

Ulrich Nembach

Radio neu gesehen, Hörfunk als modernes Brauchtum

Ein Beitrag zu einer Theorie
des Hörens und Sendens und für
eine zukünftige Rundfunkhomiletik



Verlag Peter Lang

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	9
1.	Einleitung	11
1.1.	Medienbeobachtung und Hörfunkforschung im Blickpunkt theologisch-kirchlichen Interesses	11
1.2.	Zur Konzeption und Durchführung des Projektes	14
1.2.1.	Zur Problematik der Hörfunkforschung	15
1.2.2.	Die einzelnen Arbeitsschritte	16
2.	Senden und Hören - allgemeine Rahmenbedingungen der Produktion und Rezeption von Hörfunkprogrammen - eine Skizze	21
2.1.	Die rechtlich-organisatorischen Bindungen und Bedingungen der Sender in Niedersachsen	21
2.1.1.	Die rechtlichen Rahmenbedingungen	21
2.1.1.1.	Das Niedersächsische Landesrundfunkgesetz	21
2.1.1.2.	Die Rundfunkordnung als duales System	24
2.1.2.	Die organisatorischen Rahmenbedingungen	26
2.1.2.1.	Die Struktur der Aufsichtsgremien	26
2.1.2.2.	Die Struktur der privaten Anbieter	28
2.2.	Motivationen zur Hörfunknutzung	30
2.2.1.	Individuelles Hören nach dem Use-and-Gratification-Ansatz	30
2.2.1.1.	Motivationen des Radiohörens	30
2.2.1.1.1.	Überblick über die Entwicklung des Forschungsgebietes	30
2.2.1.1.2.	Der Use-and-Gratification-Ansatz (UGA)	32
2.2.1.1.3.	Zur Kritik am UGA	34

2.2.1.1.4.	Neuere Untersuchungen zum UGA	35
2.2.1.1.5.	Typologien von Zuschauern und Hörern	40
2.2.2.	Motivation zum Hören von Musik - eine Hypothese	43
2.2.2.1.	Präferenz für Musik	44
2.2.2.2.	Funktion	47
2.2.3.	Zusammenfassung und Bewertung des Forschungsstandes	51
2.3.	Hörfunknutzung und Hörgewohnheiten als Paradigma individuellen/überindividuellen "Brauchtums"	52
2.3.1.	Radiohören innerhalb der Grenzen des Möglichen	52
2.3.2.	Die Bestimmung von "Brauchtum"	53
2.3.3.	Der "Lieblingssender" als Auswahlkriterium des Hörens	59
3.	Die Hörer und ihre Programme - Befunde einer empirischen Untersuchung	61
3.1.	Generelle Eindrücke, Kritiken und Meinungen zur aktuellen Situation des Hörfunks in Niedersachsen	61
3.1.1.	Telefoninterviews	61
3.1.2.	Briefzuschriften	63
3.2.	Hörgewohnheiten, Hörbedürfnisse, Hörverhalten - eine Befragung	67
3.2.1.	Die Stichprobe: soziodemographische Daten	67
3.2.2.	Der alltägliche Umgang mit dem Hörfunk	68
3.2.3.	Die Folgen der veränderten Programmsituation im Spiegel des Brauchtums	71
3.2.3.1.	Die veränderte Hörfunklandschaft im Spiegel des Brauchtums	71
3.2.3.2.	Anhänglichkeit und Wechsel des Lieblingssenders	74
3.3.	Hörmotive und Hörmotivationen	78
3.3.1.	Motive des Radio-Hörens	78
3.3.1.1.	Deskriptive Statistiken	80

3.3.1.2.	Die Struktur der Motivation	85
3.3.2.	Polaritätenprofile zur Musik des meistgehörten Senders	89
3.3.3.	Instrumentelles Musikhören und Radio	91
3.3.3.1.	Deskriptive Statistiken	92
3.3.3.2.	Die Struktur der Liste "Musik"	94
3.3.4.	Zusammenhänge zwischen den Itemgruppen von "Gründe" und "Musik"	96
3.3.4.1.	Korrelation des Radiohörens generell und des Musikhörens speziell	96
3.3.4.2.	Exkurs: Geäußerter Wunsch versus faktischer Meinung	98
3.3.4.3.	Diskussion der Thesen	100
3.3.5.	Verschiedene Typen von Hörern	103
3.4.	Programmanalyse als Sprachanalyse	112
3.4.1.	Die Sprache im Hörfunk zwischen individuellem und überindividuellem Brauchtum	112
3.4.2.	Das Erscheinungsbild von "Wort" in den gegenwärtigen Programmen des Norddeutschen Rundfunks und bei Radio ffn	113
3.4.3.	Sprachwege der Information - die Nachrichten	115
3.4.3.1.	Allgemeine Usancen und Konventionen	115
3.4.3.2.	Konventionelle Prinzipien	117
3.4.3.3.	Traditionelle Lexematik	119
3.4.3.4.	Textgestaltung im Vergleich	121
3.4.3.5.	Syntaktisch-grammatische Perspektiven	123
3.4.3.6.	Attraktivität und Aktualität	125
3.4.3.7.	Sprachliche Komplizenschaft	128
3.4.3.8.	Formale Gemeinsamkeiten	130
3.4.3.9.	Vier Profile	131
4.	Zusammenfassung und Ergebnis	135
5.	Abstracts	139
Anhang:	Tabellen	141
	Literaturverzeichnis	159