

Essener Studien zur Semiotik und Kommunikationsforschung

Band 36

Verena Schütte

**17 Hz machen einen Unterschied:
Die Stimme der als managementkompetent geltenden Frau ist
in ihrer Wahrnehmung männlich**

Kommunikative Ursache und Bedeutung
auditiver Sozialwahrnehmung
– oder: wenn Stimmigkeit wichtiger als Stimme ist

Shaker Verlag
Aachen 2013

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Copyright Shaker Verlag 2013

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 978-3-8440-1986-5

ISSN 1439-4162

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: www.shaker.de • E-Mail: info@shaker.de

Verena Schütte setzt sich in Form einer kommunikationswissenschaftlich-interdisziplinär angelegten Studie mit der menschlichen Stimme in sehr spezifischer Weise auseinander. In methodisch und inhaltlich sehr differenzierter Weise wird die Frage zu beantworten versucht, in welchem Maße, aufgrund welcher Eigenschaften und wegen welcher Faktoren ihrer Rezeption die menschliche Stimme darauf Einfluss hat, wie erfolgreich Menschen innerhalb ihres Berufes sind. Dabei erfolgt zum einen eine Eingrenzung auf die Stimmen von Frauen, zum anderen eine Ausrichtung auf Managementpositionen, die nach wie vor fast ausschließlich von Männern besetzt werden. Allerdings will diese Untersuchung nicht als Gender-Studie verstanden werden, vielmehr geht es ihr darum, „ob eine spezifisch männliche Stimme und Sprechweise einer Sprecherin beziehungsweise die auditive Wahrnehmung eines maskulinen Stimmbildes den Prozess der Attribution von Managementkompetenzen tatsächlich signifikant beeinflusst.“ Wie in dieser Formulierung exemplarisch zum Ausdruck kommt, geht es um eine möglichst differenzierte Erfassung des komplexen verbalen wie non-verbalen beidseitigen Kommunikationsgeschehens, insofern sowohl auf die Sprechweise einer Sprecherin als auch auf die Wahrnehmung ihrer Stimme und deren Wechselwirkungen einzugehen ist. Es wird der Fragestellung nachgegangen, inwiefern (geschlechtsspezifische) Stereotypen bei der Zuschreibung von Kompetenz eine Rolle spielen beziehungsweise sogar ausschlaggebend sind. Mit der Stimme als Untersuchungsgegenstand liegt das Hauptgewicht auf der non-verbalen Kommunikation.

Konkreter geht es darum, zu untersuchen, inwiefern aufgrund der Stimme und ihrer Ähnlichkeit oder Unähnlichkeit mit einer männlichen Stimme Frauen hinsichtlich ihrer Kompetenz oder auch ihrer Sympathie eingestuft werden. Gibt es zum Beispiel eine bestimmte Tonlage, die eher den Eindruck von Kompetenz beziehungsweise von Sympathie vermittelt?

Um dieser komplexen und vielschichtigen Thematik gerecht werden zu können, ist die Studie in einen theoretischen und einen empirischen Teil unterteilt. So geht es im theoretischen Teil zunächst um die Definition und Beschreibung von stimmlicher Kommunikation, der sich eine Darstellung von Stereotypen zu Managern, Managementkompetenz und Geschlechtern sowie von entsprechenden Wahrnehmungen und paralinguistischen Informationen (zum Beispiel zu Geschlecht, Alter, Erscheinung, Attraktivität etc.) anschließt. Der empirische Teil hingegen basiert darauf, dass erfahrene Berufssprecherinnen mit verschiedenen Tonlagen einen Text vortragen, der wiederum von unterschiedlichen Zuhörern wahrgenommen wird, denen sodann die Aufgabe zufällt, Einschätzungen und Bewertungen des Gehörten und der Sprecherinnen vorzunehmen. Die Zuhörerschaft ist zudem differenziert zusammengesetzt, insofern geübte und ungeübte, männliche und weibliche Zuhörer, Manager und Studierende, jüngere und ältere Zuhörer einbezogen werden, sodass schon aus methodischen Gründen differenzierte Ergebnisse zu erwarten sind.