

## Schill, Wolfgang: Hörkultur in den Zeiten des Internet

Dieter Baacke Preis Handbuch 4, 2009, S. 121-135

### 1 Zum Begriff Hörkultur

Wenn man sich zunächst im Wortsinne auf den Titel dieses Beitrags einlässt und im Internet in der Suchmaschine von Google „Begriff Hörkultur“ eingibt, findet man überraschenderweise nur drei Einträge. Mit einem Eintrag wird die technikgeschichtliche Arbeit von Andreas Fickers (1998) beworben: *Der Transistor als technisches und kulturelles Phänomen*. Dort taucht in der Verlagsinformation eine Begriffsbestimmung von Hörkultur auf (siehe im Kasten unter 1). Das zweite Suchergebnis findet sich in LEO, der studentischen Zeitschrift zu Sprache und Kommunikation der TU Chemnitz. In einem Interview zur Renaissance des Hörspiels definiert Günter Peters, ebenda Professor für Allgemeine und Vergleichende Literaturwissenschaft, was er unter Hörkultur versteht (siehe im Kasten unter 2).

(1)

„Dem ‚change of culture in electronics‘, dem Wandel von der Röhren- zur Transistortechnik, folgte im Bereich des Hörrundfunks ein Wandel der Hörkultur. Der Begriff Hörkultur beinhaltet nach Auffassung des Autors 3 Faktoren: 1) die funktionale und modische Gestaltung (Design) der Radioempfänger; 2) die unterschiedlichen Gebrauchsweisen des Radioempfängers (z.B. als Heimempfänger, mobiler Reiseempfänger, Universalempfänger etc.) und 3) die verschiedenartigen Nutzungsweisen des Radios als Massenmedium sowohl inhaltlicher als auch gesellschaftlicher Art.“  
(Verfügbar unter [www.gnt-verlag.de/de/titel\\_einleitung.php?id=30](http://www.gnt-verlag.de/de/titel_einleitung.php?id=30)  
[Zugriffsdatum: 15.09.2008])

(2)

„LEO: Was verstehen Sie unter dem Begriff Hörkultur?

*Peters:* Das ist zum einen die Fähigkeit, sich im Zuhören zu konzentrieren. Man muss sich auf das, was man hört, einlassen können. Neben dieser individuellen Verhaltensform ist Hörkultur aber auch noch die Fähigkeit, sich in geselliger Runde dem Hörspiel zu widmen und sich über dieses auszutauschen.“

(Verfügbar unter

[www.tuchemnitz.de/phil/leo/rahmen.php?seite=r\\_medn/jentsch\\_hoerspiel.php](http://www.tuchemnitz.de/phil/leo/rahmen.php?seite=r_medn/jentsch_hoerspiel.php)  
[Zugriffsdatum: 15.09.2008])

Bei diesen beiden Annäherungen an den Begriff Hörkultur fällt Folgendes auf: Die Begriffsbestimmungen beziehen sich auf radiokulturelle Phänomene. Bei Fickers hängt Hörkultur mit der Entwicklung der Radiokultur eng zusammen und schließt sowohl gerätetechnischen Wandel als auch die davon beeinflussten Inhalte und Nutzungsformen des Massenmediums Radio ein. Während diese Begriffsbestimmung relativ weit gefasst ist, versteht Peters darunter offensichtlich die Kunst des Zuhörens, die man individuell wie kollektiv sehr gut bei der Nutzung der radiokulturellen Textsorte Hörspiel kultivieren kann. Der vage Eindruck, dass Hörkultur heute vor allem mit Produktion und Rezeption auditiver Medien (von lat. *audire*: hören) zusammenhängt, wird direkt wie indirekt bestätigt, wenn man sich das dritte Suchergebnis näher anschaut. Der entsprechende Eintrag leitet einen zum Online-Magazin für den Deutschen Buchhandel – *boersenblatt.net* – weiter. Dort tauchen dann zum Begriff Hörkultur 14 Suchergebnisse auf, die im Wesentlichen über den Schweizer Hörbuchverlag *Hörkultur*, über das Medium Hörbuch und den Deutschen Hörbuchpreis 2007 informieren (1). Eine Begriffsbestimmung wird einem allerdings nicht angeboten. Im Übrigen fällt bei der Sichtung der relevanten kultur-, kommunikations-,

medienwissenschaftlichen und medienpädagogischen Literatur auf, dass der Begriff Hörkultur vor allem „beiläufig“ gebraucht und in der Regel nicht näher bestimmt wird. Meist wird dagegen von der Kultur des Hörens (vgl. z.B. Welsch 2006, 2008) oder von Zuhörkultur (vgl. z.B. Bechdorf 2006) gesprochen. Abgesehen davon spielt die Auseinandersetzung mit der Welt des Auditiven in den verschiedenen Wissenschaftsfeldern nur eine untergeordnete Rolle – das Ergebnis unserer Internet-Recherche kann dafür gleichsam als Indikator stehen – und stattdessen dominiert die Welt des Visuellen. Der Jenaer Philosoph Wolfgang Iser spricht in diesem Zusammenhang sehr pointiert davon, „die Wissenschaft [sei] von diesem Visualprimat – schärfer formuliert von dieser Okulartyrannis – geradezu behext“. (Iser 2006, S. 33) Er selbst kritisiert das Sehprimat, aber nicht, um es durch eine akustische Kultur zu überwinden. Vielmehr plädiert er für die Gleichwertigkeit von Seh- und Hörkultur:

„Natürlich bedeutet die Forderung nach einer Gleichberechtigung des Akustischen innerhalb einer visuell dominierten Kultur eine beträchtliche Umwertung und Herausforderung. Orthodoxen Visualisten muß sie skandalös vorkommen – und wer von uns wollte sich ganz davon freisprechen, da oder dort noch selber einem Visualprimat anzuhängen. ... Insgesamt aber kann es nicht um einen Primat des Hörens, sondern nur um eine Gegensteuerung gegen die konventionelle Hypertrophie des Sehens gehen, um zu einer Gleichwertigkeit zu gelangen.“ (ebd., S. 41)

In diesem Sinne werde ich mich in den beiden nächsten Abschnitten zunächst mit dem Begriffskompositum Hörkultur auseinander setzen, indem ich die beiden Stichworte „Hören“ und „Kultur“ thematisiere.

## 1.1 Stichwort Hören

Eine Trivialität: Damit wir uns in der Welt angemessen orientieren können und auch fähig sind, kompetent zu handeln, brauchen wir nicht nur alle unsere Sinne, sondern auch unseren Verstand. Erst im Zusammenspiel von Sehen, Hören, Riechen, Schmecken, Sprechen und Denken können wir uns die Welt aktiv aneignen. Unter diesem Aspekt kann man Wolfgang Welsch zustimmen und behaupten, dass es wenig sinnvoll ist, die menschlichen Sinne in ein Ranking zu bringen oder zu hierarchisieren. Man kann dies gut nachvollziehen, wenn man sich die Funktionen des Hörens im Alltagsleben bewusst macht. Hören im Alltag ist ein sehr komplexer Vorgang, bei dem von einem Hörer verschiedene Schallereignisse unterschieden werden müssen. Was dies bedeutet, kann man sich mithilfe einer einfachen Wahrnehmungsübung direkt erfahrbar machen. Schließt man zum Beispiel zu Hause im Wohn- oder Arbeitszimmer bei geöffneten Fenstern für zwei oder drei Minuten die Augen und achtet dann gezielt darauf, was man hören kann, verändert sich die vertraute Umwelt fast schlagartig. Die visuell wahrnehmbaren Dinge verschwinden gleichsam, und nur noch das Hörbare kann mehr oder weniger gut ‚empfangen‘ werden: das Klappern und Klirren von Geschirr, das aus der Küche kommt, Schritte auf der Diele, das Öffnen einer Tür und Gesprächsfetzen zwischen Mutter und Sohn im Kinderzimmer, das Bellen eines Hundes und das Anfahren eines Autos auf der Straße, die dröhnenden Geräusche eines Flugzeugs in der Höhe oder die schwer erträglichen Klavierübungen, die aus einem Nachbarhaus ertönen. Wenn man solche individuell wahrgenommenen ‚Hörmaterialien‘ dann zu rekonstruieren versucht, lassen sich die verschiedenen Leistungen alltäglichen Hörens gut unterscheiden (vgl. Goldstein 2002, S. 443 f):

In unserem Falle lieferte die sinnlich erfahrene Hörwelt sowohl Informationen über Sichtbares als auch über Unsichtbares. Hörbar wurden nahe wie weit entfernte Geräusche sowie Ereignisse, die hinter, neben oder über dem Hörer geschahen. Man hat *Hörobjekte* wie das Klirren von Geschirr oder die Schritte

einer Person wahrgenommen und gleichzeitig versucht, die Bedeutung dieser Schallereignisse zu ermitteln. Man hat eine *Hörumwelt* wie das Straßenleben wahrgenommen und diesen komplexen Umwelt- und Handlungsbereich anhand charakteristischer Geräusche erkannt (beispielsweise liefert die Straße andere Schallereignisse als ein Bahnhof oder ein vollbesetztes Fußballstadion). Man hat *Sprache* wahrgenommen, aber nicht genau verstehen können, worum es beim Gespräch ging. Denn um Phoneme, Wörter, Inhalte und emotionale Befindlichkeit eines Sprechers zu erkennen, muss Sprache im Wortsinne verständlich sein. Man hat *Musik* wahrgenommen, sie jedoch als „schwer erträglich“ empfunden. Offensichtlich spielt der äußere Rahmen der Darbietung eine wichtige Rolle, wenn man sich entspannt auf Musik einlassen will, um sie zu genießen, um ihren Rhythmus, ihre Melodie, ihre Harmonien oder ihren Text wahrzunehmen.

Zusammenfassend kann man festhalten, dass im Zusammenspiel mit allen Sinnen die wichtigsten Leistungen alltäglichen Hörens in den Bereichen der *Umweltwahrnehmung* und der *Wahrnehmung von Hörobjekten*, im zweifellos zentralen *Bereich sozialer Kommunikation* und in der *Wahrnehmung von Musik* liegen. Dabei geht es auch immer darum, Gehörtes zu interpretieren und zu bewerten und sich mit den entsprechenden ‚Botschaften‘ handelnd auseinander zu setzen. Nicht nur äußere Merkmale der Hörsituation, auch die Aufmerksamkeit eines Hörers, seine Bereitschaft zuzuhören sowie seine Hörerfahrungen und -gewohnheiten spielen bei diesem ganzheitlichen Aneignungsprozess eine bedeutsame Rolle. Daher erscheint es aus pädagogischer Sicht auch nicht sinnvoll, vor allem die Verarbeitung akustischer Sprachzeichen vom Vorgang des Interpretierens und Bewertens eines Schallereignisses zu trennen. Hören und Zuhören gehören zusammen (vgl. auch Hagen 2006). Allerdings soll hier ausdrücklich dann vom Zuhören gesprochen werden, wenn sich aktives Hören auf Inhalte bezieht, die von einem Hörer, im Sinne von *Zuhören wollen und können* (vgl. Reinecke 2002, S. 27f) bewusst wahrgenommen werden (vgl. dazu auch Imhof 2003, S. 18ff).

Aber schließlich lässt sich nicht leugnen, dass man als bewusster Hörer auch die sichtbare Welt wie ein Komplement braucht:

„Das Sichtbare verharrt in der Zeit, das Hörbare hingegen vergeht in der Zeit. Sehen hat es mit Beständigem, dauerhaft Seiendem zu tun, Hören hingegen mit Flüchtigem, Vergänglichem, Ereignishaftem. Daher gehört zum Sehen eine Ontologie des Seins, zum Hören hingegen eher ein Leben vom Ereignis her. Aus dem gleichen Grund hat das Sehen eine Affinität zu Erkenntnis und Wissenschaft, das Hören hingegen zu Glaube und Religion.“ (Welsch 2006, S. 38)

## 1.2 Stichwort Kultur

Der Groß-Begriff Kultur, der sich vom lateinischen Wort cultura (Landbau, Pflege des Körpers und des Geistes) herleitet, ist vielschichtig und auch äußerst komplex. Er taucht nicht nur als Bestandteil des Begriffes Hörkultur, sondern nahezu inflationär in allen möglichen Wortverbindungen auf, wie beispielsweise in Begriffen wie „Hochkultur“, „Subkultur“, „Kommunikationskultur“, „Lesekultur“, „Musikkultur“, „Medienkultur“, „Kinder- und Jugendkultur“, „Körperkultur“ oder „Wohn-, Ess- und Trinkkultur“. Einige dieser Komposita verweisen auf sichtbare Erscheinungen von Kultur wie Sprachverwendung, Literatur, Musik, Mediengebrauch, Wohnen oder Essen. Wortverbindungen wie „Hoch- und Subkultur“ zeigen hingegen an, dass einer Kultur offensichtlich auch Regeln, Normen und Werte zugrunde liegen, die sich nicht auf den ersten Blick erkennen und offensichtlich nur in den Tiefendimensionen einer Gesellschaft oder sozialen Gruppe auffinden lassen. Ein typisch deutsches Verständnis von Kultur im Sinne von „Hochkultur“ bezog sich seit Beginn des 19. Jahrhunderts auf „umfassende“ Bildung, einschließlich des Bereichs aller Künste im weiteren Sinne. Dieser Kulturbegriff ist inzwischen einer anthropologisch und ethnologisch fundierten Auffassung gewichen,

„in der die Kultur als Gesamtheit der unverwechselbaren geistigen, materiellen, intellektuellen und emotionalen Eigenschaften angesehen wird, die eine Gesellschaft oder eine soziale Gruppe kennzeichnen, und die über Kunst und Literatur hinaus auch Lebensformen, Formen des Zusammenlebens, Wertesysteme, Traditionen und Überzeugungen umfasst.“ (Schlussbericht der Enquete-Kommission 2007, S. 47)

Bei diesem weiten Verständnis von Kultur in modernen Gesellschaften geht es also nicht nur um die Auseinandersetzung mit dem kulturellen Erbe oder um die Aneignung und Produktion von Literatur und Kunst, sondern auch um die kulturelle Praxis von Menschen, die sich in vielfältigen Ausdrucksformen zeigen kann: angefangen von der Einbindung der (Massen-) Medien in die Textur des alltäglichen Lebens, weiter über die dekorativen Inszenierungen von Volksfesten oder Erlebnisparks bis hin zum „Design“ der selbst bewohnten Mieträume oder der opulent arrangierten Familienfeier.

Es leuchtet ein, dass Kultur sich aus dieser Sicht zum einen durch Vielfalt sowie Verständigungs- und Gestaltungsprozesse aller Art auszeichnet und dass sie sich zum anderen permanent wandelt und verändert. So kann letztlich jeder Mensch in *seiner* Kultur eine Fülle von Identifikations- und Partizipationsangeboten entdecken, die seinem Leben Bedeutung und Sinn geben können:

„Die Zugehörigkeit zu einer Kultur ermöglicht nicht zuletzt Lebensqualität und Sinnorientierung. Kunst und Kultur sowie die Teilnahme am kulturellen Leben, ferner die durch die Teilnahme am sozialen Leben vermittelten und damit verflochtenen sozialen Erfahrungen nähren und entwickeln bei den Individuen die handlungsleitenden Vorstellungen vom guten und gelingenden Leben.“ (Schlussbericht der Enquete-Kommission 2007, S. 48)

In diesem Sinne sollte dann die Entwicklung einer Kultur, die sich besonders auf die Welt des Hörens richtet, dazu beitragen, dass Menschen auch *die Pflege des Hörens* als eine wichtige Form von Lebenspraxis verstehen, die zum einen ihre Lebensqualität fördern kann und die ihnen zum anderen einen genuin sinnlichen Zugang zum kulturellen Leben eröffnet.

Wenn mit Bezug auf diese Rahmung in den nächsten Abschnitten von „Hörkultur“ gesprochen wird, dann sind damit vor allem zwei Aspekte gemeint:

- Zum einen wird Hörkultur als integraler Bestandteil unserer Kommunikationskultur verstanden und
- zum anderen als integraler Bestandteil unserer Medienkultur.

Beide Aspekte bilden einen Implikationszusammenhang. Aus analytischen Gründen werden sie hier jedoch gesondert betrachtet. Die medienpädagogischen Folgerungen, die sich aus dieser Betrachtung ergeben, bilden dann den Abschluss des Beitrags.

## **2 Aspekte der Hörkultur**

### **2.1 Hörkultur als Teil der Kommunikationskultur**

Versteht man Kultur auch als eine besondere Form gesellschaftlicher Kommunikation, ist immer Sprache mit eingeschlossen, das wichtigste Kommunikationsmittel des Menschen. Mit dem Begriff Kommunikation, der dem lateinischen Verb *communicare* (gemeinschaftlich tun, mitteilen) beziehungsweise dem Substantiv *communicatio* (Mitteilung, Unterredung) entlehnt ist, wird allgemein das „Sichverständigen“ von zwei oder mehreren Personen mithilfe gesprochener Sprache bezeichnet. Bei einer Gesprächssituation wird in diesem Sinne davon ausgegangen, dass ein Sprecher einem Zuhörer direkt Bewusstseinsinhalte vermittelt und dass dabei umgekehrt aus dem Zuhörer beim Verständigungsprozess auch ein Sprecher werden kann. Ob die beiden Personen sich allerdings durch ihr Reden verständigen werden, ist immer davon abhängig, ob sie in einer bestimmten

Situation „dieselbe Sprache sprechen“ oder sich gegenseitig die „richtigen“ Worte anbieten. Wer beispielsweise keine Sprache dafür hat, um in einem „Gespräch unter vier Augen“ seine Absichten zu beschreiben, kommt vielleicht beim Gesprächspartner nicht so an, wie er es sich erhofft hat. Womöglich kann er seine gesprochenen Aussagen aber gleichzeitig durch *nicht-sprachliche Zeichen* wie Mimik, Gestik oder Körperhaltung und durch *para-verbale Zeichen* wie Lautstärke, Tonhöhe oder Sprechgeschwindigkeit so kommentieren, dass er besser verstanden wird. Nicht selten ist die Art, wie etwas gesagt wird, auch bedeutsamer als das, was gesagt wird (vgl. dazu auch die Metapher von den vier „Empfangs-Ohren“ bei Schulz von Thun 1981, S. 44).

Es leuchtet ein, dass eine Gesellschaft, in der die mündliche Kommunikation eine zentrale Rolle spielt, sowohl für das Sprechen (Rhetorik) als auch für das (Zu-)Hören besondere kulturelle Praktiken entwickeln wird. Dass die damit einhergehende Hör-Einstellung und -haltung der Menschen auch immer historisch an eine bestimmte sozio-kulturelle Situation gebunden ist, lässt sich an verschiedenen „Hör-Wörtern“ aufzeigen, die sich in unserer Umgangssprache finden. Viele dieser Wörter sind althochdeutschen oder mittelhochdeutschen Ursprungs und spiegeln gleichsam „mittelalterliche“ Lebens- und asymmetrische Kommunikationsverhältnisse:

Ursprünglich bedeutet das mittelhochdeutsche Verb *hæren* „sich in Acht nehmen, auf etwas achten oder einer Aufforderung nachkommen“ – ebenso wie das weitergebildete *horchen* mit dem Adjektiv *gehorsam*. Und das Wort *Gehorsam*, das in unseren Tagen vielfach mit autoritärer Machtausübung und Hörigkeit assoziiert wird, bezeichnet zunächst die Obödienz, die Gehorsamspflicht der Kleriker gegenüber ihrer geistlichen Führung.

*Hörig* – im Sinne von „folgsam sein“ – waren in der Regel freie wie unfreie (leibeigene) Bauern, die von einem Grundherrschaft abhängig waren. Im Zuge der Bauernbefreiung wurde diese *Hörigkeit* erst im 19. Jahrhundert abgeschafft. Im Übrigen hat das Adjektiv *hörig* einen Bedeutungswandel erfahren und steht heute für verschiedene Formen der Unterwerfung des eigenen Willens unter

den eines anderen Menschen. Verben wie *erhören*, in der mittelhochdeutschen Bedeutung von „anhörend erfüllen“, *überhören*, in der Bedeutung von „aufsagen lassen, lesen lassen, nicht befolgen“ oder *verhören*, in der Bedeutung von „anhören, vernehmen, prüfen“, „gehören“ (mittelhochdeutsch noch für „anhören“, „gehorsamen“) in ähnlicher Wortbedeutung heute zu unserem alltäglichen Wortschatz.

Kommunikation und Interaktion spielen sich im Mittelalter in der Regel „live“ und von Angesicht zu Angesicht ab, und Lesen wie Schreiben sind fast ausschließlich in Klöstern oder Domschulen die Angelegenheit von schriftkundigen Spezialisten (vgl. auch Wagner 2006). Mithin sind die meisten Menschen in dieser Zeit weitgehend auf das *Hörensagen* angewiesen, und die gesprochene Sprache erweist sich im Lebensalltag der Menschen gleichsam als kulturelles (Re-)Produktionsverfahren, um die Welt zu deuten, um Sagen, Mythen, Rituale oder gesellschaftliche Normen weiterzugeben und um den Einzelnen in die Gesellschaft zu integrieren. Dass in solch einer (semi-)oralen Kultur Sprechen und Hören intentional wie funktional so aufeinander bezogen sein müssen, dass ein Hörer auch verstehen und „behalten“ kann, was er auditiv wahrgenommen hat, liegt nahe. So zeigt sich Oralität, die der kontinuierlichen Überlieferung von Wissensbeständen aller Art dient, besonders in der Rhythmisierung von Gesprochenem, in Sprachformeln, Wiederholungen und Ausschweifungen oder durch konkrete Bezüge auf die Lebenswelt und die Alltagspraxis der Menschen (vgl. Ong 1987, S. 34ff).

Die mittelalterlichen Kommunikations- und Lebensverhältnisse sind Geschichte. So stellt sich die Frage, wie wir es mit dem Sprechen und Hören in unserer modernen Wissens- und Informationsgesellschaft halten, in der sich gesellschaftliche Kommunikation und kulturelle (Re-)Produktion vor allem durch die Nutzung technischer Medien grundlegend verändert hat.

Von jedem, der in unserer Gesellschaft handlungsfähig sein will, wird heute erwartet, dass er über „kommunikative Kompetenz“ verfügt. Diese Kompetenz hat sich jeder Einzelne in einem lebenslangen Lernprozess selbst anzueignen.

Was das bedeuten kann, hat Dieter Baacke in seiner grundlegenden Arbeit *Kommunikation und Kompetenz* skizziert. Ähnlich wie man Sprache im Laufe der Entwicklung erlernt und gebraucht, um neue Sinnzusammenhänge zu erfassen und hervorzubringen, so kann man auch durch schrittweisen Aufbau von Wahrnehmungs-, Handlungs- und Kommunikationsfähigkeiten ein Handlungsrepertoire erwerben, das einen befähigt, die Lebenswelt bewusst mitzugestalten und seine Kommunikationskompetenz so einzusetzen, dass Konflikte vernünftig gelöst werden, um nicht gerechtfertigte und unfrei machende Herrschaft aufzuheben (vgl. Baacke 1973, S. 287). Dazu muss jeder lernen,

- „ - zu informieren und Informationen aufzunehmen;  
- in instrumentell-bestätigender Kommunikation Beziehungen und verlässliche Gemeinsamkeiten aufrechtzuerhalten;  
- Kommunikation als freies Beziehungsspiel zu erfahren;  
- in gewinn-orientierten Dialogen seine Meinung zu behaupten;  
- in Entscheidungs-Dialogen die Interessen seiner Person und seiner Gruppe zu vertreten;  
- sein Selbstverständnis in einer reflektierten und heilen Ich-Identität zu finden;  
- durch Kommunikation zu lernen und zu lehren;  
- die System-Bestände in wissenschaftlich-diskursiver Reflexion zu hinterfragen mit dem Ziel, eine begründete und human glaubwürdige Entwicklung der gesellschaftlichen Systeme zu befördern.“ (Baacke ebd., S. 293)

Was dieses anspruchsvolle und idealtypische Lernprojekt für die Entwicklung der Hörkultur in unserer Gesellschaft bedeutet, kann hier nur angedeutet werden. Zum einen heißt es,

- dass man lernen muss, den anderen als Sprecher *und* Hörer bewusst wahrzunehmen und in seiner Einzigartigkeit anzuerkennen,
- dass man fähig ist, sich dem anderen aufmerksam und mit Respekt zuzuwenden und
- dass man ernsthaft versucht, sich diskursiv zu verständigen.

Zum anderen muss es auch darum gehen, unseren empfindlichen und „offenen“ Hörsinn zu schützen. Denn auf ihn wird in unserer dominanten Visualkultur in der Regel nur dann Rücksicht genommen, wenn der Lärm in unseren sozialen Umwelten unerträglich wird und sich als krankmachend erweist. Auch wenn es in modernen pluralen Gesellschaften kein Patentrezept dafür geben dürfte, wie man die öffentlichen Hörwelten so gestalten kann, dass wir sie auf Dauer als hörenswert empfinden, kann dennoch jeder durch sein Verhalten und Handeln dazu beitragen,

- dass die Lautmenge in unseren Privatsphären und öffentlichen Lebensräumen verringert wird (vgl. z.B. Kahlert 2001) und
- dass Ruhezone entstehen, in denen das „Bombardement der Sinne“ durch akustische Kargheit eingeschränkt wird (vgl. Welsch 2006, S. 46).

## **2.2 Hörkultur als Teil der Medienkultur**

Kulturelle Überlieferung und kulturelle Produktion stützen sich in unserer Zeit sowohl auf den Gebrauch von Symbolsystemen – wie der mündlichen und schriftlichen Sprache – als auch auf den Gebrauch von technischen Medien aller Art. Prominente Merkmale von technischen Medien der Kommunikation sind es, dass sie die natürliche, gegenständliche und soziale Wirklichkeit „beobachten“ und abbilden können, dass sie Seh- und Hörsinn erweitern können, dass sie Wissensbestände sowohl speichern als auch verbreiten können und dass sie auf diese Weise Wissen und kulturelle Leistungen unabhängig von Personen, Raum und Zeit verfügbar machen. Dabei ist Medien, wie beispielsweise Radio, Film, Fernsehen oder Computer und Internet, ein

Doppelcharakter immanent. Auf der einen Seite machen sie Kultur programmatisch zu ihrem Thema, auf der anderen Seite erweisen sie sich selbst als Teil von Kultur, weil sie als Kulturproduzenten und -agenten fungieren. Diese besondere Funktion technischer Medien im Rahmen kultureller Prozesse wird heute mit dem Begriff Medienkultur gefasst (vgl. dazu besonders Hickethier 2003, S. 227ff). Als eine Art Konstante von Medienkultur lässt sich dabei im gesellschaftlichen Diskurs immer wieder ein nur schwer aufzulösender Widerstreit erkennen, vor allem bei der Einführung neuer Medien:

Auf der einen Seite sagen die Gegner neuer Medienentwicklungen kulturellen Niedergang, Verfall der gesellschaftlichen Kommunikation und sittlich-moralische Gefährdungen für den Einzelnen voraus, vor allem für Kinder und Jugendliche. Auf der anderen Seite stehen die Befürworter, die sich von neuen Medien einen besseren Zugang zu Information, Wissen und Kultur erhoffen, die sich mehr Transparenz in Bezug auf politisch-gesellschaftliche Prozesse erwarten und die sich für alle vom produktiven Gebrauch neuer Medien eine verbesserte Mitgestaltung gesellschaftlicher Wirklichkeit versprechen. In diesen Widerstreit war und ist auch immer die Medienpädagogik konstruktiv einbezogen. Indem sie eigenständige Handlungskonzepte anbietet, will sie es Kindern, Jugendlichen und auch Erwachsenen ermöglichen, sich sozial verantwortlich, kritisch und produktiv mit medienkulturellen Herausforderungen auseinander zu setzen.

Wir leben offensichtlich in einem „ikonischen Zeitalter“ (vgl. Maar/Burda 2004), in dem sich die technisch erzeugten Bilder mit Macht mehr und mehr zwischen Auge und Wirklichkeit schieben. Aber ebenso eindringlich mischen sich inzwischen auch die künstlich erzeugten Ton- und Klangwelten zwischen Gehör und Wirklichkeit und gestalten mehr oder weniger gut erkennbar unsere alltäglichen Hörwelten. Unter den „natürlichen“ Schallereignissen finden sich – heute fast als Selbstverständlichkeit – die medial vermittelten, sei es als Lautsprecherdurchsage auf Bahnhöfen oder funktionales Musikgeriesel in

Warenhäusern, als Radiosendung, als musikalisches Schallplatten-, CD- oder Kassettenangebot in den eigenen vier Wänden, als Tanzmusik in einer Diskothek, als „Hörbuch“ im Unterricht, als „Handygespräch“ in der Individualkommunikation oder als Musik (-Download) aus dem Internet, die während der Bahnfahrt mit dem MP3-Spieler gehört wird. Allein diese Aufzählung dürfte deutlich machen, dass die auditiven Medien ganz wesentlich zur Entwicklung unserer heutigen Hörkultur beigetragen haben. Denn seitdem es möglich ist, Sprache, Musik und Geräusche technisch zu erzeugen, zu manipulieren, zu speichern sowie massenhaft und weltweit zu verbreiten, umhüllt uns eine komplexe Schalltextur aus natürlichen *und* medial vermittelten Tönen, Klängen und Geräuschen, die wir in der Regel als „gegeben“ hinnehmen. Dabei ist uns die besondere Künstlichkeit der auditiven Medien manchmal gar nicht mehr bewusst, weil sich in modernen Gesellschaften das Hören von Kindesbeinen an auf diese neuen Hörwelten eingestellt hat. Nicht nur das Hören hat sich dadurch verändert, sondern auch die Art und Weise, wie wir Wirklichkeit wahrnehmen und in ihr handeln. Dies sei im Folgenden exemplarisch am Medium Radio (Hörfunk) skizziert.

Um das Radio als Massenmedium einzurichten, war – und ist nach wie vor – gesellschaftliche Arbeit notwendig. Beispielsweise regeln Rundfunkgesetze heute die Verbreitung von öffentlich-rechtlichen und privatrechtlichen Hörfunkprogrammen an ein Publikum, und es muss auch auf Sender- wie Empfängerseite eine entsprechende Rundfunktechnik und Infrastruktur zur Verfügung stehen. So hat zum Beispiel die Ausrichtung auf die Ultrakurzwellen-Ausstrahlung in der Bundesrepublik Deutschland eine deutliche Regionalisierung und Vermehrung der Radioprogramme mit sich gebracht. Im Zuge der Einführung des privatrechtlichen Rundfunks existiert seit Mitte der 1980er Jahre mit den „Bürgermedien“ gleichsam auch ein „Rundfunk der dritten Art“, dessen lokal begrenzte Programme terrestrisch mittels Antenne und/oder über Kabel zu empfangen sind. Grundlegender Auftrag dieses

Bürgerfunks ist es, allen Interessierten den Zugang zu Produktionsmitteln und Programmen von Hörfunk und Fernsehen zu ermöglichen.

Wer zudem Radiosendungen angemessen nutzen will, muss zum einen fähig sein, sich auf Basis *seiner* Erfahrungs-, Vorstellungs- und Begriffswelt den Sinngehalt von Sprache, Musik und Geräusch zu erschließen. Zum anderen muss er es gelernt haben, sich im flüchtigen Angebotsmenü des Hörfunks zu orientieren, in dem so disparate Sendungsinhalte und -formen wie Nachrichten, Magazine, Sportübertragungen, Reportagen, Gesprächsrunden, Vorträge, Features, Hörspiele, Glossen, Radio-Comics, Musikprogramme oder Werbeblöcke zu einem permanenten *Fluss von Hörangeboten rund um die Uhr* vereinigt sind. Im Übrigen hat das Radio seit seinen Anfängen mit Hörspiel und Feature zwei eigenständige Textsorten hervorgebracht. Diese künstlerischen Ausdrucksformen finden sich nicht nur als „Kulturantiquitäten“ im modernen Radioprogramm, sondern erreichen inzwischen auch auf dem Medienmarkt in Form von kommerziell hergestellten CD-, Kassetten- oder Hörbuch-Angeboten ein großes Publikum. Für gewöhnlich eignen sich heute bereits Kinder „nebenbei“ im Kontext des Familienlebens solche Programm- und Genrekenntnisse an, die dann nicht nur ihre künstlerisch-ästhetischen Erfahrungen prägen, sondern auch bestimmend dafür sein können, wie sie später als Jugendlicher und Erwachsener mit dem Medium Radio umgehen (vgl. Schill u. a. 2004).

Seine ursprünglichen Funktionen als „Geschichtenerzähler“ und bedeutender „Kulturagent“, die das Radio noch in den 50er Jahren des vorigen Jahrhunderts besessen hat, hat es inzwischen eingebüßt und vor allem an die audiovisuellen Medien Film und Fernsehen verloren. Dafür hat es sich nunmehr zum „Stimmungsmacher“, „mood manager“ und „Ratgeber“ gewandelt. Dementsprechend wird das Radio heute von den Hörern im Tagesablauf auch

vorwiegend „nebenbei“ genutzt, vor allem um sich durch Musik in Stimmung zu bringen oder in gute Laune zu versetzen. Der Funktionswechsel vom Geschichtenerzähler zum Musik- und Aktualitätenanbieter hat sich letztlich auch auf die Programmgestaltung der Radiosender ausgewirkt. Heute beherrschen so genannte Formatradios die Hörfunklandschaft (vgl. Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten 2003, S. 314). Bei einem Formatradio wird eine bestimmte Altersgruppe durch Musikauswahl, Abfolge der Musik, Moderation und Wortbeiträge „angesprochen“. Da besonders die kaufkräftige Gruppe der 14- bis 49-Jährigen um- und beworben werden soll, verwundert es nicht, dass sich die nahezu austauschbaren Programme durch einen hohen Musikanteil und ein „Gute-Laune-Profil“ auszeichnen. Als Format, das vor allem für die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen bestimmt ist, hat sich das Contemporary-Hit-Radio (CHR) durchgesetzt. Bei diesem Format werden aktuelle und schnelle Charthits in verschiedenen Abstufungen angeboten (z.B. orientiert an Mainstream, Rock oder den Hits aus Diskotheken). Die Playlist ist begrenzt, die Wortbeiträge werden zugunsten eines optimalen Musikflusses reduziert, die jungen Moderatoren bemühen sich um Witz und Originalität und „verkaufen“ dabei auch Gewinnspiele aller Art. Dabei zeigt sich, dass Radio für junge Hörer auch angesichts der Konkurrenz von (Musik-)Fernsehen, MP3-Spieler und Musik-Downloads im Internet besonders als wichtiger Navigator und Trendsetter in Sachen Musikkonsum und -geschmack fungiert (vgl. Klingler/Müller 2005, S. 466). Diese Entwicklungen zeigen auch an, dass das Radio heute wesentlich zur Durchsetzung einer Musikkultur beiträgt, die sich weltweit ausbreitet und vernetzt. Vor allem die jungen Musikhörer sind durch Einrichten von Internet-Tauschbörsen oder Online-Tonarchiven derart erfindungs- und listenreich mit den neuen digitalen Speicher- und Verbreitungsmedien umgegangen, dass die Vorherrschaft der Musikindustrie über den Musikmarkt im Laufe der letzten Jahre aufgebrochen wurde.

Für die Zukunft kommt dem Radio vermutlich durch seine Allianz mit dem „All-in-one-Medium-Internet“ eine innovative Rolle zu (vgl. dazu Oehmichen/Schroeter 2008), weil sich beispielsweise durch Live-Streaming Programme im Internet auch außerhalb eines Sendegebiets verbreiten lassen. So wird es den meist jungen Hörern möglich, sich unter den zehntausenden von weltweiten Radio-Livestreams ihre *eigenen* Programme zu suchen (vgl. van Eimeren/Frees 2008). Zudem können ausgewählte Programmbeiträge von den Nutzern im Abonnement als so genannte *Podcasts* kostenlos auf Computer, MP3-Spieler oder Mobiltelefon geladen werden (2). Vereinfacht gesagt, erlaubt *Podcasting* jedem einzelnen – auch Kindern – die eigene am Computer produzierte („Radio“-)Sendung oder den eigenen Hör-Text im Internet zu veröffentlichen und anderen zum Herunterladen und Anhören auf Computer und MP3-Spieler zur Verfügung zu stellen. Weltweit hat sich inzwischen eine große (jugendliche) Podcast-Gemeinde entwickelt, die sich auch mehr und mehr untereinander vernetzt. Dass praktisch jeder schon jetzt sein eigener Sender sein kann, wenn er über ein gutes Mikrofon, einen leistungsstarken Personalcomputer, ein gutes Programm zur Tonbearbeitung und eine Internetseite verfügt, klingt nicht nur faszinierend, sondern ist heute bereits vielfach Realität und macht die frühe Vision Bertolt Brechts vom „Rundfunk als Kommunikationsapparat“ (Brecht 1932, S. 438) gleichsam fassbar. *Podcasting* spielt aber nicht nur für die auditiven Medien eine Rolle, sondern erweist sich derzeit auch für die traditionellen Printmedien als bedeutsame Verbreitungsmöglichkeit. So bietet heute beispielsweise manche Zeitung oder Wochenzeitschrift ausgewählte Artikel als kostenlosen *Podcast* zum Hören an.

Diese Entwicklungen, die sich in den letzten zwanzig Jahren in einem enormen Tempo vollzogen haben, machen in Sachen Hörkultur vor allem Folgendes deutlich:

- Unsere Hörwelten werden heute zunehmend durch den Gebrauch auditiver Medien aller Art geprägt. Dabei wandeln sich traditionelle kulturelle Audio-Praktiken und werden durch neue ergänzt, überformt oder abgelöst. Wer sich heute als kompetenter Hörer verstehen will, muss nicht nur gekonnt mit Hör-Texten, Hör-Funk (Radio/Mobilfunk), Musikmedien oder Audio-Angeboten im Internet umgehen können, sondern er muss auch über eine umfassende Medien-Lese-Schreibkompetenz verfügen (vgl. Schill/Wagner 2002/2003).
- Das Ensemble auditiver Medien wie Radio, Compact Disc, Ton-Kassette, Walkman, MP3-Player/-Rekorder, Mini Disc-Rekorder, Mobilfunk („Handy“) oder Computer (als Werkzeug für Aufnahme, Mischung, Schnitt, Speicherung und Vervielfältigung von Tonproduktionen) wächst auf der Basis der digitalen Kommunikationstechniken mehr und mehr – auch mit anderen Medien – zusammen. So wird den Nutzern nicht nur individuelles wie kollektives Sprechen, Hören, Schreiben und Lesen ermöglicht, sondern auch die Produktion und der interaktive Austausch von Hörangeboten aller Art.



brauchen. Zum einen, um sich angenehme Hörerlebnisse und gute Gefühle durch Hör-Spaß, -Spannung und -Unterhaltung zu verschaffen, zum anderen, um auch Zeiten der Leere und Langeweile zu überbrücken. Dabei scheinen Kinder genau zu wissen, welche Hör-Bausteine am besten zu welcher Stimmungslage und zu welchem Lebensthema passen, das sie gerade beschäftigt.

Zu solchen *Selbsterfahrungen*, die Heranwachsende mit auditiven Medien machen können, kommen *Sozialerfahrungen* hinzu. Beispielsweise erweist sich für Jugendliche inzwischen das „Handy“ als *ihr Medium Nr. 1*, auch wenn gleichzeitig Computer und Internet, Fernsehen, MP3-Spieler und Radio eine wichtige Rolle in ihrem Medienalltag spielen. 95 Prozent der 12- bis 19-Jährigen verfügen im Jahre 2008 über ein Mobiltelefon, das sich heute nicht mehr nur als „Fern-Sprecher“, sondern vielfach als Multimediagerät zeigt. Jugendliche können damit nicht nur telefonieren oder schriftliche Kurztexte empfangen und verschicken, sondern auch fotografieren, Bilder verschicken, unterwegs ins Internet gehen, mit dem integrierten MP3-Player Musik abspielen, Radioprogramme empfangen oder Fernsehangebote nutzen (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2008, S. 59ff). So bietet ihnen das Handy nicht nur die Möglichkeit „in der Welt“, mobil und für andere erreichbar zu sein, sondern bei den Gleichaltrigen mitreden zu können, im Gespräch mit anderen zu bleiben und im Wortsinne „im Bilde“ zu sein. Dass das Handy allerdings von Heranwachsenden auch missbraucht werden kann, indem Demütigungen oder Drohungen in Form von Fotos, Bildern oder Textnachrichten an andere „vermittelt“ werden, macht nachdenklich – selbst wenn es nur eine Randerscheinung sein mag. Und auch das Aufnehmen und Weiterverbreiten von inszenierten oder realen Gewaltaktionen aller Art („Happy Slapping“) kann gesellschaftlich nicht hingenommen werden und fordert (medien-)pädagogisches Handeln heraus.

Kinder und Jugendliche können mithilfe auditiver Medien auch besondere *Sacherfahrungen*, machen. In diesem Zusammenhang bietet ihnen vor allem

das (Kinder- und Jugend-)Radio – auch in Verbindung mit dem Internet – eine Fülle von Welt-, Orientierungs- und Handlungswissen an. Es sind weniger die Bildungs- und Wissenssendungen, die auch unabhängig von Sendeterminen aus dem Internet abgerufen werden können, als vielmehr die aktuellen Nachrichten und die Informationen über die regionale/lokale (Jugend-) Kulturszene, die von den Heranwachsenden vorwiegend für die Gestaltung des Freizeitlebens genutzt werden und die als wichtig für den selbst bestimmten Umgang mit Musik, Medien und Konsum angesehen werden.

Nicht zuletzt eignen sich die Heranwachsenden durch eigensinnigen Umgang mit auditiven Medien aller Art auch Kenntnisse und Fertigkeiten in Bezug auf die auditiven Medien selbst an. Diese Aneignung von Medialitätsbewusstsein kann sie schließlich befähigen, den Stellenwert und die Funktion dieser Medien für die eigene Lebenspraxis zu bestimmen und in medienkompetentes Handeln umzusetzen.

Die Selbst-, Sozial- und Sacherfahrungen, die Heranwachsende im Umgang mit auditiven Medien machen können, bedingen sich wechselseitig. Welcher Art sie letztlich sind, hängt aber auch von verschiedenen Bedingungen ab:

beispielsweise welche Rolle die auditiven Medien im Familienalltag spielen und welche kulturellen Normen und Werte dabei das Familienleben prägen, in welcher Bedeutung und Funktion die auditiven Medien in Kindergarten, Schule oder in der Gruppe der Gleichaltrigen auftauchen oder über welche (auditiven) Medien die Heranwachsenden tatsächlich verfügen können.

Was die Kultivierung des Hörens durch medienpädagogisches Handeln angeht, ist es daher bedeutsam, die medienbezogenen Selbst-, Sozial- und Sacherfahrungen der Heranwachsenden zunächst einmal aufzunehmen und im Rahmen gemeinsamen Lernens so zu überprüfen, zu ergänzen oder zu erweitern, dass Kinder und Jugendliche auch sinnlich und mit Genuss neue Erfahrungen als Hörende *und* Sprechende machen können. Dabei empfiehlt es sich, in den Handlungsfeldern Kindergarten und Schule sowie in der Kinder- und Jugendarbeit Schwerpunkte zu setzen, die die medienbezogene

Handlungsfähigkeit in den Bereichen der Selbst-, Sozial- und Sachkompetenz fördern:

In Bezug auf die Förderung medienbezogener Selbstkompetenz lassen sich die Erfahrungen von Heranwachsenden mit Hörmedien/Hörtexten aller Art gut aufnehmen und gemeinsam mit ihnen bearbeiten. Noch bevor beispielsweise Kinder in die Schule kommen, spielen in ihrem Medienalltag sowohl massenhaft verkaufte Funny-, Kriminal- und Kinderdetektivserien als auch qualitätsvolle Hörspiele und -erzählungen eine wichtige Rolle als „Stimmungsmacher“ und „Geschichtenerzähler“. Solche Produktionen bieten Kindern nicht nur Spaß, Spannung und Unterhaltung, sondern generieren – oft im Verbund von Tonkassette/Hörbuch/Film/Buch – auf funktionale Weise nicht nur ihre literarischen und hörästhetischen Erfahrungen, sondern auch Medienerfahrungen aller Art. Mithilfe von Hörmedien lassen sich Hörgewohnheiten untersuchen, kann der Hörsinn provoziert werden, können die Bedeutungen dieser Medien in den Lebenszusammenhängen von Kindern und Jugendlichen sichtbar gemacht, können Bezüge zu anderen Medienarten hergestellt werden und können durch Spielen, Sprechen, Schreiben und Gestalten nicht nur Hör- und Medienerlebnisse produktiv bearbeitet werden, sondern auch solche „Lebensthemen“, die den Heranwachsenden wichtig sind.

In Bezug auf die Förderung medienbezogener Sozialkompetenz können die Heranwachsenden vor allem bei der Produktion und Gestaltung von Hörmedien aller Art nicht nur individuelle, sondern auch kollektive Erfahrungen machen, die generell für das Arbeiten im Team und für die produktive Medienarbeit gelten:

Man muss fähig sein, sich auf Themen und Inhalte zu einigen, man muss sich die Arbeit vernünftig „teilen“ können, man muss den eigenen und den gemeinsamen Lernfortschritt reflektieren können, man muss Probleme und Schwierigkeiten gemeinsam bewältigen können und sich gegebenenfalls Hilfe

holen können und man muss mit Kritik rechnen, wenn man im Rahmen von Anschlusskommunikationen erfahren will, wie das gemeinsame Produkt von anderen beurteilt wird.

In Bezug auf die Förderung medienbezogener Sachkompetenz können sich Hörmedien als ein bedeutsamer Lerngegenstand erweisen, um Begriffsbildung und Spracherwerb zu fördern und um das Hören als ästhetisch-kritische Kompetenz zu entfalten. Dabei können beispielsweise die „Gestalten“ und die Funktionen von Hör- und Lesetexten bestimmt und somit Lese- und Medienerziehung sinnvoll aufeinander bezogen werden.

Das Aufnahme-, Wiedergabe-, Speicher- und Bearbeitungspotenzial auditiver Medien ermöglicht zudem das selbstständige Vertonen von Texten, Bildern oder Bild-Text-Kombinationen. In diesem Kontext ist zum Beispiel die Eigenproduktion von Hörspielen auf der Grundlage von vorgegebenen oder selbst entwickelten Hörspiel-Texten ein klassischer Gegenstand der Projektarbeit. Mithilfe der gut handhabbaren Tontechnik und auch des Computers, der zunehmend als Produktionseinheit (für Aufnahme, Mischung, Schnitt, Speicherung und Vervielfältigung von Tonproduktionen) genutzt wird, lassen sich eine Fülle weiterer Hörtexte produzieren, wie etwa Geräuschgeschichten, Klangexperimente oder Originalton-Collagen. Sie können dazu herausfordern, den Hörsinn bewusst zu gebrauchen und die Welt des Hörens und Sprechens wahrnehmend zu erkunden. Zudem können im Rahmen von Umwelterkundungen auch akustische Umweltbelastungen aufgespürt werden. Solche Recherchen können dazu herausfordern, sich mit den Themen Lärm und Stille/Ruhe auseinander zu setzen und sich auch für eine „hörfreundliche“ Umwelt zu engagieren.

Durch diese Formen praktisch-produktiver Arbeit mit auditiven Medien wird es den Heranwachsenden möglich, ihrer Phantasie und Kreativität Ausdruck zu verleihen, ihrer Lebenspraxis Sprache zu geben, medienspezifische Kenntnisse

und Fertigkeiten zu erwerben sowie das Potenzial auditiver Medien zur Gestaltung gesellschaftlicher Wirklichkeit zu erproben.

## **Autor**

**Wolfgang Schill**, Dr. phil., war bis zum Jahre 2006 Referent für die Medienerziehung in der Schule am Berliner Landesinstitut für Schule und Medien (LISUM). Arbeitsschwerpunkte: Entwicklung von curricularen Konzepten für die Medienpädagogik in der Schule, Entwicklung von medienpädagogischen Materialien, Pädagogik und Didaktik der Hörmedien. Er ist derzeit im Berliner Projektbüro der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) tätig.

## **Anmerkungen**

(1) Siehe dazu:

[www.boersenblatt.net/template/b4\\_tpl\\_search/?searchtxt=h%F6rkultur](http://www.boersenblatt.net/template/b4_tpl_search/?searchtxt=h%F6rkultur)  
[Zugriffsdatum: 15.09.2008]

(2) Podcasting ist ein Kunstbegriff, der sich aus den beiden Wörtern iPod und Broadcasting (engl. Rundfunk) zusammensetzt. Beim Podcasting werden Audiodateien im MP3-Format ins Internet gestellt, die man als Abonnent auf MP3-Player oder Computer herunterladen kann. Ein Beispiel für Podcasting bei LILIPUZ, dem Kinderfunk des Westdeutschen Rundfunks, findet sich unter der Internet-Adresse: [www.lilipuz.de/radio-hoeren/podcast](http://www.lilipuz.de/radio-hoeren/podcast) [Zugriffsdatum: 03.02.2009]

## Literatur

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.) (2003): Privater Rundfunk in Deutschland 2003. Berlin.

Baacke, D. (1973): Kommunikation und Kompetenz. Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien. 3. Auflage 1980. München.

Brecht, B. (1932): Radiotheorie. In: Brecht, B. (1991): Schriften, zusammengestellt von Wolfgang Jeske. Frankfurt am Main/Wien: S. 434-444.

Bechdorf, U. (2006): Ganz Ohr – Ganz Körper. Zuhörkultur in Bewegung. In: Bernius, V. u. a. (Hrsg.) (2006): Der neue Aufstand des Ohrs – die neue Lust am Hören. Reader Neues Funkkolleg. Göttingen: S. 128-137.

Fickers, A. (1998): Der Transistor als technisches und kulturelles Phänomen. Diepholz.

Goldstein, E. B. (2002): Wahrnehmungspsychologie. 2. Auflage. Heidelberg/Berlin.

Hagen, M. (2006): Förderung des Hörens und Zuhörens in der Schule. Göttingen.

Hickethier, K. (2003): Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart/Weimar.

ide – Informationen zur Deutschdidaktik – Zeitschrift für den Deutschunterricht in Wissenschaft und Schule (2008): Themenheft „Kultur des Hörens“, Heft 1/2008.

Imhof, M. (2003): Zuhören. Psychologische Aspekte auditiver Informationsverarbeitung. Göttingen.

Kahlert, J. (2001): Hören, Denken, Sprechen. Die Rolle der Akustik in der Schule. In: Kahlert, J./Schröder, M./Schwanebeck, A. (Hrsg.): Hören – ein Abenteuer. München: S. 55-75.

Klingler, W./Müller, D. K. (2005): ma 2005 Radio II: Radio behält Leitfunktion. In: Media Perspektiven, Heft 9, S. 465–477.

Maar, Ch./ Burda, H. (Hrsg.) (2004): ICONIC TURN. Die neue Macht der Bilder. Köln

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2008): JIM-Studie 2008. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2009): KIM-Studie 2008. Kinder und Medien, Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart.

Oehmichen, E./ Schroeter, C. (2008): Medienübergreifende Nutzungsnuster: Struktur- und Funktionsverschiebungen. In: Media Perspektiven, Heft 8, S. 394-409.

Ong, W. (1987): Oraltät und Literalität. Die Technologisierung des Wortes. Opladen.

Reinecke, H.-P. (2002): Wer hört zu, wer nicht – und warum? Über Motive, Medieninteressen und Medieninteressenten. In: Zuhören e.V. (Hrsg.): Ganz Ohr. Interdisziplinäre Aspekte des Zuhörens. Göttingen: S. 25-38.

Schill, W./Wagner, W.-R. (2002/2003): Medien-Lese-Kompetenz vermitteln. In: medien praktisch, Heft 4/2002, S. 22-25 und Heft 1/2003, S. 65-69.

Schill, W./Linke, J./ Wiedemann, D. (Hrsg.) (2004): Kinder & Radio. München.

Schlussbericht der Enquete-Kommission (2007): „Kultur in Deutschland“. Drucksache des Deutschen Bundestages 16/7000 vom 01.12.2007. Verfügbar unter <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/16/070/1607000.pdf> [Zugriffsdatum: 03.02.2009]

Schulz von Thun, F. (1981): Miteinander reden 1. Störungen und Klärungen. Reinbek bei Hamburg.

van Eimeren, B./Frees, B. (2008): Internetverbreitung: Größter Zuwachs bei Silver-Surfern. In: Media Perspektiven, Heft 7, S. 330-344.

Wagner, W. (2006): Hören im Mittelalter – Versuch einer Annäherung. In:  
Bernius, V. u.a. (Hrsg.) (2006): Der neue Aufstand des Ohrs – die neue Lust  
am Hören. Reader Neues Funkkolleg. Göttingen: S. 93-105.

Welsch, W. (2006): Auf dem Wege zu einer Kultur des Hörens? In: Bernius, V.  
u. a. (Hrsg.) (2006): Der neue Aufstand des Ohrs – die neue Lust am Hören.  
Reader Neues Funkkolleg. Göttingen: S. 29-46.