

## Kiki-Bouba – PSORIASIS

Sprache ist ein mächtiges Instrument. Es wird uns beim Sprechen und Hören meist gar nicht bewusst. Aber: Wie ein Ding bezeichnet wird, bestimmt gleichzeitig darüber mit, was andere darüber denken. Einzelne Worte dienen längst nicht nur als Transportmittel für Information. Es schwingt in ihnen immer auch eine weitere Botschaft mit.

Die ersten interessanten Studienergeb-

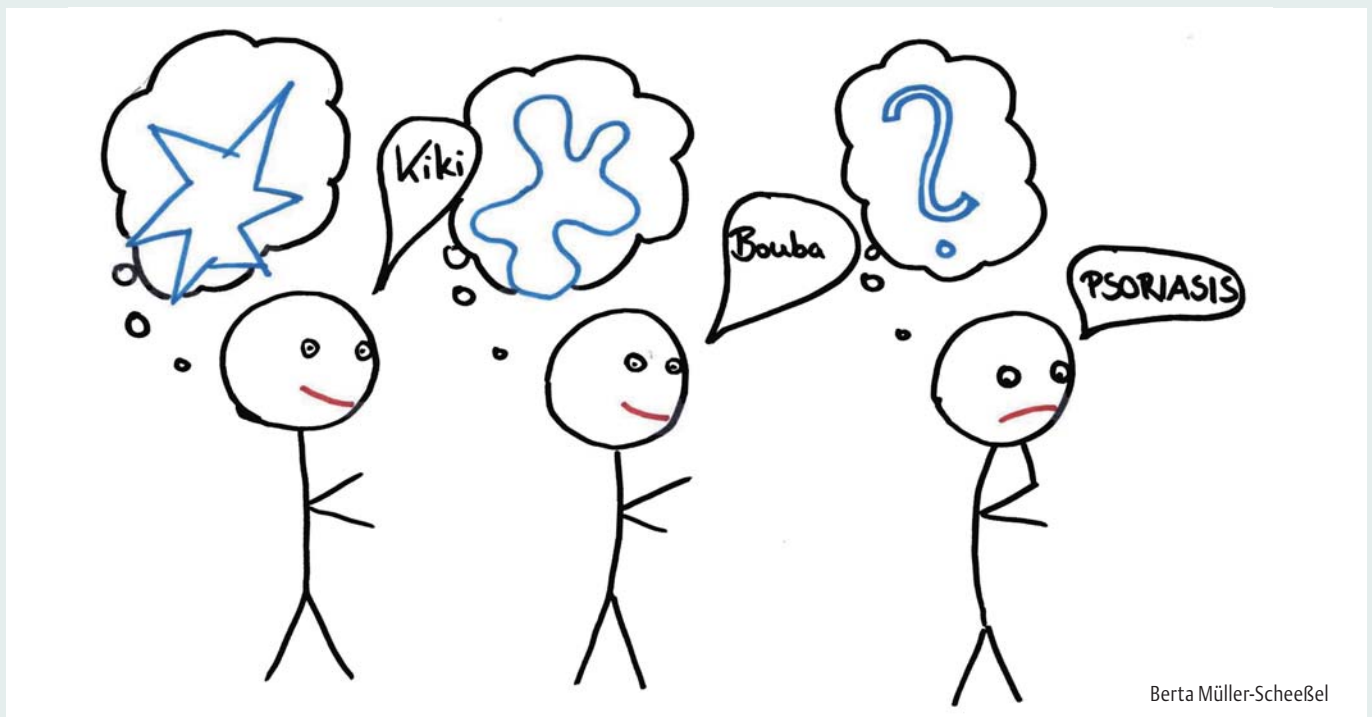
Kunstwörtern „Kiki“ und „Bouba“ (sprich: Buba). Es wurde mit US-Amerikanern und indischen Tamilen durchgeführt. Das waren ganz bewusst Probanden mit zwei völlig unterschiedlichen Muttersprachen. Das Ergebnis war noch eindeutiger als bei Köhler: 95 bis 98 Prozent wählten für die kurvige Form das weiche „Bouba“ und für das eckige Objekt das Wort „Kiki“.

Inzwischen haben immer mehr Wissen-

uns hier im PSO Magazin? Ganz klar. Wenden wir sie doch einmal an auf das zentrale Wort im Zusammenhang mit unserer Erkrankung: PSORIASIS.

PSO – RI – A – SIS! Merken Sie was? Das juckt bereits beim Sprechen – so viele harte S-Laute und harte Konsonanten. Und gleich zu Beginn ein dunkles O.

Wir brauchen ein Wort, das den Sprecher gleich in eine andere, angenehmere Richtung lenkt, wenn er über diese chronisch-entzündliche Hauterkrankung spricht. Wir müssen nachdenken: Welche Vor-



Berta Müller-Scheeßel

nisse zu diesem Thema erzielte der deutsche Psychologe Wolfgang Köhler in den 1920er Jahren. Er legte seinen Probanden zwei Figuren vor: eine eckige, die an einen Stern erinnerte, und eine mit weichen, runden Formen, die wie eine Wolke aussah. Die Testpersonen wurden aufgefordert, sich aus zwei Fantasienamen – „Takete“ und „Baluba“ – dasjenige auszusuchen, das ihrer Meinung nach am besten zu den jeweiligen Formen passte. Dem eckigen, sternförmigen Gebilde wurde zu rund 90 Prozent „Takete“, dem rundlich geformten Element „Baluba“ zugewiesen. In späteren Testreihen wurde das Kunstwort „Baluba“ durch „Maluma“ ersetzt.

2001 wiederholte ein Team um den Neurowissenschaftler Vilayanur Ramachandran das Köhler-Experiment mit den

schaftler den sogenannten Kiki-Bouba-Effekt auch bei anderen Sprachen nachgewiesen. Später zeigten weitere Studien, dass der Mensch Wörter mit vielen „i“ häufiger für Dinge benutzt, die kleiner, heller und enger sind, während „a“ und „o“ eher in Begriffen für etwas Großes, Dunkles und Weites auftauchen.

Diese sprachpsychologischen Erkenntnisse nutzen besonders Werbestrategen. Sie achten genau darauf, welchen Namen sie einem neuen Produkt geben. Denn seine Laute sollen beim Kunden bestimmte Vorstellungen hervorrufen. Dabei suggerieren harte Konsonanten eher Technik, Präzision und Männlichkeit (Pattex, Cliff, Makita). Weiche Konsonanten stehen für Sanftheit und Harmonie (Nivea, Wella, Lenor). Was bedeuten diese Einsichten nun für

stellungen wollen wir mit unserem Wort auslösen? Es soll für Männer wie Frauen gleichermaßen ansprechend sein. Es müsste also sowohl weiche wie harte Konsonanten enthalten. Bei der Wahl der Vokale sollten wir auf ein „i“ verzichten, denn eine Psoriasis ist nun mal nicht klein oder niedlich. Aber wir wollen die Erkrankung auch nicht zu groß und bedrohlich erscheinen lassen. Denn das macht ja gleich Angst. Also verzichten wir auf ein „o“ und ein „a“. Gut wäre es aber auch, wenn wir mit einem Zisch- oder S-Laut andeuteten, dass es auch jucken kann.

Lassen Sie uns nachdenken. Was für ein Wort käme da infrage? Wir brauchen nicht lange zu suchen und werden schnell fündig. Was halten Sie von: SCHUPPEN-FLECHTE? ■