenre der Audioguides verstanden werden, welches primär darauf ausgelegt ist, Kinder zum Lernen anzuregen und für museale Ausstellungen zu interessieren. Sie ermöglichen einem Kind, „sich den ‚Dingen‘ auf unkonventionelle Art zu nähern, und eröffnen ihm Spielräume, eigene Entdeckungen zu machen und Schlüsse zu ziehen.“ (ebd.). Dabei werden meist Smartphones oder Tablets genutzt (vgl. ebd.), aber auch die konventionellen Audioguide-Geräte finden noch Verwendung (Bsp. Internetquelle 2). Die Festung Hohensalzburg beispielsweise begründet ihre Audioguides für Kinder mit der Notwendigkeit kindgerechter Informationsaufbereitung, denn Kinder hätten eine ganz eigene Art, Dinge zu lernen und zu entdecken (vgl. Internetquelle 1). Die speziellen Audioguides für Kinder sind deshalb „ganz

auf die Bedürfnisse von Kindern zugeschnitten“ (ebd.). Das Lenbachhaus in München will nach eigenen Angaben erreichen, dass sich die Kinder nicht wie ein „Alien“ (Internetquelle 5) vorkommen, sondern sich im Museum wohl und richtig fühlen und dem Museumsbesuch mehr abgewinnen können. Deshalb hat es Audioguides erstellt, die nicht nur Fakten nennen, sondern anschauliche und lustige Geschichten erzählen, die mit Geräuschen und Klängen ausgeschmückt sind. Auf diese Weise sollen die Interessen der Kinder angesprochen werden und der Museumsbesuch noch mehr Spaß machen (vgl. ebd.).

3 Empirische Untersuchung von Museums-Audioguides für Kinder

In einer empirischen Pilotuntersuchung wurden sieben für Kinder konzipierte Audioguides deutscher Museen analysiert, um herauszufinden, ob und inwiefern die erhobenen Audioguides Gemeinsamkeiten bezüglich der kindgerechten Informationsaufbereitung aufweisen. Entweder geht bereits aus der Bezeichnung oder Beschreibung der Audioguides klar hervor, dass sie speziell für Kinder konzipiert wurden (Beispiel AG1), oder die Museen haben das auf Nachfrage bestätigt (Beispiel AG3). Alle untersuchten Audioguides standen zum Untersuchungszeitpunkt online zur Verfügung. Sofern ein Museum beziehungsweise ein Museumsverband mehrere Audioguides angeboten hat, wurde derjenige mit den meisten Hörstationen aufgenommen (siehe Tabelle 1).

Name und Ort	Stationen (Anzahl und Länge)	Einleitung / Schluss	Erzählweise	Sprecher*innen insgesamt	Sprecher*innen relevant für Analyse
AG1 Meeresmuseum Stralsund	30 00:41– 04:06	ja / ja	Story-Format	1 Sprecher	<u>AG1 S1:</u> Taucher Jaques, fiktive Figur
AG2 Lenbachhaus München	10 02:51– 05:56	ja / nein	Story-Format, Erklärungen	11 Sprecher, 8 Sprecherinnen (7 Kinder)	<u>AG2 S1:</u> Sprecherin (Kind) <u>AG2 S2:</u> Sprecher (Kind), keine Rolle
AG3 Pinneberg Museum	23 00:14– 01:13	nein / nein	Frage-Antwort	3 Sprecherinnen (2 Kinder)	<u>AG3 S1:</u> Kind Sophie, keine Rolle <u>AG3 S2:</u> Leo (Kind) <u>AG3 S3:</u> Sprecherin

Name und Ort	Stationen (Anzahl und Länge)	Einleitung / Schluss	Erzählweise	Sprecher*innen insgesamt	Sprecher*innen relevant für Analyse
AG4 Gleimhaus Hal- berstadt	16 00:31– 01:57	ja/ nein	Story-Format	1 Sprecher (1 Kind)	<u>AG4 S1:</u> Kind Friedrich, fiktive Figur
AG5 Pompejanum Aschaffenburg	18 00:58– 06:43	ja / ja	Story-For- mat, Zusatzinfos	5 Sprecher, 3 Sprecherinnen (8 Kinder)	<u>AG5S2:</u> Erzähler (Kind) <u>AG5S3:</u> Valeria (Kind), fiktive Figur <u>AG5S4:</u> Quintus (Kind), fiktive Figur
AG6 Römermuseum Kastell Boiotro Passau	16 01:08– 02:19	ja / ja	Story-Format	2 Sprecher (1 Kind)	<u>AG6 S1:</u> Florianus (Kind), fiktive Figur
AG7 Museum für Mineralien und Mathematik Oberwolfach	10 01:03– 02:37	ja / ja	Frage-Ant- wort	1 Sprecher, 1 Sprecherin	<u>AG7 S1:</u> Sprecher Pi, fik- tive Figur <u>AG7 S2:</u> Sprecherin Phi, fiktive Figur

Tabelle 1: Korpusübersicht

Auf Basis der Literaturrecherche zu Kennzeichen kindgerechter Informationsaufbereitung wurden folgende Untersuchungskriterien bestimmt:

- Audioqualität
- Makrostruktur (Anzahl und Länge der Hörstationen, Gestaltung von Anfang und Ende der Führung, Gestaltung der Hörstationen)
- Erzählweise und Charaktere (Vorliegen eines Story-Formats, Konstruktion der Rahmenhandlung, agierende Figuren)
- sprachliche Gestaltung (Satzbau, Verbal- vs. Nominalstil, Fachwörter)
- sprecherische Gestaltung der Hauptcharaktere (Stimmhöhe und Tonhöhenverlauf, Lautheit, Sprechgeschwindigkeit, Akzentuierung und Ansprecherhaltung)

Makrostruktur

Die Audioguides für Kinder unterscheiden sich sowohl hinsichtlich der Anzahl als auch der Länge der Hörstationen deutlich. Ihre Anzahl variiert zwischen 10 und 30, ihre Länge zwischen 00:07 und 06:43 Minuten (siehe Tabelle 1 am Ende des Beitrags). Als Ursachen für die Unterschiede werden individuelle Faktoren der Museen vermutet, wie Größe der Ausstellung, Komplexität der Exponate und

Budget. Die Untersuchung der Audioqualität (z. B. Homogenität des Klangbildes, Präzision der Audiotbearbeitung, Störgeräusche) hat gezeigt, dass sich die Qualität der Audios deutlich unterscheidet und offensichtlich abhängig ist von den Gegebenheiten und Möglichkeiten der Museen. Auch die Qualität der sprecherischen Gestaltung durch die kindlichen und erwachsenen Sprecher*innen unterscheidet sich teilweise stark. Es scheint große Unterschiede hinsichtlich des sprecherischen Erfahrungsschatzes zu geben. Dieser Aspekt wurde in der vorliegenden Analyse jedoch nicht näher untersucht und bleibt weiterführenden Arbeiten vorbehalten.

Bezüglich der Makrostruktur wurde außerdem untersucht, ob die Audioguides für Kinder Gemeinsamkeiten hinsichtlich Anfang und Ende der Hörstationen aufweisen. Dabei zeigte sich, dass Einleitungen durchaus typisch sind (bei sechs der sieben Audioguides), siehe Transkript 1: AG1 (orthografische Wiedergabe des Wortlautes). Die Audios zu den im Beitrag behandelten Beispielen (Transkripten) sind verfügbar über den QR-Code zu Beginn des Artikels bzw. unter:

<https://cloud.uni-halle.de/s/FH2Iqcl3X9fZ5Or>.

01	AG1-S1:	Oh Hallo, grüß dich.
02		Sekunde, bin gleich soweit.
03		Nur noch die Flossen und fertig.
04		So.
05		Na sag mal, wie siehst du denn aus?
06		Da angelst du dir schon den mutigsten und schlauesten Taucher Jaques als Reiseführer und hast selber keinen Taucheranzug an und keinen Schnorchel dabei?
07		Na wie soll ich denn jetzt mit dir abtauchen und durch die Meere schnorcheln?
08		Nee ((<i>lacht</i>)) hab nur Spaß gemacht.
09		Hier im Meeresmuseum können wir natürlich auch ohne Taucherausrüstung abtauchen.
10		Aber bevor wir das tun, erkunden wir Neptuns Reich erst mal von Land aus.
11		Ich verspreche dir - bei meiner Taucherehre -, das wird ein spannendes Abenteuer.

Transkript 1: AG1, Hörstation 1, Audio 1

Die Einleitungen sind überwiegend nach dem gleichen Muster gestaltet. Alle sechs beinhalten sowohl eine direkte Begrüßung des Zuhörers oder der Zuhörerin als auch eine Vorstellung der Hauptcharaktere, liefern Hintergrundinformationen zum Museum und geben einen Ausblick auf das, was die Hörer*innen während des Audioguide-Rundgangs erwartet (siehe stellvertretend Transkript 1). Die Einleitungen unterscheiden sich lediglich danach, ob sie eine eigenständige Hörstation bilden oder Teil der Erklärung eines Exponates sind und ob die Funktionsweise des Audioguides explizit erklärt wird oder nicht. Im Gegensatz zur

Einleitung kommt eine explizite Schlusssequenz weniger häufig vor. Lediglich vier der sieben Audioguides werden gezielt beendet. Diese Schlüsse weisen nur eine Gemeinsamkeit auf, nämlich die direkte Verabschiedung des Zuhörers oder der ZuhörerIn durch die Hauptfiguren (siehe Transkript 2: AG6).

15	AG6-S1:	Bei den Ausgrabungen im heutigen Garten entdeckte man die Grundmauern des Klosters und mauerte sie wieder auf.
16		Draußen gibt es auch drei Guckies.
17		Sie sind so eine Art Ferngläser mit Blick in die Vergangenheit.
18		Einer steht unten im Garten und zwei oben auf der Terrasse des Museums.
19		Durch die Guckies siehst du, wie man sich das Kastell Boiotro an dieser Stelle vorstellen kann.
20		Aber bevor du gleich rausgehst, denk bitte daran, dass du deinen Audioguide an der Kasse am Eingang wieder zurückgibst.
21		Unser Rundgang ist jetzt nämlich zu Ende und ich muss wieder zurück nach Hause.
22		Hm, wie das duftet.
23		Meine Mutter hat sicher wieder etwas Leckeres gebacken.
24		Also mach's gut und noch viel Spaß im Römermuseum.

Transkript 2: AG6, Hörstation 15, Audio 2

Erzählweise und Charaktere

Die Erzählweise und der Einsatz der Charaktere innerhalb der Audioguides variieren teilweise stark. Die Audioguides AG1, AG4 und AG6 sind komplett im Story-Format gestaltet. Sie ähneln einander in der Konstruktion der Geschichten und im Einsatz der Charaktere stark: Es findet sich überwiegend eine einfach konstruierte Rahmenhandlung und es gibt jeweils nur eine tragende Hauptfigur. Allen drei Audioguides im Story-Format ist gemeinsam, dass die handelnden Hauptcharaktere stets fiktiv sind und einen thematischen Bezug zum Museum haben, wie beispielsweise der „Taucher Jacques“ im AG1 des Meeresmuseums Stralsund (siehe Transkript 1 oben). Die Figuren werden sehr detailliert und individualisiert dargestellt und im Verlauf eines Audioguides immer weiter ausgebaut. Die konstruierte Rahmenhandlung wird über den gesamten Audioguide hinweg aufrechterhalten, indem immer wieder durch thematische Bezüge daran angeknüpft wird. Unterschiede gibt es hinsichtlich der zeitlichen Erzählebene und dahingehend, ob das Museum als Teil der Geschichte eingebaut wird oder nicht. Rahmenhandlung und Hauptfigur werden bereits in der ersten Hörstation vorgestellt, wie aus dem Transkript 3 (AG4) hervorgeht:

01	AG4-S1:	Wo ist denn nur mein Federballschläger?
02		Oh, Besuch.
03		Guten Tag.
04		Ich wollte gerade Federball spielen, aber würde dich auch gerne vorher durch das Haus führen.
05		Mein Name ist Friedrich.
06		Ich wohne nebenan, bin aber oft hier, denn Gleim lehrt mich lesen und schreiben.
07		Er erzählt mir auch oft von seinen Freunden.
08		Das sind interessante Leute, vor allem Dichter.
09		Gleim kannst du hier von Angesicht kennenlernen.
10		Er ist in diesem ersten Ausstellungsraum sogar zweimal zu sehen.

Transkript 3: AG4, Hörstation 1, Audio 3

Der AG5 ist überwiegend im Story-Format gestaltet. Neben den Stationen, in denen die Geschichte erzählt wird, gibt es hier jedoch auch Stationen, in denen Zusatzinformationen gegeben werden. Auch beim AG2 (siehe Transkript 4) stellt das Story Telling nur eine von zwei Erzählweisen dar, in denen Informationen und Erklärungen zu den Exponaten gegeben werden. Den eigentlichen Rahmen dieses Audioguides bilden die Erklärungen einer Gruppe von sieben Kindern.

22	AG2-S6:	Das riesige Teil, das von oben herab ragt, ist das erste von einigen Kunstwerken, die wir dir heute anhand von interessanten Geschichten vorstellen wollen.
23		Mitgemacht haben
24	AG2-S2:	Aaron.
25	AG2-S7:	Jonathan.
26	AG2-S8:	Lilly.
27	AG2-S9:	Lorenz.
28	AG2-S1:	Medina.
29	AG2-S10:	Noah.
30	AG2-S6:	Und ich heiÙe Vaira.

Transkript 4: AG2, Hörstation 1, Audio 4

Die Geschichten im AG2 werden nur an ausgewählten Stellen eingesetzt, um bestimmte Informationen rund um die Exponate sowie die Künstler oder Künstlerinnen zu veranschaulichen. Sie werden stets von den Erläuterungen der Kinder eingerahmt, sind in sich abgeschlossen und thematisch voneinander unabhängig. Eine den gesamten Audioguide umfassende Rahmenhandlung mit gleichbleibenden Hauptfiguren gibt es nicht. Die Kinder, welche als Hauptcharaktere dieses Audioguides bezeichnet werden können, sind keine fiktiven Figuren. Die Sprecher*innen stellen sich in der ersten Hörstation namentlich vor (siehe Transkript 4). In den Geschichten werden die kindlichen Zuhörer nicht ins Geschehen

involviert, hingegen bei den Erklärungen durch die Sprecher-Kinder schon, da diese ihre Zuhörer*innen gelegentlich direkt ansprechen.

Die Audioguides AG3 und AG7 weisen keine Story-Elemente auf. Stattdessen kann die Erzählweise als eine Art Frage-Antwort-Wechsel zwischen fragenden und erklärenden Instanzen bezeichnet werden. Im AG7 begrüßen die agierenden Hauptfiguren in der ersten Hörstation die Zuhörer*in, wie auch in den anderen Audioguides (siehe Transkript 5). Sie stellen sich namentlich vor und erklären den Zuhörer*innen kurz, was diese beim Anhören des Audioguides erwartet. Allerdings erfährt man lediglich ihre Namen; detailliertere Informationen, die die Figuren persönlich charakterisieren würden, werden nicht gegeben.

01	AG7-S1:	Hallo und herzlich willkommen.
02		Ich bin Pi, und ich zeige meiner Freundin Phi den Mathematikteil des MiMa.
03	AG7-S2:	Hallo, ich bin Phi.
04		Sag mal Pi, warum heißt das MiMa eigentlich MiMa?
05	AG7-S1:	Also, das ist ganz einfach.
06		Mi steht für Mineralien und Ma für die Mathematik.
07		Zusammen heißt es MiMa.
08	AG7-S2:	Ah ok, das ist logisch.

Transkript 5: AG7, Hörstation 1, Audio 5

Bei sechs der sieben Audioguides werden die Zuhörenden in die Geschichten involviert oder zumindest begrüßt. Zudem wird klargemacht, wer spricht, warum diese Figur anwesend ist, wo man sich gemeinsam befindet, ob im realen Museum oder an einem fiktiv konstruierten Ort einer Geschichte, und was die Figuren und die Zuhörer*innen gemeinsam erwartet. Mitunter wird auch die Funktionsweise des Audioguides erklärt. Die Mehrheit der untersuchten Audioguides für Kinder legt Wert auf Transparenz, schafft eine persönliche Ebene zwischen Audioguide und Zuhörer*in, vermeidet Anonymität und geht über bloßes Informieren hinaus. Bei dem einen Audioguide, in dem die Figuren nicht vorgestellt werden, erfährt der oder die Zuhörende zumindest den Namen von zweien der drei Charaktere, so dass auch hier keine völlige Anonymität besteht. Auffällig ist, dass in fünf von sieben Audioguides Kinder tragende Sprechrollen haben, entweder als fiktive Figuren oder reale Personen.

Sprachliche Gestaltung

Alle untersuchten Audioguides für Kinder sind durch eine einfache und anschauliche sprachliche Gestaltung gekennzeichnet. So finden sich z. B. überwiegend kurze einfache Sätze (siehe Transkript 6), lange komplexe Sätze mit mehreren

Komponenten kommen nicht vor. Dazu werden die Sätze auch kaum durch Einschübe und Nachstellungen verlängert (siehe Transkript 7), häufiger werden sie dagegen durch Auslassungen verkürzt (siehe Transkript 6, z. B. Zeile 07 und 12). Bei allen Audioguides überwiegt deutlich der Verbalstil (siehe Transkript 6, z. B. Zeile 13–17), der näher am alltäglichen mündlichen Sprachgebrauch ist als der eher für wissenschaftliche Fachtexte übliche Nominalstil.

01	AG7-S2:	Ist das hier das mathematische Forschungsinstitut?
02	AG7-S1:	Genau.
03	AG7-S2:	Und warum steht das Institut ausgerechnet hier im Schwarzwald?
04		Hier ist doch nicht so viel los.
05	AG7-S1:	Genau deswegen steht es ja hier.
06		Du weißt doch, was man braucht, um Mathematik zu machen.
07	AG7-S2:	Hm, Karopapier und einen Bleistift.
08	AG7-S1:	Richtig, aber das ist noch nicht alles.
09	AG7-S2:	Einen Radiergummi und einen Papierkorb.
10	AG7-S1:	Ja, das ist auch ganz wichtig, aber eine wichtige Zutat hast du noch vergessen.
11		Was braucht man noch, wenn man über einer schwierigen Rechenaufgabe sitzt?
12	AG7-S2:	Einen Taschenrechner?
13	AG7-S1:	Nein, den brauchen Mathematiker nicht mehr.
14		Sie rechnen eigentlich auch gar nicht.
15		Sie überlegen sich höchstens, ob es möglich wäre, etwas auszurechnen.
16		Und falls man es ausrechnen kann, überlegen sie, wie es geht.
17		Aber das Rechnen selbst überlassen sie Schülerinnen und Schülern und Computern.
18	AG7-S2:	Dann weiß ich es nicht.
19	AG7-S1:	Man braucht ganz viel Zeit und Ruhe.
20	AG7-S2:	Ah, und darum steht das Institut hier in den Bergen, wo nichts die Ruhe stört, außer dem Wind und den Hirschen.

Transkript 6: AG7, Hörstation 2, Audio 6

01	AG5-S1:	Die Culina, das heißt die Küche, war ein Arbeitsraum in der römischen Villa.
----	----------------	--

Transkript 7: AG5, Hörstation 8, Audio 7

Zur Einfachheit und Anschaulichkeit kindgerechter Sprache gehört auch, dass in den Audioguides Begriffe und Fachwörter, die für Kinder vermutlich schwer verständlich oder unverständlich sind, vermieden oder umgehend erklärt werden sollen. Da die Hörergruppe der Audioguides nicht homogen ist und demzufolge nicht

den gleichen Erfahrungshintergrund und Wissensstand hat, ist schwer zu bestimmen, ob ein Wort tatsächlich für alle Zuhörenden schwer verständlich ist. Die Analyse hat ergeben, dass in den sieben Audioguides des Korpus unterschiedlich mit Fachwörtern umgegangen wird: Es gibt nur einen Audioguide, in dem keine potenziell schwer verständlichen Worte aufgefallen sind. Es handelt sich dabei um den Audioguide, der mit Abstand die kürzesten Hörstationen hat. In drei Audioguides kommen recht wenige Wörter vor, die als für Kinder schwer verständlich eingestuft werden. In den anderen drei ist die Menge an Fachwörtern hingegen deutlich höher. Wenn Fachwörter vorkommen, wird unterschiedlich mit ihnen umgegangen: Manche werden erklärt, manche nicht, und manche werden ergänzend zu einem bekannten Begriff angeführt. Auch die Art und Weise, wie Begriffe erklärt werden, ist unterschiedlich. In den meisten Fällen werden die Fachwörter direkt im Anschluss erläutert (siehe Transkript 8), nur im AG5 werden die Erklärungen in die Geschichte eingebaut (siehe Transkript 9), und im AG6 finden sich auch einige indirekte Erläuterungen (siehe Transkript 10). Es gibt Fachwörter, die nicht erläutert werden, offensichtlich werden sie als bekannt vorausgesetzt oder es wird davon ausgegangen, dass sich ihr Sinn aus dem Kontext erschließt (siehe das Wort „Prototypen“ im Transkript 11, Zeile 14).

- | | | |
|-----------|----------------|---|
| 12 | AG7-S1: | Die meisten dieser Flächen sind Minimalflächen. |
| 13 | | Minimal bedeutet so klein wie möglich. |

Transkript 8: AG7, Hörstation 3, Audio 8

- | | | |
|-----------|----------------|---|
| 21 | AG5-S3: | Das ist der kürzeste Weg vom Atrium zur Küche, zur Culina. |
| 22 | | Da sind wir so gut wie nie. |
| 23 | | Kommt, lasst uns heute ausnahmsweise durch die Fauces gehen. |
| 24 | | Schau, wir laufen erst ein Stückchen nach rechts und jetzt gleich biegen wir in diesen schmalen Gang ein. |
| 25 | AG5-S4: | Du musst unserem Gast schon erklären, was das ist. |
| 26 | AG5-S3: | Hier in den Fauces halten sich meist nur unsere Sklaven auf. |
| 27 | | Daher nennen wir ihn auch den Sklavengang. |
| 28 | | Wörtlich übersetzt bedeutet Fauces allerdings Schlund, Rachen oder enge Stelle. |
| 29 | AG5-S4: | Ich finde, das klingt irgendwie gruselig, oder? |
| 30 | AG5-S3: | Na, hat da jemand Angst? |

Transkript 9: AG5, Hörstation 6, Audio 9

12	AG6-S1:	Wenn der Soldat seine Dienstzeit überlebte, und das war übrigens nur etwa die Hälfte der Männer, bekam er ein Diplom.
13		Ein Stück einer solchen Urkunde kannst du in der Vitrine neben dem Touchscreen sehen.

Transkript 10: AG6, Hörstation 10, Audio 10

11	AG7-S2:	Und die können alles drucken?
12		Wir müssen in der Schule alles mit Bleistift und Lineal zeichnen.
13	AG7-S1:	Diese mathematischen Drucke gibt es nur hier im Museum.
14		Eigentlich werden sie für das Herstellen von Prototypen im Maschinenbau eingesetzt.

Transkript 11: AG7, Hörstation 8, Audio 11

Sprecherische Gestaltung

Die Analyse der sprecherischen Gestaltung konzentrierte sich auf diejenigen Passagen, in denen aus einer Erzählperspektive agiert wird. Diese Passagen sind mitunter sachlich-informativ angelegt und werden dementsprechend ruhig bis leicht nachdrücklich gesprochen. So berichten die beiden sehr jungen Sprecher*innen S1 und S2 im folgenden Ausschnitt (Transkript 12) über Gabriele Münter- und Wassily Kandinsky in Murnau. Ihr Sprechen ist übereinstimmend gekennzeichnet durch langsames bis mittelschnelles Sprechtempo, kleine Sprechereinheiten mit vielen starken Akzenten und zahlreichen kurzen Gliederungspausen, melodisch relativ wenig bewegt in geringem Tonhöhenumfang.

31	AG2-S1:	an DEM tag;
32		(.) zeichnete gabriele MÜNter,
33		(.) noch MEHrere skizzen.
34		(.) drei jahre SPäter,
35		neunzehnhundertZWÖLF-
36		(.) entstand DIEses gemälde nach den ZEICHnungen.
37	AG2-S2:	in den NÄCHSten zwei JAHren malen münter und kandinsky noch SEHR viel in murnau;
38		(.) bis neunzehnhundertVIERzehn-
39		der erste WELTkrieg ausbricht.
40		(-) alle RUSsen,
41		also auch kandinsky und seine FREUNde,
42		(.) müssen deutschland soFORT verLASSen.
43		(.) denn DEUTSCHland,
44		zieht gegen RUSSland in den KRIEG.
45		(-) alle RUSsen werden deshalb als FEINDliche AUSländer ANgesehen.

Transkript 12: AG2, Hörstation 4, Audio 12

In den meisten Audioguides agieren die Hauptcharaktere jedoch mit stärkerer persönlicher Beteiligung, die sich auch in einem abwechslungsreichen, emotionalen Sprechstil zeigt. Im folgenden Ausschnitt (Transkript 13) berichtet zunächst die junge Sprecherin S3 aus der Ich-Perspektive über einen Besuch in einer öffentlichen Latrine im alten Pompeji und anschließend erklärt der fiktive Charakter Quintus (junger Sprecher S4) die Besonderheiten römischer Latrinen. Das Sprechen beider ist gekennzeichnet durch wechselndes Sprechtempo und wechselnde Lautheit, unterschiedlich große Sprechereinheiten mit vielen starken, auch emphatischen Akzenten, Pausen unterschiedlicher Länge, stark bewegte Sprechmelodie in großem Tonhöhenumfang.

14	AG5-S3:	ich war KÜRZlich unterWEGS;
15		°h und musste eine ÖFFentliche latrine aufsuchen;
16		(-)°hh da hatte doch tatsÄCHlich;
17		°h IRGend so ein witzbold ein grafFITi in den putz geritzt;
18		(--) HIC (.) CACavit BE:ne;
19		(-) HIER scheidet es sich GUT.
20		(--) GUT dass xanTHIpus diesen spruch nicht gelesen hat;
21		(-) ER versucht IMmer uns GÜte umgangsformen beizu- bringen;
22		(-) und achtet !SEHR! darauf dass wir !KEI!ne schlimmen AUSdrücke verwenden.
23		(-) er hätte sich über !SOLCH! einen ausspruch (.) SICHer AUFGeregt.
24	AG5-S4:	°h nun!JA:!!
25		(-) wenn man KEIne latrine zu hause hat?
26		dann FREUT man sich wahrSCHEINlich,
27		°h wenn die ÖFFentliche anlage (.) SAÜber und funk;!TIONS!tüchtig ist;
28		°h ach !JA:!!-
29		(-) zum thema(.)funk!TIONS!tüh:tig;
30		(-) unser beSÜcher (.) vermisst in unserer laTRIne (.) eine VORrichtung;
31		°h die der ANSchließenden SÄÜberung dient;
32		(.)°h soWEIT ich ihn <<:-> verSTANden> habe,
33		(-) <<p>MURmelte er etwas von (.) toiLETTenpapier>,

Transkript 13: AG5, Hörstation 9, Audio 13

4 Fazit

Die exemplarische Analyse von sieben musealen Audioguides für Kinder hat sowohl übereinstimmende Charakteristika als auch viele Unterschiede erbracht (z. B. hinsichtlich Audioqualität, Sprecherqualität). Typisch ist eine Einleitung,

in der stets der oder die Zuhörende direkt begrüßt wird, die Hauptcharaktere vorgestellt, Hintergrundinformationen zum Museum geliefert und ein Ausblick auf den Audiorundgang gegeben werden. Ebenso typisch ist (in unterschiedlichem Ausmaß) das Story Telling, mit dem den kindlichen Zuhörern und Zuhörerinnen Inhalte vermittelt werden. Darüber hinaus werden Anonymität und bloßes Informieren vermieden, stattdessen wird Wert auf Transparenz, Personalisierung und die Schaffung einer persönlichen Ebene zwischen Audioguide und Hörer*innen gelegt. Auch werden häufig Kinder in tragenden Rollen eingesetzt, die eine potenzielle Projektionsfläche zur Identifikation für die kindlichen Rezipienten bieten. Wenn fiktive Figuren vorkommen, so haben diese stets einen thematischen Bezug zum Museum. Zudem sind die Audioguides für Kinder durch eine einfache und anschauliche Sprache gekennzeichnet (einfacher Satzbau, Verbalstil, Erklärung von Fachwörtern). Charakteristisch für die sprecherische Gestaltung ist ein variabler, lebendig wirkender Sprechstil. Um aussagekräftigere bzw. generalisierbare Ergebnisse zu erhalten, braucht es weiterführende Forschungen.

Literatur

- Apel, H. (2018): Nachrichten: hörbar informativ. Eine Untersuchung zur Text- und Hörverständlichkeit von Radionachrichten. Berlin.
- Bhatty, Michael (1999): Interaktives Story Telling: Zur historischen Entwicklung und konzeptionellen Strukturierung interaktiver Geschichten. Aachen.
- Eder, M. (2009): Ein Konzept zur Erstellung von nutzergenerierten AudioGuides als Lehrmedium. Norderstedt.
- Föhl, P. S. / Erdrich, S. / John, H. / Maass, K. (Hg.) (2007): Das barrierefreie Museum. Theorie und Praxis einer besseren Zugänglichkeit. Ein Handbuch. Bielefeld.
- Gleich, U. / Schmitt, S. (2009): Kinder und Fernsehnachrichten. In: Media Perspektiven 11/2009, S. 593–602. https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2009/11-09_Gleich.pdf (2.11.2020)
- Götz, M. (2013): Wie Menschen lernen. Erkenntnisse aus der Gehirnforschung. In: TelevIZion 26/2013/1, S. 18–21. https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/26-2013-1/Goetz-Wie_Menschen_lernen.pdf (02.11.2020)
- Götz, M. / Schwarz, J. (2013): I Got It! Was Kinder aus einer Wissenssendung mitnehmen. In: TelevIZion 26/2013/1, S. 30–32. http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/26-2013-1/igotit_deutsch.pdf (02.11.2020)
- Hagedorn-Saupe, M. (2016): Museumspädagogik in Zahlen. In: Commandeur, B. / Kunz-Ott, H. / Schad, K. (Hg.): Handbuch Museumspädagogik. Kulturelle Bildung in Museen. München, S. 362–368.

- Helmes, G. (1997): Alles logo, kids? „logo“, die Nachrichtensendung des ZDF für Kinder. Geschichte, Anspruch, Wirklichkeit. In: Helmes, G. / Stötzel, D. U. (Hg.): Kindermedien – Medienkinder. Ästhetische, pädagogische und ökonomische Aspekte der Jugendkultur. Siegen, S. 313–344.
- Holler, A. (2013): „Da wird sozusagen das Wissen getestet“. Die Wissenssendung *Checker Can* im Rezeptionstest. In: *TelevIZion* 26/2013/1, S. 22–25. https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/26-2013-1/holler-Checker_Can.pdf (02.11.2020)
- Holler, A. / Götz, M. (2013): Ich mag Dino Dan, „weil das reine Fantasie war“. Eine Rezeptionsstudie mit Vorschulkindern. In: *TelevIZion* 26/2013/1, S. 40–44. https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/26-2013-1/Goetz_Holler-Dino_Dan.pdf (02.11.2020)
- Krüger, U. M. / Müller, C. (2011): „logo!“ – Kindernachrichten im KI.KA. In: *Media Perspektiven* 9/2011, S. 391–413. https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2011/09-11_Krueger_Mueller.pdf (02.11.2020)
- Leuchte, J. (2015): Radionachrichten für Kinder. In: Bose, I. (Hg.): *Radio, Sprache, Klang*. Frankfurt a. M. u. a., S. 77–102. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Maier, C. (2012): Wie nehmen Jugendliche Wissenssendungen wahr? Eine Rezeptionsstudie zur Vermittlungsleistung und Attraktivität von Wissenssendungen im deutschen Fernsehen. Hamburg.
- Mattusch, U. (1998): Nachrichten im Kinderprogramm. In: Erlinger, H. D. / Eßer, K. / Hollstein, B. / Klein, B. / Mattusch, U. (Hg.): *Handbuch des Kinderfernsehens*. Konstanz, S. 307–320.
- Moyrer, D. (2016): Kinder in Museen – Von Anfang an! In: Commandeur, B. / Kunz-Ott, H. / Schad, K. (Hg.): *Handbuch Museumspädagogik. Kulturelle Bildung in Museen*. München, S. 249–254.
- Schumacher, G. / Schlinker, U. (2009): „logo!“ – Akzeptanz und Gefallen der Kindernachrichtensendung des ZDF im KI.KA. In: *Media Perspektiven* 11/2009, S. 566–576. https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2009/11-09_Schumacher.pdf (02.11.2020)
- Schwenke, A. / Barthel, H. / Rose, M. (2015): Was macht Radionachrichten verständlich(er)? Phonetische Analyse von langsam gesprochenen Nachrichten der Deutschen Welle. In: Bose, I. (Hg.): *Radio, Sprache, Klang*. Frankfurt a. M. u. a., S. 103–128. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Serocka, N. (2008): Das Kinderbild der öffentlich-rechtlichen Fernsehredakteure zur Konzeption und Gestaltung von Informationssendungen für Kinder – dargestellt am Beispiel von logo!, PuR und der Sendung mit der Maus. Saarbrücken.

Internetquellen (zuletzt abgerufen am 09.10.2020)

- 1: <https://www.salzburg-burgen.at/de/festung-hohensalzburg/angebote/angebote-fuer-kinder-und-familien/>
- 2: <https://spielzeugmuseum.net/de/museum/audio-guide-fuer-kinder>
- 3: <https://www.skd.museum/vermittlung/programmreihen/audioguides-fuer-kinder/>
- 4: <https://www2.gko.uni-leipzig.de/aegyptisches-museum/audioguides.html>
- 5: <https://www.lenbachhaus.de/blog/kunsthoerspiel-und-hoerspielkunst/>

Audioquellen der analysierten Audioguides für Kinder (zuletztabgerufen am 02.11.2020)

- AG1: <http://www.deutsches-meeresmuseum.de/audioguide/guide/meeresmuseum/>
AG2: <https://www.lenbachhaus.de/entdecken/kalender/termin/kinderaudioguide-1745>
AG3: <https://www.museum.de/de/audioguide/199/lang/DE>
AG4: <https://www.museum.de/de/audioguide/176/lang/DE>
AG5: <https://www.museum.de/de/audioguide/152/lang/DE>
AG6: <https://www.museum.de/de/audioguide/133/lang/DE>
AG7: <https://www.mima.museum/audioguide.php>

Stimmen im Hörspiel – Expertinnen und Experten berichten

Maria Naumann, Halle

Im Beitrag wird eine Pilotstudie vorgestellt, in der Experteninterviews mit Hörspielverantwortlichen von Sendern der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) durchgeführt worden sind (Naumann 2018). Die Expert*innen wurden um Auskunft darüber gebeten, wie die Suche nach Hörspiel-Sprecher*innen erfolgt, nach welchen Kriterien diese engagiert werden und welche Anforderungen an Hörspielstimmen gestellt werden. Des Weiteren wurden die Expert*innen danach gefragt, welche Funktionen sie der Stimme im Hörspiel zuschreiben, ob es Idealstimmen gibt und wie sich Stimme und Sprechweise beschreiben lassen.

1 Einleitung

Das Hörspiel ist eine Kunstgattung, die sich ausschließlich auf das Auditive beschränkt. Es fasziniert Hörer*innen sowie Hörspielproduzent*innen seit den Anfängen des Rundfunks zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Die Möglichkeit, sich auf eine momentan dargestellte Wahrheit einzulassen und damit in eine andere Welt einzutauchen, kann beim Hörspiel besonders intensiv sein. Hörer*innen können das Gehörte durch ihre Vorstellungskraft ausschmücken, den Stimmen einen Raum zum Entfalten geben; sie werden damit zu Schöpfer*innen und Mitgestalter*innen, wobei die Grenze nur ihre eigene Fantasie ist. Innere Erlebniswelten tun sich auf, die sonst verschlossen bleiben. Dabei sind die Formen des Hörspiels zahlreich; von theatralisch-literarisch geprägten Ansätzen über offene Darstellungsarten hin zu Verbindungen mit der akustischen Kunst. Diese Entwicklung des Hörspiels geht mit einer Entwicklung der Stimme im Hörspiel einher. Durch die zahlreichen Realisierungsmöglichkeiten des Hörspiels verändern sich auch die Anforderungen an die Sprecher*innen.

2 Anforderungen an Stimmen im Hörspiel: Literaturbericht

Die Stimme im Hörspiel kann je nach Art des Hörspiels verschiedene Funktionen haben und muss damit verbundene Anforderungen erfüllen. Für Pinto (vgl. 2012, 146) bildet die Stimme die Existenzgrundlage des Hörspiels, weil es ohne Stimme

kein narratives Hörspiel geben kann. Anders als auf der Bühne „existiert [man im Hörspiel] nur, soweit man eine Aufgabe hat, und wer wenige Aufgaben hat, existiert wenig!“ (Arnheim 1936, 99). Im Vergleich zu Theater oder Fernsehen spielt die Stimme im Hörspiel nach Klippert (1977, 8) eine besondere Rolle:

„Wort und Laut werden nur durch die Stimme vermittelt, sind also nicht im wörtlichen Sinne literarisch, und der Stimme kommen Aufgaben zu, die weit über das hinausgehen, was die Stimme auf der Bühne und im Film zu leisten hat. Die Stimme kann Person, Ort der Handlung und diese selbst ‚verkörpern‘, aber auch Instrument einer ‚text-sound-composition‘ sein.“ (ebd.).

„Sprich, damit ich dich und deine Welt sehe.“ (ebd., 105).

Erst wenn die Stimme erklingt, wird der Hörspielraum erfahrbar. Die Stimme muss somit nicht nur sich selbst, sondern auch ihre Umgebung entwerfen, sozusagen Atmosphäre schaffen (vgl. Klippert 1977, 103–105; Everling 1988, 13; Pinto 2012, 189). Kreiert wird ein „Beziehungs-, Schaffungs- und Erlebnisraum“ (Klippert 1977, 105), wozu verschiedene stimmliche Faktoren beitragen:

„Die biophysischen Gegebenheiten des Stimmapparates ebenso wie landschaftliche und nationale Gebundenheiten (Dialektfärbung und Sprachduktus), die Zugehörigkeit zu einer sozialen Schicht, Alter und Geschlecht und Schicksal; die psychische Struktur (die Dialektik und die Konflikte zwischen Bewußtem und Unbewußtem), Stimmung, Gefühle, Temperament, aber natürlich auch das, was zum personellen Oberbau gehört.“ (ebd., 99).

Plensat (2008, 12) fordert vom Schauspieler „eine gut sitzende Stimme, Phonetik, Atemtechnik, gestisches Sprechvermögen, Erfahrung im Umgang mit dem Mikrophon und dass er eingesungen, also warm gemacht zur Aufnahme erscheint“. Dazu kommt die „emotionale und intellektuelle Bewältigung der Rolle“ (ebd.), die er sprechen soll. Ziel des Sprechens im Hörspiel ist für Rüdener (o. J., o. S.) stimmliche Präsenz:

„Wenn man die Augen schließt, dem Sprecher lauscht, der sich im Text verliert und diesem immer neue Deutungen gibt, entsteht eine unglaubliche Präsenz. Und das, obwohl der Schauspieler im Radio ja ein Beschnittener ist: Ihm fehlen Körper und Gesicht, Gestik und Mimik, Bewegung und Ausdruck. Alles legt er in die Stimme, Aufruhr und Traurigkeit, Freude und Angst. Jeder Schritt, jedes Stirnrunzeln, jedes

Augenrollen muss sich im Gestus seiner Stimme erahnen lassen, in der Schwingung und Bewegung eines Satzes, im Schweben eines Tons oder in den Pausen zwischen zwei Wörtern. Im Atmen und Luftanhalten, im Singsang oder der Einsilbigkeit seines Erzählens.“

Der Auswahl von Stimmen (und Sprecher*innen) kommt eine entscheidende Bedeutung für eine Hörspielproduktion zu. Nach Plensat (2008, 12) entscheidet die „richtige Paarung der Spieler [...] in Stimme, Typus, Temperament, Alter [...] über die Stimmung im Studio, die Arbeitsfreude, das künstlerische Ergebnis“. Ihnken (1998, 18) fordert, dass Schauspieler*innen in Wortproduktionen des Hörfunks spontan klingen, so dass die Inszenierung des Hörstücks nicht mehr erkennbar ist. Dabei geht es ihm nicht um die Schönheit und Vollkommenheit der Stimme, sondern darum, dass die Sprecher*innen intuitiv und selbstverständlich Glaubwürdigkeit erzeugen, mit einer „Schwingung im Unterton, die Innerliches“ zeigt (ebd., 20; mit Verweis auf Schwitzke 1963, 81). Im Hörspiel werden Sprechrollen oftmals mit Charakterstimmen besetzt, deren Klang – gemessen an einem physiologischen Stimmideal – auffällig ist, z. B. extrem tief, knarrend, heiser, fast aphonisch. Der Grund dafür liegt nach Eckstein (2008, 46) in dem großen Wiedererkennungswert solch markanter Stimmen. Nach einer Studie von Sendlmeier (2005, 8) führt z. B. „ein steigender Tremorindex, [...] ähnlich wie steigende Shimmer-Werte, zu einer positiven Einschätzung“ von Hörer*innen. Das heißt, dass ein leichtes Stimmzittern (Tremor) und eine Abweichung der aufeinanderfolgenden Amplituden der Stimmlippenschwingung (Shimmer) Kriterien für eine Charakterstimme sein können.

Diese Anforderungen an Sprecher*innen und ihre Stimmen im Hörspiel setzen Professionalität voraus. Das legt nahe, vor allem Schauspieler*innen einzusetzen, da sie durch ihre Ausbildung sowohl über sprecherisch-stimmliche als auch über darstellerische Fähigkeiten verfügen, die angesichts knapper Produktions- und Aufnahmetage von Vorteil sind. Zur Sprecherauswahl, ob durch Castings, Datenbank-Auswahl oder Theaterbesuche o. ä., findet sich nur ein Extrembeispiel von Kurt Reiss, einem Autor und Regisseur der 1940er bis 1960er Jahre. Dieser soll Sprecher*innen nur anhand ihrer Photographie, also nach ihrem Aussehen, ausgewählt haben, da er von der Existenz eines „akustischen Gesichts“ ausging (Schwitzke 1963, 258 f.).

3 Expertenbefragung zur Stimme im Hörspiel

Mit Hilfe einer empirischen Untersuchung wurde erhoben, welche Auffassungen Hörspiel-Expert*innen zu Stimme und Sprechweise haben und welche Bedeutung sie ihnen beimessen. Dazu wurden Hörspiel-Regisseur*innen und -Dramaturg*innen ebenso befragt wie Mitarbeiter*innen der Besetzungsbüros von Hörspielabteilungen mehrerer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten. Darüber hinaus wurden die Interviewten gebeten, Hörspiel-Stimuli bezogen auf die Stimmlichkeit zu beschreiben und zu beurteilen. Die folgenden Fragen waren leitend für die empirische Untersuchung:

1. Welche Kriterien sind für die Auswahl von Sprecher*innen im Hörspiel entscheidend?
2. Wählen Autor*innen oder Regisseur*innen ihre Sprecher*innen vor allem nach stimmlichen und sprecherischen oder stärker nach anderen Eigenschaften aus?
3. Wie werden Stimme und Sprechweise beschrieben?
4. Welche Anforderungen an die Stimmen von Sprecher*innen formulieren Hörspielverantwortliche?

Die Ergebnisse der Untersuchung sollen einen näheren Einblick geben, auf welche Art und Weise mit Stimme und Sprechweise gearbeitet wird und inwieweit diese für die Produktionspraxis relevant erscheint (ausführlicher dazu vgl. Naumann 2018).

3.1 Methode

Für die Studie wurden Interviews mit sieben Expert*innen (Gläser / Laudel 2010) durchgeführt, in denen die Befragten möglichst unbeeinflusst ihre professionellen Erfahrungen und Meinungen äußern konnten. Diese qualitative Methode ist in der sprechwissenschaftlichen Radioforschung für ähnliche Untersuchungen wiederholt eingesetzt worden, z. B. Gebauer zur Befragung von Stammhörer*innen von Radioprogrammen und Mücksch zur Befragung von Programmverantwortlichen im Radio (vgl. Bose 2015). Der Status als Expert*in ist vorrangig funktional zu verstehen:

„Experten interessieren nicht als Personen, sondern als Träger von Wissen, an dem der Sozialforscher interessiert ist. Experten stehen daher lediglich für Strukturzusammenhänge, sie verkörpern organisationale und institutionelle Entscheidungsstrukturen und Problemlösungen, sie repräsentieren Wissensbestände im Sinne von Erfahrungsregeln, die das Funktionieren von sozialen Systemen bestimmen – oder sie haben ‚nur‘ Einblick in all diese Wissensbestände.“ (Liebold / Trinczek 2009, 37).

Für die Interviews wurde ein anpassungsfähiger Interviewleitfaden eingesetzt. Der Leitfaden gilt in qualitativen Experteninterviews als Instrument der Datenerhebung und zugleich als Übersetzung des Forschungsproblems in Interviewfragen, die in den „kulturellen Kontext“ (Gläser / Laudel 2010, 112) der Befragten eingebettet sind. Zur Strukturierung der Interviews mit den Hörspielverantwortlichen wurde ein Leitfaden mit Haupt- und untergeordneten Detailfragen erarbeitet (vgl. Bortz / Döring 2003, 315). Darüber hinaus wurden Stimuli mit Ausschnitten aus Hörspielen angeboten, zu denen sich die Befragten äußern konnten. Der Forschungsprozess wurde bewusst offen gestaltet, so dass sich während des gesamten Erhebungsverfahrens Änderungen in den Fragestellungen ergeben konnten. Zur Audioaufzeichnung der Interviews wurde ein digitales Diktiergerät benutzt, darüber hinaus diente ein Smartphone mit einer Diktiergerät-App zur Absicherung. Die Hörspiel-Stimuli wurden über das Smartphone vorgespielt.

3.2 Befragte Personen

Für die Auswahl der Expert*innen mit so genanntem „privilegierten Zugang“ zum Untersuchungsfeld (Meuser / Nagel 2009, 470) kamen vor allem Hörspielregisseur*innen sowie Dramaturg*innen, Mitarbeiter*innen des Besetzungsbüros und Leiter*innen von Hörspielabteilungen in Frage. Zunächst wurden Personen mit diesen Funktionen angefragt, darüber hinaus auch Mitarbeiter*innen verschiedener Hörspielabteilungen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten in Deutschland. Für die Untersuchung konnten sieben Interviewpartner*innen gewonnen werden; in der Tabelle 1 sind sie mit ihrer Funktion und Tätigkeit aufgeführt.

Interview	Radio-sender	Name	Funktion / Tätigkeit im Berufsfeld	Datum und Dauer
I	MDR	Matthias Thalheim	Leiter der Abteilung <i>Künstlerisches Wort</i> – seit 1992	02.03.2017 64:42 min

Inter- view	Radio- sender	Name	Funktion / Tätigkeit im Berufs- feld	Datum und Dauer
2	BR	Katarina Agathos	Chefdramaturgin in der Redaktion <i>Hörspiel und Medienkunst</i> – seit 2007	24.03.2017 40:20 min
3	BR	Andrea Fenzl	Mitarbeiterin im Besetzungsbüro <i>Hörspielabteilung</i> – seit 2000	24.03.2017 32:08 min
4	SWR	Iris Dröge- kamp	Hörspielregisseurin – seit 2001	27.03.2017 51:36 min
5	Rund- funk der DDR MDR	Klaus Zippel	Hörspielregisseur beim Rundfunk der DDR – seit 1965	04.04.2017 53:30min
			Produktionsleiter der Abteilung Künstlerisches Wort im MDR – 1992–2001	
			Produktionsleiter der Abteilung <i>Künstlerisches Wort</i> im MDR – 1992–2001	
6	WDR	Martina Müller-Wallraf	Hörspieldramaturgin und Leiterin Abteilung <i>Hörspiel</i> – seit 1996	10.04.2017 61:32 min
7	WDR, SWR, BR, HR, DLF	Walter Adler	Hörspielregisseur – seit 1971	10.04.2017 86:19 min

Tab. 1: Interviewte Expert*innen

3.3 Hörspiel-Stimuli

In den Interviews wurden kurze Hörspiel-Stimuli verwendet, um den Expert*innen Gelegenheit zu geben, über Kennzeichen und Auffälligkeiten der gehörten Stimme und Sprechweise zu sprechen. Jeder interviewten Person wurde ein Stimulus aus einer Produktion vorgespielt, an deren Produktionsprozess sie mitgewirkt hatte. Es wurden möglichst aktuelle Hörspiele verwendet. Auf den Internetseiten der meisten ARD-Rundfunkanstalten befinden sich Datenbanken mit aktuellen Hörspielproduktionen zum Nachhören. Als Stimulus diente jeweils ein Zusammenschnitt eines Sprechers bzw. einer Sprecherin aus einem Hörspiel, möglichst der Hauptdarsteller*in oder einer der größeren Sprechrollen. Bei der Auswahl der Stimulus-Sequenzen wurde darauf geachtet, dass sie die rollenbezogene sprecherisch-stimmliche Variabilität der Sprecher*in repräsentieren, so dass den Befragten genügend Impulse zur Beschreibung des Stimulus zur Verfügung standen. Die Tabelle 2 gibt Auskunft über die ausgewählten Hörspiele und die daraus verwendeten Stimuli.

Stimulus	Hörspieltitel	Regie	Produktion	Befragte Person (Mitwirkung)	Sprecher*in
1 00:01:33	<i>Und jetzt: die Welt!</i>	Stefan Kanis	MDR 2015	Matthias Thalhheim (Produktionsleitung)	Marina Frenk
2 00:01:48	<i>Die Erfindung der Roten Armee Fraktion durch einen manisch-depressiven Teenager im Sommer 1969</i>	Leonhard Koppelman	BR 2016	Katarina Agathos (Redaktion) Andrea Fenzl (Besetzung)	Edmund Telgenkämper
3 00:00:37	<i>Gua Nim Washoe</i>	Iris Drögekamp	SWR 2015	Iris Drögekamp (Regie)	Manja Kuhl
4 00:00:47	<i>Dorothy Leigh Sayers: Der Pflirschdieb</i>	Klaus Zippel	MDR 2003	Klaus Zippel (Regie)	Dagmar von Thomas
5 00:00:36	<i>Sirius FM: Expedition an den Bandtelerrand</i>	Ulrich Bassenge, Philip Stegers	WDR / DLF / SWR 2017	Martina Müller-Wallraf (Redaktion)	Petra Konradi
6 00:00:59	<i>Jona</i>	Walter Adler	HR / SWR 2016	Walter Adler (Regie)	Sandra Hüller

Tab. 2: Übersicht der Hörspiel-Stimuli

3.4 Durchführung der Interviews

Alle Gespräche fanden im Zeitraum von Anfang bis Mitte April 2017 statt und dauerten im Durchschnitt 56 Minuten. Orte der Interviews waren Büros, Besprechungszimmer oder private Wohnräume der Interviewpartner*innen. Nach der Begrüßung und gegenseitigen Vorstellung wurden zunächst organisatorische Fragen geklärt sowie die Thematik und Vorgehensweise des Interviews vorgestellt. Danach wurden einige persönliche Daten abgefragt, um die gegebenenfalls recherchierten biographischen Informationen abzugleichen und die Interviewpartner*in kennenzulernen. Alle Befragten willigten ein, namentlich genannt und zitiert zu werden. Die eigentlichen Interviews umfassten drei Abschnitte, deren Leitfragen in Tabelle 3 aufgeführt sind.

Interview	Kernfragen der Interviews
Abschnitt 1	Wie gehen Sie bzw. Ihr Sender vor, um Sprecher*innen zu finden? Was ist Ihnen bei der Auswahl eines Sprechers oder einer Sprecherin im Hörspiel wichtig? Welche Bedeutung hat Ihrer Meinung nach die Stimme im Hörspiel?

Interview	Kernfragen der Interviews
Abschnitt 2 (Stimulus- präsentation)	Warum wurde diese Stimme für diese Rolle ausgewählt? Wie kam die Besetzung zustande? Wie würden Sie die Stimme beschreiben? Was zeichnet eine gute Zusammenarbeit zwischen Regie und Sprecher*in aus? Welche Bedeutung hat für Sie ein hoher Wiedererkennungswert von Stimmen im Hörspiel?
Abschnitt 3	Sprecher wie Otto Sander oder Gert Westpfahl galten zu ihrer Zeit als Idealstimmen des literarischen Hörspiels. Wie ist das heute? Was wäre heute eine Idealstimme für Sie? Welche Wirkung sollen stimmliche und sprecherische Eigenschaften Ihrer Meinung nach entfalten?

Tab. 3: Kernfragen der Interviews

Im ersten Interview-Abschnitt wurde nach dem Hörspielbegriff der interviewten Person gefragt sowie nach ihrer Auffassung zur Bedeutung der Stimme im Hörspiel. Des Weiteren wurde danach gefragt, wie die Suche nach Sprecher*innen und deren Einstellung verläuft. Der zweite Interview-Abschnitt wurde mit dem Vorspielen des Stimulus eingeleitet, verbunden mit der Bitte, die gehörte Stimme und Sprechweise zu beschreiben. Gegebenenfalls wurden vertiefende Detailfragen gestellt. Im letzten Interview-Abschnitt wurde nach Idealvorstellungen von Hörspielstimmen gefragt und danach, ob es heutzutage ideale Stimmen gibt. Außerdem wurden Funktionen und Wirkungen von Stimmen diskutiert. Schließlich bekamen die Befragten die Gelegenheit, noch weitere Themen anzusprechen. Den Abschluss der Interviews bildete der Dank an die befragten Expert*innen, außerdem wurden eventuelle Rückfragen bearbeitet. Mitunter ergaben sich Gespräche vor dem Einschalten des Audiogeräts oder nach dem eigentlichen Interview. Sofern diese Gespräche für die Untersuchung relevante Informationen enthielten, wurden sie in einem Protokoll festgehalten. Notiert wurden außerdem Anmerkungen zur Gesprächssituation, zum Verhalten der Interviewerin, der interviewten Person sowie zu besonderen Vorkommnissen (vgl. Lamnek / Krell 2016, 347; Hoffmann 2005, 275).

4 Ergebnisse

Die Audioaufzeichnungen der Interviews wurden transkribiert, strukturiert und ausgewertet. Die Antworten in den transkribierten Experteninterviews wurden einer qualitativen Inhaltsanalyse unterzogen. Die Transkripte wurden dafür „schrittweise mit theoriegeleitet am Material entwickelten Kategoriensystemen bearbeitet“ (Mayring 2002, 114). Im Folgenden werden die Antworten der befragten Expert*innen tabellarisch anhand von Zitaten vorgestellt.

4.1 Beschreibungen von Stimme und Sprechweise

Bei der Beschreibung von sprecherischen und stimmlichen Merkmalen im Hörspiel trafen die Expert*innen größtenteils sehr detaillierte Aussagen. Die Beschreibungsweise zeichnet sich durch eine sehr konkrete und metaphorische Wortwahl aus. Die meisten Aussagen trafen die Befragten zum Bereich „Sprecherische und darstellerische Qualität“. Besonders wichtig scheinen ihnen die stimmliche Wiedererkennbarkeit allgemein und innerhalb eines Hörspiels zu sein, aber auch die stimmliche Wandlungsfähigkeit, also die Fähigkeit, sprecherisch verschiedene Haltungen und Stimmungen zu erzeugen.

Stimmbeschreibungen und Stimmbewertungen
<p>poliert und gut drapiert; Lieblingsstimmen; etwas sehr Besonderes; grandios; wohlklingend; fantastische Arbeit; phänomenal; perfekt; ungeheure Vitalität; weich; sexy; unbelastet; untypisch; ungeheuer versiert; klassisch; das Authentische; das Einmalige; changierend; klar; wiedererkennbar; bestimmte Prägnanz; wunderschöne Reibung; flexibel; schräg; Selten-Stimme, assoziationsreich; kehlig; rau; sehr viel Maskulines enthalten; Wahnsinnstimme; voluminös; am Ohr gesprochen; kann man sich satt hören; beschissen; eine Zumutung; dämlich; nicht abgefuckt genug; beliebig; ganz kleines bisschen daneben; verschroben; austauschbar; im Ansatz gesichtslose Stimme; sinnbefreiter Singsang; glatt</p>
Sprechertypen und Rollen
<p>naive Passanten im Ton; Sympathieträgerin; eine gewisse Fremdheit; ‚der Heisere‘ par excellence; einer, der einem Schlafenden am Ohr noch irgend-etwas zu übermitteln sucht; Performance-Stimme; Hochglanzsprecherinnen oder -sprecher; Charakterdarsteller; sehr souveräne Person, die aber doch auch leicht abreht; Bösewicht; Null-achtfünfzehn-Fernsehkommistarstimmen; eine Type; Standardstimme; Sprechmaschine; Suppenkasper; gottbegnadete Schauspielerin; Stimminimator</p>
Beschreibungen der sprecherischen und darstellerischen Qualität
<p>starke Präsenz; Stimme, die Leute wirklich verführt zuzuhören; gegenwärtiges Organ, die sind so eindeutig 21.Jahrhundert; durchs Ohr ins Herz dringen; [...] diese Spielwut rauskitzelt; der muss mich am Schlafittchen kriegen; da muss irgendwas sein, was mich anreißt wie so eine Reibfläche beim Streichholzstäppchen; eine fremde Figur so durch sich hindurch gehen zu lassen, so zu ihr zu werden, dass es praktisch im Studio bei ihr nicht einen einzigen falschen Ton gibt; dieser Humanismus, der sich in seiner Stimme ausdrückte, die Liebe einfach zu den Figuren; ausgebildet; ungeheure Bandbreite; magisch; intelligente Stimmen; große Intimität; persönlichen Zugriff auf das Material haben; hoher Grad an Realismus; da geht auch jedes Satzzeichen durch seinen Kopf; dass diese Sprache zur Musik wird; da ist immer irgendwie Berliner Straßenpflaster zu hören; overacten; laienhaft; künstlich; Nuschelei; das Hörspiel als Diamant [...] da kann ich nicht einfach Rohglas nehmen</p>

Tab 4: Beschreibungen von Stimme und Sprechweise

4.2 Funktionen der Stimme

Alle Expert*innen verwiesen auf die Vermittlungsfunktion der Stimme und ihre diversen Einsatzmöglichkeiten. Die Funktionen der Stimme richten sich demnach nach der Art des Hörspiels – die Stimme könne sowohl eher kommunikative oder kompositorische Merkmale bedienen. Folglich könne man für eine Produktion nach ähnlichen Stimmen suchen, um beispielsweise einen Klangteppich aus Stimmen entstehen zu lassen; hier würden also Stimmen unter kompositorischen Gesichtspunkten ausgewählt. Bei anderen Produktionen dagegen verlange die Differenzierung verschiedener Rollen für Hörer*innen extrem unterschiedliche Stimmen. Die Hauptfunktion von Hörspielstimmen ist demnach, eine gewünschte Wirkung zu erzeugen und zum Hinhören, zum Weiterhören zu verleiten.

Expert*in	Ausgewählte Zitate zu Funktionen der Stimme
Matthias Thalheim	Das Syntaktische wäre, wer ist das Nebenan der Stimme, also ist die Stimme alleine oder mit wem interagiert sie oder mit welcher Musik. [...] Aber ich finde diesen sozialen Charakter und diesen sozialen Gestus, den die Stimme eigentlich hat [die Semantik, MN], schon nach wie vor bezeichnend und wichtig. [...] Gut, die Momente, wo die Stimmen rein, abstrakt wie nur irgendwie möglich, eingehen, die gibt es sicherlich auch. Aber auch dort sucht man ja nach Unterscheidungen, in solchen Stimmcollagen.
Katarina Agathos	Also erstens braucht es per se keine Sprache und keine Stimme. Zweitens finde ich jetzt die menschliche Stimme aber auch etwas ganz Grandioses, Wunderbares und Faszinierendes. [...] Es braucht sie nicht, aber sie kann auch entscheidend sein. [...] Hat die Funktion natürlich, erstmal Inhalt zu transportieren oder aber auch ohne Inhalt über den Klang Wirkung zu erzeugen. Und diese Wirkung ist völlig subjektiv anders erfahrbar.
Andrea Fenzl	Die Stimme ist das Allerwichtigste, denn nur die Stimme transportiert, weil das Visuelle ja bei uns wegfällt. [...] Es muss zur Produktion passen, weil da so viel Verschiedenes angefordert wird.
Iris Dröge-kamp	Ich würde sagen, dass zum Hörspiel auf jeden Fall Musik, Geräusch, Sprache gehören. Und alles kann alles sein. Also, die Musik kann sprachlich werden, die Sprache kann musikalisch werden, das Geräusch wird in beiden Bereichen eingesetzt.

Expert*in	Ausgewählte Zitate zu Funktionen der Stimme
Klaus Zippel	Ich kenne Kollegen und habe auch schon Hervorbringungen gehört, wo keine Stimme auftrat. [...] Also, für mich gehört zum Hörspiel UNBEDINGT die Stimme dazu. Und ist eigentlich auch immer Ausgangspunkt von allem, weil ich ja schon sagte, für mich ist der Text wichtig. [...] Aber es ist wirklich das große Problem, ein Ensemble immer zusammenzukriegen, dessen Stimmen sich gut unterscheiden lassen.
Martina Müller-Wallraf	Ich persönlich bin ein sehr politischer Mensch und ein sehr inhaltsgetriebener Mensch. [...] Und deshalb denke ich immer so vom Inhalt her und von der letzten Endes natürlich von der Aussagekraft oder Aussagefähigkeit. Und deshalb formt für mich [...] der Inhalt und [...] das, was für mich da in diesem Echoraum steht, die Stimmauswahl.
Walter Adler	Ich versuche Geschichten zu erzählen, die, ja, in klassischer Weise einen Anfang, Mitte, ein Ende haben, wohin steuern, in denen, wie ich eben schon sagte, Menschen sind und keine Sprechmaschinen. [...] Das ist manchmal sehr kompliziert, wenn Sie zehn Männer haben, zehn Hauptfiguren, muss es schon auch so sein, dass natürlich man als Hörer sofort den wiedererkennt.

Tab. 5: Ausgewählte Aussagen zu Funktionen der Stimme

4.3 Ausbildung der Sprecher*innen

Nach Auskunft der Befragten sind die meisten Sprecher*innen ausgebildete Schauspieler*innen, wobei Theaterschauspieler*innen gefragter sind als Filmschauspieler*innen. Die Regie profitiere von der detaillierten Rollenarbeit im Theaterprobenprozess, was angesichts der knapp bemessenen Produktionszeit eines Hörspiels nötig sei. Zur Aufnahme im Studio müssten die Sprecher*innen das Geforderte genau abliefern können, ohne lange Probenentwicklung. Die Expert*innen machten aber auch darauf aufmerksam, dass gute Schauspieler*innen nicht selbstverständlich auch gute Hörspiel-Sprecher*innen sein müssen, da im Hörspiel der Körper der Schauspieler*in und dessen Darstellungsmöglichkeiten entfallen und alleiniges Ausdrucksmittel die Stimme ist. Die Mehrheit der Befragten gab an, ebenfalls mit professionellen Sprecher*innen aus dem eigenen Rundfunksender zu arbeiten. Als Gründe führten sie zum einen Zeit- und Geldersparnis an, zum anderen seien insbesondere Rundfunksprecher*innen in der Lage, Texte so zu sprechen, dass Hörer*innen den Informationsgehalt bestmöglich aufnehmen können. Nicht ausgebildete Sprecher*innen würden insbesondere dann eingesetzt, wenn Kinder, Jugendliche oder Nichtmuttersprachler*innen benötigt würden. Laien würden aber insgesamt nur sehr selten eingesetzt; vor allem dann, wenn es auf authentisches, nicht gespieltes Sprechen ankomme.

Expert*in	Ausgewählte Aussagen zur Ausbildung der Sprecher*innen
Matthias Thalheim	Ja, also indem [...] 80% der Sprecher schon professionelle Schauspieler sind. Aber ich glaube daran, dass der Beruf des Schauspielers und auch die Ausbildung letzten Endes auch ganz wichtig sind für das Hörspiel. Um das Hörspiel überhaupt auf so eine Konsistenz zu bringen, dass es eben Leute wirklich verführt zuzuhören.
Katarina Agathos	Es kommt immer so auf den Text drauf an. Und natürlich wird man einen hochliterarischen Text [...] von tollen Schauspielern, Schauspielerinnen lesen [lassen]. Aber es gibt sehr viele andere Hörspiele, wo das eben überhaupt nicht in Frage kommt, [...] wo wir Stimmen wollen, die entweder aus einer ganz anderen Praxis kommen, wie zum Beispiel Nachrichtensprecher oder auch Performer, Sänger, Musiker, die mit ihrer eigenen Performance-Stimme ein ganz anderes Gestaltungsmittel zur Verfügung haben.
Andrea Fenzl	Wir arbeiten eigentlich zu 98% nur mit Schauspielern. Auch wenn mal irgendwas so mehr in die Richtung sachlicherer Text geht, das wird auch von denen dann gelesen. [...] Eine gute Ausbildung ist immer von Vorteil.
Iris Drögekamp	Ich habe zum Beispiel eines meiner ersten Hörspiele, da haben wir auch ein Casting gemacht. Ich brauchte russischstämmige Dilettanten und es war fantastisch, wie die sich eben auch diesen Texten genähert haben. [...] Man muss sich auch trauen, mit denen zu arbeiten oder versuchen da irgendwas rauszubekommen.
Klaus Zippel	Ich entsinne mich an eine Produktion [...] - ich brauchte einen markanten, aber nicht zu dominanten Akzent - habe ich einen ungarischen Kollegen aus dem Rundfunk-Sinfonieorchester beschäftigt. Und das ist erstaunlich gut geworden. Das musste ja auch nicht unbedingt so sein.
Martina Müller-Wallraf	Und es können aber auch Leute, [...] die ihre Stimmen nie irgendwie ausgebildet haben oder die keine Schauspieler sind, mich total erfassen und nicht mehr loslassen, weil sie auf eine so unbestechliche, unverbrüchliche, enge Art an ihrem Gegenstand dran sind und eine Möglichkeit finden, mich damit zu verbinden.
Walter Adler	Das Theater ist immer noch der Raum, wo sehr konzentriert und sehr qualitativ gearbeitet wird über lange Zeiträume. [...] Also muss ich im Grunde die Qualität, die er woanders sich erarbeitet hat, die ihm woanders [...] permanent abverlangt wird, die rufe ich nur ab. [...] Ich kann im Hörspiel aus einem guten Schauspieler einen sehr guten Schauspieler machen, aber aus einem, der große Probleme hat und Mühe hat [...] da ist nichts zu machen. Dafür hab ich schlichtweg die Zeit nicht mehr.

Tab. 6: Ausgewählte Aussagen zur Ausbildung der Sprecher*innen

4.4 Kriterien für die Besetzung von Sprecher*innen

Die Auswahlkriterien sind abhängig von der Art des Hörspiels und von der Regie, welche die endgültige Entscheidung im Besetzungsprozess trifft. Die Befragten nannten als ausschlaggebende besondere Momente von Stimmen z. B. Brüchigkeit, Individualität und Attraktivität. Innerhalb eines Hörspiels solle der charakterliche Grundklang einer Stimme wiedererkennbar sein, jedoch solle die Stimme für verschiedene Hörspiele wandlungsfähig bleiben, so dass ein*e Sprecher*in nicht unbedingt an der Stimme wiedererkannt werde. Bekannte Sprecherinnen und Sprecher würden beispielsweise gewählt, um ein Hörspiel öffentlich wirksamer zu vermarkten. Dabei seien vor allem die Namen der Sprecher*innen von Bedeutung, nicht so sehr die Stimmen selbst.

Die Mehrheit der Befragten sprach sich gegen merkantile Interessen aus und fokussierte stattdessen den künstlerischen Aspekt. Wichtig bei der Besetzung sei die darstellerische Qualität eines Sprechers, sie zeige sich durch das Einlassen auf die Textvorlage, innerliches Öffnen, Mitdenken, das Finden des persönlichen Zugriffs und dessen Umsetzung. Besonderer Wert wird demnach auf das handwerkliche Können der Sprecher*innen gelegt: Sie sollen sich mit dem Umgang mit verschiedenen Mikrofonen auskennen, sie sollen für verschiedene Textarten jeweils eine charakterliche Grundhaltung entwickeln können, mit einem hohen Maß an Glaubwürdigkeit, Flexibilität, Lebendigkeit und klaren Haltungsverwechslungen, sie sollen nach dem Wunsch einiger Regisseur*innen eigene Ideen und Vorstellungen zum Text einbringen.

Oftmals würden Sprecher*innen wiederbesetzt, deren Arbeitsweise die Regie bereits kennt, um Zeit für die Suche nach neuen Sprecher*innen zu sparen. Durch die bekannte Arbeitsweise könne sich die Regie sicher sein, dass einer Sprecherin bzw. einem Sprecher das Geforderte abzuverlangen ist, und die Sprecher*innen könnten sich gegebenenfalls stärker einbringen. Jedoch berge dies auch die Gefahr der immer gleichen Auswahl an Stimmen, die sich schnell abnutzen. Wenn nur auf bekannte Stimmen gesetzt werde, stelle das eine Gefahr für die Hörspielkunst an sich dar.

Expert*in	Ausgewählte Aussagen zu Besetzungskriterien
Matthias Thalheim	Eine gewisse Porosität von Stimmen [... ist] schon ganz gut, aber es wäre fürchterlich, ein Hörspiel zu haben, wo lauter solche porösen Stimmen zu hören wären. Man braucht die, um Kanten und Akzente zu setzen, aber man braucht natürlich darunter sehr gute, klare Stimmen und reine Stimmen.

Expert*in	Ausgewählte Aussagen zu Besetzungskriterien
Katarina Agathos	Klar, es gibt bestimmte Literaturadaptionen von wirklich unglaublich tollen, literarischen Texten, die man gerne bestimmten Schauspielern zutraut [...]. Das sollte einen aber auf gar keinen Fall, bitte nicht, dazu verleiten, da keine Experimente zu machen. Bloß nicht immer die gleichen Stimmen besetzen. [...] Ich finde, Stimmen nutzen sich wahnsinnig schnell ab, interessanterweise.
Andrea Fenzl	Das wird teilweise schon gemacht, aber das hat dann eigentlich mehr mit dem Namen, ich glaube, nicht so viel mit der Stimme selber zu tun. Dass die Namen zwar ziehen, aber nicht, wenn der Hörer einschaltet, dass er sofort merkt, das ist der oder der.
Iris Dröge-kamp	Also, ich sehe es so, dass es zusammen entwickelt wird. Und ich hasse nichts mehr, wenn jemand nicht eine eigene Idee zu dem hat, was er liest. Das kann nicht sein. [...] Es ist so, dass man bei bestimmten Texten, die vielleicht etwas sperriger sind, dann gerne auf jemanden zurückgreift, mit dem man schon gearbeitet hat. Ich mache das auch sehr gerne. [...] Was gerne gemacht wird, ist, dass man immer auf alles Bekannte setzt, weil sich das verkauft.
Klaus Zippel	Aber Stimmen, wo man gern hinhört, das ist, finde ich, für das Hörspiel schon wichtig. Denn es ist ja nichts zu sehen. Da möchte man ja doch wenigstens irgendwas haben, was einem davon überzeugt, dass man dieses Stück gerne weiter anhören möchte. [...] Aber, wie gesagt, eine gewisse stimmliche Attraktivität ist keineswegs ein Schaden bei Hörspielsprechern.
Martina Müller-Wallraf	Wiedererkennungswert, weiß ich noch nicht mal. Also, nicht in dem Sinne, dass man denkt: Ach, das ist doch die, die ich vorletzte Woche in dem Stück soundso schon gehört habe. Sondern Wiedererkennung im Sinne von Individualität.
Walter Adler	Viele Jahre lang habe ich mit Christian Brückner gearbeitet. [...] Und irgendwann hab ich gesagt: Christian, das hat keinen Sinn mehr. Ich kann mit dir nicht mehr arbeiten, weil ich glaube dir einfach kein Wort mehr. [...] Du machst den Mund auf und dann sehe ich da Robert de Niro. [...] Je mehr Handwerk die [Schauspieler*innen] haben, umso einfacher ist das für mich.

Tab. 7: Ausgewählte Zitate zu Kriterien für die Besetzung von Sprecher*innen

Für die Auswahl der Sprecher*innen ist die Regie der Produktion verantwortlich. Die Suche nach Hörspielsprecher*innen erfolgt nach Angaben der Befragten größtenteils durch regionale Theaterbesuche und aus der Erfahrung mit bestimmten Sprecherpersönlichkeiten heraus. Gegebenenfalls werden auch die Sprecherdatenbanken in den Besetzungsbüros der ARD-Rundfunksender konsultiert, die

in der Regel Stimmproben enthalten, allerdings offensichtlich keine Beschreibungen zu den Stimmen. Darüber hinaus wird auch auf die jeweilige Internetpräsenz von Sprecher*innen zurückgegriffen.

4.5 Stimmliche Idealvorstellungen

Die Hörspiel-Expert*innen wurden auch nach einer Idealstimme gefragt. Das Ergebnis dazu ist durchaus mit den recherchierten Literaturaussagen vereinbar. Nach Auffassung der Befragten kann es keine Stimmideale geben, da die Faktoren, von denen dieses Ideal abhängig wäre, zu zahlreich und zu verschieden sind. Es gebe nur vorherrschende, dominierende Sprechstile in einzelnen Zeitabschnitten, die aber in Abhängigkeit zu Art und Text eines Hörspiels stünden. In den Interviews kristallisierten sich jedoch sprecherisch-stimmliche Eigenschaften heraus, die für eine Eignung als wichtig bezeichnet wurden: Stimmliche und darstellerische Qualität, Wiedererkennbarkeit, aber auch Wandlungsfähigkeit einer Stimme, Hörerorientierung (siehe Abschnitt 4.2). Die Hörspielverantwortlichen gaben an, mitunter bereits beim Lesen der Manuskripte genaue Vorstellungen über geeignete Stimmen zu entwickeln. Im Verlaufe des Produktionsprozesses würden sie aber nicht zwingend an diesem Ideal festhalten, um den künstlerischen Entstehungsprozess nicht von vornherein einzuschränken, den auch die ausgewählten Sprecher*in mitgestalten sollen.

Expert*in	Ausgewählte Aussagen zu Idealvorstellungen
Katarina Agathos	Ich möchte nur daraus, oder kann daraus kein Prinzip ableiten im Sinne von, das sind die idealen Stimmen oder das sind die fünf besten und nur mit denen machen wir es. [...] Hörspiel ist eine Kunstform und jede Kunst braucht Weiterentwicklung und [...] darf kein geschlossener Klub werden. Das ist das Ende jeder Kunst.
Iris Dröge-kamp	Wenn ich eine Stimme immer häufiger höre oder eine Besetzung immer häufiger höre, hat es was damit zu tun, wer sie einsetzt. Und es hat was mit Strukturen zu tun, mit Machtstrukturen, Hierarchien, und es hat was damit zu tun, wer am Kuchen knabbert und wer nicht.
Klaus Zippel	Wenn immer irgendwelche Leute, die aus irgendwelchen Gründen gerade mal ‚in‘ sind, dann immer wieder besetzt werden, weil sie gerade ‚in‘ sind [...] das ganze kommerzielle Element so sehr dominiert, dann, finde ich, ist es schwierig zu sagen: Ja, es gibt den Sprecher. Nee, den gibt es eben nicht.

Expert*in	Ausgewählte Aussagen zu Idealvorstellungen
Martina Müller-Wallraf	Also, wir können wirklich alles zeigen, was im Augenblick im Sinne von, unter der Überschrift Hörspiel gemacht, versucht, verworfen, produziert wird. Und da gibt es bei weitem eben nicht nur eine Ideal- oder Standardstimme oder Tonlage oder Sprechweise oder Sprechhaltung.
Walter Adler	Schöne Stimmen gibt es nicht. Die gibt es nur in der Oper. [...] Aber im Hörspiel [...] gibt es nur Rollen, da gibt es nur Figuren, Menschen. [...] Ist das eine schöne Stimme [wohltönend], oder ist Sophie Rois eine schöne Stimme? Ich würde immer sagen, Sophie Rois ist eine schöne Stimme, weil das Schöne ist dann für mich das Authentische, das Einmalige, das Besondere, das Ungewöhnliche an dieser Stimme.

Tab. 8: Ausgewählte Aussagen zu stimmlichen Idealvorstellungen

5 Zusammenfassung und Fazit

Durch die Befragung der sieben Expertinnen und Experten wurden Anforderungen an Stimme und Sprechen in aktuellen Hörspielproduktionen sowie Auswahlkriterien für Sprecher*innen detailliert beleuchtet. Bezogen auf die aufgeführten Forschungsfragen (siehe Abschnitt 3) lässt sich folgendes Fazit ableiten:

Die Auswahlkriterien sind abhängig von der Art des Hörspiels und von der Regie, welche die endgültige Entscheidung im Besetzungsprozess trifft. Um die gewünschte Wirkung zu erzielen, sind Stimmklang und darstellerische Qualität sowie sprecherische Erfahrung entscheidend. Die Produktionsbedingungen von Hörspielen verlangen eine präzise und zügige Arbeitsweise, sodass die Wahl oftmals auf Schauspieler*innen und auf prominente Sprecher*innen fällt, die als erfahren gelten und deren Arbeitsweise bereits bekannt ist.

Stimmliche und sprecherische Merkmale sind beim Auswahlprozess entscheidend. Der Einsatz der Stimme ist abhängig von der Art des Hörspiels, ob sie z. B. stärker kommunikative oder kompositorische Aspekte bedienen soll. Folglich kann nach ähnlichen Stimmen gesucht werden oder auch nach extrem unterschiedlichen, anhand derer die Hörer*innen die verschiedenen Rollen im Hörspiel differenzieren können. Die Hauptfunktion der Stimme im Hörspiel ist demnach, eine gewünschte Wirkung zu erzeugen und zum Hinhören bzw. Weiterhören einzuladen. Ein besonderes, individuelles Moment der Stimme (Brüchigkeit, Attraktivität) kann von Vorteil sein. Zur Verringerung von Kosten und Aufwand sowie zur besseren Vermarktung spielen sowohl die Erfahrung als auch die Bekanntheit einer Sprecherpersönlichkeit eine Rolle. Zu berücksichtigen ist auch der Organisationsaufwand: Um Termine einhalten zu können, müssen mitunter bis zu zwanzig Anfragen gestellt werden, bis geeignete Sprecher*innen gefunden werden.

Beim Großteil der Sprecher*innen im Hörspiel handelt es sich um ausgebildete Schauspieler*innen. Als Grund dafür wird deren sofort abrufbare Fähigkeit zum glaubwürdigen Spielen genannt. Die Expert*innen fordern in der Zusammenarbeit mit Sprecher*innen außerdem Wandlungsfähigkeit, Präzision, professionellen Umgang mit der eigenen Stimme und dem Mikrofon sowie eigene Gestaltungsideen. Eine Idealstimme im Hörspiel gibt es nach Auffassung der befragten Expert*innen jedoch nicht, da die Faktoren, von denen dieses Ideal abhängig wäre, zu zahlreich und vielfältig sind. Die Ergebnisse der Befragung der Hörspielverantwortlichen weisen Parallelen zu den von Mücksch (2015) und Gebauer (2015) auf. Die befragten Programmverantwortlichen und Radiohörer*innen haben assoziationsreiche Eindrücke zum Gesamtbild der Moderationsperson formuliert, die ihnen offenkundig wichtiger sind als eine professionelle stimmliche Qualifikation. In beiden Untersuchungen wurden als besonders wichtige Eigenschaften einer Moderator*in Unterhaltsamkeit, Wiedererkennbarkeit und Authentizität genannt. Darstellerische Qualität, Wiedererkennbarkeit und sprecherische Erfahrung einer Sprecherin bzw. eines Sprechers sind auch den sieben Hörspielverantwortlichen in der hier vorgestellten Befragung besonders wichtig.

Literatur

- Arnheim, R. (1936): *Rundfunk als Hörkunst*. München, Wien.
- Bortz, J. / Döring, N. (2003): *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler*. Berlin.
- Bose, I. (Hg.) (2015): *Radio, Sprache, Klang. Forschungen zur Radioästhetik und Radioidentität*. Frankfurt a. M. u. a. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Eckstein, W. (2008): *Sprechstile im Hörspiel. Ein geschichtlicher Überblick*. Dipl.-arbeit Universität Stuttgart. (unveröff. Mskr.).
- Everling, E. (1988): *Ein Hörspiel produzieren. Aneignung sprachlicher und technischer Gestaltungselemente in der Sekundarstufe I*. Frankfurt a. M.
- Gebauer, M. L. (2015): *Wenn du so auf der Autobahn unterwegs bist und den Sender dann wieder reinkriegst und diese bekannten Stimmen hörst, das ist ein Stück Heimat. Beschreibung von Morningshow-Moderationen zweier Radiosender aus Sicht der Hörer*. In: Bose, I. (Hg.) (2015): *Radio, Sprache, Klang. Forschungen zur Radioästhetik und Radioidentität*. Frankfurt a. M. u. a., S. 197–220. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Gläser, J. / Laudel, G. (2010): *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*. Wiesbaden.
- Hoffmann, D. (2005): *Experteninterview*. In: Mikos, L. / Wegener, C. (Hg.): *Qualitative Medienforschung*. Konstanz, S. 268–278.
- Ihnen, D. (1998): *Labor der Emotionen. Analyse eines Herstellungsprozesses einer*

Wortproduktion im Hörfunk. Tübingen.

- Klippert, W. (1977): Elemente des Hörspiels. Stuttgart.
- Kühl, S. / Strodtholz, P. / Taffertshofer, A. (Hg.) (2009): Handbuch Methoden der Organisationsforschung. Quantitative und Qualitative Methoden. Wiesbaden.
- Lamnek, S. / Krell, C. (2016): Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. Weinheim, Basel.
- Liebold, R. / Trinczek, R. (2009): Experteninterview. In: Kühl, S. / Strodtholz, P. / Taffertshofer, A. (Hg.): Handbuch Methoden der Organisationsforschung. Quantitative und Qualitative Methoden. Wiesbaden, S. 32–56.
- Mayring, P. (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zum qualitativen Denken. Weinheim.
<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089/2383> (04.12.2017)
- Meuser, M. / Nagel, U. (2009): Das Experteninterview – konzeptionelle Grundlagen und methodische Anlage. In: Pickel, S. / Pickel, G. / Lauth, H.-J. / Jahn, D. (Hg.): Methoden der vergleichenden Politik- und Sozialwissenschaft. Neue Entwicklungen und Anwendungen. Wiesbaden, S. 465–480.
- Mücksch, J. (2015): Stimmen im Radio – Programmchefs berichten. In: Bose, I. (Hg.) (2015): Radio, Sprache, Klang. Forschungen zur Radioästhetik und Radioidentität. Frankfurt a. M. u. a., S. 171–196. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Naumann, M. (2018). „Schöne Stimmen gibt es nicht. Die gibt es nur in der Oper.“ Anforderungen an Stimmen im Hörspiel aus Expertenperspektive. Masterarbeit Universität Halle (Saale). (unveröff. Mskr.).
- Pinto, V. (2012): Stimmen auf der Spur. Zur technischen Realisierung der Stimme im Theater, Hörspiel und Film. Bielefeld.
- Plensat, B. (2008): Zu einigen Problemen der Regie im Hörspiel. Vortrag auf der Internationalen Hörspieltagung in Zons am 7. Mai 2008, S. 1–19.
https://www.lmzbw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/plensat_hoerspiel/plensat_hoerspiel.pdf (04.12.2017)
- Rüdenauer, U. (o. J.): Es geht um Kunst – Hör-Kunst. Cicero. Magazin für politische Kultur. Berlin. <https://www.cicero.de/kultur/es-geht-um-kunst-hoer-kunst/43878> (10.11.2017)
- Schwitzke, H. (1963): Das Hörspiel. Dramaturgie und Geschichte. Köln.
- Sendlmeier, W. (Hg.) (2005): Sprechwirkung. Sprechstile in Funk und Fernsehen. Mündliche Kommunikation Bd. 3. Berlin.

Danksagung

Mein Dank gilt den Expertinnen und Experten dafür, dass sie sich zu den Interviews bereits erklärt haben, und Ralf Wendt für seine freundliche Vermittlung und Unterstützung.

Sprechwirkung in Instagram-Stories und YouTube-Videos

Alexandra Ebel / Lena Schotters, Halle (Saale)

Digitale Medien sind aus dem Alltag der meisten Menschen nicht mehr wegzudenken. Unter diesem Begriff werden sowohl die technischen Geräte, wie PC und Smartphone, als auch die verschiedenen Anwendungen, auf die mittels dieser Geräte zugegriffen werden kann, verstanden (vgl. Wedding 2020, 38). Ältere Mediengruppen wie Printmedien oder elektronische Medien, zu denen auch Radio und Fernsehen gehören, sind von den digitalen Medien abzugrenzen, da sie nicht über deren spezifische Eigenschaften Multimedialität, Interaktivität und Hypertextualität verfügen (vgl. ebd. 39 f.). Während Analysen des Sprechens in elektronischen Medien besonders im Bereich der Radioästhetik zahlreiche Erkenntnisse gebracht haben (vgl. z. B. Bose / Föllmer 2015), die auch die Sprechpraxis im Rundfunk direkt beeinflussen, steht die Untersuchung von digital vermittelten Sprechereignissen, insbesondere im Kontext sozialer Medien, noch am Anfang.

Im vorliegenden Beitrag sollen zwei empirische Analysen vorgestellt werden, die durch die Beschäftigung mit dem Sprechen in Social-Media-Formaten einen Beitrag zur Weiterentwicklung der Sprechwirkungsforschung hin zu digitalen Medien leisten. Im Mittelpunkt der Analysen steht die Wirkung von Sprechausdrucksparametern und deren möglicher Einfluss auf die Zuschreibung von Authentizität sowie auf den Erfolg einzelner medialer Ereignisse.

1 Sprechwirkung

In jeder Kommunikationssituation werden unterschiedliche Wirkungen bei den Rezipient*innen ausgelöst, auch in medienvermittelter Kommunikation. Es kann generell zwischen direkten und indirekten Wirkungen unterschieden werden. Erstere zeigen sich unmittelbar in der Reaktion der Rezipient*innen, während letztere eine nur mittelbar wahrnehmbare Veränderung von Einstellungen, Meinungen oder Bewusstseinsinhalten bedeuten. Außerdem können lang- und kurzfristige Wirkungen unterschieden werden.

Die Sprechwissenschaft erforscht seit den 1970er Jahren mit Hilfe empirischer Untersuchungen die Wirkung von Sprechereignissen. Der Sprechwirkungsforschung liegt die Annahme zugrunde, dass Kommunikationssituationen von verschiedenen äußeren und inneren Faktoren bestimmt werden (Hirschfeld et al.

2008, 778). Als Sprechwirkung ist „alles zusammen[zu]fassen, was in einer konkreten Kommunikationssituation bei der Aufnahme von *Geäußertem* in einem Rezipienten ausgelöst wird.“ (ebd., 774; Kursivierung i. O.). Die Wirkung beginnt zwar bereits während der Rezeption, kann aber auch längere Zeit danach noch weiter bestehen und sich verändern. Insbesondere im Hinblick auf massenmediale Kommunikationsereignisse ist zudem von Bedeutung, dass Kommunikation auch auf nachfolgende Kommunikationssituationen wirkt, indem Erwartungen generiert werden, auf deren Grundlage spätere Kommunikationen ausgewählt oder vermieden, vorbereitet und interpretiert werden (vgl. Hirschfeld et al. 2010, 56). Jede Kommunikation verändert zumindest die internalen Repräsentationen der Rezipient*innen, auch wenn dies teilweise unbewusst geschieht. In manchen Fällen zeigen sich die durch die Wirkung hervorgerufenen Veränderungen auch im Handeln der Rezipient*innen (Hirschfeld et al. 2008, 777 ff.). Um wenigstens einen Teil der Veränderungen nachvollziehen zu können, die in den Rezipient*innen ablaufen, versuchen Sprechwirkungsuntersuchungen durch Befragungen, Prä-Post-Vergleiche oder Messungen die Wirkungen, die durch Sprechereignisse hervorgerufen werden, abzubilden. Im vorliegenden Beitrag werden zwei solcher empirischer Untersuchungen vorgestellt, die zum Ziel hatten, die Wirkung verschiedener, hauptsächlich prosodischer Parameter in Social-Media-Formaten zu erfassen. Zunächst sollen im folgenden Kapitel die dafür grundlegenden Begriffe „Authentizität“ und „Sprechausdruck“ dargelegt werden.

1.1 Authentizität – Authentifizierung

Ein bedeutender einflussnehmender Faktor im Rezeptionsprozess von Sprechereignissen ist die Sprecher*innen-Persönlichkeit. Diese manifestiert sich in großen Teilen in der Authentizität des*der Sprecher*in. Insbesondere im Hinblick auf medienvermittelte Kommunikation avanciert der Begriff des „Authentischen“ mehr und mehr zu einem diskutierten und umstrittenen Konzept. Prinzipiell lässt sich Authentizität, oft auch assoziiert mit Echtheit, Individualität, Unmittelbarkeit, Ursprünglichkeit, Aufrichtigkeit und Wahrhaftigkeit (vgl. Deppermann 2000; Knaller / Müller 2006; Ulrich 2012), als ein „universaler Geltungsbegriff“ (Müller 2006, 56) einführen, der weder steigerungs- noch verhandlungsfähig ist und sich nicht auf eine konkrete Formel reduzieren lässt (vgl. ebd.). Die Authentizität eines Individuums zählt zu den zentralen menschlichen Stärken (vgl. Kernis / Goldman 2006, 235). Für die Wirkung von Moderationsstilen wurde beispielsweise herausgefunden, dass die wahrgenommene Authentizität eines*einer

Sprecher*in ein bedeutendes Merkmal dafür liefert, ob die Moderation positiv bewertet wird (vgl. Böhme 2019; Gebauer 2015).

Authentisches Handeln meint eine Harmonie von Kognitionen und Taten bzw. Äußerungen. Ein Individuum versucht sich demnach nach außen nicht in Inkongruenz mit seiner Identität darzustellen (vgl. Schallehn 2012, 68). Die Frage danach, ob zwischen Handlung bzw. Sprechereignis und Kognition in der konkreten Kommunikationssituation eine Kongruenz besteht, kann allerdings nur das Individuum für sich selbst beantworten. Ein*e Sprecher*in hat jedoch keinen Einfluss darauf, ob sie*er auch tatsächlich auf andere authentisch wirkt. Die Zu- oder Abschreibung von Authentizität ist das Ergebnis der Wahrnehmung der Rezipient*innen und wird als Authentifizierung betitelt (vgl. Jacke 2013, 78). Nach Tillmanns (1996, 258) ist die Authentifizierung eines Individuums

„immer eine Frage des Standpunktes, eine Frage, wie sehr man bereit ist, etwas als authentisch anzunehmen [...]. Es wird wahrscheinlich immer mehr ins allgemeine Bewußtsein vordringen, daß es sich hierbei nicht um eine fixe Größe handelt, sondern um ein Konstrukt.“

Daraus ergibt sich, dass es in Sprechwirkungsuntersuchungen nicht möglich ist, Authentizität zu bestimmen, da diese ausschließlich introspektiv vom jeweiligen Individuum beurteilt werden kann. Aus der Außenperspektive lässt sich lediglich die Zuschreibung von Authentizität – also die Authentifizierung – beobachten und somit analysieren.

Verschiedene Faktoren beeinflussen den Prozess der Authentifizierung. Die charakteristischen Bedingungen der Kommunikationssituation mit eingeschlossen (vgl. Hirschfeld et al. 2008, 780), spielen hier insbesondere Erfahrungswerte (Böhme 2019, 254 f.), eine Einstellungshomophilie zum*zur Sprecher*in (vgl. Böhme 2019; Sokolova / Kefi 2019) sowie soziodemographische Merkmale wie Alter und Geschlecht eine Rolle, welche vor allem im Hinblick auf mediale Kommunikationsereignisse relevant sind (Sokolova / Kefi 2019, 13; Internetquelle 1). Darüber hinaus haben Sprechausdrucksparameter einen Einfluss darauf, als wie (in-)authentisch ein*e Sprecher*in wahrgenommen wird.

1.2 Sprechausdruck

Einen erheblichen Beitrag zur Wirkung einer sprechenden Person leistet der Sprechausdruck. Denn zusammen mit dem Gesagten wird erst durch die Sprechweise einer Person deren Intention verdeutlicht. Mit Bose (2001) kann Sprechausdruck definiert werden, als

„An sprachliche Formulierungen gebundene beziehungsweise sie komplettierende sprecherische Ausdrucksformen, die zwar individuell ausgeführt, aber situations- und stimmungsadäquat konventionalisiert gestaltet sind“ (ebd., 265).

Wichtig ist hierbei, dass der Sprechausdruck Konventionen unterliegt. D. h., aufgrund von Erfahrungen haben sich bestimmte Muster und gleichsam Erwartungshaltungen im Hinblick auf die Nutzung einzelner Sprechausdrucksmerkmale herausgebildet. Die jeweilige Ausführung erfolgt dann individuell innerhalb der konkreten Situation. Während ihrer Sozialisation beobachten und probieren Heranwachsende verschiedene Sprechausdrucksweisen und festigen somit ihr Repertoire an situativ und kulturell angemessenen Mustern des Sprechausdrucks (vgl. Bose 2001, 266; Bose et al. 2013, 68). Sprecher*innen verändern, zumeist unbewusst, ihre Sprechweise in Abhängigkeit von ihrer Stimmungslage sowie ihrer Einschätzung der Situation. Dieser angepasste Sprechausdruck wird als pathognomisch bezeichnet. Daneben steht, sozusagen als Basis, der physiognomische Sprechausdruck, der sich aus angeborenen oder habituellen Gestaltungsweisen ergibt (vgl. Stock 1987, 57 f.; Bose et al. 2013, 68).

Die sprecherischen Ausdrucksformen äußern sich vor allem durch den Einsatz prosodischer Parameter, zu denen folgende auditiv wahrnehmbare Elemente zählen (vgl. Neuber 2002, 51 f.; Hirschfeld / Stock 2016, 39):

- Sprechmelodie
- Lautheit und Lautheitsdifferenz
- Sprechgeschwindigkeit und deren Variationen
- Sprechrhythmus (Pausen und Akzentuierung)
- Sprechspannung
- Stimmqualität
- Stimmausdruck
- Dauer der einzelnen Merkmale

Doch auch artikulatorische Merkmale sind Teil des Sprechausdrucks (vgl. Pietzschmann 2011, 72; Travkina 2010, 89 f.). Denn auch artikulatorische Spannungsverhältnisse, Klangfärbungen und Assimilationen, die sich in konkreten Lautrealisationen zeigen, werden emotional überformt und situativ angepasst.

Zur Erfassung und Beschreibung der verschiedenen Sprechausdrucksmerkmale und um deren mögliches Zusammenspiel beobachten zu können, hat Bose (2001, 301 f.) einen Katalog entworfen. Darin werden auf einer zumeist fünfstufigen bipolaren Skala folgende Merkmale erfasst:

- Sprechtonhöhe und deren Modifikation
- Lautheit und deren Modifikation
- Stimmklang und dessen Modifikation
- Sprechtempo und dessen Modifikation
- artikulatorische Parameter
- Komplexphänomene wie Rhythmus, Akzentuierung und Sprechspannung

Analysen des Sprechausdrucks liefern Erklärungsansätze dafür, wodurch bestimmte Wirkungen innerhalb eines Kommunikationsereignisses zustande gekommen sind, so auch in massenmedialen Kommunikationen. Beispielsweise lassen sich Wirkungen, die aus einigen Kommentaren zu YouTube-Videos entnommen werden können, auf den Einsatz bestimmter Sprechausdrucksparameter zurückführen (vgl. Ebel (eingereicht)).

Untersuchungsergebnisse der Radioforschung u. a. von Böhme (2019) und Gebauer (2015) weisen darauf hin, dass Hörer*innen Moderationen, die abgelesen und somit vorgeplant und geschult wirken, häufig als unnatürlich und somit inauthentisch beschreiben. Dabei können Phänomene wie der Sprechrhythmus beeinflussen, ob eine Moderation als abgelesen oder frei gesprochen wahrgenommen wird. Ein gleichmäßiger, fließender Sprechrhythmus gilt dabei oft als Anzeichen für reproduzierendes, vorgeplantes Sprechen. Affektiertheit und Pseudo-Witzigkeit der Moderator*innen gelten als weitere Indizien für Inauthentizität. Ebenso unnatürlich und gekünstelt empfinden die Hörer*innen eine hohe Artikulationspräzision sowie einen resonanzreichen Stimmklang – Merkmale, die auf eine mögliche sprecherische Ausbildung des*der Sprecher*in hindeuten und dem Wandel des Stimmideals zur scheinbar unausgebildeten „Stimme von nebenan“ (Bose / Finke 2016, 90) gegenüberstehen. Die Hörer*innen bevorzugen stattdessen Sprechstile, die locker, ungezwungen und spontan wirken. Tolson (2010, 286) spricht von einem „fresh talk“, der durch direkte Ansprache der Zuhörer*innen und durch den Amateurcharakter einen „authenticity effect“ hervorruft. Und laut

Gebauer (2015, 18 f.) sind besonders Versprecher ein häufig genanntes Kriterium für den transportierten Amateurcharakter einer Moderation und damit für Authentizitätseffekte. In ihrer prosodischen Gestaltung seien diese „amateurhaften“ Sprechstile kontrastreicher und weniger gleichmäßig, wiesen häufige Tempo- und Lauthheitswechsel, größere Unterschiede zwischen Haupt- und Nebenakzenten, Dynamik, Melodie, Tempo, Sprechspannung und Artikulationspräzision auf. Auch ein rauher, gepresster bis brüchiger Stimmklang zähle zu den scheinbar als positiv und authentisch wahrgenommenen prosodischen Merkmalen (vgl. Böhme 2019, 257 ff.; Gebauer 2015, 18 f.).

Das Rezeptionsverhalten in sozialen Medien unterscheidet sich grundlegend von dem in elektronischen audiovisuellen Medienformaten, weshalb davon auszugehen ist, dass die zitierten Befunde aus Untersuchungen zur Radioästhetik nicht ungeprüft auf Plattformen wie YouTube oder Instagram übertragen werden können. Bevor zwei Sprechwirkungsuntersuchungen, die sich auf verbale Kommunikation auf diesen Social-Media-Kanälen beziehen, skizziert werden, sollen zunächst die Besonderheiten sozialer Medien dargelegt werden.

2 Kommunikation in sozialen Medien

Die Kommunikationslandschaft hat sich in den letzten zwanzig Jahren massiv verändert. Besonders das Universalmedium Internet etablierte sich gesellschaftlich und entwickelte sich in rasanter Geschwindigkeit. In diesem Zusammenhang prägen vor allem soziale Medien die individuelle Kommunikation sowie übergreifende Strukturen der Mediengesellschaft. Unter dem Begriff „Social Media“ werden Medien und Technologien gefasst, die „soziale Interaktion und Kollaboration“ ermöglichen (Specht / Theobald 2010, 21). Da es allen angemeldeten Nutzer*innen möglich ist, eigene Inhalte hochzuladen und somit anderen zugänglich zu machen, wird die klassische massenmediale Trennung zwischen Produzent*innen und Rezipient*innen aufgehoben (vgl. Gabriel / Röhrs 2017, 15). Der Gebrauch von Social Media hat stark zugenommen: Im Januar 2021 konsumierten mit weltweit 4,2 Milliarden Personen, etwa 54 % der Weltbevölkerung, Social-Media-Anwendungen (vgl. Internetquelle 2). Dies entspricht einer Zunahme von 1,9 Milliarden Social-Media-Nutzer*innen seit 2016.

Die Geschichte von Social Media ist von einer hohen Dynamik, laufenden Neuerungen und Veränderungen geprägt (vgl. Decker 2019, 46). Trotz vieler Unterschiede in Verbreitung und Funktionsweise ist eine wesentliche Gemeinsamkeit der vielfältigen Social-Media-Anwendungen, dass soziale Medien es den Menschen ermöglichen, „Informationen aller Art mithilfe digital vernetzter Medien

anderen zugänglich zu machen“ (Taddicken / Schmidt 2017, 4). Sie verändern somit die Strukturen gesellschaftlicher Öffentlichkeit, indem die Massenkommunikation in ihrer institutionalisierten Form nun neuen Modi, Arenen und Kontexten anderer Art weicht. Diese Kommunikationsinhalte sind für einen großen Personenkreis sichtbar und zugänglich. Die gemeinsame Zielsetzung von Social Media ist der kommunikative Austausch und die soziale Interaktion (vgl. ebd., 4 f.).

Die mittlerweile große Gruppe der Social-Media-Anwendungen lässt sich in verschiedene Spezialformen klassifizieren. Auf zwei dieser Formen – soziale Netzwerke und Content Communities – und deren jeweils populäre Vertreterinnen – Instagram und YouTube – soll im Folgenden näher eingegangen werden, da aus ihnen die Korpora für die vorzustellenden Sprechwirkungsuntersuchungen generiert wurden.

2.1 Instagram, Instagram-Stories und der Faktor „Authentizität“

Aufgrund ihrer Reichweite und ihres Wachstums gehören die sogenannten sozialen Netzwerke zu den populärsten Anwendungen im Social-Media-Bereich (vgl. Wirtz 2019, 830). Soziale Netzwerke werden definiert als Plattformen, „die computervermittelte Kommunikation anwenden, um Individuen in Gruppen oder Communities miteinander zu verbinden“ (ebd.). Sie bringen „Menschen mit ähnlichen Interessen, aber auch gleichen Wohnorten, Familiensituationen oder Berufen“ (Pahrmann / Kupka 2020, 309) zueinander, unterstützen ihre Nutzer*innen dabei, sich zu vernetzen, Neuigkeiten zu teilen und Beziehungen untereinander aufzubauen.

Das soziale Netzwerk Instagram wurde im Jahr 2010 gegründet. Es ist derzeit neben Facebook eines der nutzer*innenstärksten sozialen Netzwerke. Die Hauptanwendung von Instagram liegt im Teilen von qualitativ hochwertigen Fotos und Videos. Soziale Netzwerke wie Instagram sind durch die Fokussierung auf Bilder und Videos dafür bekannt, den Konsument*innen auf idealtypische Weise Geschichten aus dem Leben darbieten zu können (Storytelling) und bieten so immer mehr Möglichkeiten zur Konstruktion der eigenen Authentizität.

Die Funktion der Instagram-Stories genießt im Netzwerk Instagram höchste Priorität. Es handelt sich um eine der erfolgreichsten Social-Media-Erfindungen der letzten Jahre. Nachdem die Funktion im August 2016 eingeführt wurde, gab es bereits im Oktober 2017 täglich 200 Millionen aktive Nutzer*innen (vgl. Bettendorf 2019, 3). 2020 belief sich das Nutzer*innenwachstum auf 500 Millionen tägliche Instagram-Story-Konsument*innen (vgl. Internetquelle 3). Die Nutzer*innenzahlen der App Instagram stiegen zudem mit der Einführung der Stories

von 6,94 Millionen Nutzer*innen im September 2016 auf 15 Millionen Nutzer*innen im Juni 2017 (vgl. Internetquelle 4). Instagram-Stories wurden entwickelt, um Lebensmomente in einer Serie von Bildern und Videos mit Freund*innen zu teilen (vgl. u. a. Vázquez-Herrero et al. 2019, 3). Die Stories können für 24 Stunden auf Instagram veröffentlicht und in der Regel nur in diesem Zeitraum angesehen werden. Eine Ausnahme stellen sogenannte Highlight-Stories dar, die zum Instagram-Profil hinzugefügt werden können und somit dauerhaft sichtbar sind (vgl. Bettendorf 2019, 3; Koblike 2019, 35). Diese Kurzlebigkeit bzw. Flüchtigkeit machen die Instagram-Stories zu einem sogenannten ephemeren Mikroformat. Dieses beschreibt Inhalte, die nicht beliebig oft oder nur für eine bestimmte Zeitspanne angesehen werden können. Ephemere Inhalte sind ein bedeutendes Merkmal der gegenwärtigen Medienpraxis (vgl. Kırçova et al. 2020, 2174).

Instagram wird aufgrund seiner Popularität und Reichweite längst nicht mehr ausschließlich von Privatpersonen genutzt, sondern ist auch fester Bestandteil privatwirtschaftlicher Marketingstrategien. Einige Unternehmen bauen innerhalb des Social-Media-Marketings ihre gesamte Strategie auf Instagram-Stories auf. Sie nutzen diese, um Blicke hinter die Kulissen zu geben, die Sichtbarkeit der Marke zu verbessern und mit ihrer Community zu interagieren (vgl. Vázquez-Herrero et al. 2019, 3). Aufgrund der Prominenz der Instagram-Stories existieren zahlreiche Publikationen, die Inspirationen, Vorschläge und Empfehlungen zur Gestaltung bzw. zum Content für die perfekte Story geben. Insgesamt soll auf Menschlichkeit und Spontaneität gesetzt werden: Der „aufpolierte Glanz einer Social Media Kampagne“ (Bettendorf 2019, 35) wird in einer Instagram-Story zu „menschlichem Storytelling“ (ebd.) und damit dem Wunsch des Menschen nach nahbarer und persönlicher Kommunikation gerecht.

Dem Gesichtspunkt der „Authentizität“ folgend, erscheint es demzufolge aufschlussreich, digital vermittelte Sprechereignisse in Instagram-Stories aus sprechwissenschaftlicher Perspektive zu beleuchten. Interessant ist hier der Aspekt, inwieweit Sprechausdrucksmerkmale einen Einfluss auf die Authentifizierung der Akteur*innen in Instagram-Stories ausüben.

2.2 YouTube-Videos und der Faktor „Erfolg“

Eine weitere Spezialform der Social Media sind Content Communities. Sie sind zwar ähnlich aufgebaut wie soziale Netzwerke, doch im Vordergrund steht hier das Teilen von Inhalten mit anderen Nutzer*innen und weniger die Kommunikation der User*innen untereinander.

YouTube ist seit Jahren die erfolgreichste Videoplattform im World Wide Web. Seit der Gründung 2005 und der Übernahme durch Google eineinhalb Jahre später wuchsen die Nutzer*innenzahlen kontinuierlich an. Aktuell erreicht YouTube nach eigenen Angaben mehr als 2 Milliarden Menschen in 91 Ländern und 80 Sprachen (Stand Februar 2021; Internetquelle 5). Auf der Plattform können alle angemeldeten Nutzer*innen, die sog. YouTuber*innen, Videos hochladen. Andere Nutzer*innen können die hochgeladenen Videos kommentieren und bewerten (mittels „Daumen hoch“ oder „Daumen runter“). YouTuber*innen, die Videos hochladen, haben jeweils eigene Kanäle, die abonniert werden können, damit man informiert wird, wenn ein neues Video dieses Kanals veröffentlicht wurde.

Wer auf YouTube erfolgreich sein möchte, braucht vor allem zählbare Größen wie Klicks, Likes, Abonnements und Kommentare. Da der Erfolg auf YouTube nicht nur ein ideeller Wert ist, sondern auch erhebliche monetäre Gewinne mit sich bringen kann, streben die meisten YouTuber*innen nach dieser Anerkennung. Doch auch Nutzer*innen, die keine Gewinne erzielen wollen, sind gezwungen, bestimmte Strategien anzuwenden, damit ihr Video überhaupt innerhalb der Milliarden auf der Plattform vorhandenen Videos gefunden werden kann. Eine zentrale Rolle spielen dabei die Bewertungsalgorithmen: Wird ein Video oft angeklickt und erhält viele positive Bewertungen, sorgt ein Algorithmus dafür, dass dieses Video präserter in den Vorschlägen und Suchergebnissen platziert wird, was wiederum begünstigt, dass das Video noch öfter angeklickt und gelikt wird. Welbourne und Grant sprechen dabei von einem „rich-get-richer popularity scenario“ (2016, 707). Die Gestaltung der erfolgreichen Videos prägt allein aufgrund ihrer Präsenz die Erwartung vieler Nutzer*innen an „gute“ Videos und wirkt als Vorbild für andere YouTuber*innen (vgl. Ebel 2020a, 4). Aus sprechwissenschaftlicher Sicht ist es daher interessant, ob sich bestimmte Ausprägungen in der Nutzung von Sprechausdrucksmerkmalen herausbilden, die in erfolgreichen Videos häufiger zu finden sind als in weniger erfolgreichen Videos.

3 Sprechwirkungsuntersuchungen in Social-Media-Formaten

3.1 Authentizität in Instagram-Stories

Authentizität ist im Kontext medienvermittelter Kommunikation vor allem für Social Media zu einem substanziellen Leitthema geworden. In dieser Debatte steht im Besonderen das soziale Netzwerk Instagram samt der Funktion der Instagram-Stories hoch im Diskurs. Es wird angenommen, dass der Erfolg der Insta-

gram-Stories stark mit der Ausprägung einer charakteristischen Authentizität verbunden sei. Authentizitätsabhandlungen können sich auf Abstrakta, Objekte, Personen u. v. m. beziehen. Diese vorzustellende Untersuchung beschränkt sich auf Authentifizierungen von Sprecher*innen, die in Instagram-Stories vor der Kamera agieren. Die konkrete Fragestellung lautet, ob Sprecher*innen in Instagram-Stories Authentizität zugeschrieben wird oder nicht.

3.1.1 Korpus

Für die Untersuchung sind jeweils ein Sprecher und eine Sprecherin einer Instagram-Story ausgewählt worden. Da die authentische Charakteristik der Instagram-Stories insbesondere für Unternehmen als aussichtsreich gilt und diese teilweise viel Wert auf Instagram-Marketing legen, sind speziell solche Stories ausgewählt worden, die von einem Instagram-Business-Account veröffentlicht wurden. Die Namen der Unternehmen, auf deren Accounts Sprecher und Sprecherin in den Instagram-Stories zu sehen sind, werden hier anonymisiert. Ein weiteres Auswahlkriterium war, dass die Personen während der Präsentation von Produktneuheiten des Unternehmens in die Kamera sprechen, sodass Gesicht und Teile des Oberkörpers gut erkennbar sind. Außerdem wurde das Alter der Sprechenden berücksichtigt, da vor allem jüngere Personen, die einen möglichst „lässigen“ Eindruck hinterlassen, als besonders erfolgsversprechend für authentische Instagram-Stories gelten (vgl. Bettendorf 2019, 23). Sprecherin und Sprecher des Korpus wurden im Vorfeld der Untersuchung auf ein Alter zwischen 25 und 30 geschätzt. Die Story, in der der Sprecher agiert, wurde am 28.09.2020 veröffentlicht und besteht aus fünf Videosequenzen à 15 Sekunden, die Story mit der Sprecherin ist vom 20.09.2020 und dauert acht Videosequenzen à 15 Sekunden.

3.1.2 Untersuchungsdurchführung

Im Rahmen der empirischen Untersuchung wurden mittels einer Online-Fragebogenerhebung insgesamt 86 Teilnehmer*innen befragt, davon 56 weibliche, 29 männliche und eine Person, die sich der Kategorie divers zuordnete. Knapp 90 % der Teilnehmer*innen sind zwischen 18 und 34 Jahre alt und drei Viertel der Befragten nutzen die Social Media App Instagram. Jede*r Neunte davon nutzt die Funktion Instagram-Stories einmal oder mehrmals täglich. Die Stories des Korpus wurden zuvor mit dem Smartphone als sog. Screencasts mitgeschnitten und in den Online-Fragebogen eingefügt, sodass die Teilnehmer*innen diese abspielen konnten. Zunächst sollten die Proband*innen die Authentizität von Sprecher und

Sprecherin hinsichtlich sogenannter Authentizitäts- bzw. Inauthentizitätskriterien bewerten, die ihnen in Form eines Polaritätenprofils (vgl. Abb. 1) vorlagen. Die Items dieses Profils wurden auf Basis der in der Forschungsliteratur genannten Kriterien zur Authentifizierung eines Individuums erstellt (vgl. Keller 2009, 334 ff.; Kugler / Kurt 2000, 153 f., Knaller / Müller 2006, 7 ff.; Deppermann 2000, 262 f.; Ulrich 2012, 80 f.). Kriterien für die Zuschreibung von Inauthentizität waren allerdings in der Literatur nur spärlich zu ermitteln, obwohl sie als „notwendige andere Seite der Unterscheidung“ (Keller 2009, 336) für Authentifizierungen essentiell seien. Daher wird von der Untersuchungsleiterin zu jedem Item des Authentischen ein funktionales Äquivalent vorgeschlagen, woraus sich folgendes Polaritätenprofil ergibt:

	3	2	1	1	2	3	
echt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unecht
glaubwürdig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	zweifelhaft
ungekünstelt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	affektiert
autoritär	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unterwürfig
originell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	imitiert
zuverlässig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unzuverlässig
wahrhaftig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	trügerisch
authentisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	inszeniert
aufrichtig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	falsch
improvisiert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	strategisch
natürlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	verstellt
ehrlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	lügnerisch

Abb. 1: Polaritätenprofil mit (In-)Authentizitätskriterien

Die aus dem Polaritätenprofil resultierende Authentifizierung lässt sich mit den erhobenen Angaben zur Erfahrung mit der App sowie mit den Unternehmen, zur Einstellungshomophilie, zu soziodemographischen Merkmalen sowie zum Sprechausdruck von Sprecher und Sprecherin in Beziehung setzen. Die Ergebnisdarstellung innerhalb des vorliegenden Beitrags nimmt hauptsächlich den Faktor Sprechausdruck in den Fokus und wertet diesen als einflussnehmendes Kriterium

für die Authentifizierung in Instagram-Stories. Dafür hat die Untersuchungsleiterin den Sprecherausdruck beider Story-Sprecher*innen anhand des „Katalogs zur auditiven Merkmalsbeschreibung von Sprecherausdrucksmustern“ nach Bose (2001, 301 ff.) analysiert.

3.1.3 Ergebnisse

Die Authentizität beider Sprecher*innen wurde von den Proband*innen unterschiedlich wahrgenommen. Der Sprecher wurde insgesamt als authentischer eingestuft als die Sprecherin. Es konnte festgestellt werden, dass ein Sprecherausdruck, der geplant und geschult wirkt, ähnlich wie bei Moderationen in Morningshows (vgl. Kap. 1.2) auch bei den Instagram-Stories ein ausschlaggebender Faktor für eine Inauthentizitätsbewertung zu sein scheint. So zeigt die als eher inauthentisch wahrgenommene Sprecherin eine hohe Artikulationspräzision sowie eine starke Resonanz im Stimmklang – Kriterien, die auf einen geschulten Sprecherausdruck hindeuten. Die Artikulation des Sprechers hingegen ist verständlich und deutlich, aber nicht so präzise wie die der Sprecherin. In der Resonanz zeigt der Sprecher eine nur durchschnittlich hohe Klangfülle. Des Weiteren fällt auf, dass die Stimmabsätze durch beide Sprecher*innen oft knarrend realisiert werden. Vor allem in der Stimme der Sprecherin sind brüchige sowie raue Anteile deutlich hörbar. Ihr Sprecherausdruck ist sehr kontrastreich, vor allem im zeitlichen Verlauf der Instagram-Story. Insbesondere die Sprechtonhöhe wechselt in Abhängigkeit vom Inhalt des Gesagten stark. Ein kontrastreicher Sprecherausdruck z. B. aufgrund von Tempo- und Lautheitswechsellern sowie Rauigkeitsanteilen in der Stimme kennzeichnet im Rahmen von Moderationen in Morningshows einen Eindruck von Authentizität. Im Format Instagram-Stories könnten diese Merkmale eher Kriterien für Inauthentizität sein, denn sie wurden vorrangig von der Sprecherin realisiert, die als weniger authentisch beurteilt wurde.

3.2 Sprecherausdruck als Erfolgsfaktor in YouTube-Videos

Wie bereits unter 2.2 erwähnt wurde, ist Erfolg eine der wichtigsten Größen zur Beurteilung von YouTube-Videos. Da YouTube zu den sozialen Medien gehört, ist davon auszugehen, dass nicht nur inhaltliche oder visuelle Aspekte über den Erfolg eines Videos bestimmen, sondern dass auch die Sprechwirkung der YouTuber*innen zu einer positiven Wirkung beitragen kann und somit die Erfolgchancen eines Videos gesteigert werden können. Aus diesen Überlegungen ergibt

sich die Untersuchungsfrage, ob Sprechausdrucksmerkmale in bestimmten Ausprägungen häufiger in erfolgreichen bzw. in weniger erfolgreichen Videos zu finden sind. Um sich dieser Frage zu nähern, wurde im Rahmen eines BA-Seminars im Studiengang Sprechwissenschaft und Phonetik der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg eine Analyse vorgenommen, aus der sich erste Tendenzen ableiten lassen.

3.2.1 Korpus

Das Korpus besteht aus 40 YouTube-Videos (insges. 385 Minuten), in denen Wissen zu schulisch und/oder universitär relevanten Themen vermittelt wird, z. B. als Anleitung zum Verfassen einer Gedichtanalyse, als Zusammenfassung der Französischen Revolution oder als Erklärung der Bilanz in T-Konten. Die Videos wurden so ausgewählt, dass verschiedene Fachgebiete abgedeckt werden. Zudem ist das Korpus zweigeteilt in jeweils ein erfolgreiches und ein weniger erfolgreiches Video pro Thema. Diese Qualitätszuschreibung wurde zunächst an rein formalen Kriterien wie Klickzahlen, Anzahl und Art der Kommentare sowie „Daumen hoch bzw. runter“-Bewertungen ausgemacht (vgl. dazu auch Bachl 2011, 159 ff.).

3.2.2 Untersuchungsdurchführung

Für die auditive Beurteilung wurde ebenfalls der „Katalog zur auditiven Merkmalsbeschreibung von Sprechausdrucksmustern“ von Bose (2001, 301 f.) als Grundlage genommen. In insgesamt fünf Seminarsitzungen wurde gemeinsam mit den Studierenden eine Einschätzung ausgewählter Videos des Korpus anhand des Katalogs vorgenommen. In den sich dabei ergebenden Diskussionen wurden terminologische Unklarheiten ausgeräumt und es fand eine Eichung statt, wann von einer bestimmten Merkmalsausprägung (insbesondere von den jeweiligen Extrempolen) ausgegangen werden kann. Durch die intensive Auseinandersetzung mit dem Analyseinstrument wurden daran auch Änderungen durch die Gruppe vorgenommen. Diese betreffen einerseits die Skalenbenennungen und andererseits die zu beurteilenden Merkmale selbst. Folgende Änderungen ergaben sich im Vergleich zum ursprünglichen Merkmalskatalog:

- Die Geschwindigkeit wurde unterteilt in Sprechgeschwindigkeit (inkl. Pausen) und Artikulationsgeschwindigkeit (exkl. Pausen). Messungen hatten im Vorfeld ergeben, dass insbesondere in Videos durch Handlungspausen

größere Unterschiede zwischen der Sprechgeschwindigkeit und der Artikulationsgeschwindigkeit auftreten können (vgl. Ebel 2020b, 36 f.). Es sollte nun überprüft werden, ob diese Unterschiede auch auditiv wahrgenommen werden.

- Das Merkmal Lippenaktivität wurde im Block „Artikulation“ ergänzt, da zusätzlich zur Lippenstellung auch eine Rolle spielt, wie stark die*Sprecher*in überhaupt die Lippen beim Sprechen nutzt. Die Skalenbenennung der Ausprägungen wurden festgelegt als „sehr stark; stark; mittel; schwach; sehr schwach“.
- Äquivalent zu den Merkmalen Tonhöhenverlauf (zeitlich), Lautheitsverlauf (zeitlich), Stimmklangmodifikation (zeitlich) und Geschwindigkeitsverlauf (zeitlich), die bereits im Katalog vorhanden waren, wurde das Merkmal Sprechrhythmusverlauf (zeitlich) ergänzt. Dadurch kann angegeben werden, ob der Sprechrhythmus über die Dauer eines Sprechereignisses gleich bleibt oder sich häufig verändert. Die Benennungen der Ausprägungen wurden entsprechend der anderen genannten Merkmale als „sehr wechselnd; wechselnd; mittel; gleichförmig; sehr gleichförmig“ festgelegt.
- Beim Merkmal Spannungsbögen wurden die Ausprägungen umbenannt. Die Gruppe kam zu dem Schluss, dass es wichtiger wäre zu bewerten, ob die Spannungsbögen überhaupt die Sinneinheiten unterstützen, also ihnen entsprechen, als nur die Einheitlichkeit der Spannungsbögen einzuschätzen. Daher wurden folgende drei Benennungen gewählt: „unterstützen Sinneinheiten; unterstützen Sinneinheiten nicht; keine“.
- Zuletzt wurde das Merkmal Ansprechhaltung mit den Ausprägungen „gerichtet; ungerichtet; wechselnd“ ergänzt. Mit wechselnder Ansprechhaltung ist gemeint, dass diese über die Gesamtdauer des Videos weder durchgängig gerichtet noch ungerichtet ist, sondern die Gerichtetheit schwankt. Der Grund für die Ergänzung ist, dass die Ansprechhaltung, die ein wichtiges Merkmal für die Beurteilung der Zugewandtheit einer sprechenden Person darstellt (vgl. Ebel (eingereicht)), als möglicher Erfolgsfaktor nicht fehlen sollte.

Anhand dieses modifizierten Merkmalskatalogs beurteilten jede*r Student*in jeweils ein Video. Die Studierenden wussten während der Beurteilung nicht, ob es sich um ein erfolgreiches oder ein weniger erfolgreiches Video handelt. Aufgrund der Subjektivität (die durch den Eichungsprozess möglicherweise etwas verringert werden konnte) und wegen der geringen Fallzahlen können im Folgenden nur

Tendenzen aufgezeigt werden. Die Ergebnisse sollten in Zukunft durch weitere auditive Analysen anhand eines größeren Korpus überprüft werden.

3.3 Ergebnisse

Für den Großteil der Sprechausdrucksmerkmale zeigten sich keine eindeutigen Hinweise darauf, dass eine bestimmte Ausprägung eher in erfolgreichen oder weniger erfolgreichen Videos zu finden ist. Fünf der untersuchten Merkmale zeigen allerdings Tendenzen, die in der nachfolgenden Tabelle aufgeführt sind:

Sprechausdrucksmerkmal	erfolgreiche Videos	weniger erfolgreiche Videos
Klangfülle	mittel bis klangvoll	klangarm bis mittel
Faukale Distanz	mittel	eng
Artikulationspräzision	präzise	mittel bis unpräzise
Lippenaktivität	mittel bis stark	schwach bis mittel
Sprechrhythmusverlauf	<i>keine Angabe</i>	gleichförmig

Tab. 1: Eindeutig ausgeprägte Sprechausdrucksmerkmale im Lernvideo-Korpus

Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass in erfolgreichen Videos die Sprecher*innen verstärkt Merkmale geschulten Sprechens. Hingegen waren in den untersuchten weniger erfolgreichen Videos vermehrt Sprecher*innen mit weniger klangvollen Stimmen, geringerer Lippenaktivität und u. a. daraus resultierender unpräziser Artikulation zu finden, die außerdem wenig rhythmisch variierten. Diese Ausprägungen der Sprechausdrucksmerkmale könnten – besonders in Kombination miteinander – dazu führen, dass die Sprecher*innen weniger motiviert oder zugewandt wirken und ihre Videos deshalb weniger erfolgreich sind. Allerdings zeigte die Beurteilung des Merkmals Ansprechhaltung diesbezüglich keine tendenziell eindeutigen Ergebnisse, auch weil oft die Merkmalsausprägung „wechselnd“ gewählt wurde. Dennoch scheint es empfehlenswert zu sein, in den Kommentaren, die andere YouTube-Nutzer*innen zu den Videos abgegeben haben, nach Hinweisen auf die Sprechwirkung zu suchen. Daran ließe sich überprüfen, ob die aus der Einschätzung der Sprechausdrucksparemeter angenommenen Effekte tatsächlich von den Rezipient*innen empfunden und formuliert werden (vgl. auch Ebel 2021).

4 Fazit und Ausblick

Der Sprechausdruck spielt eine zentrale Rolle in Bezug auf die Wirkung einer sprechenden Person. Neben prosodischen Parametern haben dabei auch segmentale artikulatorische Merkmale einen Einfluss. Zur Sprechwirkung von Medienakteur*innen aus elektronischen Medien gibt es bereits Studien – hauptsächlich aus dem Bereich der Radioästhetik. Die Frage war, inwieweit die dort gewonnenen Ergebnisse auf Personen, die über digitale Massenmedien, speziell soziale Medien kommunizieren, übertragen werden können. Die Besonderheiten der Kommunikation über Social Media liegen darin, dass dort jeder zu potenziellen Produzent*innen werden kann und dass positive Bewertungen durch andere Nutzer*innen über den Erfolg eines Beitrags entscheiden. Im vorliegenden Text wurden zwei empirische Analysen vorgestellt, die den Einfluss von Sprechausdrucksparemtern in Social-Media-Kommunikation untersuchen. Konkret wurden das soziale Netzwerk Instagram und die Content Community YouTube in den Blick genommen.

Im Hinblick auf Instagram wurde untersucht, ob der Sprechausdruck relevant ist für die Authentifizierung einzelner Instagrammer*innen, also ob andere Nutzer*innen ihnen eine authentische Wirkung zuschreiben oder nicht. Insbesondere in Instagram-Stories, die sich durch Storytelling auszeichnen, ist der Wunsch der User*innen nach persönlicher und nahbarer Kommunikation groß. In den untersuchten Stories konnte ein Befund aus der Radioästhetikforschung zu Moderationen in Morningshows auf Jugendsendern bestätigt werden: Sprecher*innen, deren Sprechweise geschult wirkt, werden als weniger authentisch wahrgenommen. Andererseits wurden auch geknarrte Stimmabsätze, Rauigkeitsanteile in der Stimme sowie häufige Tempo- und Lautheitswechsel im Rahmen der Untersuchung als Kriterien für die Beurteilung von Inauthentizität erkennbar, worin ein Unterschied zu den Ergebnissen der Moderationsanalysen der Radioästhetikforschung besteht. Die Ergebnisse sowie Interpretationen stützen sich zunächst auf eine sehr kleine Stichprobe. Es lassen sich für dieses Format daher nur Tendenzen in der Abhängigkeit von Authentifizierung und Sprechausdruck ableiten. Außerdem bleiben die Authentizitätskriterien, die auf Basis der Literatur zusammengetragen wurden, diskutabel. Weitere Vorschläge und Ergänzungen für (In-)Authentizitätskriterien, an denen sich die Authentifizierung misst, könnten in nachfolgenden Untersuchungen ermittelt werden. Die Untersuchung konnte einen Grundstein für die Analyse von Instagram-Stories in der Sprechwirkungsforschung legen. Neben einer größeren Anzahl von Stories mit verschiedenen Sprecher*innen, die von einer breiteren Proband*innengruppe zu analysieren wären, könnten weiterführende

Analysen unterschiedliche Ausprägungen des Sprechausdrucks für dieses Format, auch unabhängig vom Faktor „Authentizität“, noch eingehender evaluieren.

In Bezug auf YouTube wurde geprüft, ob es einen charakteristischen Sprechausdruck gibt, der vorrangig in erfolgreichen Videos zu finden ist. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass, anders als für Rundfunkmoderator*innen in Morningshows ermittelt, diejenigen Videos auf YouTube erfolgreicher sind, in denen Sprecher*innen mit geschulten Stimmen zu hören sind. Eine naheliegende Erklärung könnte sein, dass das Untersuchungskorpus aus Lernvideos bestand, in denen es weniger um Unterhaltung, sondern eher um Informationsübermittlung und Verständlichkeit geht (vgl. Ebel 2021). Der Unterscheidung Schönfelders (1987, 235 f.) folgend, lässt sich davon ausgehen, dass Lernvideos einen eher unterrichtenden, informierenden oder belehrenden Charakter haben. Morningshows hingegen wären demnach eher interpretationsoffen und unterhaltend (vgl. auch Ebel (eingereicht)). An dieser Stelle könnten weitere Untersuchungen ansetzen, die den Sprechausdruck und dessen Wirkung in anderen YouTube-Genres in den Blick nehmen.

Abschließend lässt sich resümieren, dass Sprechereignisse in sozialen Medien aufgrund deren enormer Beliebtheit, Hochaktualität und Zukunftsperspektiven als Forschungsfeld große Potenziale bieten. Videos, die weltweit „viral gehen“, oder Stimmen, die innerhalb von Videos auf TikTok imitiert werden, könnten hinsichtlich sprecherischer Besonderheiten betrachtet werden. Die Untersuchung von Interaktionen in den sogenannten „Rooms“ der neuen Social-Media-App Clubhouse könnte auch im Bereich der Gesprächsanalyse ein neues Forschungsfeld darstellen.

Literatur

- Bachl, M. (2011): Erfolgsfaktoren politischer YouTube-Videos. In: Schweitzer, E. J. / Albrecht, S. (Hg.): Das Internet im Wahlkampf. Wiesbaden, S. 157–180.
- Bettendorf, S. (2019): Instagram-Journalismus. Ein Leitfaden für Redaktionen und freie Journalisten. Wiesbaden.
- Böhme, G. (2019): Moderationsstile aus Rezipientensicht. Ein metalinguistisches Beschreibungsprofil. Berlin, Boston.
- Bose, I. (2001): Methoden der Sprechausdrucksbeschreibung am Beispiel kindlicher Spielkommunikation. In: Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion Nr. 2, S. 262–303. <http://www.gespraechsforschung-online.de/fileadmin/dateien/heft2001/ga-bose.pdf> (12.04.2021)

- Bose, I. / Kurtenbach, S. / Nixdorf, S. (2013): Formen und Funktionen des Sprechausdrucks in Gesprächen zwischen Erzieherinnen und Kindern. In: Kurtenbach, S. / Bose, I. (Hg.): Gespräche zwischen Erzieherinnen und Kindern. Beobachtung, Analyse, Förderung. Frankfurt a. M. u. a., S. 67–117.
- Bose, I. / Föllmer, G. (2015): Forschungen zur Anmutung des Radios. In: Bose, I. (Hg.): Radio, Sprache, Klang. Frankfurt a. M. u. a., S. 13–76. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Bose, I. / Finke, C. L. (2016): Radiostimmen. Zur stimmlichen Ästhetik in aktuellen Morning Shows. In: Voigt-Zimmermann, S. / Kurtenbach, S. / Finkbeiner, G. / Bergt, A. / Mainka, W. (Hg.): Stimmstörungen – ein Fokus der Klinischen Sprechwissenschaft. Aktuelle Beiträge aus Wissenschaft, Forschung und Praxis. Berlin, S. 67–92.
- Decker, A. (2019): Der Social-Media-Zyklus. Schritt für Schritt zum systematischen Social-Media-Management in Unternehmen. Wiesbaden.
- Deppermann, A. (2000): Authentizitätsrhetorik. Sprachliche Verfahren und Funktionen der Unterscheidung von „echten“ und „unechten“ Mitgliedern sozialer Kategorien. In: Eßbach, W. (Hg.): wir/ihr/sie. Identität und Alterität in Theorie und Methode. Würzburg, S. 261–282.
- Ebel, A. (2020a): Was passiert mit sprecherischen Elementarprozessen in Zeiten von Social Media? Ein Problemaufriss am Beispiel von YouTube-Videos. In: Kranich, W. (Hg.): Sprechwissenschaft heute. Baltmannsweiler, S. 1–8.
- Ebel, A. (2020b): Sprechtempo in Lehrvideos auf YouTube. In: Pustka, E. / Pöchtrager, M. A. / Lenz, A. N. / Fanta-Jende, J. / Horvath, J. / Jansen, L. / Kamerhuber, J. / Klingler, N. / Leykum, H. / Rennison, J. (Hg.): Akten der Konferenz „Phonetik und Phonologie im deutschsprachigen Raum (P&P14)“, S. 35–38. <https://phaidra.univie.ac.at/o:1082319> (12.04.2021)
- Ebel, A. (2021): Einfluss sprachlicher und sprecherischer Merkmale auf die Verständlichkeit von Lernvideos auf YouTube. In: Staubach, K. (Hg.): Multimodale Kommunikation in den Hypermedien. Theoretische, empirische und unterrichtspraktische Zugänge. Baltmannsweiler, S. 250–275.
- Ebel, A. (eingereicht): Sprechausdruck und Ansprechhaltung als Elemente der Parainteraktion. In: Luginbühl, M. / Meer, D. (Hg.): Parainteraktion in den Medien – Multimodale Perspektiven in TV, Radio und Hypermedien. Frankfurt a. M.
- Gabriel, R. / Röhrs, H.-P. (2017): Social Media. Potenziale, Trends, Chancen und Risiken. Berlin.
- Gebauer, M. L. (2015): „Wenn du so auf der Autobahn unterwegs bist und den Sender dann wieder reinkriegst und diese bekannten Stimmen hörst, das ist ein Stück Heimat.“ Beschreibungen von Morningshow-Moderationen zweier Radiosender aus Sicht der Hörer. In: Bose, I. (Hg.): Radio, Sprache, Klang. Frankfurt a. M. u. a., S. 197–220. (SPIEL. Neue Folge. Eine Zeitschrift zur Medienkultur 2015/1-2).
- Hirschfeld, U. / Neuber, B. / Stock, E. (2008): Sprach- und Sprechwirkungsforschung. In: Fix, U. / Gardt, A. / Knape, J. (Hg.): Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch

- historischer und systematischer Forschung. Berlin, New York, S. 772–786.
- Hirschfeld, U. / Neuber, B. / Stock, E. (2010): Phonetische Sprechwirkungsforschung im Bereich der interkulturellen Kommunikation. In: Hirschfeld, U. / Stock, E. (Hg.): Sprechwissenschaftlich-phonetische Untersuchungen zur interkulturellen Kommunikation Russisch – Deutsch. Frankfurt a. M. u. a., S. 43–67.
- Hirschfeld, U. / Stock, E. (2016): Phonologische Grundlagen des Deutschen. In: Bose, I. / Hirschfeld, U. / Neuber, B. / Stock, E.: Einführung in die Sprechwissenschaft. Phonetik, Rhetorik, Sprechkunst. Tübingen, S. 27–60.
- Jacke, C. (2013): Inszenierte Authentizität versus authentische Inszenierung: Ein Ordnungsversuch zum Konzept Authentizität in Medienkultur und Popmusik. In: Helms, D. / Phleps, T. (Hg.): Ware Inszenierungen. Bielefeld, S. 71–96.
- Keller, K. (2009): Parasoziale Authentizitäten oder Welche Identitäts-Unterschiede Stars in Mediengesellschaften machen. In: Willems, H. (Hg.): Theatralisierung der Gesellschaft. Medientheatralität und Medientheatralisierung 2, S. 329–351.
- Kernis, M. / Goldman, B. (2006): A multicomponent conceptualization of authenticity: Theory and research. In: Zanna, M. (Hg.): Advances in experimental social psychology 38, S. 283–357. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0065260106380069?via%3Dihub> (12.04.2021)
- Knaller, S. / Müller, H. (2006): Authentizität und kein Ende. In: Knaller, S. / Müller, H. (Hg.): Authentizität. Diskussion eines ästhetischen Begriffs. München, S. 7–16.
- Koblke, K. (2019): Marketing mit Instagram. Frechen.
- Kırçova, I. / Pınarbaşı, F. / Köse, Ş. G. (2020): Understanding Ephemeral Social Media Through Instagram Stories: A Marketing Perspective. In: Business & Management Studies: An international journal 8, Issue 2, S. 2173–2192. https://www.researchgate.net/publication/342450913_UNDERSTANDING_EPHEMERAL_SOCIAL_MEDIA_THROUGH_INSTAGRAM_STORIES_A_MARKETING_PERSPECTIVE (12.04.2021)
- Kugler, C. / Kurt, R. (2000): Inszenierungsformen von Glaubwürdigkeit im Medium Fernsehen. Politiker zwischen Ästhetisierung und Alltagspragmatik. In: Fischer-Lichte, E. / Pflug, I. (Hg.): Inszenierung von Authentizität. Tübingen, Basel, S. 149–162.
- Müller, H. (2006): Theodor W. Adornos Theorie des authentischen Kunstwerks. Rekonstruktion und Diskussion des Authentizitätsbegriffs. In: Knaller, S. / Müller, H. (Hg.): Authentizität. Diskussion eines ästhetischen Begriffs. München, S. 55–67.
- Neuber, B. (2002): Prosodische Formen in Funktion. Leistungen der Suprasegmentalia für das Verstehen, Behalten und die Bedeutungs(re)konstruktion. Frankfurt a. M. u. a.
- Pahrmann, C. / Kupka, K. (2020): Social Media Marketing. Praxishandbuch für Twitter, Facebook, Instagram & Co. Heidelberg.
- Pietschmann, J. (2011): Wahrnehmung und Wirkung von Persönlichkeitseigenschaften von Callcenteragenten auf den Gesprächsverlauf in Kundengesprächen. In: Hirschfeld, U. / Neuber, B. (Hg.): Sprechwissenschaft und Sprechpraxis. Tübingen, S. 111–121.

- B. (Hg.): *Erforschung und Optimierung der Callcenterkommunikation*. Berlin, S. 59–93.
- Schallehn, M. (2012): *Marken-Authentizität. Konstrukt, Determinanten und Wirkungen aus Sicht der identitätsbasierten Markenführung*. Wiesbaden.
- Schönfelder, A. (1987): *Unterschiedliche sprechkünstlerische Interpretationen lyrischer Kunstwerke im Urteil der Hörer – empirische Untersuchungen und deren Ergebnisse*. In: Krech, E.-M. / Suttner, J. / Stock, E. (Hg.): *Ergebnisse der Sprechwirkungsforschung*. Halle (Saale), S. 234–240.
- Sokolova, K. / Kefi, H. (2019): *Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions*. In: *Journal of Retailing and Consumer Services*, S. 1–15. https://www.researchgate.net/publication/330640238_Instagram_and_YouTube_bloggers_promote_it_why_should_I_buy_How_credibility_and_parasocial_interaction_influence_purchase_intentions (12.04.2021)
- Specht, M. / Theobald, E. (2010): *Broadcast your Ad! Werbung auf den Videoportalen YouTube, Clipfish, MyVideo*. Baden-Baden.
- Stock, E. (1987): *Probleme und Ergebnisse der Wirkungsforschung zu Intonation und Artikulation*. In: Krech, E.-M. / Suttner, J. / Stock, E. (Hg.): *Ergebnisse der Sprechwirkungsforschung*. Halle (Saale), S. 50–124.
- Taddicken, M. / Schmidt, J.-H. (2017): *Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien*. In: Taddicken, M. / Schmidt, J.-H. (Hg.): *Handbuch Soziale Medien*. Wiesbaden, S. 3–22.
- Tillmanns, W. (1996): *Authentisch ist immer eine Frage des Standpunkts. Ein Gespräch mit Martin Pesch*. In: Pesch, M. (Hg.): *Kunstforum International 133*, S. 256–269.
- Tolson, A. (2010): *A new authenticity? Communicative practices on YouTube*. In: *Critical Discourse Studies* 7, No. 4, S. 277–289.
- Travkina, E. (2010): *Sprechwissenschaftliche Untersuchungen zur Wirkung vorgelesener Prosa (Hörbuch)*. Frankfurt a. M.
- Ulrich, A. (2012): *Authentizität*. In: Ueding, G. (Hg.): *Historisches Wörterbuch der Rhetorik* 10. Tübingen, S. 79–91.
- Vázquez-Herrero, J. / Direito-Rebollal, S. / López-García, X. (2019): *Ephemeral Journalism: News Distribution Through Instagram Stories*. In: *Social Media + Society*, S. 1–13. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305119888657> (12.04.2021)
- Wedding, S. (2020): *Das didaktische Prinzip der Digitalität*. Weinheim, Basel.
- Welbourne, D. J. / Grant, W. J. (2016): *Science communication on YouTube: Factors that affect channel and video popularity*. In: *Public understanding of science* 25 (6), S. 706–718.
- Wirtz, B. (2019): *Medien- und Internetmanagement*. Wiesbaden.

Internetquellen

- 1: <https://blog.hootsuite.com/de/social-media-demografie/#instagram> (12.04.2021)
- 2: <https://wearesocial.com/de/blog/2021/01/digital-2021-die-neuesten-einblicke-in-den-state-of-digital> (12.04.2021)
- 3: <https://wearesocial.com/digital-2020> (12.04.2021)
- 4: <https://www.crowdmedia.de/instagram-wachstum-in-deutschland/> (12.04.2021)
- 5: <https://www.youtube.com/intl/de/about/press/> (12.04.2021)

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren

Dr. phil. Heiner Apel (Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen),
h.apel@isk.rwth-aachen.de

Prof. Dr. phil. habil. Ines Bose (Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg),
ines.bose@sprechwiss.uni-halle.de

Dr. phil. Grit Böhme (Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg),
grit.boehme@fst-halle.de

Dr. phil. Alexandra Ebel (Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg),
alexandra.ebel@sprechwiss.uni-halle.de

Florian Eib, M.A. (freiberuflicher Sportreporter, Autor und Sprecher),
mail@florian-eib.com

Dr. phil. Clara Luise Finke (Universität Leipzig),
clara.finke@uni-leipzig.de

Prof. Dr. phil. Golo Föllmer (Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg),
golo.foellmer@medienkomm.uni-halle.de

Riccarda Funk, M.A. (Friedrich-Schiller-Universität Jena),
riccarda.funk@uni-jena.de

Jasmin Galonski, M.A. (freie Autorin und Sprecherin / Mitteldeutscher Rundfunk),
hallo@jasmin-galonski.de

Johanne Gerhardt, B.A. (Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg),
gerhardt.johanne@gmail.com

Sonja Kettel, M.A. (Universität Leipzig),
sonja.kettel@uni-leipzig.de

Lina Krüger, M.A. (LautSpiel),
lina.krueger@lautspiel.de

Maria Naumann, M.A.,
maria.naumann90@gmx.de

Anne Nieper, M.A. (Atrium Verlag),
anne.nieper@web.de

Lena Schotters, B.A. (Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg),
lena.schotters@gmx.de

Dr. phil. Anna Schwenke (Universität Greifswald),
anna.schwenke@uni-greifswald.de

Valentina Sergeeva, M.A. (Staatliche Universität Woronesh),
valentina.sergejewa@googlemail.com

Prof. Dr. phil. Thomas Wilke (Pädagogische Hochschule Ludwigsburg),
thomas.wilke@ph-ludwigsburg.de

HALLESCHESCHRIFTEN ZUR SPRECHWISSENSCHAFT UND PHONETIK

Die dieser Reihe vorausgehende Reihe „Hallesche Schriften zur Sprechwissenschaft und Phonetik“ wurde von Eva-Maria Krech und Eberhard Stock begründet. Die Bände 1–15 wurden von Eva-Maria Krech und Eberhard Stock herausgegeben; die Bände 16–32 von Lutz Christian Anders, Ursula Hirschfeld, Eva-Maria Krech und Eberhard Stock; die Bände 33–51 von Lutz Christian Anders, Ines Bose, Ursula Hirschfeld, Eva-Maria Krech, Baldur Neuber und Eberhard Stock (vgl. <http://www.sprechwiss.uni-halle.de/publikationen/>).

- Bd. 1 Eva-Maria Krech/Eberhard Stock (Hg.) (1996): Beiträge zur deutschen Standardaussprache. ISBN 978-3-7684-6538-0
- Bd. 2 Eva-Maria Krech/Eberhard Stock (Hg.) (1997): Sprechen als soziales Handeln. ISBN 978-3-7684-6739-1
- Bd. 3 Eva-Maria Krech/Eberhard Stock (Hg.) (1999): Sprechwissenschaft – Zu Geschichte und Gegenwart. ISBN 978-3-631-34697-6
- Bd. 4 Yvonne Anders (2001): Merkmale der Melodisierung und des Sprechausdrucks ausgewählter Dichtungsinterpretationen im Urteil von Hörern. ISBN 978-3-631-37005-6
- Bd. 5 Margret Bräunlich/Baldur Neuber/Beate Rues (Hg.) (2001): Gesprochene Sprache – transdisziplinär. ISBN 978-3-631-37730-7
- Bd. 6 Eva-Maria Krech (Hg.) (2002): Sprach-, Sprech- und Stimmstörungen – interdisziplinäre Kooperation in der Therapie. ISBN 978-3-631-38620-0
- Bd. 7 Baldur Neuber (2002): Prosodische Formen in Funktion. ISBN 978-3-631-38998-0
- Bd. 8 Eberhard Stock/Ludmila Velickova (2002): Sprechrhythmus im Russischen und Deutschen. ISBN 978-3-631-36631-8
- Bd. 9 Ines Bose (2003): dóch da sín ja’ nur múster II. ISBN 978-3-631-50142-9
- Bd. 10 Eva-Maria Krech/Eberhard Stock (Hg.) (2003): Gegenstandsauffassung und aktuelle phonetische Forschungen der halleschen Sprechwissenschaft. ISBN 978-3-631-39273-7
- Bd. 11 Wieland Kranich (2003): Phonetische Untersuchungen zur Prosodie emotionaler Sprechausdrucksweisen. ISBN 978-3-631-51029-2
- Bd. 12 Lutz Christian Anders/Ursula Hirschfeld (Hg.) (2003): Sprechsprachliche Kommunikation. ISBN 978-3-631-50466-6
- Bd. 13 Kati Hannken-Illjes (2004): Gute Gründe geben. ISBN 978-3-631-51028-5
- Bd. 14 Annaliese Benkowitz (2004): Kontrastive phonetische Untersuchungen zum Rhythmus. ISBN 978-3-631-52902-7
- Bd. 15 Norbert Gutenberg (Hg.) (2004): Schreiben und Sprechen von Hörfunknachrichten. ISBN 978-3-631-52009-3
- Bd. 16 Christiane Ulbrich (2005): Phonetische Untersuchungen zur Prosodie der Standardvarietäten des Deutschen in der Bundesrepublik Deutschland, in der Schweiz und in Österreich. ISBN 978-3-631-54414-3

HALLESCHER SCHRIFTEN ZUR SPRECHWISSENSCHAFT UND PHONETIK

- Bd. 17 Christiane Miosga (2006): Habitus der Prosodie. ISBN 978-3-631-54391-7
- Bd. 18 Ursula Hirschfeld/Lutz Christian Anders (Hg.) (2006): Probleme und Perspektiven sprechwissenschaftlicher Arbeit. ISBN 978-3-631-54476-1
- Bd. 19 Ramona Benkenstein (2007): Vergleich objektiver Verfahren zur Untersuchung der Nasalität im Deutschen. ISBN 978-3-631-56176-8
- Bd. 20 Beate Wendt (2007): Analysen emotionaler Prosodie. ISBN 978-3-631-56381-6
- Bd. 21 Uwe Hollmach (2007): Untersuchungen zur Kodifizierung der Standardaussprache in Deutschland. ISBN 978-3-631-54261-3
- Bd. 22 Ines Bose (Hg.) (2007): Sprechwissenschaft. ISBN 978-3-631-56536-0
- Bd. 23 Ute Gonnermann (2007): Quantifizierbare Verfahren zur Bewertung von Dysphonien. ISBN 978-3-631-57332-7
- Bd. 24 Mariam Hartinger (2008): Untersuchungen der Sprechmotorik von Polterern mit Hilfe der Elektromagnetischen Mediosagittalen Artikulographie (EMMA). ISBN 978-3-631-55886-7
- Bd. 25 Beate Redecker (2008): Persuasion und Prosodie. ISBN 978-3-631-56929-0
- Bd. 26 Kerstin Reinke (2008): Zur Wirkung phonetischer Mittel in sachlich intendierter Sprechweise bei Deutsch sprechenden Russen. ISBN 978-3-631-57165-1
- Bd. 27 Johanna Steinberg (2008): Geflüsterte Plosive. ISBN 978-3-631-57286-3
- Bd. 28 Cordula Hunold (2009): Untersuchungen zu segmentalen und supra-segmentalen Ausspracheabweichungen chinesischer Deutschlernender. ISBN 978-3-631-58065-3
- Bd. 29 Svetlana Nossok (2009): Kontrastive phonologische und phonetische Analyse Weißrussisch-Deutsch und Analyse interferenzbedingter Ausspracheabweichungen. ISBN 978-3-631-58499-6
- Bd. 30 Lutz Christian Anders/Ines Bose (Hg.): Aktuelle Forschungsthemen der Sprechwissenschaft 1. ISBN 978-3-631-59490-2
- Bd. 31 Ursula Hirschfeld/Baldur Neuber (Hg.) (2009): Aktuelle Forschungsthemen der Sprechwissenschaft 2. ISBN 978-3-631-59435-3
- Bd. 32 Cordula Schwarze (2010): Formen und Funktionen von Topoi im Gespräch. ISBN 978-3-631-58804-8
- Bd. 33 Ursula Hirschfeld/Eberhard Stock (Hg.) (2010): Sprechwissenschaftlich-phonetische Untersuchungen zur interkulturellen Kommunikation Russisch-Deutsch. ISBN 978-3-631-60854-8
- Bd. 34 Elena Travkina (2010): Sprechwissenschaftliche Untersuchungen zur Wirkung vorgelesener Prosa (Hörbuch). ISBN 978-3-631-60269-0
- Bd. 35 Ulrike Sievert/Susanne Voigt-Zimmermann (Hg.) (2011): Klinische Sprechwissenschaft. ISBN 978-3-631-60501-1

HALLESCHE SCHRIFTEN ZUR SPRECHWISSENSCHAFT UND PHONETIK

- Bd. 36 Hans Krech (2011): Beiträge zur Sprechwissenschaft I. Ausgewählte Schriften zur Therapie von Stimm-, Sprech-, Sprach- und Atmungsstörungen. Herausgegeben von Eva-Maria Krech. Mit einem Beitrag von Lutz Christian Anders. Mit einer Audio-CD. ISBN 978-3-631-61738-0
- Bd. 37 Hans Krech (2011): Beiträge zur Sprechwissenschaft II. Die Behandlung gestörter S-Laute. Sprechkundliche Beiträge zur Therapie der Sigmatismen. Herausgegeben von Eva-Maria Krech. Mit einem Beitrag von Volkmar und Renate Clausnitzer. ISBN 978-3-631-61739-7
- Bd. 38 Hans Krech (2013): Beiträge zur Sprechwissenschaft III. Ausgewählte Schriften zur Phonetik, Sprechkünstlerischen Gestaltung und Fachgeschichte. Herausgegeben von Eva-Maria Krech. Mit einem Beitrag von Eva-Maria Krech. Mit einer Audio-CD. ISBN 978-3-631-61740-3
- Bd. 39 Ines Bose/Baldur Neuber (Hg.) (2011): Interpersonelle Kommunikation: Analyse und Optimierung. ISBN 978-3-631-61276-7
- Bd. 40 Gottfried Meinhold/Baldur Neuber (Hg.) (2011): Irmgard Weithase – Grenzgänge. ISBN 978-3-631-61931-5
- Bd. 41 Angelika Braun/Christa M. Heilmann (2012): SynchronEmotion. ISBN 978-3-631-61518-8
- Bd. 42 Se-Jin Park (2013): Ausspracheabweichungen bei koreanischen Deutschlernenden und Empfehlungen für Ausspracheübungen. ISBN 978-3-631-62637-5
- Bd. 43 Lutz Christian Anders/Ines Bose/Ursula Hirschfeld/Baldur Neuber (Hg.) (2013): Aktuelle Forschungsthemen der Sprechwissenschaft 3. ISBN 978-3-631-62883-6
- Bd. 44 Ulrike Nespital (2013): Wirkungen des funktionellen Nachvollzugs physiologischer Gesangsstimmen auf die Qualität der Sprechstimme. ISBN 978-3-631-62616-0
- Bd. 45 Ulrike Groß/Michael Thiergart (Hg.) (2013): Sprache und Musik. ISBN 978-3-631-64362-4
- Bd. 46 Augustin Ulrich Nebert (2013): Der Tonhöhenumfang der deutschen und russischen Sprechstimme. ISBN 978-3-631-64322-8
- Bd. 47 Stephanie Kurtenbach/Ines Bose (Hg.) (2013): Gespräche zwischen Erzieherinnen und Kindern. ISBN 978-3-631-62923-9
- Bd. 48 Marit Fiedler (2013): Modernhebräisch und Deutsch. ISBN 978-3-631-62686-3
- Bd. 49 Salam Omar Mahmood (2014): Ausspracheschwierigkeiten arabischer Deutschlernender aus dem Irak und didaktische Überlegungen zum Ausspracheunterricht. ISBN 978-3-631-65282-4
- Bd. 50 Björn Fiedler (2014): Coachingbasiertes Training. ISBN 978-3-631-65434-7
- Bd. 51 Ines Bose/Baldur Neuber (Hg.) (2014): Sprechwissenschaft: Bestand, Prognose, Perspektive. ISBN 978-3-631-64740-0

SCHRIFTEN ZUR SPRECHWISSENSCHAFT UND PHONETIK

- Bd. 1 Anne Zarend (2015): Höflichkeit in der interkulturellen Kommunikation Russisch – Deutsch. Sprechwissenschaftliche Untersuchungen zum Höflichkeitsgrad in telefonischen Servicegesprächen. 324 Seiten. ISBN 978-3-7329-0148-7
- Bd. 2 Alexandra Ebel (2015): Aussprache russischer Namen in der bundesdeutschen Standardsprache. Untersuchung zur Akzeptanz verschiedener Eindeutschungsgrade. 252 Seiten. ISBN 978-3-7329-0180-7
- Bd. 3 Friderike Lange (2015): Standardaussprache englischer Namen im Deutschen. Sprechwissenschaftliche Untersuchungen zur Eindeutschung. 288 Seiten. ISBN 978-3-7329-0164-7
- Bd. 4 Wieland Kranich (2015): Sprechwissenschaftliche Grundlagen der Prosodieperzeption. 412 Seiten. ISBN 978-3-7329-0212-5
- Bd. 5 Ursula Hirschfeld/Hans-Joachim Solms/Eberhard Stock (Hg.) (2016): Otto Bremer – Wegbereiter der sprechwissenschaftlichen Phonetik an der Universität Halle. 202 Seiten. ISBN 978-3-7329-0230-9
- Bd. 6 Susanne Voigt-Zimmermann/Stephanie Kurtenbach/Gabriele Finkbeiner/Anke Bergt/Wanda Mainka (Hg.) (2016): Stimmstörungen – ein Fokus der Klinischen Sprechwissenschaft. Aktuelle Beiträge aus Wissenschaft, Forschung und Praxis. 178 Seiten. ISBN 978-3-7329-0240-8
- Bd. 7 Ursula Hirschfeld/Friderike Lange/Eberhard Stock (Hg.) (2016): Phonetische und rhetorische Aspekte der interkulturellen Kommunikation. 298 Seiten. ISBN 978-3-7329-0270-5
- Bd. 8 Astrid Schmiedel (2017): Phonetik ironischer Sprechweise. Produktion und Perzeption sarkastisch ironischer und freundlich ironischer Äußerungen. 190 Seiten mit CD. ISBN 978-3-7329-0320-7
- Bd. 9 Baldur Neuber/Judith Pietschmann (Hg.) (2017): Dialogoptimierung in der Telekommunikation. 222 Seiten. ISBN 978-3-7329-0316-0
- Bd. 10 Sandra Reitbrecht (2017): Häsitationsphänomene in der Fremdsprache Deutsch und ihre Bedeutung für die Sprechwirkung. 328 Seiten. ISBN 978-3-7329-0350-4
- Bd. 11 Ines Bose/Kati Hannken-Illjes/Ursula Hirschfeld/Baldur Neuber (Hg.) (2017): Forschung und Didaktik der Sprechwissenschaft. Aktuelle Beiträge. 218 Seiten. ISBN 978-3-7329-0358-0
- Bd. 12 Judith Pietschmann (2017): Optimierung von Gesprächen in der professionellen Telefonie. 356 Seiten. ISBN 978-3-7329-0395-5

SCHRIFTEN ZUR SPRECHWISSENSCHAFT UND PHONETIK

- Bd. 13 Heiner Apel (2018): Nachrichten: hörbar informativ. Eine Untersuchung zur Text- und Hörverständlichkeit von Radionachrichten. 466 Seiten. ISBN 978-3-7329-0439-6
- Bd. 14 Josefina Méndez (2018): Gesprächseffizienz – Merkmale und Einflussfaktoren. Sprechwissenschaftliche, linguistische und ökonomische Perspektiven. 254 Seiten. ISBN 978-3-7329-0456-3
- Bd. 15 André Hüttner (2019): Zur Entwicklung der sprechwissenschaftlichen Phonetik an der Universität Halle (Saale) bis 1961. Mit einem Ausblick auf die weitere Entwicklung des Fachs. 266 Seiten. ISBN 978-3-7329-0537-9
- Bd. 16 Ines Bose/Kati Hannken-Illjes/Stephanie Kurtenbach (Hg.) (2019): Kinder im Gespräch – mit Kindern im Gespräch. 300 Seiten. ISBN 978-3-7329-0540-9
- Bd. 17 Clara Luise Finke (2019): Senderidentität und Alltagsästhetik. Radiomoderationen in der Primetime. 366 Seiten. ISBN 978-3-7329-0542-3
- Bd. 18 Susanne Voigt-Zimmermann/Frank Lorenz/André Hüttner (Hg.) (2019): Sprechwissenschaftliche Phonetik. 364 Seiten. ISBN 978-3-7329-0575-1
- Bd. 19 Beata Grzeszczakowska-Pawlikowska (2020): Rhetorische Kompetenzen in der Fremdsprache Deutsch (DaF). Wirkung und Verständlichkeit polnischer Studentinnen in der interkulturellen Hochschulkommunikation. 350 Seiten. ISBN 978-3-7329-0543-0
- Bd. 20 Anna Schwenke (2020): Nachrichten: mehr als informativ. Nachrichten-Sprechstile im Radio zwischen Formatierung und Hörverständlichkeit. 424 Seiten. ISBN 978-3-7329-0641-3
- Bd. 21 Eberhard Stock (2020): Fachgeschichtliche Notizen: Zur Entwicklung der halleschen Sprechwissenschaft zwischen 1945 und 1990. 178 Seiten. ISBN 978-3-7329-0657-4
- Bd. 22 Sarah Heinemann (2020): Die Macht der Gedanken. Eine kritische Analyse der Lehren des Positiven Denkens. 306 Seiten. ISBN 978-3-7329-0660-4
- Bd. 23 Robert Skoczek (2020): Aussprache polnischer Namen in der bundesdeutschen Standardsprache. 372 Seiten. ISBN 978-3-7329-0702-1
- Bd. 24 Susanne Voigt-Zimmermann (Hg.) (2021): Miteinander sprechen – verantwortlich, kompetent, reflektiert. 254 Seiten. ISBN 978-3-7329-0647-5
- Bd. 25 Debora Diehl (2021): Aussprache japanischer Namen in der bundesdeutschen Standardsprache. Sprechwissenschaftliche Untersuchungen und Empfehlungen zur Eindeutschung. 318 Seiten. ISBN 978-3-7329-0746-5

SCHRIFTEN ZUR SPRECHWISSENSCHAFT UND PHONETIK

- Bd. 26 Christian Gegner (2021): Mündliche Kompetenzen von Lehramtsstudierenden. Stimmliche Leistungsfähigkeit, rederhetorische und sprechkünstlerische Kompetenzen bei künftigen Deutschlehrkräften. 416 Seiten. ISBN 978-3-7329-0775-5
- Bd. 27 Ines Bose/Clara Luise Finke/Anna Schwenke (Hg.) (2021): Medien – Sprechen – Klang. Empirische Forschungen zum medienvermittelten Sprechen. 368 Seiten. ISBN 978-3-7329-0732-8

