Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Zoom : Zeitschrift für Film**

Band (Jahr): **36 (1984)**

Heft 7

PDF erstellt am: **30.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

ZOOM
Film · TV · Radio

Illustrierte Halbmonatszeitschrift

Nr. 7, 4. April 1984

ZOOM 36. Jahrgang
«Der Filmberater» 44. Jahrgang

Mit ständiger Beilage Kurzbesprechungen

Inhalt

Kommunikation und Gesellschaft
2 Die Angst des Fernsehens vor der Überraschung (Absetzung der *Telearena/Telebühne* vom Programm)

Filmkritik
8 *Rue Case Nègres*
10 *Pirosmani*
13 *Silkwood*
16 *Terms of Endearment*
18 *Ninotchka*
20 *Die verkaufte Braut*
22 *Iperventilazione*
23 *Malaria*

TV/Radio – kritisch
24 Schöne heile Welt von 1900 (TV-Serie «Nesthäkchen»)
26 Wer ein reines Gewissen hat und ordentlich lebt, dem kann gar nichts passieren («Datenschatten»)
29 Nebel – Ambivalenz – Unentschlossenheit (Hörspiel von Heinz Bühlmann)

Forum
31 Enttäuschte Erwartungen: Fragen zum BaZ-Feuilleton
32 Falsche Wirkung der «richtigen» Politik (zur Filmkritik «Under Fire»)

Titelbild

«Pirosmani» von Georgij Schengelaja ist eine fragmentarische Künstlerbiografie des naiven georgischen Malers Nikola Pirosmanaschwili und gleichzeitig eine Parabel des Künstlers, der in und an seiner Umwelt leidet. Bild: Freunde der deutschen Kinemathek

Herausgeber

Schweizerischer Katholischer Volksverein, vertreten durch die Film-Kommission und die Radio-Fernsehkommission

Evangelischer Mediendienst
(Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit)

Redaktion

Urs Jaeggi, Postfach 1717, 3001 Bern
Telefon 031/45 32 91

Franz Ulrich, Postfach 147, 8027 Zürich
Telefon 01/201 55 80

Matthias Loretan, Postfach 147, 8027 Zürich
Telefon 01/202 01 31

Abonnementsgebühren

Fr. 48.– im Jahr, Fr. 26.– im Halbjahr
(Ausland Fr. 52.–/29.–).
Studenten und Lehrlinge erhalten gegen Vorweis einer Bestätigung der Schulen oder des Betriebes eine Ermässigung
(Jahresabonnement Fr. 40.–/
Halbjahresabonnement Fr. 22.–,
im Ausland Fr. 44.–/24.–).
Einzelverkaufspreis Fr. 2.50

Druck, Administration und Inseratenregie

Stämpfli + Cie AG, Postfach 2728
3001 Bern, Telefon 031/23 23 23
PC 30-169

Abdruck mit Erlaubnis der Redaktion und Quellenhinweis gestattet.

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER

Mit Kostenvoranschlägen, die eher blumigstem Optimismus denn realistischen Überlegungen und kühlen Berechnungen entsprangen, und phantastischen Minutenpreisen für die Werbung begannen am 1. November vergangenen Jahres verschiedene Lokalradio-Stationen ihre Reise ins Schlaraffenland des Kommerz-Rundfunks. Nur sechs Monate danach herrscht weitherum Katzenjammer. Statt fetter, existenzsichernder Aufträge mochte die Werbebranche den meisten Lokalsendern nur ein paar karge Brosamen vom grossen Kuchen überlassen – besonders im Januar und im Februar. Löhne mussten gekürzt oder gar sistiert werden, und Gläubiger warten mit langen Gesichtern auf Geld. Etliche Sender gar pfeifen offensichtlich aus dem letzten Loch. «Den Pleitegeier im Signet» überschrieb das Fernsehen DRS eine medienkritische Sendung zur Krisenlage der werbefinanzierten Lokalradios.

Den Sündenbock für die miese Situation fanden die Vertreter der Lokalradio-Verbände schnell: die Rundfunkverordnung (RVO) mit ihren restriktiven Auflagen für die Werbung im Lokalradio. Sie soll, obschon noch keine zwei Jahre alt, revidiert werden. Eilig wurde dem Eidg. Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement (EVED) ein Forderungskatalog unterbreitet, der im wesentlichen die Ausdehnung der Werbung von bisher 15 auf 30 Minuten täglich, die Möglichkeit eines saisonalen Ausgleichs zwischen werbestarken und werbeschwachen Monaten sowie eine Lokkerung der Bestimmungen über «unzulässige Werbung» (Werbeverbot für Politik, Banken, Stellenmarkt, Liegenschaftshandel und Gebrauchtwagen) verlangt. Sollten diese Postulate nicht in kürzester Zeit erfüllt werden, sähen sich einige Lokalsender gezwungen, ihren Versuchsbetrieb vorzeitig abzubrechen, wird gedroht. Gleichzeitig bitten die Lokalradio-Macher den Bundesrat, von weiteren Bewilligungen für werbefinanzierte Stationen in bereits ganz oder teilweise versorgten Gebieten abzusehen. Die Konkurrenz – von der sie einst behaupteten, sie trage zur Verbesserung der Programmqualität bei – möchten sie sich nun gerne vom Halse halten.

Das alles überrascht nicht, war vielmehr vorauszusehen – auch die Forderung nach mehr Werbezeit und Aufhebung der Restriktionen. Die böse Saat einer verfehlten Konzessionierungs-Politik ist jetzt eben aufgebrochen. In der Klemme sitzen nicht nur die werbefinanzierten Lokalradios mit ihren leeren Kassen, sondern auch der Bundesrat. Gibt er den Forderungen der Lokalradio-Verbände nach, ist das als ein Geständnis für die Untauglichkeit der Rundfunkverordnung zu verstehen, die von ihm erlassen worden ist. Er wird dann auch die Frage beantworten müssen, wie eine Ausdehnung der Werbezeit für Lokalradios mit dem zur Abstimmungsreife gebrachten Verfassungsartikel für Radio und Fernsehen zu vereinbaren ist, der in Art. 3bis vorschreibt, dass auf Stellung und Aufgabe anderer Kommunikationsmittel, vor allem der Presse, Rücksicht zu nehmen ist. Lehnt der Bundesrat die Forderungen ab, was wohl zur Folge hätte, dass nur wenige Lokalradio-Sender in grösseren Agglomerationen weiterexistieren könnten, wird er sich den Vorwurf gefallen lassen müssen, als Konzessionsgeber wenig umsichtig gehandelt zu haben. Das Dilemma der werbefinanzierten Lokalradio-Stationen wirft seine Schatten auch auf eine mediokre bundesrätliche Medienpolitik. Statt dieser einen weiteren fadenscheinigen Kompromiss anzufügen, wäre jetzt vielleicht ein klares Wort vonnöten: etwa dieses, dass nicht fehlende Werbezeit und restriktive Auflagen die Schuld am Lokalradio-Debakel tragen, sondern die zumeist seichten, dilettantisch gestalteten Programme, die keinem Hörerbedürfnis entsprechen.

Mit freundlichen Grüssen