

Sound und Sounddesign in Medien und Forschung¹

Die Rede vom ‚Sound‘ ist heute alltäglich. Jugendliche sprechen begeistert vom Sound des neuesten Charthits ihres Popidols, der Abspann des TATORT-Fernsehkrimis gibt – wie beim großen Kinofilm – Auskunft über den an der Produktion beteiligten ‚Sounddesigner‘ und Marketingexperten basteln gemeinsam mit Ingenieuren, Tontechnikern oder Komponisten am charakteristischen Sound einer Ware, eines Logos oder eines Rundfunkprogramms. So widmete das deutsch-französische Fernsehprogramm ARTE dem Phänomen Sound bereits Mitte der neunziger Jahre einen ganzen Themenabend, der zahlreiche Aspekte des hier vorhandenen großen Bedeutungsspielraums behandelte.² Allerdings: Ein wichtiger (selbstreferentieller) Aspekt blieb bemerkenswerterweise unberücksichtigt – der Sound und die Arbeit am Sound in den elektronischen Medien selbst.

Was aber meint eigentlich das Wort ‚Sound‘? Die meisten medienwissenschaftlichen Publikationen zum Akustischen in den Medien vermeiden eine explizite Definition des Begriffs. Oft werden innerhalb eines Textes unterschiedliche Begriffsbestimmungen nebeneinander verwendet – ohne die Definitionsproblematik und das vorhandene Bedeutungsspektrum zu thematisieren. Hier lassen sich zum einen historisch unterschiedliche Ansätze beschreiben, zum anderen haben sich in den einzelnen Fachbereichen auch unterschiedliche Perspektiven auf das Thema Sound entwickelt.

Der folgende Beitrag zeichnet zunächst die Begriffsgeschichte und Verwendung des Wortes ‚Sound‘ in der Musik, der Alltagssprache und in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen nach; ergänzend gibt er einen Einblick in ausgewählte Diskussionszusammenhänge (Hören als Thema, Stellenwert der akustischen Wahrnehmung, Sound und Audiotechnik). Im Weiteren wird das Arbeitsfeld Sounddesign umrissen und die Bedeutung des Sounddesigns für den Rundfunk erläutert. Im letzten Abschnitt möchte ich schließlich in knapper

1 Bei dem vorliegenden Beitrag handelt es sich um eine überarbeitete und erweiterte Fassung von „Sound-Variationen: Vom ‚typischen Klang‘ zum ‚Sound-Design‘“. In: *Medienwissenschaft. Mitteilungen der Gesellschaft für Medienwissenschaft* (2003). H. 1. S. 4–11.

2 SOUNDS. DIE WELT IM OHR (ARTE/ZDF – Das kleine Fernsehspiel 1996), zusammengestellt von Sabine Bubeck und Christoph Potting; darin: Theo Roos: SOUND. ESSAY (ZDF 1993), Gerd Conradt: GANZ OHR (ZDF/ARTE 1996), Manfred Waffender: DIE OHRENZEUGEN (ZDF 1996), Karin Malwitz: SINN LOS (HfG Offenbach 1993) und Nicolas Humbert/Werner Penzel: STEP ACROSS THE BORDER (Deutschland/Schweiz 1990).

Form die Perspektiven für die medienwissenschaftliche Forschung aufzeigen und Ressourcen für eine weiterführende Auseinandersetzung mit dem Themenbereich vorstellen.

Definitionen des Sound-Begriffs

Im deutschsprachigen Raum hat die Verwendung des Wortes ‚Sound‘ ihren Ursprung in der Fachsprache des Jazz. Zunächst wurde damit (ausgehend vom *Stil* des ‚Swing‘) der „typische *Klang*“ einer Band oder eines Solisten bezeichnet, im engeren Sinne die charakteristischen Klangeigenschaften des Arrangements, der Instrumentation und der Tonbildung: „Duke-Ellington-Sound“, „Count-Basie-Sound“ oder der „Four-Brothers-Sound“ der Tenorsaxophone in der Band Woody Hermans. Der individuelle Sound galt damit als musikalisches Ziel und Qualitätsmerkmal eines Musikers, eines Komponisten oder einer ganzen Band. Eine frühe Quelle für diese Verwendung des Begriffs ist *Das Jazzbuch* von Joachim Ernst Berendt, der ihn 1953 in sein kurzes Glossar „Die Sprache des Jazz“ aufnahm.³

Eine weitreichendere Bedeutung bekam der Sound dann seit den sechziger Jahren in der Rock- und später in der elektronischen Popmusik.⁴ Durch die Möglichkeiten der neuen elektronischen Musikinstrumente, der tontechnischen Geräte und Verfahren im Studio steht der Sound nun im Zentrum der Musikproduktion und -rezeption. Der Stellenwert von Interpretation, Komposition und Notation (im konventionellen Sinne) rückt gegenüber der Technik in den Hintergrund – der durch den Umgang mit der Tonstudioteknik erzeugte charakteristische Klang wird zum musikalischen Markenzeichen. Und es geht nicht mehr nur um den Sound des Musikers oder der Band, sondern auch um den des Produzenten und des Labels/Studios.⁵ „Dabei bedeutet das Wort allerdings längst nicht mehr nur Klang oder – im akustischen wie psychologischen Sinne – Klangfarbe. Sound meint die Totalität aller den Gesamteindruck der Musik bestimmender oder vermeintlich bestimmender Elemente [...]“⁶

3 Joachim Ernst Berendt: *Das Jazzbuch. Entwicklung und Bedeutung der Jazzmusik*. Frankfurt am Main 1953. S. 210, vgl. auch S. 193. In der Neubearbeitung dieser Publikation (unter dem Titel *Das neue Jazzbuch. Entwicklung und Bedeutung der Jazzmusik*. Frankfurt am Main 1959) gehört die Vokabel „Sound“ zu den zentralen Begriffen und wird mit dem Wort „Klangbildung“ übersetzt.

4 Im Bereich der elektronischen und elektroakustischen Musik beginnt die Auseinandersetzung mit der Sound-Gestaltung bereits in den fünfziger Jahren.

5 Vgl. Helmut Rösing: „Klangfarbe und Sound in der ‚westlichen‘ Musik“. In: Ludwig Finscher (Hg.): *MGG. Die Musik in Geschichte und Gegenwart*. Sachteil. Bd. 5: Kas–Mein. 2, neubearb. Ausg. Kassel/Stuttgart 1996. S. 156–159, hier: S. 158. Zum Verhältnis des Sounds zur Tonstudioteknik und der Arbeit der Produzenten siehe Alfred Smudits: „A Journey into Sound. Zur Geschichte der Musikproduktion, der Produzenten und der Sounds“. In: Thomas Phleps/Ralf von Appen (Hg.): *Pop Sounds. Klangtexturen in der Pop- und Rockmusik. Basics – Stories – Tracks*. Bielefeld 2003 (= Texte zur Populären Musik. Bd. 1). S. 65–94.

1973 findet sich das Wort Sound zum ersten Mal im DUDEN und wird dort als „Klang(wirkung, -richtung)“ verstanden.⁷ Seit den siebziger Jahren bekommt das Phänomen Sound von mancher Seite jedoch auch eine kritische Bewertung als „relativ kurzlebige Tonbildungs- oder Instrumentationstricks“ und „Warenzeichen“⁸, als fetischhaft verehrte[s] Markenzeichen“ und „wichtigste[s] Element der Werbemusik“⁹ mit einer „Schlüsselfunktion in der kommerziellen Verbreitung“¹⁰ – „ein Sound nutzt sich ab, und dann muss eine neuer her!“¹¹

In Wörterbüchern, Lexika und Enzyklopädien hält sich die Definition als „Klangfarbe“, „Klangqualität“ oder „charakteristischer Klang“ in der Jazz-, Rock und Popmusik bis heute. Dennoch hat sich die Bandbreite dessen, was in der Alltags- und Fachsprache heute unter Sound verstanden wird, stark vergrößert: Neben seiner musikalischen Definition als „typischer Klang“ wird Sound auch definiert als

- Schall allgemein (alles auditiv Wahrnehmbare),
- Tonebene der elektronischen Medien (beispielsweise die Gesamtheit aller Schallereignisse auf der Film-Tonspur oder die auditive Ebene eines Fernsehprogramms oder Computerspiels),
- Geräusch oder Klangeffekt (Sounds als zumeist unidentifizierbare und nicht konkret benennbare Geräusche oder Schallereignisse: ‚Sound Effects‘ bzw. ‚SFX‘),
- charakteristischer Klang einer Ware/eines Industrieprodukts (Sounddesign als akustisches Produktdesign, z. B. für Fahrzeuge, Haushaltsgeräte, Telefone oder sogar Lebensmittel¹²),
- charakteristischer Klang einer Marke oder eines Unternehmens (Corporate Sound als akustischer Teil des Corporate Design-Gesamtkonzepts, z. B. bei Großunternehmen und Fernsehprogrammen wie ‚Das Erste‘¹³ oder ‚ProSieben‘¹⁴),

6 Wolfgang Sandner: „Sound & Equipment“. In: Wolfgang Sandner (Hg.): *Rockmusik. Aspekte zur Geschichte, Ästhetik, Produktion*. Mainz 1977. S. 81–99, hier: S. 83.

7 *DUDEN Rechtschreibung*. 17., neubearb. und erw. Aufl. Mannheim 1973, S. 639.

8 *Meyers Neues Lexikon*. Bd. 12. 2., völlig neu erarb. Aufl. Leipzig 1975, S. 631.

9 *Brockhaus Riemann Musiklexikon*. Bd. 4. 2., überarb. und erw. Aufl. Mainz/München 1995. S. 176.

10 *Das neue Lexikon der Musik*. Bd. 4. Stuttgart 1996.

11 *Das große Lexikon der Unterhaltungsmusik*. Berlin 2000, S. 498.

12 Vgl. Joseph Scheppach: „Akustik-Design & Marktstrategie. Cornflakes müssen fröhlich klingen“. In: *PM* (1997). H. 12. S. 70–75.

13 Vgl. Regina Tamm: „ARD Corporate Design und Markenstrategie. Haltung und Image“. In: *ARD-Jahrbuch 03*. 35. Jg. (2003). S. 82–87, hier: S. 83.

14 Vgl. Andi Gleichmann: „Sounddesign beim Fernsehen am Beispiel des Senders ProSieben“. In: Jan Neubauer/Silke Wenzel (Hg.): *Nebensache Musik. Beiträge zur Musik in Film und Fernsehen*. Hamburg 2001. S. 61–82.

- „Erläuterung technischer Verfahrensweisen“ der Musikproduktion (Röhren-Sound oder Moog-Sound),
- „Umschreibung musikalischer Grundstimmungen (softer, knackiger Sound)“,
- „Mittel der qualitativen Bewertung (origineller, abgestandener Sound).“¹⁵

In diesem Beitrag wird Sound im Folgenden als charakteristischer (zumeist gestalteter) Klang definiert – hingegen nicht als Schall jeglicher Art, als Geräusch oder Klangeffekt.

Sound in der Wissenschaft

Nicht nur in der Umgangssprache ist die Zahl der Sound-Definitionen groß, auch in den unterschiedlichen wissenschaftlichen Fachrichtungen, die sich mit dem Thema beschäftigen, findet sich eine Vielzahl von Beschreibungsansätzen.

So wird Sound in musikwissenschaftlichen Publikationen als Klang bzw. Klangfarbe verstanden (der Klang als physikalisch-akustisches und psychologisches Phänomen), aber eben auch als Synonym für einen musikalischen Stil oder Stilelemente und als spezifisch gestalteter Klang eines Musikers, einer Band, eines Labels, eines tontechnischen Geräts (z. B. Effekt-Gerät) u. ä. in der populären Musik (siehe oben). Insgesamt besteht die Tendenz zu einer weiten Sound-Definition, die längst über das rein Musikalische hinausreicht. Der Sound kann dabei als „neue Ära“ oder „neues Paradigma“ (von der Musik zum Sound bzw. vom Ton zum Sound) der musikwissenschaftlichen Forschung verstanden werden.¹⁶ Und: Die zentrale Bedeutung des Sounds für die Produktion und Rezeption von Rock- und Popmusik zeigt die Notwendigkeit einer Erweiterung des traditionellen Instrumentariums musikalischer Analyse um die Verfahren einer musikwissenschaftlichen Soundforschung.

15 Helmut Rösing: „Klangfarbe und Sound in der ‚westlichen‘ Musik“ (siehe oben), S. 158. Ergänzend zu diesem Kapitel sei auf einige Erläuterungen des ‚Sound‘-Begriffs aus musikwissenschaftlicher Perspektive verwiesen: Harald Schwarz: *Sound und Lautsprechermusik. Ein Beitrag zu den unterrichtlichen Möglichkeiten musikalischen Hörens*. Saarbrücken 2002, hier: S. 10–20; Martin Pfeleiderer: „Sound. Anmerkungen zu einem populären Begriff“. In: Thomas Phleps/Ralf von Appen (Hg.): *Pop Sounds. Klangtexturen in der Pop- und Rockmusik. Basics – Stories – Tracks*. Bielefeld 2003 (= Texte zur Populären Musik. Bd. 1). S. 19–29; Dietrich Helms: „Aus der Suche nach einem neuen Paradigma: Vom System Ton zum System Sound“. In: ebd. S. 197–228.

16 Vgl. hierzu den Beitrag von Matthias Rieger „Musik im Zeitalter von Sound. Wie Hermann von Helmholtz eine neue Ära begründete“ und von Dietrich Helms „Aus der Suche nach einem neuen Paradigma: Vom System Ton zum System Sound“ in Thomas Phleps/Ralf von Appen (Hg.): *Pop Sounds. Klangtexturen in der Pop- und Rockmusik. Basics – Stories – Tracks*. Bielefeld 2003 (= Texte zur Populären Musik. Bd. 1). S. 183–196 und 197–228.

In der Medienwissenschaft (und hier vor allem im filmwissenschaftlichen Bereich), die sich bislang vorwiegend mit Fragen des Visuellen beschäftigt, wird nur selten mit der (Analyse-)Kategorie Sound gearbeitet; der Begriff verweist dann entweder auf

- die gesamte Tonebene (der akustische Anteil) eines Mediums mit allen unterschiedlichen Schallereignissen,
- auf einzelne nicht identifizierbare Klänge oder Geräusche (Sounds, Sound Effects),
- das Sounddesign, also die gezielte (künstlerische) Gestaltung des Akustischen in den Medien (Tonspur bei Film und Fernsehen, Hörfunk, Tonträger, Internet, Software/Computerspiel/Multimediaanwendung),
- den charakteristischen Klang der Produktionen eines Komponisten, Tonmeisters, Sounddesigners und/oder Regisseurs oder
- den charakteristischen Klang bestimmter medientechnischer Geräte und Einrichtungen.

Diese Bedeutungsvielfalt zeigt sich auch in den Beiträgen der vorliegenden Tagungsdokumentation der Gesellschaft für Medienwissenschaft und sie macht eine klare Eingangsdefinition im jeweiligen Untersuchungszusammenhang notwendig, zumindest eine eindeutige Zuordnung zum Bereich ‚Tonebene‘, ‚Geräusch‘, ‚Sound Effect‘ oder ‚Sounddesign‘ (charakteristische Klanggestaltung).

In den Ingenieurwissenschaften wird Sound in der Regel als spezifischer Klang eines Produkts/Geräts oder eines Raumes verstanden. Im Rahmen des Klang-Designs soll der Sound hier beispielsweise die Benutzung eines Geräts vereinfachen und unterstützen, zum Kauf bzw. Gebrauch eines Industrieprodukts/Geräts anregen oder beim Akustik-Design die akustischen Eigenschaften eines Raums verbessern oder das Wohlbefinden beim Verweilen in einem Raum erhöhen.¹⁷ Hier finden sich Überschneidungen zur Angewandten Gestaltung bzw. zu den Gestaltungs- oder Designwissenschaften.¹⁸

In den meisten Standardwerken zur Tontechnik kommt der Begriff Sound überraschenderweise gar nicht oder nur am Rande vor. Ebenso hat die Berufsbezeichnung des Sounddesigners bisher kaum Eingang in die neueren deutschsprachigen Handbücher zur Tonstudioteknik gefunden. Lediglich in den Ton-

17 Vgl. Axel Rudolph: *Akustik-Design. Gestaltung der akustischen Umwelt*. Frankfurt am Main 1993 (= Europäische Hochschulschriften, Reihe V, Bd. 1416).

18 Vgl. beispw. Dietrich Hasse: „Akustik im Design“. In Birgit Fleischmann (Red.): *Visuelle Sollbruchstelle*. Hrsg. von der Kunsthochschule Berlin-Weißensee/Hochschule für Gestaltung (= Weißenseer Erkundungen IV). S. 77–112.

technik-Einführungen einzelner (amerikanischer) Sounddesigner werden Sound und Sounddesign thematisiert.¹⁹

Die Psychologie untersucht insbesondere die menschliche Wahrnehmung spezifischer (musikalischer) Sounds/Klangfarben (Psychoakustik) und die Auswirkungen des zeitgenössischen Soundscapes bzw. des Lärms auf den Menschen (Umweltpsychologie).

Als interdisziplinäres bzw. „transdisziplinäres“ Forschungsgebiet versteht sich die Soundscape-Forschung und „Akustische Ökologie“.²⁰ In diesen Forschungsfeldern beschäftigen sich Geographen, Historiker, Soziologen, Psychologen, Pädagogen, Musikwissenschaftler, Akustiker, Kulturwissenschaftler, Ethnologen, Architekten, Stadtplaner und andere Fachwissenschaftler mit dem Wandel, der Gestaltung und Analyse der uns umgebenden akustischen Umwelt.

Sound und Hören in der Diskussion

In den vergangenen zehn Jahren ist eine verstärkte (wissenschaftliche) Beschäftigung mit auditiver Wahrnehmung, akustischen Kunstformen, der akustischen Ebene elektronischer Medien und der hörbaren Umwelt (Klanglandschaft bzw. Soundscape) zu beobachten. Zahlreiche Tagungen und Kongresse behandelten den Themenbereich Hören/Zuhören, Sound/Klang und Sounddesign: *Welt auf tönernen Füßen – Die Töne und das Hören*²¹, Bonn 1993; *Filmmusik und Sounddesign*, Wien 1994; *Der Verlust der Stille*²², Bad Herrenalb 1994; *Klangumwelten*, Berlin 1995; *Hören – eine vernachlässigte Kunst*²³, Herne 1995; *Ganz Ohr*²⁴, Kassel 1997; *HEAR.ing*, Köln 1997 bis 1999; *Internationale Hörspieltage*, Berlin 1997; *Tonmeistertagungen*²⁵, Karlsruhe 1998, Hannover 2000

19 Vgl. Tomlinson Holman: *Sound for Film and Television*. Boston 1997. S. 172 ff. (inzwischen ist eine Neuauflage erschienen: Boston 2002).

20 Zur Einführung in Fragen der Klanglandschaftsforschung vgl. Forum Klanglandschaft (Hg.): *Klanglandschaft wörtlich. Akustische Umwelt in transdisziplinärer Perspektive*. Onlinepublikation, Basel 1999. URL: <http://www.klanglandschaft.org/docs/fklbrosch.pdf> (Zugriff am 7.12.2004).

21 Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): *Welt auf tönernen Füßen. Die Töne und das Hören*. Red.: Uta Brandes. Göttingen 1994 (= Schriftenreihe Forum. Bd. 2).

22 Evangelische Akademie Baden (Hg.): *Der Verlust der Stille. Ansätze zu einer akustischen Ökologie*. Karlsruhe 1995 (= Herrenalber Forum. Bd. 13).

23 Karl-Heinz Blomann/Frank Sielecki (Hg.): *Hören – Eine vernachlässigte Kunst?* Hofheim 1997.

24 Zuhören e.V. (Hg.): *Ganz Ohr. Interdisziplinäre Aspekte des Zuhörens*. Göttingen 2002 (= Edition Zuhören. Bd. 1).

25 Bildungswerk des Verbandes Deutscher Tonmeister (Hg.): 20. *Tonmeistertagung. Karlsruhe 1998. Bericht*. Red.: Michael Dickreiter. München 1999; 21. *Tonmeistertagung. Hannover 2000. Bericht*. Red.: Michael Dickreiter. München 2001; 22. *Tonmeistertagung. Hannover 2002* [Vorträge als Videostream]. URL: <http://www.tonmeister.de/tmt/2002/> (Zugriff am 7.12.2004).

und 2002; *Hörfestival BLIND DATE*, Köln 1998; *Nordkolleg Rendsburg*, 1998; *StadtStimmen – Klanglandschaft*, Wiesbaden 1999; *Zuhören im Medienzeitalter*, Weilburg 2001; *Ganz Ohr sein – Die Kunst des Zuhörens lehren und lernen*, München 2001; *Hörwoche*, Wiesbaden 2001; *Ökologie des Hörens – von der Lärmumwelt zum Klangdesign*, Tutzing 2001; *The Look of the Sound*, Bremen 2002; *16. Woche des Hörspiels, Projekttag: Sounddesign*, Berlin 2002; *Klang und Raum – Hörkunst als Konzept raumorientierter Hörerfahrung*, Erlangen 2003; *Initiative Hören*, Leipzig 2003; *Symposion Sound Studies*, Berlin 2003; *Megaphon und Mikrophon – Der Sound der Politik*, Hattingen 2004; *Audiovisionen*, Köln 2004; *Macht Hören blind? Macht Sehen taub?* Erlangen 2005; *Hörfest/Labyrinth des Hörens*, Wiesbaden 2005, sowie viele weitere Tagungen und Workshops unterschiedlicher Akademien in ganz Deutschland.

Im gleichen Zeitraum entspann sich im deutschsprachigen Feuilleton²⁶ eine weitreichende Diskussion zum Thema und es entstanden Organisationen und Vereine, die es sich zum Ziel gemacht haben, die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Aspekten des Hörens zu fördern und zu intensivieren: *Schule des Hörens*, Köln; *Stiftung Zuhören*, Frankfurt am Main/München, *Forum Klanglandschaft*, Basel, und *Initiative Hören*, Köln.²⁷

Im Rahmen der verstärkten Auseinandersetzung mit der akustischen (Raum-)Gestaltung, den Klanglandschaften und dem Hören/Zuhören wuchs auch die Kritik an der visuellen Orientierung der (Wissenschafts-)Kultur.²⁸ Einige der populärsten Kritiker der „Augenmenschen“ des text- und bildorientierten Wissenschaftsbetriebs sehen das Hören dabei in einem eher esoterischen und ganzheitlichen Lebenszusammenhang, der stark von den Vorstellungen nichteuropäischer Kulturen (z. B. Indien oder China) und von ‚New Age‘ bzw. ‚Weltmusik‘ geprägt ist.²⁹ Viele ihrer Thesen bleiben unter Musikwissenschaftlern, Medienpraktikern, Philosophen und Psychologen bis heute umstritten.³⁰

26 Vgl. auch Peter Niklas Wilson: „Die Wiederentdeckung des Ohrs. Krise und Neubewertung des Hörens“. In: *NZZ* (11.10.1997). Nr. 236–45.

27 Weiterführende Informationen finden sich im Internet unter den folgenden Adressen: URL: <http://www.schule-des-hoerens.de/>, <http://www.hr-online.de/website/extern/zuh hoeren/>, <http://www.klanglandschaft.org/> und <http://www.initiative-hoeren.de/> (Zugriff am 2.11.2004).

28 Vgl. Wolfgang Welsch: „Auf dem Weg zu einer Kultur des Hörens?“ In: Arnica-Verena Langenmaier (Hg.): *Der Klang der Dinge. Akustik – eine Aufgabe des Design*. München 1993. S. 86–111.

29 Vgl. Joachim-Ernst Berendt: *Nada Brahma. Die Welt ist Klang*. Überarb. Neuausg. Reinbek 1985 (= rororo 17949); ders.: *Das Dritte Ohr. Vom Hören der Welt*. Überarb. Fassung. Reinbek 1988 (= rororo 18414) und ders.: „Ich höre, also bin ich“. In: Thomas Vogel (Hg.): *Über das Hören. Einem Phänomen auf der Spur*. Tübingen 1996 (= Attempto Studium generale). S. 69–90.

30 Vgl. Peter Sloterdijk: *Kopernikanische Mobilmachung und ptolemäische Abrüstung. Ästhetischer Versuch*. Frankfurt am Main 1987 (= es 1375). S. 84–120 und Peter Niklas Wilson: „Verordnete Harmonie. Musik und Musikphilosophie im Zeichen des ‚New Age‘“. In: *NZfM* 147 (September 1986). S. 5–8, hier: S. 6 f.

Manche Hörforscher und Propheten einer auditiven Wende des Denkens und der Wahrnehmung verlangen eine Reduktion des uns umgebenden Schalls: Eine – zumindest auf den ersten Blick – verständliche, tatsächlich jedoch illusoriale und in mancher Hinsicht durchaus auch problematische Forderung. Sinnvoller und realistischer erscheint es,

- a) die bereits vorhandenen Klänge und Geräusche gezielt zu gestalten,
- b) keinen zusätzlichen, unnötigen Schall zu produzieren und
- c) die Lautstärke des uns umgebenden Schalls zu reduzieren.

Im Zentrum der Bemühungen sollte also nicht in erster Linie die *Schall-*, sondern zunächst vor allem die *Lärmvermeidung/Lärmreduktion* und eine differenziertere akustische Gestaltung der bereits vorhandenen Umwelt- und Medienklänge (Sounddesign von Medienprodukten) stehen.

Hören im Alltag – Hören des Alltags

Die Bedeutung der auditiven Wahrnehmung für den Menschen kann kaum überbewertet werden. Das Hören ist als Raum- und Orientierungssinn in unserem Alltag permanent gefordert. Aus kulturkritischer Sicht wird festgestellt: Das konzentrierte Zuhören gelingt insbesondere jungen Menschen nur noch für eine kurze Zeitspanne, Stille ist für sie kaum noch zu ertragen (der Verdacht liegt nahe, dass die Massenmedien mit ihren kurzen Sendeformen und ihrer akustischen Allgegenwart diese Tendenz verstärkt haben könnten).

Einerseits wird das Hören in ein (a) wertvolles Hören (Zuhören bei Sprache und Musik) und (b) nicht-wertvolles und erzwungenes Hören der Umwelt (bis hin zum Weghören) geteilt. Andererseits geht – hinsichtlich des eher wertvollen Hörens von Musik – mit der ständigen Verfügbarkeit musikalischer Unterhaltung („Musikteppich“) auch eine Verringerung des aufmerksamen Zuhörens einher.³¹ Man hört zwar immer und überall Musik, aber eben nur nebenbei und nicht konzentriert, es bleibt bestenfalls beim ‚Hören‘, das ‚Zuhören‘, ‚Horchen‘ und ‚Lauschen‘ verliert hingegen an Bedeutung. Unter den Hörweisen, die bei der Musikrezeption zu beobachten sind, tritt das ‚kompensatorische‘ und ‚diffuse‘ Hören in den Vordergrund, ‚assoziatives‘ oder ‚distanzierendes‘ Hören ist hingegen selten.³²

31 Vgl. Kurt Blaukopf: „Tonträger“. In: Herbert Bruhn/Rolf Oerter/Helmut Rösing (Hg.): *Musikpsychologie. Ein Handbuch*. Reinbek 1993 (= rowohlt's enzyklopädie 526). S. 175–181, hier: S. 178.

32 Zu den „Varianten auditiver Aufmerksamkeit“ siehe Jutta Wermke: „Hören – Horchen – Lauschen. Zur Hörästhetik als Aufgabenbereich des Deutschunterrichts unter besonderer Beachtung der Umweltwahrnehmung“. In: Kaspar H. Spinner (Hg.): *Imaginative und emotionale Lernprozesse im Deutschunterricht*. Frankfurt am Main 1995 (= Beiträge zur Geschichte des Deutschunterrichts. Bd. 20). S. 193–215. Die intensive Auseinandersetzung mit Aspekten des Zuhörens initiierte in der Bundesrepublik u. a. die Stiftung des Hessischen Rundfunks, vgl. Zuhören e.V.: *Ganz Ohr. Interdisziplinäre Aspekte des Zuhörens*. Göttingen 2002; Hessischer

Durch die beständige Zunahme der künstlichen Musikreproduktion mittels elektronischer Übertragungsmedien und Tonträger (sogenannte Übertragungs- oder Lautsprechermusik) sowie durch die permanente Verfügbarkeit der Tonträger und Abspielgeräte (Hi-Fi-Anlage, Radiogerät, Computer/Notebook, Autoradio, Walkman, MP3-Player, Handy mit Radio-/Audiowiedergabe) besteht im Alltag jederzeit die Möglichkeit, Musik zu hören; die Lautsprechermusik ist als ein gewissermaßen zwangsläufiger und zu jeder Zeit verfügbarer Teil des Lebens in den Alltag der Rezipienten integriert. Musikhören ist dann einerseits nichts Besonderes mehr, sondern gleichsam ‚natürlicher‘ Bestandteil des Alltags und des gewöhnlichen Tagesablaufs, andererseits aber kann insbesondere die Musik oder das mit Musik verbundene Rezeptions-Ritual zum Mittel einer Flucht aus dem Alltag werden.³³ Während wir früher zur visuellen und akustischen Abschirmung, zum Schutz vor unerwünschtem Schall vor allem Wände bzw. Räume genutzt haben, verwenden wir heute auch den Schall selbst (hier vor allem Musik), um in einer fremden oder lärmenden Umgebung unseren eigenen privaten (akustischen) Raum entstehen zu lassen, z. B. bei der mobilen Nutzung von Walkman, MP3-Player oder Autoradio.³⁴

Sound und Audiotechnik

Lange Zeit waren die Standards der Audiowiedergabe bei den Rundfunkmedien klar aufgeteilt: Die meisten Hörfunkprogramme sendeten seit August 1963 im Stereomodus, die Mehrzahl der Fernsehsendungen hingegen wurde noch monophon ausgestrahlt und nur ein Teil der Fernsehgeräte hatte eine qualitativ hochwertige technischen Ausstattung zur Audiowiedergabe in Stereo. Heute sieht die Situation jedoch anders aus: Viele TV-Sendungen werden zwar noch in Mono präsentiert, wie auch beim Hörfunk sind dies hauptsächlich Nachrichten und Reportagen; insgesamt aber hat das Fernsehen auf der *Empfängerseite* inzwischen einen höheren Audio-Wiedergabestandard (Lautsprecher- und Übertragungsqualität, Stereo, Dolby-Surround, Dolby Digital und DVD-Technik) mit besserer technischer Ausstattung erreicht als der Hörfunk – das bietet neue Perspektiven für die Arbeit am Sound und Sounddesign. Die umfangreiche tontechnische Ausstattung der Kinos und die dort vielfach vorliegende Referenz-Situation für eine optimale Audio-Wiedergabe und -Rezep-

Rundfunk (Hg.): *Projekt: Stiftung Zubören*. Frankfurt am Main 1997. Eine Darstellung aller Hörweisen nach Klaus-Ernst Behne findet sich in: ders.: *Hörertypologien. Zur Psychologie jugendlichen Musikgeschmacks*. Regensburg 1986. S. 126 ff.

33 Vgl. Helmut Rösing: „Musik im Alltag“. In: Herbert Bruhn/Rolf Oerter/Helmut Rösing (Hg.): *Musikpsychologie. Ein Handbuch*. Reinbek 1993. S. 113–130, hier: S. 114.

34 Vgl. Frank Schätzlein: „Mobile Klangkunst. Über den Walkman als Wahrnehmungsmaschine“. In: Andreas Stuhlmann (Hg.): *Radio-Kultur und Hör-Kunst. Zwischen Avantgarde und Popularkultur 1923–2001*. Würzburg 2001. S. 176–195; hier S. 191–195.

tion sind schon fast sprichwörtlich geworden. Bei den Rezipienten haben Gerätehersteller und Unterhaltungsindustrie den Wunsch geweckt, diese Qualität der Mediennutzung auch im eigenen Wohnzimmer zu realisieren („Home Cinema“).

Bis Mitte der neunziger Jahre verfügten Redakteure und Mitarbeiter vieler Radiosender oft nur über eingeschränkte Erfahrungen im Umgang mit der jeweils neuesten digitalen Audiotechnik und konnten deshalb die mit einer kreativen und künstlerischen Nutzung der Technik verbundenen Potentiale kaum ausnutzen. Dies stand im Gegensatz zur freien und radiounabhängigen (Musik-)Produktion: Dort waren die Künstler, Mitarbeiter und Produzenten stets gezwungen, auch technisch auf dem neuesten Stand zu sein. So waren Musik- und Filmschaffende nicht nur in Bezug auf die Tonstudioteknik lange Zeit besser ausgerüstet als die Radiostationen, auch in künstlerischer und ästhetischer Hinsicht wagten sie manches Mal mehr als die festangestellten Radiomacher – auch deshalb verweisen viele junge Hörspielproduzenten auf ihre Vorgänger und Vorbilder im Musikbereich. Dies ist – neben künstlerischen Überlegungen – wohl auch einer der Gründe dafür, dass einzelne Hörspielredaktionen immer häufiger Musiker, Medienkünstler und Produzenten engagierten, die in ihren eigenen Studios außerhalb der Rundfunkanstalten arbeiteten. Allerdings ist heute nach Meinung kritischer Stimmen – zumindest aus traditioneller Perspektive – auch zu beobachten, dass der Hinweis auf „Multimedialität“ und „Intermedialität“ sowie der massierte, aber unreflektierte Einsatz von „Technik zunehmend dazu dient, dem Mangel an [künstlerischen] Ideen rechtfertigende Motive vorzuschieben.“³⁵

Die (am Surround-Maßstab gemessen) schlechtere tontechnische Ausstattung des Hörfunks gilt zumindest für die Sendetechnik und die Empfängerseite, denn auf der Produktionsebene sind inzwischen die meisten größeren Tonstudios der öffentlich-rechtlichen Hörfunkanstalten (große Produktionsstudios für ‚kulturelles Wort‘ wie Hörspiel und Feature) mit den für Surround-Produktionen notwendigen technischen Einrichtungen ausgestattet worden. In den letzten Jahren wurden einzelne Hörspiele und Radio-kunst-Arbeiten im Surround-Modus produziert – so konnten auch in dieser Kunstform erste Erfahrungen mit dem neuen Produktionsverfahren gesammelt werden: Jules Verne: 20.000 MEILEN UNTER DEN MEEREN (MDR/RB 2003), Eoin Colfer: ARTEMIS FOWL (SWR/NDR 2004), Alfred Döblin/Thomas Gerwin: DER AUSBRUCH DES VESUVS UND ANDERE „UNVERSTÄNDLICHE GESCHICHTEN“ (SWR 2004), Thomas Gerwin: FÜNF RADIO-INSTALLATIONEN (SWR 2004) und Jules Verne: IN 80 TAGEN UM DIE WELT (MDR 2005).

35 Konrad Boehmer: „Phantasie über Technologie“. In: *NZfM* (1996). Nr. 5. S. 38–43, hier: S. 39.

Seit Herbst 2003 wurden vom Bayerischen Rundfunk erste Probesendungen (ARD-NACHTKONZERT) im Surround-Format Dolby Digital (AC-3) ausgestrahlt. Die Übertragung erfolgte dabei über digitale Satellitentechnik (DVB-S/ Digital Video Broadcast – Satellite) oder Kabelanschluss (DVB-C/ Digital Video Broadcasting – Cable) und einen entsprechenden Surround-Empfänger auf der Seite des Hörers.

Arbeitsfeld Sounddesign

Anlässlich der Verleihung des Adolf-Grimme-Preises ‚Special‘ war noch im Jahr 1997 (!) zu lesen: „Das zweiteilige Fernsehspiel ‚Der letzte Kurier‘ von Adolf Winkelmann [ist] das bilderträchtigste, spannungsgeladenste Werk – der einzige Grimme-Preis in Gold gilt ihm zu Recht. Wenn auch ein zusätzlicher Spezial-Preis für das ‚Sound Design‘ von Dirk Jacob höchst überflüssig erscheint: Was bloß ist ‚Sound Design‘?“³⁶ Der Produktionsbereich Sounddesign und die Berufsbezeichnung Sounddesigner waren immerhin bereits Ende der siebziger Jahre im (New) Hollywood-Kino entstanden.³⁷

Ausgehend von der Arbeit am Sound in der Rock- und Popmusik und später bei der US-amerikanischen Kinofilmproduktion hat sich das Arbeitsfeld Sounddesign längst auch in der Bundesrepublik auf die Rundfunkmedien Hörfunk und Fernsehen sowie auf die Gestaltung von Multimedia-Anwendungen, Internet-Angeboten und Computerspielen ausgedehnt. Spätestens seit Anfang der neunziger Jahre müssten auch den deutschen Kritikern akustischer oder audio-visueller Medienprodukte die Verfahren der klanglichen Gestaltung von Filmen, Musikproduktionen, Hörfunk- und Fernsehsendungen bekannt sein, dazu gehören auch Verfahren und Aufgaben der Ton- und Soundbearbeitung und die Einführung der damit verbundenen neuen Berufe im Bereich der Medienproduktion.

Mit der Etablierung des dualen Rundfunksystems in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre wurde es für die einzelnen Programmveranstalter – zuerst für viele privatwirtschaftliche Radioprogramme, die das gleiche Format abdeckten – notwendig, sich von anderen Programmangeboten (akustisch) abzugrenzen: Es begann der gezielte Einsatz des Sounddesigns in den Bereichen Hörfunk, Fernsehen und Werbung; die Gestaltung der akustischen Ebene verschiedener Sendeformen und Programmelemente (Trailer, Jingle, Spot, Logo usw.) gewinnt seither immer stärker an Bedeutung.

36 Mechthild Zschau: „Tief versunken in der Unterhaltung. Grimme-Preisträger für 1996 benannt“. In: *Berliner Zeitung* (14.3.1997).

37 Vgl. Barbara Flückiger: *Sound Design. Die virtuelle Klangwelt des Films*. Marburg 2001. S. 13 ff.

Noch bis vor wenigen Jahren konnte man sich in Deutschland nicht zum Sounddesigner ausbilden lassen oder ein Sounddesign-Studium aufnehmen. Inzwischen gibt es aber entsprechende neue Studiengänge, beispielsweise an der Universität der Künste Berlin („SoundXchange“/„Sound Studies – Akustische Kommunikation“³⁸), an der Filmakademie Baden-Württemberg in Ludwigsburg („Filmmusik/Sounddesign“³⁹) und an der Internationalen Filmschule Köln („Sound Design/Film“⁴⁰).

Beim Film ist der Sounddesigner für das akustische Gesamtkonzept der Produktion verantwortlich, er begleitet alle Schritte von der Aufnahme und Geräusch-/Musik-Produktion über die Nachsynchronisation, Tonbearbeitung und Montage bis zur Endabmischung. Sounddesigner beim Hörfunk (z. B. „Studio für Klangdesign“, WDR) und Fernsehen (z. B. „Musikredaktion“, Pro Sieben) gestalten alle auditiven Elemente eines Programms, deren Klang nicht schon von den Autoren, Moderatoren oder Regisseuren der einzelnen Sendungen festgelegt wurde; dazu gehören Vorspann, Abspann, Jingles, Trailer, Collagen, Montagen, Kurzfeature, akustische Senderkennungen, Zeitzeichen, Pausenzeichen und Programmhinweise. Das umfassende Ziel ist es, einen spezifischen zum Corporate Design passenden Sound eines Programms oder einer Sendung zu entwickeln.⁴¹

Zu den weiteren Aufgaben zählen unter anderem die Geräusch- und Musikberatung, die Produktion funktioneller Musik, das Anfertigen von Digitalkopien und das Restaurieren von historischen Magnetband- oder Schallplattenaufzeichnungen sowie die Bearbeitung von Originaltonaufnahmen (das Entrauschen, Entknacken und Verbessern der Klangqualität/Verständlichkeit) für spezielle Sendungen und Sendereihen, die auf historische Mediendokumente zurückgreifen.

In der Öffentlichkeit wird Sounddesign heute noch vorwiegend als von Ingenieuren gestaltetes Produktdesign (Autos, Haushaltsgeräte, Telefon, Computer/Multimedia) verstanden.⁴² Allerdings treten auch die anderen Arbeitsbereiche wie die Klangproduktion, -bearbeitung und -gestaltung für die elektronischen Medien und die Gestaltung der akustischen Umwelt in Haus, Stadt und Natur immer mehr in den Vordergrund.

38 Informationen zum Studiengang, URL: <http://www.udk-sound.de/> (Zugriff am 2.11.2004).

39 URL: <http://www.filmakademie.de/studium/aufbaustudium/sound/> (Zugriff am 2.11.2004).

40 URL: <http://www.filmschule.de/> (Zugriff am 2.11.2004).

41 Vgl. Uwe Bork: „Hört, hört! Vom Corporate Design zum Corporate Sound“. In: *NZZ* (09.02.1996). Nr. 33 und Günter Mächler: „Akustisches Design im Deutschlandfunk. Die Kompaßnadel im Radio-Dschungel“. In: *DeutschlandRadio. Die zwei Programme* (1996). Nr. 8. S. 3.

42 Vgl. Arnica-Verena Langenmaier (Hg.): *Der Klang der Dinge. Akustik – eine Aufgabe des Design*. München 1993.

Sounddesign bei Hörfunk und Fernsehen

Wer über die mediale ‚Klang-Kultur‘ einer Gesellschaft nachdenkt, der richtet seinen Blick zunächst auf das Medium Radio. Der Hörfunk gilt als *das* Medium der Hör-Kultur – vermittelt er doch „ein akustisches Weltbild“⁴³. Vor allem der Hörfunk könnte demnach in der Lage sein, die Hör-Kultur einer Gesellschaft zu prägen und zu verändern.⁴⁴ Das Radio müsste unseren Ohren ein qualitativ hochwertiges „Media-Soundscape“ (Thomas Gerwin) liefern und unsere Hörfähigkeiten mit dem technisch und künstlerisch Bestmöglichen beständig fördern und fördern. Innerhalb des Radioprogramms sind es in erster Linie die künstlerischen Formen Hörspiel, Feature und akustische Kunst, aber eben auch der Sound, das Sounddesign des Programms und der Programmverbindungen (Jingle, Trailer, Logo u. ä.), die einen Einfluss auf das Hören, die Hör-Haltung, die Hör-Kultur haben. Das bedeutet: Die Radiomacher müssten formal und inhaltlich über das bisher im Programm präsentierte hinausdenken – weg von der ‚Durchhörbarkeit‘ der verwechselbaren Einheits- und Formatradioprogramme. Denn bei einer Beschäftigung mit dem Sounddesign der unterschiedlichen Medien kann man heute oft den Eindruck gewinnen, dass Film, Fernsehen und (Tonträger-)Musik den Hörfunk in der Qualität seiner akustischen Gestaltung überholt haben – zugespitzt formuliert: die Tonspuren der Filme als „die besseren Hörspiele“.⁴⁵

In diesem Sinne geht es hier also nicht um eine Kritik der ‚kulturellen Leistung‘ des Hörfunks bzw. der Kultur im Hörfunk, sondern um eine Kritik der Hör-Kultur des Radios. Der Schwerpunkt liegt dabei auf den technischen, klangästhetischen und künstlerischen Aspekten der Programme und Produktionen. Das hätte auch Folgen für die Methodik und die Kriterien medienwissenschaftlicher Radioanalyse – mit den Worten des Soundscape-Forschers Murray Schafer: „Die Radioprogrammgestaltung muss nach genauso vielen Einzelheiten analysiert werden wie ein episches Gedicht oder eine musikalische Komposition“.⁴⁶

Nicht nur in der Praxis des Sounddesigners gilt: Das Mikrofon im Hörfunkstudio oder in der Hand des Radiokünstlers ist kein ‚Ohr‘, kein reines Übertra-

43 Dieter Schnebel: „Gedanken zur Radiokunst“. In: NZfM (1994). Nr. 1. S. 4–5, hier: S. 4. Zum Aspekt der „Auditivität“ des Radios aus medientheoretischer Sicht vgl. Werner Faulstich: *Radiotheorie. Eine Studie zum Hörspiel, The War of the Worlds' (1938) von Orson Welles*. Tübingen 1981 (= Medienbibliothek. Serie B: Studien, Bd. 1). S. 40–58.

44 Vgl. Gerhard Paproth: „Radiodesign. Gedanken zu einer neuen Rundfunkkultur“. In: Detlev Ipsen u. a. (Hg.): *KlangWege*. Kassel 1995 (Nachdruck 1997). S. 11–12.

45 Heiner Goebbels: „Tonspur Radoraum. Rede zur Eröffnung der Woche des Hörspiels, Akademie der Künste Berlin, 9. November 1997“. In: S2 Kultur, SDR und SWF (Hg.): *Hörspiel. Januar bis August 1998* [Programmheft]. Stuttgart 1998. S. 3 und 94–95, hier: S. 94.

46 R. Murray Schafer: *Klang und Krach. Eine Kulturgeschichte des Hörens*. Frankfurt am Main 1988. S. 127.

gungsgerät, sondern ein elektroakustisches Werkzeug der Soundgestaltung.⁴⁷ Die Apparate, Programme und Verfahren der Tonstudioteknik können als Klang-Instrumente verstanden werden – wie auch das Medium selbst als „wohltemperierte[s] Radio“ mit den „digitalen Möglichkeiten eines neu zu stimmenden Instruments.“⁴⁸

Neben dem Sounddesign *im* Radio spielen auch Veränderungen in der akustischen Umwelt *durch* das Radio eine wichtige Rolle. Der Hörfunk ist einer der bedeutenden Faktoren der „elektroakustischen Klanglandschaft“ (Hans U. Werner) bzw. des „Media-Soundscapes“ (Thomas Gerwin) – er ist ein Element der von vielen Medien geprägten medialen Klanglandschaft, gleichzeitig repräsentiert er aber auch Formen der Sound- und Hör-Kultur innerhalb der Medienbranche. Durch seinen Einfluss auf diese verschiedenen Bereiche besitzt das Radio eine entscheidende Bedeutung für die Gestaltung der gegenwärtigen und zukünftigen ‚auditiven Kultur‘ unserer Gesellschaft in klangökologischer, klang- und medienästhetischer Hinsicht.

Der Hörfunk ist in seiner Geschichte immer mehr zu einem ‚Nebenbei-Medium‘ mit ‚Begleitfunktion‘ geworden, das ist bekannt. Die Rezipienten hören einer Radiosendung (wenn man überhaupt von einzelnen Sendungen sprechen kann, denn bei den meistgehörten Programmen findet sich seit den siebziger Jahren – zumindest tagsüber – eher ein kontinuierlicher Programmfluss mit Sendestrecken ohne gegeneinander abgrenzbare Einzelsendungen) in der Regel nicht konzentriert zu, sondern gehen gleichzeitig noch einer anderen Tätigkeit nach.⁴⁹ Dieses bisher charakteristische Merkmal der Rezeption akustischer Medien hat sich in der Bundesrepublik in den neunziger Jahren auch auf die Fernsehnutzung ausgeweitet. Das Phänomen des Nebenbei-Sehens oder sogar Nur-Hörens von Fernsehsendungen, das zunächst bei der Musik-TV-Rezeption zu erwarten war, findet sich längst auch bei anderen Programmangeboten und Altersgruppen.⁵⁰ Der Zuschauer wird deshalb nicht nur visuell, sondern insbesondere an den Übergangsstellen der aufeinanderfolgenden Pro-

47 Thomas Gerwin: *Über akustische Ökologie und integrale Kunst. Zum Entwurf einer zeitgemäßen Musik*. Auf der Homepage des Autors, URL: <http://www.swo.de/gerwin7.html> (Zugriff am 2.11.2004). S. 2.

48 Uwe Kamman (Mod.): „Das wohltemperierte Radio. Die digitalen Möglichkeiten eines neu zu stimmenden Instrumentes. Abschlussdiskussion“. In: Axel Schwanebeck und Max Ackermann (Hg.): *Radio auf Abruf. Der Hörfunk im Umbruch. Eine Dokumentation der Nürnberger Radiotage vom 29. September bis 1. Oktober 1995*. München 1996. S. 115–133, hier: S. 115.

49 Vgl. Thomas Münch und Helmut Rösing: „Hörfunk“. In: Herbert Bruhn/Rolf Oerter/Helmut Rösing (Hg.): *Musikpsychologie. Ein Handbuch*. Reinbek 1993. S. 187–195, hier: S. 188 f; vgl. auch Birgit van Eimeren/Christa-Maria Ridder: „Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2000. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation“. In: *Media Perspektiven* (2001). H. 11, S. 538–553.

50 Vgl. Barbara Sichtermann: „Vom Medienerlebnis zum Tagesbegleitmedium“. In: Stefan Münker/Alexander Roesler (Hg.): *Televisionen*. Frankfurt am Main 1999. S. 113–126.

grammelemente zusätzlich akustisch durch das Programm geführt. Wie bei der akustischen Gestaltung von Fernsehfilmen (Film-Sounddesign nach dem Vorbild der Kinoproduktion), kommt es auch bei den Programmverbindungen zu einer Aufwertung der akustischen Ebene.

Auch beim Fernsehen besteht aufgrund der Vielzahl von Programmen die Notwendigkeit einer (akustischen) Abgrenzung von den Konkurrenzsendern; die einzelnen Sender bzw. Programme sind gezwungen, zusätzlich zum visuellen Design (Logo, Typografie, Farben, Bildgestaltung, Set-Design) einen charakteristischen Sound zu etablieren und ein spezifisches Sound-Image aufzubauen. Der Corporate Sound muss sich nahtlos in die übergreifende Corporate Design-Konzeption des Senders einfügen. Programme und Programminhalte werden als Produkte bzw. Marken verstanden, die „durch ein gezielt aufgebautes Image von den anderen Anbietern“ abgegrenzt werden sollen. „Diese Abgrenzung gilt auch für den Audiobereich. Hier wird [unter anderem] mit akustischen Logos gearbeitet, um den Zuhörern schnell zu vermitteln, bei welchem Sender sie sich gerade befinden“ – auch wenn sie gerade nicht auf den Bildschirm sehen. Eine hohe Qualität des Sounddesigns im Fernsehprogramm soll „unterschwellig zur positiven Gesamtmeinung über eine Produktion“, das Programm und den Sender selbst beitragen.⁵¹

Sound in der Medienwissenschaft

In vielen Bereichen der elektronischen Medien (Moderation, Trailer, Werbung, einzelne Sendungen und Beiträge, Programmverbindungen, Corporate Sound von Rundfunkprogrammen, Audioelemente von Software und Online-Angeboten usw.) gehört die Arbeit am Sound zu den zentralen Aspekten von Technik und Dramaturgie. Die Medienwissenschaft, Medienpädagogik und Medienkritik sollten sich darauf einlassen. So könnte das übergreifende Ziel medienpädagogischer Bemühungen die Verbesserung der Hörkultur bzw. der ‚auditiven Medienrezeptionskompetenz‘ der Zuschauer/Zuhörer sein: „Die Förderung einer ‚Hörkultur‘ (im Sinne von kompetenter Nutzung) ist [...] ebenso notwendig wie die Förderung von Lesekultur bzw. allgemeiner Medienkultur.“⁵²

Abschließend seien einige Forderungen formuliert: Medienwissenschaftliche Forschung sollte

51 Alle Zitate aus Maximilian Kock/Andi Gleichmann: *Audiodesign beim Fernsehen*. Onlinepublikation, URL: <http://www.schule-des-hoerens.de/bibliothek/artikel.htm> (Zugriff am 2.11.2004).

52 Uli Gleich: „Hörfunkforschung in der Bundesrepublik. Methodischer Überblick, Defizite und Perspektiven“. In: *Media Perspektiven* (1995). H. 2. S. 554–561, hier: S. 560.

- die tontechnische, akustische und klangästhetische Ebene der Medien nicht weiter vernachlässigen, sondern ganz selbstverständlich in zukünftige Untersuchungen mit einbeziehen (dies gilt nicht nur für die akustischen Medien Hörfunk und Tonträger, sondern ebenso für Film, Fernsehen, Computer, Multimedia-Produkte und Netzmedien);
- sich nicht nur ausschließlich auf die Beschäftigung mit Sprache (Figurendialoge) und Musik in den Medien einlassen, sondern auch auf die Analyse von Atmo, Geräusch, O-Ton und Stille sowie auf die Auseinandersetzung mit Arbeitsprozessen der Tongestaltung (Mikrofonierung, Aufzeichnung, Speicherung, Schnitt, Sampling, Montage, Signalbearbeitung, Mischung);
- eindeutige Definitionen des der jeweiligen Untersuchung zugrundeliegenden Sound-Begriffs liefern;
- an die Ergebnisse bestehender Sound-Forschung in anderen Disziplinen anschließen und den transdisziplinären Austausch suchen;
- Fragen der Sound-Gestaltung als neue Kategorien in die Medienproduktanalyse integrieren;
- das offenbar zum Teil verschüttete Wissen um das narrative Potential der akustischen Gestaltung/Gestaltungselemente wiederentdecken und nutzen (der narrative Aspekt visueller Kategorien wie Kameraarbeit, Schnitt, Montage und Bildmischung ist in der Film- und Fernsehanalyse dagegen präsent);
- die Historizität sowie die technischen, gesellschaftlichen und kulturellen Bezüge von Sound untersuchen;
- dazu beitragen, Sound und Sounddesign (z. B. einerseits Strategien der Aufmerksamkeitssteuerung und andererseits Formen der künstlerischen Arbeit mit Sound) als wichtige Elemente der Medien (öffentlich) bewusst zu machen und
- die von den Medien geforderte und erzeugte Hör(un)kultur analysieren und kritisch hinterfragen.

Wie dieser Beitrag zeigen sollte, ist die Variationsbreite der Definition und Anwendung des Sound-Begriffs groß. Die medienübergreifende Konzeption der Tagung der Gesellschaft für Medienwissenschaft setzte deshalb zunächst bei einem weiten Verständnis von Sound als der akustischen Ebene unterschiedlicher Medien (Film, Fernsehen, Hörfunk, Tonträger und Computer/Internet) an. Mit den einzelnen Vorträgen wurden dann in den verschiedenen Sektionen Ausflüge in Richtung ganz unterschiedlicher Sound-Definitionen und -Themen unternommen:

Die Erforschung vergangener Medien-Sounds; historische Entwicklung der Sound-Technik und des medienspezifischen Sounds; Sound-Übertragung und

-Archivierung; Funktion und Gestaltung von Sound in verschiedenen Medien; Sound-Techniken wie Aufzeichnung, Schnitt, Sampling, Montage, Collage, Effekte/Signalbearbeitung, Raumgestaltung/Akustik, Blende und Mischung; Fragen der Sound-Analyse.

Ein weites Feld für zukünftige medienwissenschaftliche Forschung.

Weiterführende Literatur:

- Martin Büsser/Jochen Kleinhenz/Johannes Ullmaier (Hg.): *Sound*. 2. Aufl. Mainz 2002 (= Testcard – Beiträge zur Popgeschichte. Bd. 3).
- Barbara Flückiger: *Sound Design. Die virtuelle Klangwelt des Films*. Marburg 2001.
- Tomlinson Holman: *Sound for film and television*. 2. Ed. Boston 2002.
- Marcus S. Kleiner/Achim Szepanski (Hg.): *Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik*. Frankfurt am Main 2003 (= Edition Suhrkamp. Bd. 2303).
- Josef Kloppenburg (Hg.): *Musik multimedial. Filmmusik, Videoclip, Fernsehen*. Laaber 2000 (= Handbuch der Musik im 20. Jahrhundert. Bd. 11).
- Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): *Welt auf tönernen Füßen. Die Töne und das Hören*. Red.: Uta Brandes. Göttingen 1994 (= Schriftenreihe Forum. Bd. 2).
- Arnica-Verena Langenmaier (Hg.): *Der Klang der Dinge. Akustik – eine Aufgabe des Design*. München 1993 (= Schriftenreihe des Design Zentrums München. Bd. 1).
- Thomas Phleps/Ralf von Appen (Hg.): *Pop Sounds. Klangtexturen in der Pop- und Rockmusik. Basics – Stories – Tracks*. Bielefeld 2003 (= Texte zur Populären Musik. Bd. 1).
- Harald Schwarz: *Sound und Lautsprechermusik. Ein Beitrag zu den unterrichtlichen Möglichkeiten musikalischen Hörens*. Saarbrücken 2002.
- Hans U. Werner (Hg.): *SoundScapeDesign. KlangWelten. HörZeichen*. Basel 1997.

Internetressourcen (Stand: 14.12.2004):

- Sven E. Carlsson: *FilmSound.org. Film Sound Design – Film Sound Theory*
<http://www.filmsound.org/>
- Jörg Lensing: *Film-Sound-Design*
<http://www.film-sound-design.de/>
- Rainer Hirt: *Audio-Branding.de – Das Corporate Sound-Portal*
<http://audio-branding.de/>
- Soundsite. The Online Journal of Sound Theory, Philosophy of Sound and Sound Art*
<http://www.sysx.org/soundsite/>
- World Forum for Acoustic Ecology (WFAE)*
<http://interact.uoregon.edu/medialit/wfae/home/>
- Forum Klanglandschaft (FKL): Interdisziplinäre Bibliographie „Klanglandschaft“*
http://www.klanglandschaft.org/html_d/biblio.htm
- Acoustic Ecology Research Group (AERG)*
<http://webapps1.ucalgary.ca/~acoustic/>
- Verband Deutscher Tonmeister (VDT)*
<http://www.tonmeister.de/>
- Audio Engineering Society (AES)*
<http://www.aes.org/>

Harro Segeberg/Frank Schätzlein (Hg.)

Sound

Zur Technologie und Ästhetik des
Akustischen in den Medien

SCHÜREN