Illustration: Carola Vogt

Von Gute-Laune-Wörtern und kleinen Klängen

Von Michaela Seul

Psycholinguistik für AutorInnen

Wer den Staben nicht ehrt, ist das Buch nicht wert. Ein Plädoyer fürs Achtgeben auf kleinste Wortteile.

Ohne Staben kein Buch. Weil: Ohne Apfelkuchen auch kein Apfel. Es gibt Granny Smith und Vokale, Gala und Konsonanten, Braeburn und Zischlaute, Golden Delicious und Diphthonge schon nah dran an der „Tongue", der Zunge, die sogar Muttersprache heißt im Englischen: mother tongue. Und bei den Indianern, so lernten wir es aus Wildwestfilmen, sprachen die Bleichgesichter zuweilen mit gespaltener Zunge.

Locker werden mit L?

„Ist Ihnen schon einmal aufgefallen, dass in Wiegenliedern oft der Buchstabe **L** vorkommt?", fragte mich einmal eine Logopädin. Und sie erklärte mir auch gleich, warum: „Beim **L** liegt die Zunge am Gaumen, und dort befindet sich ein Entspannungspunkt."

L also. Meine Buchheldinnen heißen oft mit **L**. Sogar mein Hund. **L** wie Luna. Könnte es sein, dass mein Unterbewusstsein hinter meinem Rücken mit dem Alphabet kommuniziert? Dass es eine geheime Sprache in den Klängen gibt? Und – wusste ich das nicht irgendwie schon immer: Jedes Wort hat eine Aura. Manche Wörter empfinde ich als warm, andere als kalt, es gibt welche, die mag ich, und andere, die meide ich – und das hat oft nichts mit dem Inhalt zu tun, allein mit dem Klang. Denn für mich als Schriftstellerin sind Wörter Geschöpfe, und sie bestehen aus klitzekleinen Organismen: den Buchstaben. Manche von ihnen haben enorme Kraft, auch wenn man es ihnen nicht ansieht.

Es gibt Sprachforscher, die halten das für Unsinn. Andere wiederum behaupten, dass jeder Buchstabe etwas bewirke. Ein **I** zum Beispiel mache gute Laune, es kommt in vielen pos**I**t**I**ven und auch w**I**tz**I**gen Wörtern vor. Mit seinem Kumpel **E** auch in schönen, wie in der Liebe, im Paradies oder im Frieden. Das müssen ja auch zwei sein, weil ein **I** allein hat es nicht so leicht mit der Liebe und im Paradies, und wenn das **I** allein ist, ist das mit dem Frieden auch nicht so schwer, könnte man meinen, ei, ei, es geht auch andersherum. Und klingt dennoch lustig, ist ja wieder ein **I** dabei.

Unfug?

Wer will schon in der Vorsilbe *Un* hausen?

Als ich vor einigen Jahren mein Traumhaus in einem bayerischen Dorf fand, wollte ich dort zuerst nicht einziehen. Denn das Dorf heißt Unering. Will ich als Schriftstellerin in der Vorsilbe ***Un*** wohnen? In einem Unwort wie Unglück, unmöglich, unpässlich, Unbill? Als sich herausstellte, dass der Ortsteil Unering zu Seefeld am Pilsensee mitten im Fünfseenland gehört und ich nie, nie, nie Unering als Absender schreiben müsste, sondern Seefeld, zog ich gerne um. Dreimal **E**. Der See. Das Feld. Weite. Wunderbar.

Übrigens streiten sich die Wissenschaftler bis heute, ob die äußere Form eines Wortes eine Bedeutung für seinen Sinn habe. Sind die Buchstaben willkürlich gewählt – abgesehen von den Lautmalern wie katschen, sirren, rumpeln et cetera? Oder steckt mehr dahinter? Bildet vielleicht jeder Buchstabe einen Kosmos mit ganz eigenen Assoziationen und Gefühlen? Und wer, wenn nicht wir AutorInnen können diese wahrnehmen ... und auch nutzen, wenn wir unsere LeserInnen durch die kluge Wahl der Wörter, der Silben und Buchstaben in jene Stimmung versetzen, die uns vorschwebt –, um zwischen den Zeilen mit der Kraft der Buchstaben Fährten zu legen?

Es gibt viele Versuche, die belegen, dass Menschen auf der ganzen Welt bestimmte Wörter gleich interpretieren. In dem Buch *Das Alphabet des Denkens* von Stefanie Schramm und Claudia Wüstenhagen finden sich dazu zahlreiche Beispiele. Der Neurowissenschaftler Vilayanur Ramachandran zeigte Probanden zwei Bilder, die er als Zeichen eines fremden Alphabets vorstellte. Welches heißt Bouba und welches Kiki?

Mehr als 95 Prozent der Versuchspersonen waren der Meinung, dass Bouba das runde und Kiki das zackige Zeichen sei. Und Sie?

Allgemeines Fazit: Der Klang von Wörtern erschafft visuelle Vorstellungen. Ein weicher Klang erscheint als Symbol für eine weiche Form.

Von Aha zu Oho

Aber das ist doch logisch? Ja, das mögen AutorInnen so empfinden. Wir arbeiten ja ständig mit Sprache. Werbefachleute natürlich auch. Der Name eines Produktes ist entscheidend für seinen Erfolg.

Eine Limousine namens Pili würde wohl nicht so ernst genommen wie eine, die Palo heißt. Wörter, die für etwas Großes stehen, enthalten häufig ein **A** oder ein **O**. Und Studien belegen, dass Wörter mit **A** und **O** in unseren Ohren auch tatsächlich größer klingen als Wörter mit **I**. – Bereits im Jahre 1929 bat der amerikanische Linguist Edward Sapir die TeilnehmerInnen einer Studie zu bestimmen, ob Tische verschiedener Größe *Mal* oder *Mil* heißen würden. Rund 80 Prozent meinten, dass *Mal* der Name für die größeren Tische sei.

Und Sie?

Und was hat das alles für Auswirkungen auf unsere Texte? Wenn wir also nicht nur auf die Wörter insgesamt achten, sondern auch auf ihre Zusammensetzung, so können wir mit den allerkleinsten Bausteinen der Sprache Assoziationen befördern. Denn es scheint so zu sein, dass wir die Laute der Buchstaben nicht nur wahrnehmen, sondern ihrem Klang auch eine Bedeutung geben, und zwar unabhängig von unserer Muttersprache. Womöglich liegt das an der Art, wie die Laute hergestellt werden. Ein **I** beispielsweise wird oft verwendet, um etwas Kleines zu beschreiben. Viele Kosenamen enden auf **I**. Nun ist der Mundraum, wenn wir ein **I** sprechen, verengt. Sprechen wir ein **A** oder **O**, vergrößert er sich. So spiegelt der Raum im Mund beim Tönen wieder, was wir mit diesen Vokalen verbinden. Hinzu kommt, dass ein **I** meist höher gesprochen wird als ein **A** oder **U** oder **O**. Und ein tiefer Ton wird mit Autorität und Macht verbunden. Kampfbereite Tiere knurren mit **GR**, nicht mit **I**! Sie grollen, anstatt zu giggern. Sie brüllen, anstatt zu bibbern. Diese Zusammenhänge haben Wissenschaftler wie der Neuropsychologe Arthur Jacobs untersucht, als sie wissen wollten, wie bestimmte Lautkombinationen im menschlichen Gehirn ankommen. So gibt es Wörter, die werden als negativ oder gar böse eingestuft – Krieg, Terror, Krawall. Andere wurden von den Versuchspersonen als neutral bewertet wie Linse oder Moos. AutorInnen wissen dies, zum Beispiel, wenn sie Namen für ihre Protagonisten wählen. Ein neutraler Name lässt mehr Spielraum als einer, der gleich in eine Richtung weist. Auch Fernsehkommissare tragen – außer in Regionalkrimis, wo der Name meist Programm ist – häufig neutrale Namen.

Wenn man das alles bedenkt, wird Sprache noch lebendiger. Und es wird verständlich, warum in vielen Verlagen für die Titelsuche mehr Zeit verwendet wird als für den Inhalt des Manuskriptes. Oft herrscht dort die Meinung vor, dass mindestens 70 Prozent eines Bucherfolges dem Titel geschuldet seien. Und da kommt es schon mal auf jedes i-Tüpfelchen an.

Marketingforscher Richard Klink widmete sich in einer Studie besonders dem **I**. Er wies nach, dass Menschen Wörter, die ein **I** enthalten, als leichter, schneller, heller und dünner interpretieren als Wörter mit **O** oder **U**. Seine Versuchspersonen stellten sich einen *Nodax* als Ketchup dickflüssiger vor als einen namens *Nidax.* Und eine Seife namens *Iseck* wurde milder eingestuft, als wenn sie den Namen *Oseck* trug.

Ist das nicht kurios? Und wer würde jetzt noch behaupten, Wörter wären nur zufällige Buchstabenkombinationen? Ein einziges Wort kann doch eine ganze Welt erstehen lassen.

Der Rose phallischen Dornen

Menschen, die Deutsch lernen, staunen oft, weil es im Deutschen drei Artikel gibt. Der, die, das. In vielen anderen Sprachen gibt es nur einen oder zwei oder gar keine Artikel. Wer Deutsch lernt, muss sich also immer den richtigen Artikel zum Nomen merken, der sich ja nicht logisch erschließt. Das Messer. Die Gabel. Der Löffel. – Wieso ist eine Gabel eine Sie und ein Löffel ein Er? Allein darüber nachzudenken, ist durchaus anregend, und vor allem ist Erfindungsreichtum gefragt, will man es einem Nicht-Muttersprachler erklären.

Im Rumänischen ist die Rose ein Er. Wie fühlt sich die männliche Rose an? Und ... riecht sie womöglich anders? Duftet sie überhaupt noch? Oder hat sie einen eher markanten Geruch? Würden wir ihr andere Eigenschaften zuschreiben? Das kann gut sein. Die Psychologin Lera Boroditsky fragte die internationalen TeilnehmerInnen einer Untersuchung nach den Eigenschaften gewisser Wörter. Und siehe da: Deutsche fanden Brücken schön, elegant, schlank und friedfertig, Spanier bezeichneten sie als stark, robust, groß und gefährlich. Aber in Spanien ist das grammatische Geschlecht der Brücke auch kein weibliches.

Tja. Da denkt man, man beherrscht sein Handwerkszeug, man kennt seine Sprache ... und auf einmal steht man vor einem Geheimnis. Der Magie der Worte. So wird es niemals langweilig mit dem Schreiben. Schreiben. Ei. Das klingt ... Wie Heimat! Das Alphabet ist und bleibt ein Überraschungsei!

www.Shirley-Michaela-Seul.de

Inhalt

Foto: Kerstin Krüger

ARTIKEL & INTERVIEWS

4 Mein erster Fernsehauftritt – von Sandra Henke
6 „Wir holen das Beste für AutorIn und Manuskript heraus!“ Klaus Kluge im Gespräch mit Susanne Berg
10 Vom Umgang mit schlechten Rezensionen. Von Susanne Pavlovic
13 Ein *fussel* für die *Federwelt*! Der Cartoonist Ralf Fieseler
14 Das Drama-Dreieck und psychologische Spiele für AutorInnen. Von Bettina Wüst
18 Lebendige Figuren entwickeln mit dem Propensity Sorter. Von Martin Schabenbeck (Teil 1)
24 AutorInnen daheim. Annette Langen
36 Von Gute-Laune-Wörtern und kleinen Klängen. Psycholinguistik für AutorInnen von Michaela Seul
38 Schreibkurse entwickeln. Von Astrid Rösel
44 Das Lehrbuch einmal anders: Die Fallstudie als Genre. Von Florian Bliefert
47 Moralkeule? Nein danke! Von Claudi Feldhaus
52 Der mühsame Weg zum Buch. Von Ben Weber
54 In jedem Autor steckt ein Detektiv? Laura Rose im Gespräch mit Tamer Bakiner

Textküche mit Gasch & Co.

26 Folge 21: Literarisch anspruchsvolle Gedichte schreiben
30 Textprofis: Dr. Stefan Kappner, Katja Kulin, Christine Langer
33 Zutatenliste von Michaela Didyk

KOLUMNEN

23 Rezitationskurs von Michael Rossié: Die Pause, Teil 1
50 Fit fürs Marketing: Blog-Tour oder Blogparade – Tourneen im Netz als Marketingwunder? Von Martina Troyer
51 Fragen Sie Professor Lutz! Aphorismen und das Urheberrecht im Netz
59 Uschmanns Schriftstellerwerkstatt: Die Presseliste
60 Die Kummerecke
62 Waldscheidt: Schreib das verd... Musical
66 Impulsbar: Mit Körpersprache überraschen

AUSSERDEM

40 Terminkalender
60 Kleinanzeigen
64 Impressum, Kurzmeldungen

„Im Gegensatz zum Forscher denkt der Dichter von der Lösung zum Problem. Freilich, im Dichter steckt auch ein kleiner Forscher wie auch im Forscher ein kleiner Dichter steckt.“ (Dr. Fritz-Jürgen Schaarschuh)

Liebe Leserinnen und Leser,

dieses Heft ist in mehrfacher Hinsicht besonders. Es ist das erste, in dem wir einen Cartoon veröffentlichen, und das erste, für das ich einen Beitrag geschenkt bekommen habe, den einleitenden Aphorismus.

Außerdem ist es das Heft, mit dem die Lyrik in die Federwelt *zurückkehrt: Den Auftakt macht die* Textküche. *Folgen wird ein Lyrik-Aufbaukurs mit Schreibanregungen. Wenn Sie nun denken: „Och nö, was soll ich denn damit? Ich bin RomanautorIn!“, dann bitte ich Sie, doch trotzdem mal hineinzuschnuppern in die* Textküche, *ein Gedicht plus Lektorat zu verkosten und in der Zutatenliste zu schmökern. Ich, die vorher lediglich Gedichte von Wilhelm Busch, Ringelnatz oder Goethe las, fand danach plötzlich Spaß an moderner Lyrik und hatte Lust auf reimfreies Losdichten. Unsere Profis haben mir eine Tür aufgeschlossen, mir eine neue Lesart ermöglicht und damit ein ganz anderes Verständnis für diese literarische Gattung.*

Einfach losdichten, das ist auch ein tolles Mittel gegen Schreibblockaden: Ist das kreative Tor erst offen, strömen den ersten Ideen zum Gedicht oft noch viele gute hinterher, die Sie in Ihrem aktuellen Projekt entscheidend weiterbringen. – Prosa und Poesie können durchaus Hand in Hand gehen.

Selfpublishing boomt, tolino media, *die neue SP-Plattform lockt mit Sätzen wie „Nur 3 Schritte bis zum eBook“ und „Profitieren Sie von echten 70 % Honorar“. Da fragt man sich als AutorIn doch: Was kann mir ein Publikumsverlag heute noch bieten? Klaus Kluge von der* Bastei Lübbe AG *hat sich viel Zeit genommen, uns diese und andere Fragen zu beantworten.*

Außerdem im Heft: ein Interview mit einem Detektiv, wie man am besten mit 1-Stern-Rezensionen umgeht, wie man Onlinekurse konzipiert, ein Blogstöckchen wirft und vieles mehr. Eine anregende Lesezeit wünscht Ihnen:

Anke Gasch, Chefredakteurin