

ERICH STRÄBNER

Sprache im Fernsehen – Fünf Thesen

Fernsehen ist ein Medium der Kommunikation, für das aber nicht das im Alltag übliche dialogische Prinzip gilt, die direkte Kontaktaufnahme und Auseinandersetzung der Kommunikationspartner. Das Fernsehen serviert dem passiven Zuschauer Informierendes, Belehrendes und Unterhaltendes, das innerhalb eines großen Produktionsapparates mit großem Aufwand hergestellt wird. Bei den Beteiligten gilt Fernsehen im hohen Maße als ein Bild-Medium, weshalb die Idealvorstellung dahin geht, daß aller Inhalt über das Bild transportiert werden müsse. Die Ideologie des für sich selbst sprechenden Bildes, von dem in der Tele-Illustrierten vom 30. Dezember 1988 der frühere Hauptabteilungsleiter 'Aktuelles' beim ZDF, Karlheinz Rudolph, bei der Vorstellung seiner Sendung 'Album '88: Bilder eines Jahres' wieder schwärmte, führte dazu, daß im Produktionsprozeß den Bildern wesentlich mehr Aufmerksamkeit zugewendet wird als dem Text, der im allgemeinen als 'begleitend' bezeichnet wird. Die Dominanz der technischen Apparatur und ihrer Sachzwänge wird auch verdeutlicht in dem Satz aus einem Lehrbuch: „Im journalistischen Bereich des Fernsehens wird der Text zum Bild gefertigt“ (Peter Ruge, Produktionspraxis des Fernsehjournalisten, Mainz 1973, S. 167). Dabei übersehen Theoretiker wie Praktiker, daß die Bedeutung der abgefilmten konkreter Dinge nur verständlich wird in Beziehung auf meist abstrakte, d.h. unsichtbare Zusammenhänge, und daß es dann Sache des Textes ist, einen Prozeß des bildlichen Verstehens in Gang zu setzen, die Hintergründe, Voraussetzungen und mögliche Folgen deutlich und verständlich zu machen.

These 1: Obwohl dem Text, d.h. der Wortsprache im Fernsehen die Leitfunktion bei der Aufnahme des Angebotenen zukommt bzw. zukommen müßte, wird dieser gegenüber dem Bild deutlich vernachlässigt. Die Fertigung des Textes zum fertigen Film bzw. zur Magnetaufzeichnung verursacht im journalistischen Bereich die Text-Bild-Schere, das Auseinanderklaffen von bildlicher und sprachlicher Information.

Das Verstehen eines Bildstreifens setzt voraus, daß sich die Informationen und Wertigkeiten der einzelnen Einstellungen über die Schnittlinien hinweg zu einem Informations- oder Wertgebilde verbinden, d.h. erst die Montage ermöglicht die sinnvolle Abfolge, das Erkennen des roten Fadens, der sich durch den ganzen Beitrag zieht. Auch bei Texten werden die einzelnen Informations- und Wertkomplexe jeweils nacheinander deutlich. Eine sprachliche Informationsfülle wird in Einzelheiten dargeboten, aufgebaut, zusammengefaßt. Es wird ein bedeutungsbestim-

mendes Grundgerüst des Textes konstruiert, das als Grundlage für die Aufnahme des Gesamts der Information dient. Für diese Aufnahme ist entscheidend, daß die Textstruktur dem konventionellen Schema entspricht, am besten der Erwartungs- und Gebrauchsstruktur des Normalzuschauers bei der Verwendung gesprochener Sprache. Gerade hier haben Rezeptionsanalysen ergeben, daß informierende Texte im Fernsehen bei den Zuschauern meist nicht ankommen, weil sie alle Merkmale der geschriebenen Sprache besitzen, perfekte und somit hochkomplexe Texte sind und auch sein wollen. Die Forderung nach einer Annäherung der Texte an die Struktur der gesprochenen Sprache wie an die wesentlich einfachere Gebrauchsstruktur normaler Sprachnutzer wird bei den Medienpraktikern gleichgesetzt mit der Forderung nach einer Primitivsprache. Es geht aber einmal um die Anpassung der Sprache an das Medium, das die akustische Aufnahme und das sofortige Verstehen sowie die Verknüpfung mit dem Bild voraussetzt, zum anderen um die an den Zuschauer, der von der Kommunikationssituation her in hohem Maße benachteiligt ist durch viele Störfaktoren, vor allem aber durch den enormen Konzentrationszwang bei sonstiger Passivität.

These 2: Die im Fernsehen vor allem im Informationsbereich übliche Sprache ist eine elitäre Sprache in Duktus und Stil. Sie ist Schreibsprache bzw. Lesesprache statt Sprech- bzw. Hörsprache. Sie erreicht damit nicht alle möglichen interessierten Adressaten, kann deshalb nicht als Informations- und Bildungsinstrument gerechtfertigt werden.

Die im Fernsehen verwendete Sprache ist als Mischsprache zu charakterisieren. Sie ist abhängig von Ressorts, Programmbereichen, Themen, vor allem natürlich von den sie Gebrauchenden, den Journalisten, Textern, Autoren, Sprechern, Schauspielern usw. Je nach Sendungsart, Sendungsinhalt und den angepeilten Zielgruppen erscheinen neben der Standardsprache auch regionale, soziale und funktionale Varietäten. Schon die Nachrichtensendungen enthalten Bauteile unterschiedlicher sprachlicher Struktur: Sprechermeldungen werden von Redakteuren nach Agenturvorlagen erstellt und von Sprechern, besonders telegenen 'Redakteuren im Studio' oder von Moderatoren verlesen. Filmberichte werden in der Redaktion betextet, oft mit Fakten belegt, die nicht mit den Bildern übereinstimmen. Reporter- oder Korrespondentenberichte sind zwar meist einheitlich konzipiert, werden aber aus Zeitmangel gekürzt oder in Ausschnitten gesendet. Kommentare sind reine Zeugen des Schreibtisches und eines anderen Mediums. Interviews laufen wegen der Zeitknappheit meist als ritualisierte Frage-Antwort-Handlungen ab. Moderatorentexte sind vorfabriziert, werden eher forsch als moderat vorgetragen, genügen deshalb nicht ihrer Aufgabe, dem Zuschauer eher spontan eine Anleitung zum Verstehen des bildlichen und verbalen

Informationsangebots zu bieten wie ihn beim Leiten durch die Sendung Einordnungshilfe zu leisten.

In den Nachrichtensendungen dominiert die Bildinformation wie die Wiedergabe bzw. Weitergabe von Meinung. Dabei handelt es sich um die Meinung exponierter Persönlichkeiten, im besonderen die von Vertretern von Regierungen, von Parteien, weiteren staatstragenden Institutionen, seltener die von Bürgern ohne Funktion. Mit den Meinungen übernehmen die Journalisten in den Redaktionen, die Korrespondenten und Reporter die Sprachformen, in die diese gehüllt werden, machen sie zu ihren eigenen. Kritische Medienvertreter haben das längst erkannt und geben es zu wie Klaus Bresser, der Chefredakteur des ZDF, der feststellt: „... daß wir, die Journalisten, die Sprache der Politik kritiklos übernommen haben, daß wir all diese Verschleierungen, diese Phrasen und Posen nachvollziehen“ (ZEIT). Es sind die Wörter, die Uwe Pörksen neuerdings 'Plastikwörter' benennt, die abstrakten Begriffe, die ungeheuer beweglich gehandhabt und beliebig kombiniert werden können, die Konsens unter den Amtsträgern und Funktionären stiften, über die Journalisten hinweg den reibungslosen Durchmarsch zu den Konsumenten garantieren, die für diese zur imaginären Größe werden, je weniger sie ihre Inhalte und die Aussage ihrer Kombinationen durchschauen. Diese Plastikwörter, die politisch-ideologischen Floskeln und Klischees finden sich im gesamten Bereich des Fernseh-Informations-Angebots, in den Magazinen allerdings weniger sprachlich verdichtet als in den Nachrichten. Dafür wird in den längeren Interviews wie in Diskussionsrunden umso deutlicher, wie stark sich die fragenden Journalisten bereits den Funktionären sprachlich angepaßt haben, ja diesen deren eigenes Vokabular, deren Floskeln und Phrasen bereits vorgeben.

These 3: Das Fernsehen hat im Informationsbereich die verschleiernde und verhüllende Sprache der Amtsträger, Funktionäre, Politiker etc. bereits so stark akzeptiert und angenommen, daß eine Rückwirkung erfolgt, indem diese Sprache bestätigt und damit verfestigt wird. Für die mit dieser Sprache konfrontierten Konsumenten ist die Gefahr groß, daß das in der Übernahme manifestierte 'verkürzte Denken' der Journalisten auch auf sie übergreift.

Da im Fernsehen die Unterhaltung meist einen Vorrang gegenüber der Information hat, das Fernsehen überhaupt oft als 'Unterhaltungsmedium' bezeichnet wird, kommt der Sprache in diesem Wirkungsbereich besondere Aufmerksamkeit zu. Von nahezu allen Fernsehkritikern wird die Fernseh-Unterhaltung als primitiv, banal oder trivial abgetan. Wichtig ist, daß die meisten Unterhaltungssendungen, vor allem die Unterhaltungs-Shows, streng formalisiert sind, zum Teil sogar ritualisiert. Diese Formalisierung der Abläufe setzt sich fort in der formelhaf-

ten Sprache der Showmaster, meist auch in der ihrer Kandidaten. Die Banalität der Plots, die triviale Eindeutigkeit auf der Handlungsebene der Spielchen und Aufgaben erfordert geradezu den simplen Text, wenn dieser auch eine Anreicherung mit Späßchen oder sogar Ironie zuläßt. Im Blindversuch können Probanden im allgemeinen leicht Texte bestimmten Showmastern zuordnen, weil diese über Standardfloskeln verfügen, seltener über sprachliche Originalität. Stereotyp ist auch die Gewohnheit der Showmaster, in Gesprächen immer wieder auf sich selbst und ihre Profession als Thema zurückzuverweisen. Weiter werden Kandidaten oder Gesprächspartner meist, ausgehend vom Namen oder von der Berufsangabe, mit gängigen stereotypen Anschauungen in Verbindung gebracht, etwa dem Hausfrauen- oder Pauker-Stereotyp, die sprachlich nach allen Nuancen hin ausgebreitet werden.

These 4: Im Unterhaltungsbereich des Fernsehens dominiert der simple Text, allerdings als notwendige Folge der simplen Handlungsabläufe. In dieser Art von Kommunikationsvergnügen vollziehen sich zur Zeit Veränderungen, da mit dem Abtreten der alten, zwar auch dem Gesetz der Trivialität verpflichteten Showmaster ein Generationswechsel in Gang gekommen ist, der zugleich einen Sprach- und Stilwechsel zeigt und vom Sprachwitz hinführt zum Klamauk mit 'Zunder, Zoten und Schadenfreude'.

Während es im Fernsehen in den Bereichen der Information, der Bildung und der Unterhaltung, mit Einschränkungen im Sportprogramm, nicht gelungen ist, dem Medium angemessene Sprach- und Stilformen zu entwickeln, lassen sich solche im Spielbereich vermuten. Sie sind allerdings bisher weder untersucht noch beschrieben worden. Wie für den Film liefert für das Fernsehspiel ein Drehbuch den Plan, dem die Realisation folgen muß. Die sprachliche Vorgabe, der fertige Dialog, nimmt als ein beherrschendes Mittel auf die Realisation Einfluß. Sie bestimmt weitestgehend die Vermittlung an den Zuschauer und die Interpretation durch ihn. Der Dialog ist fiktiv innerhalb des Spiels. Er ist ein Mittel einseitiger Kommunikation mit dem stummen Zuschauer. Sein Sinn konstituiert sich nicht aus der Interaktion der handelnden Personen, sondern nur mittelbar aus der Rekonstruktion der Mitteilung, die Autor, Regisseur und alle an der Gestaltung Beteiligten mit der Gesamtheit aller ins Bild gesetzten und gesprochenen Interaktionsabläufe beabsichtigen. Die sprachlichen Formulierungen zielen deshalb nicht auf die Partner im Stück, sondern direkt auf den Zuschauer. Da die Texte meist von Literaten, von Sprachkünstlern gestaltet werden, die zudem dieses direkte Zielen auf den Zuschauer erkannt haben, ergibt sich die direkteste Verbindung der verwendeten Sprache zu diesem, damit auch die intensivste Wirkung.

These 5: Im Bereich des Fernsehspiels ist es gelungen, eine dem Medium und der Spielform, den Erfordernissen seiner Dramaturgie und Ästhetik angemessene Sprache zu finden. Diese Sprache zielt direkt auf den Zuschauer und entfaltet bei ihm die intensivste Wirkung. Leider ist die Zahl derer, die diese Wirkung genießen, winzig im Vergleich zu der, auf die Sprache in den übrigen Programmbereichen negativ einwirkt.