

Zeitschrift: Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1986)

Heft: 1

Artikel: Die zweisprachigen Lokalradios von Biel und Freiburg = Les radios locales bilingues de Bienne et de Fribourg

Autor: Baeriswyl, Othmar / Corboud, Adrienne

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790446>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 31.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

I. Die zweisprachigen Lokalradios von Biel und Freiburg

Les radios locales bilingues de Bienne et de Fribourg

Die vorliegende Analyse beschäftigt sich mit der Kommunikatorenseite der Lokalradios von Biel und Freiburg. Einerseits wird die institutionelle Ebene, andererseits der personelle Bereich der Lokalradios untersucht. In Betracht gezogen werden sollen massgebliche Faktoren auf den zwei Ebenen, die nicht durch gesetzliche Bestimmungen oder vorgegebene technische, ökonomische oder soziologische Randbedingungen als notwendige Grössen vorgegeben sind, von denen man aber dennoch erwarten darf, dass sie einen wesentlichen Einfluss auf die Qualität des Programms und die Akzeptanz desselben durch das Publikum haben.

Das ökonomische und soziologische Umfeld sowie die technischen und rechtlichen Rahmenbedingungen sind Einflussgrössen, welche die Beschaffenheit der publizistischen Institution und der Kommunikatoren wesentlich bestimmen können. Diese Rahmenbedingungen lassen sich zum Teil von der Verordnung über lokale Rundfunk-Versuche (RVO) aus dem Jahre 1982, zum andern Teil aus Untersuchungen der Bevölkerung im Konzessionsgebiet ableiten (vgl. dazu die Nullstudie der Arbeitsgruppe RVO-Begleitforschung, Zürich 1984).

Der publizistische Auftrag für das Radio «canal 3» in Biel wurde teils von der SRG übernommen, teils durch das Lokalradio selbst erarbeitet, war Bedingung für die vom Staat erteilte Konzession und wurde im Reglement «Programmgrundsätze und Redaktionsstatut» verankert. Dieser Rahmen lautet für «canal 3» folgendermassen: «Die von <canal 3> verbreiteten Programme haben die kulturellen Werte der Stadt und Region Biel zu wahren und zu fördern und sollen zur geistigen, sittlichen, religiösen, staatsbürgerlichen und künstlerischen Bildung beitragen. Sie haben eine objektive, umfassende und rasche Information zu vermitteln und das Bedürfnis nach Unterhaltung zu befriedigen. Die Programme sind so zu gestalten, dass sie den Interessen der Stadt und der Region dienen, die kommunale, beziehungsweise regionale und kantonale Zusammengehörigkeit (namentlich auch zwischen Deutsch- und Französischsprachigen) stärken und Verständigung zwischen den verschiedenen Bevölkerungsgruppen fördern.»

Sinngemäss verpflichtet sich «canal 3» auf die Programmgrundsätze der SRG vom 28. Januar 1982, namentlich auf folgende Punkte: Umfassende Orientierung, Orientierungspflicht gegenüber dem Publikum, Widerspiegelung der Vielfalt, Ausgewogenheit, Sorgfaltspflicht, Sachlich-

keit, Trennung von Fakten und Meinungen, Achtung vor Person und Meinung anderer, Gestaltungsfreiheit.

Ähnliche Ziele hat «radio Sarine» in Freiburg in seinen Vereinsstatuten verankert. Im Unterschied zu Biel wird jedoch nicht die Informationspflicht gegenüber einer Stadt hervorgehoben, sondern vielmehr die Förderung der Vereinstätigkeit und die Verbesserung der gegenseitigen Kommunikation zwischen den potentiellen Hörern. Betont wird also die Zweiseitigkeit der Kommunikation, das typische Hörerradio, wie folgende Begriffe in den Vereinsstatuten belegen: «favoriser une meilleure communication entre les auditeurs potentiels»; «enrichir la vie de la communauté en lui proposant un outil de dialogue». Der Dialog soll dabei auf personeller und Vereinsebene stattfinden.

Die Medienumwelt

Biel wird im Printmediensektor vorwiegend durch die zwei Tageszeitungen «Bieler Tagblatt» (32 500 Aufl.) und «Journal du Jura» (14 700 Aufl.) versorgt. Wöchentlich erscheint der ausschliesslich werbefinanzierte zweisprachige Gratisanzeiger «Biel-Bienne» (80 600 Aufl.) des Pressebüros Cortesi. Dreimal pro Woche erscheint in der Stadt Biel der «Bieler Amtsanzeiger/Feuille officielle du district et de la ville de Bienne» mit einer Auflage von 30 000 Exemplaren. Im Bezirk Nidau erscheint wöchentlich der «Nidauer Anzeiger» (15 000 Aufl.). In der Stadt Biel wird ebenfalls die «Berner Zeitung» und (weniger) «Der Bund» gelesen.

Im nördlichen Teil des Konzessionsgebiets erscheint die «Grenchner Zeitung» (ein Kopfblatt der «Solothurner Zeitung») und der «Grenchner Stadt-Anzeiger». Ebenfalls das «Bieler Tagblatt» hat in Grenchen und Umgebung eine relativ grosse Dichte.

Der eher nach Bern ausgerichtete deutschsprachige Seeländer liest die «Berner Zeitung», «den Bund» und den «Seeländer Boten» (ein Kopfblatt des «Bieler Tagblattes»). Im Seeland erscheint der «Anzeiger für das Amt Aarberg» und der «Anzeiger für das Amt Erlach».

Ähnlich wie in Biel werden in Freiburg eine französischsprachige «La Liberté» (33 086 Aufl.) und eine deutschsprachigen Tageszeitung «Freiburger Nachrichten» (12 820 Aufl.) aufgelegt. Neben den Amtsanzeigern nimmt der vorwiegend französischsprachige, wöchentlich erscheinende Gratisanzeiger «Contact Week-End» (76 497 Aufl.) einen hohen Stellenwert in der Medienlandschaft Freiburg ein. Daneben erscheint für den frankophonen Raum wöchentlich das Magazin «Fribourg Illustré». Von den ausserkantonalen Printmedien werden im Konzessionsgebiet von «radio sarine» die Tageszeitungen «Le Matin» und «La Suisse»

gelesen. Berücksichtigt man auch die durch Kabelnetze versorgten Gebiete durch «Rega Sense» (unterer Sensebezirk), so fallen auch die Berner Tageszeitungen «Der Bund» und die «Berner Zeitung» in Betracht.

Im Rundfunkbereich haben die zwei Lokalradios auf lokaler Ebene das Monopol: Das Konzessionsgebiet von Radio Extra B und Förderband erreicht nicht ganz die Peripherie des Sendekreises von «canal 3». In Freiburg wird das Konzessionsgebiet von «radio sarine» durch die Sender von Neuchâtel, Lausanne und Bern überhaupt nicht tangiert.

Stark konkurrenzieren das Lokalradio jedoch die französisch- und deutschsprachigen SRG-Programme und ebenfalls der französische Grenzsender «Thollon-les-Mémises» am südlichen Ufer des Genfersees. Diese leistungsstarke Station richtet sich mit seinem Musikteppich vor allem an das jüngere, französischsprachige oder zweisprachige Publikum.

Berücksichtigt man die kulturellen Differenzen, die wirtschaftliche Lage und den Ausstrahlungsraum der beiden zu untersuchenden Sender, so stellt man ähnliche wirtschaftliche und soziale Rahmenbedingungen fest, die im Vergleich zu Lage anderer Schweizer Lokalradios relativ ungünstig sind.

Unterschiede zeigen sich bei der Betrachtung der Sprache: Freiburg beherbergt mehrheitlich eine frankophone Bevölkerung; in Biel leben vorwiegend Deutschsprachige. Wie später gezeigt wird, hat diese Verteilung einen grossen Einfluss auf die Programmgestaltung und die intersprachliche Zusammenarbeit in den Lokalradios.

Abweichungen stellt man auch in den Zielen der beiden Lokalradios fest: Freiburg betont den Informationsaustausch zwischen Gruppen und Personen; Biel versteht sich eher als Informationslieferant auf lokaler Ebene.

Die Ausstattung

Insgesamt stehen dem Lokalradio in Biel sechs Räume zur Verfügung: zwei Studioräume, zwei Büros, ein Musikarchiv (das teilweise auch der Vorbereitung der Musiksendungen dient) und ein Sitzungszimmer. In einem anderen Stockwerk befindet sich ein Büro für die Werbung. In Freiburg stehen sieben Räume zur Verfügung: ein Studio, ein Raum für die Montage, ein Musikarchiv, eine Empfangshalle, ein Büro für die Administration und ein Werbebüro. Beide Radios vermissen jedoch ein mobiles Studio.

Im Bieler Lokalradio arbeiteten zum Zeitpunkt der Untersuchung siebzehn Personen vollamtlich, zu zwei Dritteln, einem Drittel oder als Volontäre. Insgesamt sind 9 ½ Ganztagesstellen besetzt. Zusätzlich kann das

angestellte Personal auf einen teilweisen Einsatz von 70 freiwilligen Mitarbeitern (Schulkindern, Vereinsmitgliedern, interessierten Individuen) zählen. Der Einsatz dieser Mitarbeiter ist zeitlich nicht geregelt.

Gemäss Statuten sollte «radio sarine» auf einer der Bieler Medienanstalt entsprechenden Arbeitskapazität bauen: Geplant war die Einstellung von 6 bis 7 Ganztages- und von 14 Halbtagesstellen. Realiter zwang jedoch die prekäre finanzielle Situation zum Zeitpunkt der Untersuchung im Sommer 1985 das Lokalradio dazu, gänzlich auf die Anstellung von Personen zu verzichten und auf einer freiwilligen Mitarbeit aufzubauen. Diese erarbeiten sich – statt eines Salaires – die Beteiligung am Lokalradio. Zum Zeitpunkt der Untersuchung konnten 15 Mitarbeiter festgestellt werden, die sich täglich für das Lokalradio engagieren. Doch nur 13 davon beteiligten sich am Interview.

Neben diesen «regelmässigen Mitarbeitern» unterstützen an die 40 Personen das Radio durch ihre Mithilfe. Der Einsatz dieser Mitarbeiter ist jedoch sporadisch. Zudem kann man bei dieser Gruppe grosse Fluktuationen feststellen.

Die gesamte Personalkapazität des Bieler Lokalradios wird zu über 50 Prozent in den Journalismus und in die Redaktion investiert; knapp 20 Prozent fallen der Moderation zu; 8 Prozent benötigt die Organisation für die Technik, und je 10 Prozent wendet die Institution für Werbung und Administration auf.

In Freiburg lässt sich eine entsprechende Verteilung auf die Funktionen nicht machen, da nur ungenaue Angaben über die in das Radio investierte Zeit gemacht werden konnten. Stützt man sich nicht auf die Arbeitszeiten, sondern nimmt man die Person als Masseinheit, so ergibt sich ein ähnliches Bild wie bei «canal 3»: Die Mehrheit (13) arbeitet als Journalisten, Redaktoren und Moderatoren. 6 Personen sind für technische Belange zuständig (Zuweilen werden die technischen Apparaturen auch von den Moderatoren selbst bedient.). Je drei Mitarbeiter besetzen die Abteilungen Administration und Werbung, wobei sich eine Person ganztags für die Werbung einsetzt.

Eine Interviewfrage, die darauf abzielte, die Schwächen des Lokalradios aufzudecken, ergab, dass die meisten Mitarbeiter beider Radios den grössten Mangel in der Personalknappheit sehen.

Nach Meinung der Bieler Kommunikatoren dürften 3 bis 5 Personen mehr angestellt sein, um ein wirklich «gutes Lokalradio» machen zu können. Somit dürfte die optimale Betriebsgrösse des Radios «canal 3» nach Einschätzung der Kommunikatoren bei 12 bis 15 Personen liegen (1). Unter «gutes Radio machen» verstehen die Mitarbeiter von «canal 3»: kein weiterer Musiksender zu sein, vorallem ein Journalisten-Radio zu sein, das heisst die Informationslücken im Lokalbereich (die bei

einer Tageszeitung durchaus vorhanden sind) zu füllen und dabei alle Generationen zu erfassen.

Im Unterschied zu den Bielnern setzen die Freiburger die erforderliche Personalgrösse zur Erreichung ihres Zieles auf eine stattliche Zahl von 30 Personen. Kann man in Biel das Bild vom «guten Lokalradio» als «*unité de doctrine*» interpretieren, so fehlt in Freiburg das einheitliche Verständnis von Qualität im Medienbereich. Die einen definieren das gute Lokalradio als ein Medium, das möglichst viele lokale und regionale Ereignisse erfasst, als ein Radio, das mit der Bevölkerung kommuniziert und das immer mit der grösstmöglichen Qualität. Andere sehen im guten Lokalradio ein Programm im Stile der ersten Programme der SRG. Die einen legen grosses Gewicht auf Unterhaltung (Musikteppich), die andern geben der Information Priorität.

Vergleicht man die zwei Organisationen miteinander, so fällt auf, dass Biel viel stärker radiointern auf einen selbständig funktionierenden Betrieb hin strukturiert ist. Koordiniert und entschieden wird grösstenteils lokalradiointern. Bezeichnend dafür sind eine relativ einfache Trägerschaftsstruktur (in deren wichtigen Organen die Lokalradiomitarbeiter Einsitz haben) mit Kontrollfunktionen und eine komplexe interne Organisation. In Freiburg ist das Gegenteil der Fall: Verschiedene Organe der Trägerschaft kontrollieren und beraten nicht nur, sondern nehmen den Radiomachern wichtige Entscheidungs- und Koordinationsfunktionen ab. Koordination und Entscheidung liegen damit ausserhalb des Betriebes bei der Trägerschaft.

Damit ist in Freiburg theoretisch das Konzept eines Hörerschaftsradios verwirklicht; praktisch scheint jedoch eine solche Struktur im Lokalradio chaotische Zustände durch fehlende Führung und Koordination zu fördern. Die Lokalradiomitarbeiter vermissen selbst eine Führung und Koordination.

Koordination und Zweisprachigkeit

Im Zusammenhang mit der lokalradiointernen Koordination steht das Problem der Zweisprachigkeit. Die Sprache ist das notwendige Mittel, das Koordination ermöglicht. Inwieweit dies durch die Existenz zweier unterschiedlicher Codes innerhalb einer Medienorganisation erschwert wird, war eine weitere Forschungsfrage dieser Untersuchung.

Obwohl im Konzessionsgebiet von «canal 3» die deutsche Sprache stark übervertreten ist, berücksichtigen die Lokalradiomacher von Biel die beiden Sprachen im gleichen Masse. Das Radio «canal 3» hat einerseits die Möglichkeit, über die zwei Kanäle wichtige Informationssendungen und kulturspezifische Programme einsprachig über die zwei Kanäle

auszustrahlen. Ebenfalls die von der SRG übernommenen Sendungen werden jeweils einsprachig über die zwei Kanäle gesendet. Andererseits verbindet es aber auch die zwei Sprachen sowie die zwei Kanäle durch zweisprachige Sendungen. Als typisch «bilingue» Sendungen bezeichnen die Kommunikatoren «Subito» und «Podium».

«radio sarine» hat seit einem Jahr die «Sprachmixprogramme» aufgegeben. (Nach Aussage der Kommunikatoren schien das Sprachmix, wie es in Biel realisiert wird, der Hörerschaft nicht zu gefallen.) Entsprechend der Sprachverteilung der Bevölkerung im Konzessionsgebiet sendet das Radio zum grossen Teil in französischer Sprache. Den deutschsprechenden Redaktoren bleiben der Dienstag Morgen und der Donnerstag Nachmittag vorbehalten.

Die Sprachverhältnisse in den Programmen spiegeln sich in der Organisation der zwei Lokalradios wieder. Zwei Sprachgruppen arbeiten im Freiburger Lokalradio vorwiegend unabhängig voneinander und senden ihre Programme an den für sie reservierten Stunden. Dabei ist in personeller Hinsicht die französische Sprache übervertreten: Von den 13 befragten Kommunikatoren arbeiten neun ausschliesslich in französischer Sprache. Die vier andern, die sich als «bilingue» bezeichnen, arbeiten in beiden Sprachen; drei davon produzieren jedoch vorwiegend Programme auf Deutsch. Diese Ergebnisse lassen eine grössere Offenheit der deutschsprachigen Minderheit gegenüber den Welschsprachigen vermuten.

Umgekehrt, aber der Bevölkerungsstruktur entsprechend, ist in Biel in den Führungspositionen die deutsche Sprache stark, im redaktionellen Bereich ziemlich und im gesamten Kommunikatorenbereich schwach übervertreten. Im Gegensatz zu Freiburg ist die Kooperation und Koordination zwischen deutsch und welsch nach Ansicht beider Sprachgruppen sehr gut. Die Sprachunterschiede im Lokalradio beinhalten keine Kommunikationsprobleme: 15 der 17 angestellten Kommunikatoren bezeichnen sich selbst als «bilingue».

Fragt man nach den Funktionen der Personen im Prozess von der Beschaffung der Information zur Verbreitung des Programmes, so kann man feststellen, dass die Programmacher beider untersuchten Lokalradios quasi als «allrounders» tätig sind. Dies widerspricht der heutigen Tendenz zur Differenzierung und Spezialisierung der Medienorganisationen.

Folgende Tabellen zeigen, in welchen Bereichen die 17 angestellten Personen von «canal 3» und die 13 befragten Mitarbeiter von «radio sarine» jeweils tätig sind:

Tabelle 1 : Funktionen der Kommunikatoren von « canal 3 »

P	Arbeitszeit	Funktion Journalist	Redaktion	Moderation	Technik	Werbung	Administration
1.	100%	x	x	x	x		x
2.	100%	x	x	x	x		
3.	100%					x	x
4.	100% (stage)	x	x	x	x		
5.	100% (stage)	x	x	x	x		
6.	100% (stage)	x	x	x	x		
7.	70%						x ¹
8.	70%	x	x	x	x		
9.	70%	x	x	x	x		
10.	50%				x		
11.	50%				x		
12.	50%	x	x	x	x		
13.	50%	x	x	x	x		
14.	50%	x	x	x	x		
15.	33%	x	x	x	x		
16.	33%	x	x	x	x		
17.	33%	x	x	x	x		

¹ Musikzusammenstellung

Die Tabellen verdeutlichen, dass der einzelne Kommunikator sein Thema von Recherche bis hin zur Ausstrahlung über den Sender betreut. Die « Allrounders » sind auch nicht in thematischer Hinsicht spezialisiert. Es gibt zwar einzelne, die vorzugsweise die kulturelle, wirtschaftliche oder politische Rubrik betreuen. Diese Teilung hat sich jedoch nicht so institutionalisiert, als dass man von Kultur-, Wirtschafts- oder Politikredaktoren sprechen könnte.

Die « Allroundertätigkeit » wird von einzelnen Kommunikatoren befürwortet: Sie ermögliche eine breite Ausbildung im Medienbereich; sie verschaffe Transparenz; sie ermögliche Selbständigkeit und bilde das Verantwortungsgefühl.

Tabelle 2: Funktionen der Kommunikatoren von «radio sarine»

P Arbeitszeit	Funktion Journalist	Redaktion	Moderator	Technik	Werbung	Administration
1. ganztags	x		x	x	x	
2. ganztags	x	x	x	x	x	
3. ganztags	x	x	x	x		
4. ganztags	x	x	x	x	x	x
5. mind. halbtags	x	x	x			
6. mind. halbtags	x	x				
7. halbtags	x	x				x
8. halbtags	x	x	x	x		
9. halbtags	x	x	x			
10. halbtags	x	x	x			
11. 14 Std/Woche	x	x	x			
12. 25%	x	x	x			
13. 4 Std/Tag			x	x		

Die fehlende Spezialisierung entstand jedoch nicht auf freiwilliger Basis, sondern entwickelte sich zwangsweise aufgrund des fehlenden Personals: Die «Allroundertätigkeit» erlaubt Personaleinsparungen, weil keine Zeit durch Kommunikationsprozesse zwischen den Kommunikatoren vor der Ausstrahlung aufgewendet werden muss und der Moderator in Zwischenzeiten selbst das Mischpult bedient.

Die Nachteile für das Lokalradio sind jedoch offensichtlich:

- a) Die Unterbindung des Prinzips der Funktions- und Arbeitsteilung verhindert die Spezialisierung auf eine Funktion oder ein Ressort und somit die Professionalisierung der Lokalradios.
- b) Durch die Konzentration des Moderators auf das Sprechen ist die Gefahr gross, dass technische Fehler in der Bedienung des Mischpultes unterlaufen.
- c) Texte des Journalisten werden nicht – wie üblicherweise – von zweiter Hand, das heisst durch Redaktoren korrigiert und bereinigt, sondern müssen unkontrolliert ausgestrahlt werden.

Trotz der Personaleinsparungen durch «Allroundertätigkeit» werden die Mitarbeiter zeitlich überlastet. (Ein Redaktor, der zur Zeit der Unter-

suchung auch Führungs- und Organisationsaufgaben übernahm, arbeitet nach seinen Schätzungen im Durchschnitt täglich 12 Stunden.)

Die mangelnden Ressourcen im Personalbereich werden vom Grossteil der Radiomacher auch kritisiert: Auf die Frage, was sie am Lokalradio ändern würden, wenn sie finanzielle Reserven hätten und selber bestimmen könnten, listeten die meisten befragten Personen in ihrem Anforderungskatalog mehr Personal im Bereiche des Journalismus, der Redaktion oder der Moderation auf, mit dem Ziel,

- a) Moderation und Redaktion klar voneinander abtrennen zu können ;
- b) unter das Volk gehen zu können ;
- c) die Redaktoren und Journalisten auf Rubriken zu spezialisieren ;
- d) den Angestellten eine kontinuierliche Ausbildung zu gewährleisten ;
- e) ein Korrespondentennetz im Seeland einrichten zu können.

Die Mittelverteilung

Rundfunkanstalten sind in der Regel Dienstleistungsbetriebe personalintensiver Art. So liegt beispielsweise der Personalkostenanteil bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland um die 60 Prozent (für das ZDF im Jahre 1983 59%, Honorare, Leistungs-, Rechte- und Urheberentgelte miteingerechnet [vgl. ZDF-Jahrbuch 1984, Mainz 1985]).

«canal 3» hat für das Untersuchungsjahr 52 000 Franken für den Betrieb budgetiert ; 33 000 Franken werden für das Personal aufgewendet. Der prozentuale Anteil des Personalaufwandes an den Gesamtkosten ist also noch höher als bei den deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Beim Lokalradio «radio sarine» ist ein Vergleich der Kostenverteilung nicht angebracht, da das Personal seit dem September 1984 nicht mehr bezahlt wird. Ursprünglich war aber auch eine Verteilung der Ausgaben zugunsten des Personals (55%) geplant.

Die gesamten Betriebskosten der beiden Lokalradios liegen im Vergleich zu öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten unverhältnismässig tief.

Das Personal ist im Vergleich zu andern Mediaunternehmen unterbezahlt, beziehungsweise überhaupt nicht bezahlt. Ein vollangestellter Kommunikator verdient bei «canal 3» 3000 Franken netto monatlich. In Freiburg war ein monatliches Einkommen von 3500 Franken geplant. Dabei werden keine Unterschiede nach Ausbildung oder Funktion gemacht.

Trotz der relativ schlechten Bezahlung zeigen sich fast alle Kommunikatoren von «canal 3» ziemlich zufrieden mit ihrem Lohn. Wie aus dem Fragebogen ersichtlich wird, arbeiten die Angestellten von «canal 3» nicht primär für Geld. Es handelt sich aber auch nicht um reine Ideologen: Das Radio ist für die einen ein Sprungbrett für eine Karriere im Bereich der Medien, für die andern Freude am Kontakt. Neugierde drängt die freiwilligen Mitarbeiter, unentgeltlich für das Lokalradio zu arbeiten.

Mehr Geld haben, bedeutet für die Kommunikatoren von «canal 3»:

- mehr Zeit haben, um Ideen realisieren zu können;
- die freien Mitarbeiter bezahlen und betreuen;
- Journalisten, die sich in Biel auskennen, anstellen;
- ausgebildete Moderatoren anstellen;
- mehr Mitarbeiter für kulturelle und politische Sendungen anstellen;
- ein grösseres Team für die Podiumssendungen anschaffen;
- die Angestellten auf Rubriken und Funktionen spezialisieren;
- die Angestellten besser ausbilden;
- technisches Kleinmaterial anschaffen;
- einen besseren Sendestandort wählen;
- ein Tonstudio einrichten;
- eine grössere Plattensammlung anlegen;
- 8-Spur-Tonbandgeräte anschaffen; die Geräte für Reportagen ersetzen;
- die technischen Einrichtungen verbessern sowie mehr Räume mieten.

Die Freiburger Kommunikatoren würden ihr Einkommen für ähnliche Zwecke verwenden:

- verantwortliches und fixes Personal anstellen (Personal mit besserer Ausbildung; Korrespondenten; Rubrikspezialisten);
- einen Studio-Bus anschaffen;
- Informatik-Material installieren;
- ein zweites Studio einrichten;
- eine Jingle-Maschine anschaffen;
- Tonbandgeräte kaufen;
- für eine bessere Empfangsqualität im Konzessionsgebiet sorgen.

Les motifs

Le groupe des communicateurs de «canal 3» et celui de «radio sarine» se compose de personnes ayant pour la plupart entre 20 et 35 ans. Dans les deux stations, seuls trois d'entre eux ont plus de

35 ans. Composée de deux tiers d'étudiants n'ayant pas de contraintes professionnelles qui les empêchent de s'adonner à un travail bénévole, l'équipe de « radio sarine » regroupe principalement des gens de moins de 25 ans.

La supériorité en nombre des collaborateurs de sexe masculin se retrouve dans les deux radios. A Bienne, ils occupent surtout les postes à plein temps. Mais si l'on tient compte du nombre total des collaborateurs, ce déséquilibre s'atténue. Dans la réalisation des programmes, hommes et femmes sont équitablement représentés.

En ce qui concerne la formation des collaborateurs, on relève à « radio sarine » une forte proportion de communicateurs poursuivant ou ayant fait des études universitaires. Un peu plus des trois quarts exerçaient déjà auparavant une activité dans le domaine des médias (disk-jockey, animateurs de ciné-club, photographes, journalistes de presse). Dans la plupart des cas, cette activité se limitait à une collaboration épisodique. Seul un journaliste a été inscrit au registre professionnel durant deux ans. Un seul communicateur bénéficiait d'une expérience radiophonique.

Les communicateurs de « canal 3 » ont quant à eux une plus grande expérience journalistique, qu'ils ont acquise dès la fin de leur scolarité, la plupart ayant été formés « sur le tas », sans avoir de diplôme de commerce ou de certificat de fin d'apprentissage. Les rédacteurs et animateurs engagés à plein temps exerçaient la profession de journalistes libres depuis de nombreuses années. Deux d'entre eux travaillent encore à mi-temps au bureau de presse Cortesi qui a été à l'origine de la fondation de « canal 3 ».

L'administration et le secteur publicitaire sont gérés par des personnes ayant une formation appropriée. Stagiaires, techniciens, collaborateurs bénévoles ne bénéficiaient d'aucune expérience dans le domaine des médias avant le début des émissions. Malgré cela, « canal 3 » peut mettre à profit la relativement bonne formation journalistique de ses employés.

Le rôle de sélectionneurs d'informations des communicateurs et leur respect des normes journalistiques ont été testés au moyen de l'analyse d'une dépêche tendancieuse libellée dans un style compliqué qui leur fut présentée : les journalistes de « canal 3 » font preuve de bonnes qualifications professionnelles : ils l'ont montré en rédigeant cette dépêche soit en biffant les parties tendancieuses, soit en réduisant leur importance, soit en les déplaçant à la fin du compte rendu. Les phrases complexes ont été éclaircies et les mots étrangers traduits.

A « radio sarine », un peu plus d'un tiers des collaborateurs réguliers ont estimé utile de diffuser cette dépêche, mais en précisant qu'ils en citeraient les sources ; un tiers la modifierait, les autres la transmettraient telle quelle sur les ondes. Mais certains rédacteurs et animateurs ont

répondu en leur nom sans se replacer dans le contexte dans lequel on leur demandait de porter ce jugement.

Pour améliorer la compréhension du message et pour faciliter le flux de l'information (obtenir des informations de différentes sources : agences, journaux...), une meilleure formation dans le domaine juridique (droit d'auteur) et également éthique, serait souhaitable.

Malgré les difficultés rencontrées, la quasi totalité des communicateurs opérerait à nouveau pour leur travail à la radio locale s'ils devaient opérer un choix entre leur activité précédente et celle de la radio. La majorité des collaborateurs étaient satisfaits de leur activité antérieure, mais sont davantage séduits par l'expérience de la radio. A «radio sarine», dans une situation de complet bénévolat, il ne s'agissait en fait pas d'un choix à faire puisque la collaboration à la radio locale et l'activité professionnelle ou les études sont complémentaires.

Pour les communicateurs de «radio sarine», les motifs du choix de l'activité à la radio par rapport à la profession antérieure sont les suivants :

- radio moins pénible ;
- intérêt pour une autre expérience journalistique ;
- désir de communiquer ;
- possibilité de création continue ;

A «canal 3», les arguments suivants ont été avancés :

- curiosité face à la nouveauté ;
- intérêt pour la communication spontanée de sujets d'actualité ;
- possibilité d'informer le public en dialecte ;
- proximité et connaissance de l'auditoire ;
- possibilité d'informer sur ce qui se passe dans sa commune – de travailler dans sa ville d'origine ;
- davantage de responsabilité et de créativité ;
- relations personnelles et climat de travail.

La question portant sur l'intérêt des communicateurs pour les problèmes économiques et politiques devrait permettre une comparaison avec l'analyse du contenu des émissions. Il serait ainsi possible de déterminer dans quelle mesure la personnalité des communicateurs influence le contenu des programmes.

Une question portait sur l'intérêt que présentent différentes rubriques aux yeux des communicateurs. Seul le sport ne présente pas grand intérêt pour eux.

L'ensemble des autres thèmes proposés les attirent, mais à des degrés divers. La moitié des communicateurs de chaque station estiment porter un grand intérêt à la politique locale, les autres ayant un intérêt moyen à assez grand.

En ce qui concerne la politique nationale, les communicateurs de « radio sarine » sont proportionnellement plus intéressés par ce sujet que ceux de « canal 3 ». Ceci se vérifie également pour la politique sociale.

Les questions économiques n'intéressent quasiment pas près de la moitié des collaborateurs de « canal 3 », tandis qu'à Fribourg les trois quarts s'y intéressent de moyennement à beaucoup.

Seuls 13 % des communicateurs de « canal 3 » ne sont pas attirés par les questions idéologiques ; à « radio sarine » elles ne constituent pas un sujet de prédilection pour un tiers des personnes interrogées.

La culture et les médias sont les thèmes intéressant le plus les communicateurs des deux stations. Mais à « canal 3 », 20% des interviewés ne s'intéressent guère aux questions concernant les médias. Dans les deux radios locales, l'intérêt porté à la technique est moyen, même de la part des techniciens.

Ainsi dans l'ensemble, les communicateurs de « canal 3 » manifestent une attirance moins forte pour les différents sujets pouvant constituer la matière des émissions d'information de la radio locale.

Le graphique ci-dessous montre l'intensité de l'intérêt porté par la majorité des communicateurs de « radio sarine » aux différents domaines cités :

Graphique 1 :
L'intérêt porté aux différents domaines

intérêt	politique			questions économiques	questions idéologiques	culture	sport	médias	technique
	locale	nationale	sociale						
grand	7	4	4	3	4	8	2	8	3
assez grand	5	6	5	3	2	3	—	5	3
moyen	1	2	3	3	3	2	5	—	4
plutôt petit	—	1	1	2	3	—	4	—	2
petit	—	—	—	2	1	—	2	—	1

La ligne indique à quel niveau se situe l'intérêt de plus de la moitié des communicateurs interrogés (médiane).

Une question de l'interview avait pour but de déterminer la tendance politique personnelle de chaque communicateur. Il leur a été demandé de

transcrire leur position politique pour une échelle allant de 0 à 100, 0 signifiant l'extrême gauche et 100 l'extrême droite. Tout en sachant que la définition que chaque communicateur peut donner aux valeurs extrêmes et médianes est question d'appréciation personnelle, ils se sont prêtés à ce jeu.

A « radio sarine », la valeur moyenne ainsi obtenue est de 45,2. Les valeurs extrêmes sont 75 et 20. 4 personnes se situent au-dessus de 50 et 9 au-dessous. La tendance politique de l'ensemble de la radio est donc située au centre gauche.

Tableau 3 :
La tendance politique personnelle des communicateurs de « radio sarine »

gauche				centre				droite			
0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	
		x	x	x	x	xx	x	xx	x	x	
					x						
					x						

A « canal 3 », les communicateurs ont une tendance politique entre 10 et 75. La plupart se situent entre 25 et 40. Ainsi la tendance politique moyenne de 38 est « à gauche ». Deux communicateurs se décrivent comme anarchistes.

Tableau 4 :
La tendance politique personnelle des communicateurs de « canal 3 »

gauche					centre				droite	
0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
	x	x	xxxx	x	x		x	x		
			x	x						
				x						
				x						

La question suivante portait sur la tendance politique de l'ensemble de la radio. Pour « radio sarine » les réponses donnent une moyenne de 45,4. Ce chiffre, très proche de celui de la tendance politique personnelle cache en fait une plus grande gamme de réponses (de 10 à 80). Il est

curieux de constater que 6 des 11 communicateurs ayant répondu à cette question se situent politiquement à l'opposé de l'ensemble des collaborateurs de la radio. Il est difficile de dire si ce type de réponses provient de l'impression que chaque communicateur a d'être en marge du reste du groupe ou si cela est dû à la prise en compte de l'ensemble des collaborateurs, y compris les personnes travaillant épisodiquement à la radio.

Tableau 5 :
La tendance politique de l'ensemble de « radio sarine »
aux yeux de ses communicateurs

gauche			centre				droite		
0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 100
	x		x	x	x	xx	x	x	
					x	x		x	

La moyenne de « canal 3 » est de 42. Pour cette station, les réponses s'échelonnent entre 20 et 63. La plupart des personnes interrogées évaluent la tendance politique de l'ensemble de la radio entre 35 et 50.

Tableau 6 :
La tendance politique de l'ensemble de « canal 3 »
aux yeux de ses communicateurs

gauche			centre				droite		
0	10	20	30	40	50	60	70	80	90 100
		x		x	xx		x		x
				x	x				
				x	x				
				x	x				
				x	x				

Le communicateur : image de soi et représentation du rôle journalistique

Pour comprendre le fonctionnement des deux radios au moment de l'enquête et pour permettre d'apporter un éclaircissement aux résultats des analyses du contenu des émissions, l'étude du communicateur, de son image de soi, de ses intentions, de sa conception des objectifs de l'institution, apporte des informations d'un grand intérêt. La discussion en groupe a permis de confirmer la volonté des collaborateurs de la radio de communiquer avec les gens.

A Bienne, les rédacteurs responsables estiment avoir un devoir journalistique à remplir. La musique joue un rôle secondaire aux yeux des rédacteurs en chef. De même les communicateurs ayant acquis une expérience journalistique dans la presse écrite se considèrent comme des professionnels dont la tâche est d'informer le public sur des questions actuelles importantes ; le principal avantage de la radio réside dans la transmission immédiate, mais amène à une certaine superficialité. Ils regrettent l'époque à laquelle ils travaillaient pour la presse écrite. En effet écrire permet de consacrer davantage de temps à la recherche. Pour cette raison, certains journalistes de la radio désireraient garder une activité professionnelle parallèle dans la presse écrite. Deux d'entre eux sont d'ailleurs engagés à mi-temps au bureau de presse Cortesi.

A Fribourg, les animateurs estiment avoir également un rôle important à jouer dans la transmission rapide d'un maximum d'informations concernant la région. Mais « radio sarine » se veut avant tout un moyen d'expression au service de la population fribourgeoise et des minorités ne pouvant habituellement pas accéder aux médias. Les participants à la discussion relèvent le fait que le public est encore peu habitué à utiliser la radio locale comme moyen de divertissement et que cela fait également partie des objectifs de celle-ci.

Emissions culturelles ou émissions « grand public » ?

Lors des interviews personnels, les communicateurs ont été amenés à se prononcer sur le rôle divertissant ou culturel de la radiodiffusion. Si la préoccupation de la plupart des collaborateurs est d'attirer le public le plus large possible, à « radio sarine » 6 personnes se prononcèrent en faveur d'un rôle plutôt culturel des médias radiodiffusés et 5 pour l'aspect divertissant. 2 personnes ne se prononcèrent pas, soit parce que ces deux alternatives présentent à leurs yeux un caractère trop extrême, soit parce qu'en fait tout relève de la culture et qu'il serait par conséquent erroné de vouloir opérer une distinction entre les sujets traités.

Pour les personnes estimant que la radio se doit de diffuser des émissions plaisant au public le plus large possible, les programmes culturels sont perçus comme élitistes, écartant un certain genre de public, ne touchant qu'une minorité. L'un des communicateurs voudrait défendre la diffusion d'un programme culturel, mais il estime que c'est utopique. Pour ce groupe de communicateurs, la radio se doit d'informer et de distraire par un programme suffisamment varié, incluant un peu de « culture », permettant de satisfaire une majorité de gens.

Il faut signaler que parmi les personnes défendant le point de vue d'une radio diffusant des programmes culturels, 4 des 6 font partie de la rédaction alémanique ou sont bilingues. Ils reprochent aux programmes divertissants de se baser sur le « plus petit dénominateur commun » et d'opérer un nivellement vers le bas. Pour eux, les médias ont un devoir de formation, un rôle d'enseignement. Une radio grand public c'est un peu « panem et circenses ». Elle distrait les gens des vrais problèmes ; elle les « déconscientise ». « Radio sarine » peut diffuser un programme culturel plaisant au public en parlant des activités culturelles fribourgeoises.

A « canal 3 », la majorité des communicateurs n'ont pas pu se déterminer pour l'un ou l'autre des styles de programmes. Le rôle culturel de la radio rencontre un maximum d'adeptes.

Les arguments suivants ont été évoqués :

- un programme divertissant plaisant à un large public peut également véhiculer la culture ; le divertissement peut représenter une possibilité de porter la culture à la connaissance d'un public plus vaste ;
- on devrait produire autant pour les minorités que pour la majorité ; un traitement de faveur pour les minorités constituerait cependant une procédure injuste envers la majorité. Un sectarisme indisposerait un public potentiellement intéressé autant qu'un « Unterhaltungsbrunz », arrosage de divertissements.
- la meilleure solution consisterait dans l'élaboration de deux programmes : un programme culturel et un programme divertissant.

Les communicateurs : leur appréciation de la radio locale et de la qualité des programmes

Lors de la discussion en groupe, on a demandé aux communicateurs leur estimation de la proportion d'émissions locales diffusées sur les ondes de « radio sarine ». L'ensemble des personnes présentes n'ont pas apporté de réponse à cette question, si ce n'est d'affirmer que « 100% des émissions sont locales ».

Les programmes diffusés par «radio sarine» sont, de l'avis des communicateurs, ceux d'une «radio bien pépère et conventionnelle». Ils souhaiteraient avoir les possibilités techniques et l'assise financière nécessaires pour réaliser des émissions différentes, plus proches de leur public. Ils considèrent que le bilinguisme, seule véritable innovation radiophonique (mis à part «un scrabble radiophonique»), est malheureusement mal reçu par le public.

Un des buts de «radio sarine» est de permettre à diverses associations de s'exprimer sur les ondes en «confectionnant» elles-mêmes leurs émissions. Cette possibilité est encore sous-utilisée (le magazine des Eglises est diffusé tous les mercredis soirs).

Dans l'ensemble, les communicateurs sont moyennement satisfaits de «radio sarine» en général. Seules 5 des 13 personnes interrogées s'estiment de assez à très satisfaites. En ce qui concerne le contenu des émissions, seules 4 personnes s'estiment assez satisfaites. Du point de vue du matériel et de la technique, l'ensemble des communicateurs sont moyennement satisfaits.

Les collaborateurs de la radio sont moins appréciés, seul un fervent défenseur du bénévolat s'estime très satisfait d'eux.

Les communicateurs de «canal 3» estiment que la radio locale ne permet pas de véritables innovations. La plupart des possibilités ont d'ailleurs déjà été épuisées par les radios existantes. La seule véritable innovation consisterait dans une relation particulièrement étroite avec l'auditoire. Un peu plus de la moitié des personnes engagées à «canal 3» estiment que leurs programmes sont assez bons, le reste les considère comme moyens.

Une question a permis d'évaluer l'estime portée par les communicateurs à la radio locale. Ceux-ci devaient choisir la station qu'ils écouterait si un seul programme pouvait être capté. Les programmes en allemand et en français de la SSR et la radio locale étant proposés, à «radio sarine», seuls 2 communicateurs se sont prononcés en faveur de leur propre radio. Une autre personne a précisé qu'elle écoute «radio sarine» par «curiosité pour savoir ce que les autres font». On constate donc un manque de confiance des communicateurs envers leur propre production.

Ainsi, bien que quelques collaborateurs rêvent d'une radio communautaire, où chacun prendrait ses responsabilités, la plupart des personnes interrogées seraient favorables à l'introduction d'une structure plus «directiviste», plus hiérarchisée (ceci quelle que soit leur orientation politique). En fait, ce qui est surtout souhaité, c'est une meilleure prise des responsabilités par chacun et un travail administratif et publicitaire effectué avec davantage de sérieux.

Un véritable bilinguisme, avec éventuellement une deuxième fréquence, est souhaité par tous les communicateurs germanophones ou bilingues, mais par un seul des francophones.

Aucun communicateur n'a parlé d'une réduction du nombre d'heures d'émissions. La diffusion d'émissions 24 h sur 24 a même été proposée par l'un d'eux.

Ainsi malgré les difficultés rencontrées par « radio sarine » au moment de l'enquête, et malgré toutes les critiques émises, l'enthousiasme des communicateurs semble indemne.

Le communicateur. L'image qu'il se fait de son public

Grâce au fait qu'il vit dans un espace de relations où il côtoie régulièrement son public, le communicateur a la chance de pouvoir se faire une idée assez précise de l'attitude et du comportement de son auditoire.

L'image qu'il se fait de son public n'a rien de comparable avec les résultats de questionnaires sociologiques ou de sondages d'opinion. Cette perception de communicateur est directe. Les éléments subjectifs sur lesquels elle se développe ont une grande influence sur le produit proposé par le communicateur. Leur analyse est donc particulièrement intéressante.

Dans l'ensemble, les communicateurs ne s'identifient pas à leur public en ce qui concerne leur opinion politique.

A Fribourg, 2 collaborateurs n'ont pas porté d'estimation quant à la tendance politique de l'ensemble de l'auditoire de « radio sarine ». Les 11 personnes ayant répondu estiment que le public potentiel de « radio sarine » se situe politiquement à droite. Sur une échelle allant de 0 à 100 (0 : extrême gauche ; 100 : extrême droite), les communicateurs situent la tendance politique de la majorité de la population de la zone concédée entre 55 et 85 (médiane = 65).

Tableau 7 :
Tendance politique de l'auditoire de « radio sarine »
selon les communicateurs

gauche						centre			droite			
0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100		
						x	x	x	x	x		
						x	x	x				
							x					

A « canal 3 », la tendance politique de l'auditoire est selon l'avis des communicateurs située entre 40 et 80. La moyenne est de 65. Quelques personnes interrogées différencient les auditeurs du Seeland de ceux de la ville de Bienne : Bienne est située plus à gauche que le Seeland.

Tableau 8 :
Tendance politique de l'auditoire de « canal 3 »
selon les communicateurs

gauche					centre				droite			
0	10	20	30	40		50		60	70	80	90	100
				x	x	x	xx	xxx	x	x		
						x		x				
						x		x				

Les critiques concernant la qualité des programmes sont émises plus particulièrement par les auditeurs germanophones, le mélange de l'allemand et du français dans les émissions est l'objet de critique de la part des auditeurs francophones.

Zusammenfassung

Privatbetriebene Lokalradios in Konzessionsgebieten mit einer niedrigen Bevölkerungsdichte sind in finanzieller Hinsicht gegenüber ihren « grossen Brüdern » in Zürich, Genf oder Lausanne prinzipiell benachteiligt. Das Überleben der zwei *zweisprachigen Sender* « radio canal 3 » und « radio sarine » wird zusätzlich erschwert durch den Umstand, dass sie zwei Sprachgruppen, die verschiedenen Kulturen angehören, zu versorgen haben. Trotz dieser relativ ungünstigen Randbedingungen haben beide Lokalradios den Kampf ums Überleben bis heute bestritten, allerdings auf unterschiedliche Weise.

« radio canal 3 » in Biel sendet einerseits sprachgetrennt über zwei Kanäle, andererseits strahlt es über die zwei Frequenzen dasselbe Programm zweisprachig aus. Sowohl die deutsche Mehrheit wie auch die französischsprachige Minderheit werden dabei gleichermassen berücksichtigt. Der Sender in Freiburg dagegen kam von seinem zweisprachigen Konzept ab und strahlte zum Zeitpunkt der Untersuchung sprachgetrennte Programmblöcke über einen Kanal aus. Dabei wurde die französischsprachige Mehrheit stärker berücksichtigt.

Die regelmässige Sendetätigkeit der beiden privaten «Kleinunternehmen» darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass die prekären Randbedingungen lokalradiointern zu personellen Problem geführt haben. Die Personalknappheit kann durch die Beteiligung der Hörerschaft an den Sendungen nur mit Abschreibungen bei der Programmqualität überwunden werden. Erfahrungen haben jedoch gezeigt, dass sich Lokalradios ebensowenig wie andere Medien Abstriche bezüglich Programmqualität leisten können, denn das heutige Publikum duldet – ungeachtet der Grösse des Mediums – weder Stottern, technische Fehler noch inhaltliche Mängel.

«canal 3» und «radio sarine» überlebten, indem die Mitarbeiter niedrige Löhne, Mehrarbeit und die «Allroundertätigkeit» in Kauf nahmen. Dass sich diese «Überforderung» des Personals ebenso negativ auf die Qualität der «Produkte» auswirkt, ist kaum zu bezweifeln.

Die Programmacher von «canal 3» – zum Grossteil mit dem Medienhandwerk vertraut – waren auf solche Probleme vorbereitet. Sie gestalteten die Struktur des Kleinbetriebes dementsprechend für eine effiziente Abwicklung der Geschäfte und einem klaren Ziel, nämlich ein Informationsradio auf lokaler Ebene zu sein. In Freiburg setzten sich jedoch vorwiegend unerfahrene Studenten enthusiastisch an die Recherchierarbeit und hinter das Mikrofon. Im Vertrauen auf einen ebenso grossen Enthusiasmus von seiten der Bevölkerung verlegte man die wichtigen Entscheidungsfunktionen in Organe des Trägervereines und baute auf dem «Konzept des Hörerschaftsradios» auf. Auf dem Boden der Realität führte dies zu Personalfluktuationen, Zielkonflikten sowie Missständen in Führung und Koordination.

Othmar Baeriswyl / Adrienne Corboud