

Medieninformatik 1 - Übung 5

Radiospot

Labor: C

Gruppenmitglieder:

Gian Isikli

Khang Pham

Finn Rusche

Richard Schröder

Bearbeitungszeit: 5 Stunden

Abgabe: 04.01.2026

Dokumentation

Beitrag der einzelnen Gruppenmitglieder:

1. Gian Isikli: Voice Acting und Ideenfindung/Entwicklung des Skripts
2. Khang Pham: Voice Acting und Ideenfindung/Entwicklung des Skripts
3. Finn Rusche: Voice Acting und Ideenfindung/Entwicklung des Skripts
4. Richard Schröder: Erstellung des Radiospots mit Audacity

Gestaltung des Radiospots

Das Ziel des Radiospots ist es, unser Firmen-Ziel darzustellen, als auch dem Kunden einen Einblick in den praktischen und bequemen Ablauf des Häuserbaus der Zukunft zu geben.

Über den Radiospot wird vermittelt, wie sich ein Kunde den Ablauf der Erstellung eines virtuellen Hauses vorstellen kann. Wir kombinieren hier zunächst zwei Abläufe. Zum einen die Privatperson, die selbstständig das Haus designen kann, auf der anderen Seite jemand aus unserer Firma, der die Pläne überprüft und für den Bau frei gibt. Abschließend stellen wir dar, wofür unsere Firma einsteht und was wir den Kunden ermöglichen.

Unterlegt ist unser Radiospot mit einer ruhigen, als auch fröhlichen Musik. Dies soll vermitteln, wie entspannt das Gestalten und der Bau des neuen Hauses doch sein kann. Zusätzlich haben wir an drei Stellen Soundeffekte, die die einzelnen Schritte auditiv hervorheben. Zu Beginn haben wir hier einen Klick-Sound eingefügt, der den Designprozess in der virtuellen Welt (mit VR-Controllern) darstellt. Zusätzlich haben wir zwei weitere Sound-Effekte, die als akustischer Cut dienen. Ein Effekt, welcher das Fertigstellen des Designs in der virtuellen Welt darstellt, ein weiterer, der den Upload des überprüften Hauses

untermalt. Wir haben insgesamt drei verschiedene Voicelines aufgenommen. Die Audiodateien der einzelnen Voicelines wurden zurechtgeschnitten. Bei Voiceline 2 wurde mehr Reverb hinzugefügt, um das Gefühl zu vermitteln, dass sich die Person in einer großen Halle befindet. Bei Voiceline 3 wurde etwas mehr Bass hinzugefügt, da hier die ursprüngliche Audioqualität geringer war, als die von Voiceline 1 und 2. Die verwendeten Audioclips wurden gemäß des dargestellten Gestaltung-Schemas zurechtgeschnitten und gegebenenfalls an die Voicelines angepasst, um einen einheitlichen Lautstärkepegel zu ermöglichen. Durch die Kombination unserer Voicelines mit den verwendeten Soundeffekten, haben wir versucht, das Erlebnis, welches unsere Firma unseren Kunden bietet, auditiv darzustellen.

Quellen:

Alle Soundeffekte sind von der Website FreeSound (<http://www.freesound.org/browse>).

Button Click 1.wav. Mellau. CC BY-NC 4.0:

<https://freesound.org/people/Mellau/sounds/506054/>

"Pick up" UI sound. Nomagician. CC0 1.0:

<https://freesound.org/people/Nomagician/sounds/833632/>

Happy sandbox. Unlistenable. CC BY-NC 4.0:

<https://freesound.org/people/Unlistenable/sounds/416778/>

RISER SWOOSH. johnjohnfm. CC BY 4.0:

<https://freesound.org/people/johnjohnfm/sounds/837887/>