Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Zoom : Zeitschrift für Film**

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

Heft 20

PDF erstellt am: **28.05.2024**

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. 20, 17. Oktober 1984

ZOOM 36. Jahrgang
«Der Filmberater» 44. Jahrgang

Mit ständiger Beilage Kurzbesprechungen

Inhalt

Kommunikation und Gesellschaft
2 Dossier Lokalradio
3 Lokalradiosender in der deutschsprachigen Schweiz
4 *Radio Basilisk:* von der Schwierigkeit, dessen Erfolg zu begreifen
Das Lokalradiomonopol in einer einträglichen Agglomentation
8 Obelisken in der Medienstadt der Zukunft
11 *Radio Munot:* bunt, brav und bürgerlich, billig und beliebt
Das Vollprogramm in der Randregion
13 Kooperation zwischen SRG und Radio Munot
14 *Radio Lora:* engagierte Amateure – nicht um jeden Preis hörerfreundlich
Das werbefreie Hörerradio in der Grossstadt
18 Literatur zum Thema

Filmkritik
19 *Paris, Texas*
23 *Once Upon a Time in America*
25 *Amadeus*
27 *Greystoke: The Legend of Tarzan, Lord of the Apes*

TV/Radio – kritisch
30 Entstehung und Programmation von Hörspielen beim Radio DRS
Cartoons: Erich Gruber und Olaf Rademacher (S. 9).

Titelbild

«Paris, Texas» war nicht nur *das* Ereignis am diesjährigen Filmfestival von Cannes, Wim Wenders packender Film über die Sehnsucht nach Liebe und Geborgenheit, die trotz Schuld nicht hoffnungslos ist, ist inzwischen in aller Welt äusserst erfolgreich angelaufen. Behutsam zeichnet Wenders den Prozess eines Mannes, der zu sich selbst und ins Leben zurückzufinden versucht. Nachdem er die Beziehung zu seinem Sohn wieder hergestellt hat, macht er sich mit ihm auf die Suche nach der verschwundenen Frau (Nastassja Kinski).

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

die St. Galler haben ihr *Aktuell,* die Basler ihren *Basilisk,* die Zermatter das *Matterhorn,* die Schaffhauser ihren *Munot,* die rot-grünen Zürcher ihre *Lora,* die popigen Grossstadt-Konsumer ihre Servicewelle *24* und die behäbig Bürgerlichen der Limmatstadt ihr *Z.* Wer nicht gerade im Verbreitungsgebiet eines lokalen Senders wohnt, kann sich zur Hörergemeinde des Hosenträger- und Stumpenraucherprogramms (DRS 1) schlagen oder sich über den Sound der Zeit (DRS 3) seiner modernen Aufgeschlossenheit vergewissern. Die Zeit, da es für die deutschsprachige Schweiz – einmal von den ausländischen Programmen abgesehen – nur zwei Mischprogramme (bis 1983!) gab, scheint unvorstellbar weit zurückzuliegen. Dass die Schweizer einst das Radio mit den Landessendern (Beromünster, Sottens, Monteceneri) gleichsetzten, ist schon fast nur mehr eine historische Anekdote. Das Medium Radio hat sich diversifiziert. Die sprachregionalen Stationen richten sich mit typisierten Programmen an bestimmte Hörergruppen, die lokalen Sender sprechen speziell die Hörer des entsprechenden Verbreitungsgebietes an. Rein zahlenmässig gesehen hat sich dabei die Auffächerung der Angebotspalette gelohnt. Die SRG-Forschung weist nach, dass im März und April 1984 der Radiokonsum im Vergleich zum Vorjahr um 20 Prozent zugenommen hat. In Gebieten, in denen heute schon Lokalradios senden, beträgt er im Durchschnitt 172 Minuten. Doch trotz des Erfolges und der Zufriedenheit der Hörer bleiben offene Fragen:

Die vermehrte Radionutzung ist nicht nur positiv. Die Zeit, die für den Medienkonsum aufgewendet wird, kann für andere, zum Teil sinnvollere Beschäftigungen fehlen. Auch wenn das Radio heute vermehrt als Begleitmedium genutzt wird und es deshalb nicht einfach eine andere Tätigkeit verdrängt, vermindert die Berieselung die Konzentration und Hinwendung menschlichen Handelns. DRS 1 und 3 sowie die meisten 24-Stunden-Programme der Lokalradios konzipieren ihre Sendungen bereits fast ausschliesslich als Begleitprogramme: Servicewellen mit stündlichen Nachrichten und einem moderierten Musikprogramm.

Kommunikation hat einerseits eine sozial integrierende, vertrauensbildende Funktion, zum anderen ist sie eine wichtige Voraussetzung, damit der Mensch ein eigenes Bewusstsein, eine Identität ausbilden kann. Die Begleitprogramme erfüllen vor allem eine affirmative Integrationsfunktion, indem sie Hörer zu einer fiktiven Gemeinde zusammenführen. Der Moderator ist Hohepriester dieses Kults der Spontaneität. Mit seinen Live- und Jetztbotschaften spricht er den Nahsinn Ohr an. Die suggestive Wirkung des Radios wird verstärkt, wenn zur Dimension des Jetzt noch das Hier kommt. Jetzt und hier, in unserem Basel hat ein Schiff soeben einen Brükkenpfeiler gerammt. Das Gefühl der sozialen Zugehörigkeit mag sich an diesem kleinen Drama entzünden.

Ein Ausgleich zu dieser suggestiven Eingemeindung könnten die journalistischen Leistungen sein. Programmbeobachtungen der Lokalradios ergeben aber ein verheerendes Bild: Der Lokalbezug der moderierten Musikprogramme ist gering, die journalistischen Eigenleistungen eher mager. Die Möglichkeiten der Hörer, am lokalen Programm mitzuwirken, sind vor allem bei den Servicewellen bescheiden.

Der Mangel an journalistischen Leistungen wird von den einzelnen Sendern verschieden beantwortet. Radios mit schwächeren Budgets arbeiten mit der SRG zusammen, die ihnen die Informationssendungen für den nationalen und internationalen Bereich liefert. Die Lokalradioverbände (ausgenommen Radio Lora) forderten dieses Frühjahr die Lockerung der Werbebeschränkung, um so genügend Mittel für die personelle Aufstockung der heillos überforderten Redaktionen zu bekommen. Zu recht entsprach der Bundesrat in den wesentlichen Punkten diesem Gesuch nicht; er verwies dabei auf die Lokalpresse, welche ähnliche Probleme kennt und Werbebatzen ebenso notwendig braucht wie die Lokalradios.

Mit freundlichen Grüssen

Matthias Loretan