

Hörfunk im Wandel II – Die Rückkehr des Wortes und seine Verwendung im Hörfunk

von Uli Bernhard und Helmut Volpers

Symptome des Wandels

Das Radio ist in seiner Programmgestaltung ebenso wie das Fernsehen einem ständigen Wandel unterworfen. Mit dem Aufkommen des privaten Hörfunks setzte zunächst eine Entwicklung vom gezielten Einschaltmedium mit dem Schwerpunkt auf Information hin zum „Nebenbeimedium“ ein. Im Vordergrund der Programmphilosophie der meisten privaten Radioprogramme und öffentlich-rechtlichen Servicewellen stand die Begleitung des Hörers über (möglichst) lange Strecken des Tages. Immer mehr übernahm das Radio die Funktion eines Unterhalters und Stifters guter Laune. Aus medientheoretischer Perspektive erscheint der Hörfunk für diese Rolle sogar prädestiniert: „Weil man nur hören, nicht aber schauen oder sprechen muss, kann Radio nebenher wahrgenommen werden; und tatsächlich begleitet es zahlreiche Alltagshandlungen vieler Menschen mehr oder weniger dumpf im Hintergrund, sei es in Auto oder S-Bahn, bei Hausaufgaben, in der Küche, beim Friseur oder im Büro.“¹

Die Reduktion des Hörfunks auf seine Sekundärnutzungsfunktion wurde zur Leitphilosophie des formatierten Begleitradios. Dies hat über lange Jahre hinweg in vielen Programmen zu einer „Entwertung“ und zugleich einer Verringerung von Informationsstrecken geführt. Zur Profilierung im jeweiligen – zumeist stark umkämpften – Hörfunkmarkt setzten die Radiomacher weitgehend auf ihre spezifische Musikfarbe. Diese Entwicklung und ihre fatale Auswirkung auf die Bedeutung des Hörfunks und der Radiosozialisation des Publikums wurden bereits in der „Hörfunklandschaft Niedersachsen 2001“² beschrieben. In den letzten Jahren hat sich auch die Fachöffentlichkeit und unlängst die Presse dem Thema „Dudelfunk“ angenommen: Hohe Musikrotation, Wort- und Informationsarmut und starke Fragmentierung des Programmflusses wurden weithin beklagt.³ Und auch das Publikum reagierte zunehmend gereizt auf die Penetration mit Jingles, dem eintönigen Musikmix und die Verknappung der Information. Entsprechende Programmangebote sind an den Bedürfnissen der Hörer vorbei geplant. Zahlreiche Untersuchungen der Hörerforschung belegen, dass die Hörer das Radio auch als eine wichtige Informationsquelle ansehen und als solche nutzen wollen.

In jüngster Zeit lässt sich nun sowohl in der Hörfunkpraxis als auch in der Programmphilosophie der Hörfunkmacher ein Wandel beobachten: Das Wort kehrt zurück! Die Bedeutung der Musikauswahl für den Erfolg eines Hörfunkprogramms wird nun als weit geringer eingestuft, als dies noch vor einigen Jahren der Fall war.⁴ In Niedersachsen hat der Programmveranstalter Radio ffn die Wende eingeleitet. Der Sender war im Jahr 2003 mit seiner einseitig auf populäre Musikmischung und Wortverknappung gerichteten Programmphilosophie in eine Sackgas-

¹ Schmitz (2004), S. 69.

² Vgl. Volpers/Salwiczek/Schnier (Hörfunklandschaft 2001), Kap. 3.

³ Pars pro toto Schulz (2004), Stock (2005).

⁴ Vgl. Seibel-Müller (2005).

se geraten und hatte sinkende Hörerzahlen zu verzeichnen. In der daraufhin begonnenen Programmreform lautete die strategische Devise: „In einem hart umkämpften Markt mit Radiosendern, die eine vergleichbare Zielgruppe bedienen, können maximal 10 Prozent Marktanteil über Musik bewegt werden“.⁵ Zur Schärfung des Senderprofils musste daher ein neues Wortkonzept gefunden werden. Die Fachpresse kommentierte den Relaunch von Radio ffn mit der Bemerkung: „Radio ffn leistet sich Luxus“ – wobei mit „Luxus“ offenbar die Erhöhung des Wort- und Informationsanteils gemeint ist.⁶ Im August 2005 hat auch der unmittelbare Konkurrent Hit-Radio Antenne eine Programmreform durchgeführt und bietet nun „mehr Service, relevantere Inhalte, eine gesetztere Moderatorenanmutung sowie ein breiteres Musikangebot“⁷.

Die Zunahme des gesprochenen Wortes bedeutet jedoch keineswegs die Rückkehr zum klassischen Radio mit seiner ruhigen Anmutung, einer formellen Hörfunksprache bzw. einer elaborierten Sprachverwendung. Das moderne Wortkonzept will auf jeden Fall an der primären Rolle des Radios als Tagesbegleiter und Unterhalter festhalten. So fürchten die Programmacher nichts mehr als „langatmige Moderationsplätze, tiefgründige Hintergrundsendungen oder Expertenanalysen“⁸. Die Sprachverwendung im Hörfunk wird sich also weiterhin an einem Konzept orientieren, dessen Ziel es ist, das Radioprogramm „in die sonstigen Alltagsroutinen seiner Hörer“⁹ zu integrieren. Aus diesem Grund soll die Sprache leicht verständlich sein sowie eine hohe Alltags- und Publikumsnähe aufweisen. Letztlich wird versucht, durch einen Sprachgebrauch wie er eigentlich nur in nicht-medialen Kommunikationssituationen üblich ist, die Distanz zwischen Sprecher und Hörer abzubauen, um die Integration des Hörfunks in den Publikumsalltag zu verstärken: „Erst die Alltagsanmutung erlaubt es, wie bei anderen Massenmedien auch, eine zweite, fiktionale Welt aufzubauen, die dem Konsumenten als Teil seiner eigenen erscheint“.¹⁰ In diesen Zusammenhang lassen sich nun Tendenzen wie die Zuwendung zu einer „spontan gesprochenen Sprache und zum informellen Sprachstil“¹¹ oder „stärker adressatenspezifischen Sprechweisen“¹² einordnen.¹³ Der Moderator soll den Hörer als „Partner“ durch den Alltag begleiten. Zu diesem Zweck muss er ihm – nicht zuletzt sprachlich – auf Augenhöhe begegnen.¹⁴

So schlüssig dieses Konzept aus der Perspektive einer Programmkonzeption, die primär an der Quantität ihrer Hörerschaft interessiert ist, auch sein mag, befördert es doch auch eine Entwicklung der Hörfunksprache, die problematisch erscheint. Die Sprachverwendung richtet sich streckenweise an eine Hörerschaft, der man offenbar ein naives bis infantiles Sprachniveau zuschreibt. Hält dieser Trend an, könnte hier dieselbe Reaktion eintreten, wie bei der übermäßigen Verwendung von Verpackungselementen: Die Hörerschaft fühlt sich stärker

⁵ Tenz (2005).

⁶ Eine Erhöhung des Informationsanteils lässt sich bei Radio ffn in der „Hörfunklandschaft 2005“ für die Prime Time, nicht jedoch für das gesamte Programm nachweisen.

⁷ Schneider (2005).

⁸ Tenz (2005).

⁹ Schmitz (2004), S. 69.

¹⁰ Schmitz (2004), S. 70.

¹¹ Fluck (1993), S. 102.

¹² Fluck (1993), S. 104.

¹³ Vgl. hierzu Fluck (1993), S. 102ff.

¹⁴ Vgl. Burger (2005), S. 314.

gestört als belustigt und schaltet um oder aus! Die Rückkehr des Wortes in das Angebot von Begleitprogrammen könnte sich dann als kontraproduktiv erweisen, wenn es nicht gelingt, ein anderes Sprachniveau zu finden: Ein Sprachniveau nämlich, das Unterhaltsamkeit nicht mit Albernheit, Witz nicht mit Obszönität und Umgangssprache nicht mit Unverständlichkeit verwechselt. Vor dem Hintergrund der Tatsache, dass lange Zeit das Wort im Hörfunk eher als Übel denn als Notwendigkeit gesehen wurde, fehlen heute offenbar Moderatoren und Korrespondenten, die einer angemessenen Sprachverwendung mächtig sind bzw. sie als Handwerkszeug guter Hörfunkpublizistik erlernt haben.

Bei vielen Sendern herrscht scheinbar ein „Zwang zum Infotainment“, der vermutlich der Angst entspringt, man könne dem Rezipienten die „pure Information“ nicht zumuten. Daraus resultiert eine spezifische Sprachverwendung, mittels derer man versucht, Informationen aufzulockern. Häufig führt dies allerdings dazu, dass Kommentierungen und Wertungen in die Informationsgebung, auch der Nachrichten, einfließen. Hierdurch geraten journalistische Grundprinzipien – wie die Trennung von Nachricht und Kommentar – ins Wanken.

Die skizzierte Entwicklung wird nachfolgend anhand aktueller hörfunkspezifischer Sprachmuster empirisch belegt. Grundlage hierfür ist eine Analyse der Sprachverwendung bei acht Radiosendern aus dem norddeutschen Raum.¹⁵ Der Fokus richtet sich nicht nur auf bestimmte Programmteile wie etwa Nachrichten, sondern auf einen breiten Querschnitt durch sämtliche Programmformen: Nachrichten, Service (Wetter, Verkehr), Informations- und Unterhaltungsmoderation sowie Korrespondentenberichte.¹⁶ Bei der Suche nach Regelmäßigkeiten in der Sprachverwendung kristallisierten sich schnell sprachliche Phänomene heraus, die den oben angedeuteten sprachlichen Wandel hin zu einer „Veralltäglichung“ unterstreichen und bestätigen.¹⁷

Beschreibung sprachlicher Phänomene

Grob lassen sich die gefundenen Phänomene in fünf übergeordnete Kategorien einteilen:

- Wortschatz bzw. -verwendung,
- Grammatik,
- Phonetik,
- Pragmatik und
- Semantik.

¹⁵ Für die Privatsender wurden Radio ffn, Radio 21 sowie die Jugendwelle delta radio herangezogen. Für den öffentlich-rechtlichen Hörfunk wurden die Sender NDR 2 für die „mittlere“ Zielgruppe, NDR 1 Niedersachsen sowie NDR 90,3 Hamburg für ein eher älteres Publikum und als Jugendwellen N-Joy sowie Eins Live ausgewählt.

¹⁶ Bei der Erstellung und Kategorisierung des Beispielkorpus waren Katharina Kretschmer und Holger Ihle beteiligt.

¹⁷ Beim nachfolgenden Text handelt es sich nicht um die Dokumentation einer umfassenden linguistischen Untersuchung des Phänomens der Hörfunksprache, sondern um einen kommunikationswissenschaftlichen Essay, der auf allseits „hörbare“ Entwicklungstendenzen und ihre publizistischen Konsequenzen aufmerksam machen will.

Jede dieser Ebenen kann weiter ausdifferenziert werden, so dass sich feinere Phänomene ausmachen lassen, die im Folgenden beschrieben werden.

In die **Kategorie Wortschatz und -verwendung** fallen hauptsächlich Beispiele für umgangssprachliche Ausdrucksweisen in verschiedensten Variationen. Dabei ist Umgangssprache zunächst nicht zwangsläufig als negativ einzuschätzen. Im Gegenteil kann ein geläufiger Sprachduktus zur allgemeinen Verständlichkeit beitragen. Allerdings gibt es eine „Grenze nach unten“, die dort anzusiedeln ist, „wo Hörer mit höherem Sprachniveau in ihrem Sprachgefühl verletzt werden könnten.“¹⁸ Es dürfte im Folgenden relativ schnell ersichtlich werden, dass viele der aufgeführten Phänomene diese Grenze mehr oder weniger deutlich unterschreiten.

Mit am häufigsten werden umgangssprachliche Wendungen mit verstärkender Wirkung benutzt. Beispiele hierfür sind „...das hat den Vorteil, dass sie jetzt schweinereich ist ...“ (1)¹⁹ oder „... und wir können schon mal sagen, der ist verdammt kurz. Also, der ist wirklich verdammt-dammt kurz ...“ (2). Weniger häufig werden auch flapsig wirkende Verkürzungen wie „Mainz im Ausnahmezustand: Morgen kommt der Herr Double-U ...“ (3) oder „... im Auto mit dem Navi-System ...“ (4) verwendet.

Vor allem bei den Jugendwellen durchzieht ein gewisser altersspezifischer Slang nahezu sämtliche Programmbestandteile: „Hier die Red Hot Chilli Peppers mit `nem sehr geilen Song“ (5). Hier dient die Sprache auch als Mittel zur Distinktion und Abgrenzung gegenüber Sendern für eine ältere Zielgruppe. Daneben ist die Verwendung von Jugendsprache ein gängiges Mittel, um Zugang zur Zielgruppe zu erlangen.²⁰ Gleichzeitig lässt sich feststellen, dass Merkmale der Jugendsprache wie eigenwillige Grüße, flotte Redensarten oder metaphorische Sprechweisen mit Hang zur Übersteigerung²¹ inzwischen auch in Sendern für mittlere Zielgruppen vermehrt anzutreffen sind: „Hallihallo – der Norden bei der Arbeit“ (6), „Das ist ja ein ganz anständiger Propeller, der da heute in Brunsbüttel in Betrieb genommen wird“ (7) oder „Den meisten Personalchefs hängen aalglatte, rhetorisch geschulte Bewerber zum Halse raus“ (8).

Keine Seltenheit sind daneben veranschaulichende Wörter, die Sachverhalte quasi bildhaft-lautmalerisch verdeutlichen sollen: „... angegrabbeltes, altes Geld – das hat man ja nicht so gerne ...“ (9) oder „Die beiden Deutschland-Konzerte sind nämlich restlos ausverkauft. Aber mit dem Mega-Ticket quetschen wir Sie auf jeden Fall noch dazwischen in Hamburg.“ (10), „Wenn ich mir so die Fotos anschau in der Zeitung – da hat’s ja wirklich richtig geschepert“ (11).

¹⁸ Fest/Lumma/Ohler zitiert nach Haaß (1994), S. 58.

¹⁹ Zur besseren Lesbarkeit sind die Quellen für die Fundstellen lediglich im Anhang aufgelistet. Auf sie wird im Text durch (...) verwiesen.

²⁰ Reinke (1993), S. 117.

²¹ Vgl. Reinke (1993), S. 109.

Innerhalb der Kategorie Wortschatz und -verwendung fallen auch sprachliche Besonderheiten in Nachrichtensendungen auf. So weichen Ausdrücke wie „... der seinen ehemaligen Posten als Ministerpräsident ausnutzte, um den VW-Vertrag klarzumachen“ (12) oder „... und sollen in einer Beschäftigungsgesellschaft fit für neue Jobs gemacht werden ...“ (13) doch deutlich vom herkömmlichen Nachrichtenduktus ab. Nicht selten werden beim Verlesen der Sprechermeldungen auch Wertungen geäußert: „... gepiffen von Skandal-Schiri Hoyzer ...“ (14). Bei Sendern für jüngere Bevölkerungsschichten ist eine umgangssprachliche „Einfärbung“ der Hard News besonders ausgeprägt.²²

Vor allem auch im Servicebereich, der hauptsächlich Wetter- und Verkehrsmeldungen umfasst, ist der Gebrauch umgangssprachlicher Wendungen üblich. So hört man, dass es „ein Tickchen freundlicher“ (15) werde oder dass vor einer „gemein blendenden Sonne“ (16) gewarnt wird, während es auf Autobahnen neuerdings „staut und stockt“ (17). Offenbar wird gerade hier auf eine lockere Vermittlung der Sachverhalte verstärkt Wert gelegt, um dem Hörer deutlich zu signalisieren, dass er die Nachrichten jetzt endgültig „hinter sich gebracht“ hat und wieder mit den gewohnten unterhaltsamen Formen rechnen darf.

Aufs Ganze gesehen lässt sich also ein Rückgang förmlicher Sprache konstatieren. Vor allem bei Sendern, die jüngere Zielgruppen erreichen wollen, sind in nahezu allen Wortbeiträgen die oben beschriebenen umgangssprachlichen Formen zur Regel geworden. Wie ausgeprägt der saloppe Ton bei manchen Sendern schon ist, belegt nochmals folgender Satz aus einer Informationsmoderation, der durchaus exemplarisch für die Wortwahl etlicher Radiostationen ist: „Wenn er jetzt wegen der Punkte, wegen denen er verklagt ist, tatsächlich verknackt würde – wie lange müsste er dann in den Knast gehen?“ (18). Derartige Redewendungen sind keinesfalls nur in Unterhaltungsprogrammen zu finden. Vielmehr lässt sich auch in Nachrichten und im Servicebereich ein Trend zu salopperen Formulierungen konstatieren. Dieses Phänomen tritt besonders gehäuft und ausgeprägt bei Jugendwellen oder Sendern für jüngere Zielgruppen auf. Programme für ein eher älteres Publikum hingegen haben im Wesentlichen einen förmlicheren Duktus bewahrt. Allerdings wird auch hier in einigen Fällen deutlich von der klassischen, formellen Hörfunksprache abgewichen. Diese Befunde bestätigen weitgehend den einleitend skizzierten Trend hin zu mehr „Veralltäglichung“. Der Moderator soll dem Hörer als Mensch „wie du und ich“ auf Augenhöhe begegnen.²³ Deshalb muss er sich sprachlich auch an die vermeintlichen Ausdrucksweisen des Zielpublikums anpassen. Es ist anzunehmen, dass flapsige Umgangssprache bei älteren Leuten weitaus weniger ausgeprägt ist als bei jüngeren Bevölkerungsgruppen. Dies erklärt, warum gerade Sender für den erstgenannten Personenkreis weitaus zurückhaltender bei der Verwendung von Umgangssprache sind.

Zur Rolle des Moderators als „normaler Mensch“ und begleitender „Partner“ durch den Alltag gehört es ferner, Persönliches von sich preis zu geben.²⁴ Folgendes Beispiel vereint diesbezüglich sehr anschaulich beide Dimensionen, die sprachliche Zielgruppenanpassung und die Preisgabe persönlicher Informationen:

²² Vgl. Burger (2005), S. 320.

²³ Vgl. Burger (2005), S. 323ff.

²⁴ Vgl. Burger (2005), S. 323f.

- Moderatorin „Ich bin noch `n bisschen maderig so, nä, ich nehm` auch grad noch Antibio-
tika, ich...“
- Moderator „...das stimmt, du warst ja am Freitag total im Arsch.“
- Moderatorin „Genau! Wegen der Mittelohrentzündung. Aber es wird schon wieder.“ (19)

Dieser Eindruck einer partnerschaftlichen Begleitrolle der Moderatoren wird ferner noch durch andere Mittel verstärkt. So wirkt die Versehung der Namen mit diversen Attributen wie „Morgenmän Franky“, „Timm ‚Doppel-M‘ Busche“, „Verkehrs-Kai“ (alle ffn) oder „Traffic-Thorsten“ (delta radio) stilbildend für die jeweiligen Sender. Diese Charakterisierung erhöht somit den Wiedererkennungswert sowohl der Moderatoren als auch der Programme. Die Orientierung für den Hörer wird dadurch vereinfacht, weil er das Gefühl bekommt, von altbekannten Vertrauten durch den Tag begleitet zu werden. Die Vertrautheit geht bei delta radio sogar soweit, dass auch in Nachrichtensendungen nur die Vornamen der Sprecher genannt werden, was natürlich wiederum zur „Veralltäglichen“ der Hörfunksprache beiträgt.

Unter die Ebene Wortschatz und -verwendung lassen sich neben den oben skizzierten umgangssprachlichen Merkmalen auch Wortschöpfungen und die Verwendung von Anglizismen subsumieren. Als Beispiele für ersteres können „unkaputtbare ffn-Kulthits“ (20), „Zapokalyypse“ (21) oder die ffn-typische Bezeichnung „Ohrenblick“ anstatt „Augenblick“ gelten. Die Verwendung von Anglizismen ist mittlerweile so häufig geworden, dass sie beim oberflächlichen Hören kaum mehr auffallen. Formulierungen wie „16 Acts aus 16 Bundesländern kämpfen um den Titel ‚Bester Song Deutschlands‘“ (22) oder „... junger Akademiker, sponsored by Sozialamt ...“ (23) sind dafür exemplarisch. Sie finden sich – mit Ausnahme der NDR 1-Wellen – bei allen Sendern. Es ist allerdings anzumerken, dass die Verwendung von Anglizismen nicht rundfunkspezifisch ist. Vielmehr lässt sich schon seit Jahren eine zunehmende Durchdringung der deutschen Sprache in nahezu allen Bereichen mit englischen Begrifflichkeiten ausmachen.²⁵

Auf **grammatikalischer bzw. syntaktischer Ebene** finden sich wiederum verschiedenartige Phänomene. Keine neue Entwicklung sind ellipsenartige Schlagzeilen am Beginn einer Nachrichtensendung oder direkt vor der jeweiligen Meldung: „Das sind die Nachrichten in dieser Stunde: Angeblich auch Zweitliga-Kicker in Wettskandal verwickelt. Chip-Riese AMD will Laptops für 80 Euro bauen. Prozess gegen Michael Jackson beginnt. Und das Wetter: grau und bedeckt“ (24). Oft wird – grammatikalisch nicht ganz korrekt – auch direkt an diese Schlagzeilen angeknüpft: „Blitzes auf Straßen in Niedersachsen. Deswegen haben sich zahlreiche Unfälle ereignet“ (25). Festzuhalten ist, dass diese Schlagzeilen-Ellipsen die Nachrichtensendung strukturieren und somit übersichtlicher gestalten. Dies ist für den Hörer enorm hilfreich beim Rezipieren der Meldungen.

Auffällig ist weiterhin die oft eigenwillige Verkündigung der Uhrzeit: „6 Uhr 13 ist es – 13 Minuten nach 6“ (26), „Elfzweiundreißig – ffn Verkehr [...]“ (27), „6 Uhr und 18 Minuten, 18 Minuten nach 6“ (28). Besonders markant fällt die Uhrzeitnennung bei Eins Live aus. Hier ist die jeweilige Stunde als bloße Zahl im Jingle integriert: „Eins Live – Montag – 9“ (29). Auch bei genaueren Zeitangaben werden lediglich Zahlen genannt: „Neunvierzehn“ (30).

²⁵ Vgl. bspw. Schmitz (2004), S. 32.

Diese Muster tragen durchaus auch zur individuellen Stilbildung und zur Distinktion eines Senders bei, indem sie meist konsequent verwendet werden. Der Stammhörer schaltet das Radio ein und fühlt sich aufgrund dieser Besonderheiten sofort „zu Hause“ beim gewohnten Sender, der ihn im Folgenden durch den Alltag begleiten wird.

Neben solchen durchaus positiv einzuschätzenden Merkmalen der Rundfunksprache lassen sich aber auch eine Vielzahl von grammatikalischen Fehlern in Wortbeiträgen finden: „Und wir erfüllen euch dann eure Songs“ (31) oder „Oh Gott, wo komm` ich eigentlich von her?“ (32). Vollends unverständlich werden diese sprachlichen Ausrutscher dann, wenn sie in einer verworrenen Syntax eingebettet sind, deren Logik sich wohl lediglich dem jeweiligen Sprecher erschließt:

„Also, auch im Prinzip wieder mit diesem wechselhaften Aprilwetter – wie immer man das sehen will. Ähm, der Wind wird `n bisschen nachlassen – das wird vom sonstigen Wetterablauf immer wieder Schauer sein, immer wieder `n bisschen Sonne, dann wieder die nächsten Wolken. Im Prinzip wirklich genau dieses richtig wechselhafte Wetter, im Prinzip wirklich dieses Schmuddelwetter, bei Temperaturen so sechs bis acht Grad.“ (33).

Wohlgemerkt, es handelt sich hierbei nicht um Einzelfälle! Spätestens bei derartigen Verstößen gegen jegliche grammatikalischen Regeln der deutschen Sprache dürften auch Hörer mit geringer Sprachsensibilität irritiert sein, da sich Verständlichkeit kaum noch einstellt.

Auch auf **phonetischer Ebene** zeichnet sich bei vielen Sendern ein deutlicher Trend hin zu einer weniger förmlichen Sprache ab. Dies lässt sich besonders deutlich an Beispielen für Einschleifungen diverser Wortsilben verdeutlichen, die ausnahmslos bei allen Sendern in sehr hoher Zahl zu hören sind: „Und ab heute kannst du dich ja für Fußball-WM-2006-Tickets anmelden. Und das tu mal auch gleich, und zwar nicht nur für dich, sondern auch für deine Familie und – äh – für sämtliche Kumpels, denn bei uns sahnst du schließlich gleich 11.350 Euro ab“ (34) „... und es is` ja `n Wunder, dass man nich` noch seine Blutgruppe angeben muss ...“ (35). Die Anpassung an den alltäglichen Sprachgebrauch wird hier besonders deutlich.

Zahlreich sind auch Beispiele für eine umgangssprachliche Aussprache wie „Guten Tach, hier ist eure N-Joy-Morning-Show“ (36). Dieses Phänomen, besonders häufig bei den Sendern für jüngere Zielgruppen anzutreffen, trägt auch zu einer Auflockerung der Wortbeiträge bei, die somit allerdings automatisch an Ernsthaftigkeit und Seriosität verlieren. Weiterhin war gerade bei den Sendern für jüngere Zielgruppen ein deutlich erhöhtes Sprechtempo auffällig. Die Auszählung der gesprochenen Silben innerhalb einer festgelegten Zeitspanne, hier 30 Sekunden, an zwei willkürlich herausgegriffenen Beispielen belegt diesen Höreindruck:

„Elf Uhr. Ich bin Michael Wessels. Nachkriegsrekord bei Arbeitslosenzahl, Papst wird im Krankenhaus weiter untersucht. Und: Hausdurchsuchungen im Fußball-Wettskandal. Das Wetter: örtlich Regen, Höchsttemperaturen drei bis acht Grad [kurze Musik]. Die Zahl der Arbeitslosen in Deutschland ist im Januar auf den Nachkriegsrekord von fünf Millionen und siebenundreißigtausend gestiegen. Die Arbeitslosenquote sei um eins Komma drei Prozent auf zwölf Komma eins Prozent gestiegen. Das meldet die Bundesagentur für Arbeit in Nürnberg.“ (37) (127 Silben)

Deutlich langsamer ist hingegen der Sprecher bei NDR 90,3 Hamburg:

„Es ist sechs Uhr. NDR 90,3 Aktuell. Mit Reinhard Postelt, guten Morgen! Die Schlagzeilen: Weltweite Erleichterung über erste Wahl im Irak, Kritik an HSH Nordbank-Chefs wegen privater Immobiliengeschäfte, Verstrickung von Paderborner Spielern in Schiedsrichter-Skandal. Das Wetter für heute, Montag, den einunddreißigsten Januar: bewölkt bei acht Grad, erst Nieselregen, nachmittags aber trocken.“ (38) (113 Silben)

Eine Auflockerung wird auch durch atmosphärische Mittel bewirkt, die ebenfalls der phonetischen Ebene zuzurechnen sind. Hier lassen sich grob zwei Phänomene voneinander unterscheiden. Zum einen werden relativ häufig illustrierende Geräusche eingesetzt: „Die Neanderthaler, unsere – u hu u hu u hu [Affenimitation] – Vorfahren, die konnten singen“ (39). Zum zweiten lassen sich häufig auch Interjektionen jeglicher Art im Programm finden. Zu unterscheiden ist bei diesem Merkmal allerdings die Intention des Einsatzes. Wirken diese Ausdrücke des Empfindens einmal glaubhaft und das Gesagte betonend – wie in diesem Beispiel –

Hörerin „... also ich finde es `n bisschen so – kälter, also trocken-kalt, schöner und mit Schnee, also, als der Regen.“

Moderator „Mmhh. [zustimmend]“ (40) –

werden sie an anderer Stelle – hauptsächlich bei den Sendern für die jüngere Zielgruppe – als auflockerndes Element verwendet. Besonders ausgeprägt ist hier übersteigertes Lachen über den eigenen Witz oder eigene Versprecher, das die unverkrampfte Atmosphäre im Studio demonstrieren und das Publikum mit der guten Stimmung anstecken soll: „...sind wir nämlich über dem Null- [Pause] Punkt [lacht]. Tagsüber gibt's ab und zu Sonne [lacht laut], mal dicke Wolken ...“ (41) Dieses Phänomen einer weitgehend künstlichen, überzogenen Heiterkeit muss wohl auch im Kontext des Wettbewerbs um die „lustigste Morningshow“ gesehen werden. Ein Attribut, das gleich mehrere Sender für sich reklamieren. Dieser Anspruch fügt sich nahtlos in die einleitend konstatierte primäre Rolle des unterhaltenden Tagesbegleiters ein, die viele Radiostationen einnehmen: Der Ehrgeiz, das Auditorium umfassend und gründlich informieren zu wollen, ist durch den Anspruch auf möglichst lustige Unterhaltsamkeit verdrängt worden. So ist es nur folgerichtig, dass die lockeren, oberflächlichen Inhalte auch durch entsprechende Artikulationen unterstützt werden, die letztlich den Eindruck einer nicht-medialen Kommunikationssituation verstärken sollen.

Die geschilderten atmosphärischen Mittel haben nicht nur den Effekt, das gesprochene Wort zu untermalen und anschaulich zu machen. Hauptsächlich wird durch solche Effekte in der überwiegenden Mehrzahl der Fälle – bewusst oder unbewusst – eine Distanzierung vom informativen Inhalt bewirkt, der oft ins Lächerliche gerückt wird. Der Wortbeitrag entfernt sich damit von der Informationsfunktion und wird auf eine unverbindliche, ironisierende Ebene der Unterhaltung gehoben. Der Inhalt wird nachrangig, es zählt der Gag! Die Sprache wird zum Vehikel einer meist seichten Unterhaltung, die den Hörer möglichst nicht überfordern soll. Und dies gerade nicht nur in der reinen Unterhaltungsmoderation, sondern eben auch dann, wenn tatsächlich interessante Informationen vermittelt werden:

„Ist doch `n perfekter Song, um nachts so auf der frei geräumten A3 zu fahren. Linke Spur, schön LKW vorbei. Und dann, plötzlich dann [ahmt 3 Mal sehr lautes Niesen nach]. Und schon hängt man irgendwo in`n Leitplanken drin. Weil immer noch ganz viele Menschen in Deutsch-

land krank sind. Die Grippewelle – hat so'n total cooler Gesundheitsökonom ausgerechnet – kostet aktuell bis zu 1,3 Milliarden Euro durch Arbeits- und Produktivitätsausfall ...“ (42).

Dieser Effekt wird im vorliegenden Beispiel auch noch durch die sehr flapsige Charakterisierung des Gesundheitsökonomen als „total cool“ verstärkt. Die Information tritt dadurch vollends in den Hintergrund. Dass sogar der Servicebereich von derlei Albernheiten nicht verschont bleibt, zeigt folgendes Beispiel:

Moderatorin „... und Kreuz Ratingen-Ost sechs Kilometer [lautes Niesen im Hintergrund]. A40 Dortmund Richtung Essen: zwischen Bochum-Stahlhausen und Gelsenkirchen vier Kilometer, A40 Richtung Essen: zwischen Duisburg-Rheinhausen und Häfen drei Kilometer [lautes Niesen im Hintergrund] – ist das ekelhaft [Lachen der Moderatorin], wisch das weg! [Lachen im Hintergrund]. A44 Mönchengladbach Richtung Lüttich: zwischen Alsdorf und Kreuz Aachen vier Kilometer, A52 Essen Richtung Düsseldorf: zwischen Essen-Süd und Breitscheid dreizehn Kilometer [Niesen im Hintergrund]. A52 Düsseldorf Richtung Essen: zwischen Kreuz Breitscheid und Essen-Kettwig [Niesen im Hintergrund] zwei Kilometer, A57 Krefeld Richtung Köln: zwischen Dormagen und Köln-Worringen zwei Kilometer [Niesen im Hintergrund], A57 Köln Richtung Krefeld: zwischen Köln-Worringen und Dormagen zwei Kilometer. Und in weiten Teilen des Eins Live-Sektors sind die Straßen sehr glatt. Sehr, sehr glatt [Niesen im Hintergrund, Lachen der Moderatorin] – noch glatter, richtig schleimig-glatt [Lachen der Moderatorin].“

Moderator „Haste ein Tempo mal bitte?“ (43)

Auf der **pragmatischen Ebene** ist vor allem die Interaktion zwischen Sprecher und Hörer von Interesse. Erneut spiegelt sich hier auch in der Sprache die Zielgruppenbezogenheit wider. So wird die „Du-Ansprache“ nicht nur bei den Jugendwellen, sondern mittlerweile auch von Radio ffn praktiziert. Gänzlich förmlich in der Ansprache bleiben erwartungsgemäß die beiden NDR-Wellen für die älteren Zielgruppen.

Interessant ist auch die Art und Weise, wie die Hörer zum Mitmachen angeregt werden. Während es bei NDR 1 Niedersachsen und NDR 90,3 Hamburg bei der klassischen Bitte bleibt – „Wenn Sie mitmachen möchten, melden Sie sich jetzt an. Rufen Sie diese Nummer an...“ (44) –, werden andere Sender schon direkter: „Bestellung gibt es auch bei uns: Klickt ffn.de!“ (45). Diese Merkmale sind wiederum charakteristisch für eine adressatenspezifische Sprechweise, die einerseits die Distanz zwischen Sender und Empfänger abbauen und andererseits eine Annäherung an den sprachlichen Alltag des Publikums gewährleisten soll.

Abschließend noch ein Blick auf die **semantische Ebene**. Auffällig sind hier vor allem zahlreiche „Nulldialoge“, die keinerlei Information oder sonstigen Inhalt transportieren:

Moderatorin „Dazu bleibt's dann bedeckt, aber der Regen der las- lässt nach und nach nach [lacht]“

Moderator „Lääst? Lääst? Läst Christmas?“

Moderatorin „Ich hab gesagt: lässt nach und nach nach [lacht]. Oh Gott“

Moderator „Du bist ein Wortwunder.“

Moderatorin „Ach Quatsch. Sechs Uhr achtundvierzig, delta radio mit Traffic-Thorsten.“

Moderator „Haste eigentlich gewusst, dass heute vor einem Monat Silvester war?“

Moderatorin „Nee.“

- Moderator „Toll. Denk` mal drüber nach!“
 Moderatorin „Oah, man!“
 Moderator „Unglaublich!“
 Moderatorin „Was die Zeit vergeht.“
 Moderator „ Mein Gott. Nö, nö, nö. Wie so alte Leute, ne. [Stimme verstellt] Ach die Zeit die vergeht.“
 Moderatorin „[Stimme verstellt] Dass ich das noch erleben darf. [lacht]“
 Moderator „[Stimme verstellt] Und auf der Autobahn ist wieder so wenig los wie hier kurz nach`n Krieg ne. – [wieder mit normaler Stimme] A 7 Hamburg Richtung Flensburg da gibt`s vier Kilometer Stop and Go.“ (46)

Es stellt sich der Eindruck ein, dass mit derartiger Blödelei hauptsächlich Zeit „totgeschlagen“ werden soll. Allerdings dürfte es wohl auch noch andere Funktionen dieses inhaltslosen Zusammenspiels zwischen den Moderatoren geben. So kann diese pure Selbstdarstellung zum einen wiederum dazu dienen, beim Hörer das Gefühl zu erzeugen, den Moderator als „normalen“ Menschen kennenzulernen. Zum anderen soll damit die lockere Atmosphäre im Studio demonstriert werden. Beides kann wiederum mit der „Veralltäglichung“ der Sprache in Zusammenhang gebracht werden, finden doch auch im Alltag oft sinnlose Blödeleien in entspannter Umgebung statt. Bedenklich an dieser Entwicklung ist, dass solche Moderationsstrecken auch auf seriöse Themen abstrahlen, die damit zwangsläufig weniger ernst genommen werden, da der Hörer stets auf die nächste Pointe wartet:

[Aus dem Hintergrund dreimaliges heftiges Niesen]

- Moderator: „Gesundheit! – Viel Trinken, Vitamine, Bewegung und Wechselduschen – das ist der beste Tipp, um fit zu bleiben, jetzt in der Zeit. Hab ich mir gerade hier ausgedruckt von Omas Ratgeber gegen`s Kranksein im Netz, weil grad ja so viele erkältet sind und krank auf der Arbeit rumhängen und dann überall [heftiges Niesen aus dem Hintergrund] niesen müssen die ganze Zeit [erneutes Niesen] – ja. Und vor allem das [Niesen] Wechselduschen macht bestimmt Spaß: Kommste abends mit ner fremden Frau nach Hause: Hallo Schatz, hier ist die Gudrun, sorry, mach mal kurz Platz, ich brauch mal was zum Wechselduschen. Wenn ihr auf dieses keinen Bock habt, dann befolgt bitte folgende Tipps, um fit zu bleiben...“ (47)

Fazit

Im Großen und Ganzen lässt sich in Anbetracht der hier vorgestellten Befunde ein deutlicher Rückgang der klassischen, förmlichen Hörfunksprache ausmachen. Dafür scheint sich ein umgangssprachlicher, zielgruppenorientierter Ton im Radio auszubreiten, der mit zunehmend inhaltsarmen Wortbeiträgen auf teilweise erschreckend niedrigem Niveau gekoppelt ist. Dabei ist folgende Entwicklung besonders auffällig: Im Allgemeinen ist die momentane Hörfunklandschaft durch das Merkmal einer weitreichenden Ausdifferenzierung gekennzeichnet. Sender unterscheiden sich neben der herkömmlichen Aufteilung in öffentlich-rechtliche und private Veranstalter auch nach Zielgruppen, Musikstilen, Programmschwerpunkten oder der Reichweite, so dass mitunter sehr feine Differenzierungen vorgenommen werden können. Im Gegensatz dazu lässt sich auf dem Gebiet der Hörfunksprache eher eine Dichotomisierung ausmachen. Auf der einen Seite finden sich Sender, meist mit jüngerer oder mittlerer Zielgruppe, die den anfangs skizzierten Sprachwandel in Richtung informeller, umgangssprachlicher und zielgruppenorientierter Ausdrucksweise sehr deutlich mit vollzogen haben. Hier finden sich private Programme wie Radio ffn ebenso wie NDR 2 als öffentlich-rechtliche Welle.

Auf der anderen Seite gibt es immer noch Sender – wie die NDR 1-Wellen –, die an der klassischen, seriösen und förmlichen Hörfunksprache festhalten. Dies gelingt ihnen zwar nicht immer, denn auch hier sind einige Elemente hin zu mehr Auflockerung auszumachen, allerdings sind doch deutliche sprachliche Unterschiede zu den vorher genannten Sendern zu konstatieren. Diese Dichotomisierung bei der Sprachverwendung ist keinesfalls systemabhängig: Gerade auch der öffentlich-rechtliche Sender NDR 2 unterscheidet sich in sprachlicher Hinsicht kaum noch von privaten Konkurrenten wie Radio ffn. Zusammenfassend lässt sich also festhalten, dass die jeweils verwendete Hörfunksprache relativ deutlich mit der jeweiligen „Programmphilosophie“ korreliert.

Dabei ist es vor allem bedenklich, dass sich für ein jüngeres Publikum ein Programm mit einem höheren Anspruch an Sprach- und Informationsqualität kaum mehr ausmachen lässt. Überspitzt formuliert haben junge Menschen mit hohem Informationsbedürfnis und sensiblem Sprachgefühl (und die gibt es durchaus) nur die Wahl zwischen einer sie ansprechenden Musik und dafür seichtem Infotainment, das meist in einer salopp-trivialen Sprache präsentiert wird, oder qualitativ hochwertigen Wortbeiträgen in einem für sie eher abschreckenden Musikumfeld. Ein immer größer werdender Teil der Hörerschaft entscheidet sich für Letzteres, was der hohe und ständig wachsende Anteil junger Hörer bei Programmen wie NDR 1 Niedersachsen zeigt. Ein Sender, der „junge“ Musik mit sprachlich hochwertigen Beiträgen vereint, ist On Air nicht in Sicht. Möglicherweise werden junge Rezipienten daher nicht nur für die Musik, sondern auch für das auditive Informationsangebot im Podcasting eine Lücke finden.

Das Wort kehrt ins Radio zurück! Diese zunächst erfreuliche Nachricht wird allerdings erheblich relativiert, wenn man sich genauer ansieht, wie es verwendet wird. Aus einer allgemeinen soziologischen Perspektive ist die oben skizzierte Entwicklung insofern bedauerlich, als Medien immer noch eine Vorreiterrolle für die allgemeine Sprachentwicklung spielen.²⁶ Angesichts der enormen Reichweite und hohen Nutzerzahlen kommt gerade dem Hörfunk – in Verbindung mit dem Fernsehen – eine nicht zu unterschätzende Sprachprägungskraft zu. Insofern verwundert es kaum, dass die Befunde der obigen Analyse durchaus mit der oft beklagten mangelnden Sprachkompetenz deutscher Schüler korrelieren. Es wäre deshalb zu wünschen, dass gerade auch die Sender für jüngere Zielgruppen bald feststellen, dass sich hohe Einschaltquoten und ein kompetenter Sprachumgang nicht ausschließen müssen!

²⁶ Vgl. etwa Schmitz (2004), S. 28ff.

Nachweise der Sendebispiele:

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| (1) Radio ffn, 03.02.2005 | (25) NDR 2, 01.02.2005 |
| (2) NDR 2, 01.02.2005 | (26) NDR 90,3 Hamburg, 31.02.2005 |
| (3) Eins Live, 22.02.2005 | (27) Radio ffn, 31.01.2005 |
| (4) NDR 2, 02.02.2005 | (28) NDR 2, 31.01.2005 |
| (5) delta radio, 01.02.2005 | (29) Eins Live, 05.02.2005 |
| (6) NDR 2, 01.02.2005 | (30) Eins Live, 05.02.2005 |
| (7) NDR 2, 02.02.2005 | (31) N-Joy, 03.02.2005 |
| (8) Radio 21, 31.01.2005 | (32) Eins Live, 25.02.2005 |
| (9) NDR 2, 05.02.2005 | (33) NDR 90,3 Hamburg, 31.02.2005 |
| (10) NDR 2, 05.02.2005 | (34) delta radio, 01.02.2005 |
| (11) NDR 90,3 Hamburg, 31.01.2005 | (35) NDR 2, 01.02.2005 |
| (12) Radio ffn, 05.02.2005 | (36) N-Joy, 31.01.2005 |
| (13) Eins Live, 25.02.2005 | (37) Radio ffn, 05.02.2005 |
| (14) Radio ffn, 31.01.2005 | (38) NDR 90,3 Hamburg, 31.01.2005 |
| (15) Radio ffn, 02.02.2005 | (39) Radio ffn, 01.02.2005 |
| (16) NDR 2, 01.02.2005 | (40) NDR 90,3 Hamburg, 31.02.2005 |
| (17) NDR 2, 05.02.2005 | (41) Radio ffn, 01.02.2005 |
| (18) NDR 2, 31.01.2005 | (42) Eins Live, 21.02.2005 |
| (19) delta radio, 31.01.2005 | (43) Eins Live, 05.02.2005 |
| (20) Radio ffn, 03.02.2005 | (44) NDR 90,3 Hamburg, 05.02.2005 |
| (21) Eins Live, 22.02.2005 | (45) Radio ffn, 01.02.2005 |
| (22) Radio ffn, 31.01.2005 | (46) delta radio, 31.01.2005 |
| (23) Radio 21, 31.01.2005 | (47) Eins Live, 22.02.2005 |
| (24) Radio 21, 31.01.2005 | |

Der Text ist folgender Publikation entnommen:

- ▶ Helmut Volpers/ Christan Salwiczek / Detlef Schnier: Hörfunklandschaft Niedersachsen 2005. Eine vergleichende Analyse. Berlin 2006 (Schriftenreihe der NLM; Bd. 19)

im Vistas Verlag Berlin