Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 26 (1974)

Heft: 20

Artikel: Koordination von Radio und Fernsehen

Autor: Steinmann, Matthias

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-933352

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: 24.01.2026

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

Koordination von Radio und Fernsehen

Fernsehzuschauer und Radiohörer werden immer noch und vorwiegend als getrennte Wesen betrachtet, obwohl sie in der Mehrheit der Fälle ja beides sind. Eine einheitliche Betrachtung drängt sich aus diesem Grunde auf. Über die Möglichkeiten der Zusammenarbeit von Radio und Fernsehen zu sprechen, ist auch durch die Kostenexplosion, die beide Medien belastet, aktuell geworden. Eine Arbeitsteilung drängt sich gerade in der kleinen Schweiz auf, die durch die Vielsprachigkeit noch zur Ausstrahlung zusätzlicher Programme gezwungen wird. Grundsätzliche Gedanken zur Koordination von Radio und Fernsehen stellt PD Dr. Matthias Steinmann im folgenden Artikel an, den er uns freundlicherweise als Vorabdruck aus dem auf Jahresende erscheinenden Buch «Publikum und Programm» (comunicatio publico, Band 3, Schriftenreihe zur schweizerischen Publizistikwissenschaft) zur Verfügung gestellt hat.

Funktionsunterschiede und Arbeitsteilung

Die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) umfasst institutionell Radio und Fernsehen und besitzt daher die Möglichkeit, sie als zwei sich ergänzende oder konkurrenzierende Medien zu handhaben. Es besteht daher durchaus die Möglichkeit, der vom Publikum erwarteten Funktionsteilung durch entsprechende Arbeitsteilung und Koordinationsbemühungen entgegenzukommen.
Dieser Koordination gelten die folgenden Überlegungen. Vorweg muss jedoch ein strenger Vorbehalt angebracht werden: Koordination und Arbeitsteilung dürfen nie soweit gehen, dass die beiden Medien praktisch als eines gesehen werden und die Alternative vollständig wegfällt. Dies müsste eine kommunikationspolitische Verarmung unserer Gesellschaft bedeuten. Im Informations- und Meinungsbildungsbereich gilt das besonders. So wäre eine Zusammenlegung von Tagesschau und Radio-Nachrichten unserer Ansicht nach das letzte, was wir nachstehend unter Koordination verstehen möchten. Vielmehr gilt es zugleich jene Grenze der Koordinationsmöglichkeiten zu finden, welche die Qualität der Produktionen, ein gesundes Konkurrenz- und Leistungsdenken und die gesellschaftlich notwendigen Alternativen nicht einschränkt. Soweit der Vorbehalt.
Die explosive Verbreitung des Fernsehens dürfte in den letzten zwei Jahrzehnten den Funktionsbereich aller Massenmedien verändert haben. Das Fernsehen befriedigte dabei nicht nur neue, sondern auch bisherige Kommunikationsbedürfnisse. Andererseits konnte es allen Befürchtungen zum Trotz die bisherigen Medien nicht ersetzen — ja, es gelang ihm sogar, neue Bedürfnisse gegenüber den bisherigen Medien zu erwecken und dürfte insofern auch eine Funktions- und Strukturveränderung bewirkt haben. Trotzdem wurde das Monopol des bisher einzigen elektronischen Mediums, des Radios, gebrochen. So existieren heute zwei Funkmedien, die in der Sicht des Publikums in einer Konkurrenz-, aber auch Kontrastbeziehung zueinander stehen. Beide haben den Vorteil der mit dem Ereignis gleichzeitigen Übertragung (Live-Sendung), beide vermitteln lebendigen Ton; darüber hinaus erlaubt jedoch das Fernsehen die Darstellung des bewegten Bildes, wodurch die Illusion der übertragenen Wirklichkeit weit perfekter und daher auch intensiver und massenattraktiver wird.
Obwohl die Überschneidungen zwischen Radio und Fernsehen heute noch nicht vollständig sind (80% der Bevölkerung werden durch das Fernsehen erreicht, mehr

als 95% durch das Radio), hat sich bereits eine Funktions- und Arbeitsteilung bei Radio und Fernsehen angebahnt. Dieser vom Fernsehen ausgegangene Prozess hat sich dabei sicher als gesund erwiesen, weil das Radio sich seiner spezifischen Eigenschaften und Vorteile wiederum bewusst geworden ist. Seinen Vorteil sieht es zu Recht in der kontinuierlichen Information rund um die Uhr, der kontinuierlichen musikalischen Unterhaltung für beschäftigte Hörer (Klangkulisse), der Servicefunktion für das tägliche Leben (Verkehrsnachrichten, Marktnachrichten usw.) und der Befriedigung der Interessen kleinster Minoritäten, die vom Fernsehen in seiner kurzen Sendezeit kaum befriedigt werden können. Kennzeichnend und notwendig für diese Funktionen sind zwei Möglichkeiten: zwei oder mehrere programmlich exakt definierte und harmonisierte Radioketten (erstes und zweites Programm, Regionalprogramm usw.) oder das Senden von interessenshomogenen Programmblöcken auf den verschiedenen Radioketten, die mit der jeweiligen potentiellen Gesamthörerschaft übereinstimmen. In der Schweiz scheint man sich immer mehr für letzteres zu entscheiden.
Allerdings steht das Radio während des Tages vorläufig noch in keiner Konkurrenzbeziehung zum Fernsehen. Dagegen ist es – wie einlässlich dargelegt – weit abhängiger von den Verpflichtungen und Lebensgewohnheiten seiner Zuhörer. In der eigentlichen Freizeit hingegen, d. h. am Feierabend und am Wochenende, steht es in einer direkten Konkurrenzbeziehung zum Fernsehen, wobei die erste Wahl einer Mehrheit des Publikums in der Regel zugunsten des Fernsehens erfolgt – insbesondere, wenn dessen Sendungen populären Mehrheitscharakter haben. Neben der unterschiedlichen Wirkungsweise besteht aber ein weiterer wesentlicher Unterschied zwischen diesen Medien, der ebenfalls für eine Koordinierung spricht: Das Radio ist heute ein vollständiges Individualmedium geworden (Zweit- und Drittgeräte im Haus, Autoradio, tragbare Transistorgeräte), wogegen das Fernsehen noch lange Zeit ein Familienmedium bleiben wird und die Programmwahl mehr oder weniger nach dem Familienkonsens erfolgen muss. Der wechselseitige Anpassungsprozess der beiden Medien verlief bisher eher unbewusst oder spontan, führte aber – auch nach Erkenntnissen im Ausland – zu einer eigentlichen Renaissance des Radios, d. h. beide Medien haben ihre ergänzende Programmarbeit vorwiegend unabhängig voneinander entwickelt. So drängte sich die Frage mit Recht auf, ob es nicht an der Zeit wäre, aufgrund dieser offenbar vom Publikum gewünschten Funktionsteilung zu einer planmässigeren Programmkoordination und -zusammenarbeit überzugehen, wie es ja nun eine der Hauptzielsetzungen der SRG-Reorganisation postuliert.

Abgrenzung der Aufgabenbereiche und Überschneidungen

Bereits sind durch die Reorganisation der SRG Regionaldirektionen für Radio und Fernsehen geschaffen worden und in der deutschen und französischen Schweiz eine zusätzliche Stabsstelle für deren Koordination. Dies darf als Fortschritt gewertet werden, insbesondere, wenn es gelingen sollte, den Rahmen der Koordination sinnvoll gegenüber dem bisherigen Zustand auszudehnen, ohne aber einem reinen betriebswirtschaftlich-rationalen Koordinationsdenken zu verfallen. Wir sehen die Aufgaben dieser Koordination zunächst in einer gründlichen Reflexion darüber, was man mit dem einen und mit dem andern Medium eigentlich will. Konkreter: Die Aufgabenbereiche beider Medien sind exakt und explizit zu definieren, die gemeinsamen und exklusiven Bereiche deutlich abzugrenzen und hervorzuheben. Beim Radio gilt es eben zu berücksichtigen, dass sie einerseits am Tag von den Lebensgewohnheiten und Verpflichtungen der Hörer und gewissermassen sekundär von den spezifischen Wünschen an das Radio und andererseits am Feierabend dagegen von den Wünschen der Hörer an das Fernsehen, d. h. den komplementären Wünschen an das Radio abhängig sind.

Generell könnte eine Koordinationsformel für das Radio etwa lauten: Radio während des Tages als Informations- und Unterhaltungsmedium, zu bestimmten Zeiten für alle und zu anderen Zeiten vermehrt für Frauen, aber auch für Kinder und andere grössere Zielgruppen, die verfügbar sind. In der Informationsaufgabe ist ein kontinuierlicher Service für das tägliche Leben (Verkehr, Wetter, Markt usw.) beinhaltet. Abends versteht sich das Radio primär als Komplement zum Fernsehen, wobei es zumindest die Programme einer Kette sinnvoll koordiniert. Sekundär, d. h. mit einer anderen Kette, kann sich das Radio der engeren, interessenprofilierten Zielgruppen annehmen. Selbstverständlich kann und darf eine thematische Koordination nie durchwegs und konsequent erfolgen, und in bestimmten Bereichen ist eine gesunde Konkurrenz zwischen Radio und Fernsehen eben notwendig (beispielsweise im Informationsbereich). Dagegen drängt sich in anderen Bereichen wie zum Beispiel im kulturellen und Bildungsbereich eine Koordination auf. Die Themen sind derart mannigfaltig und vielseitig, dass durch eine mediale Schwergewichtsbildung das Programmangebot und die Programmvielfalt nur ausgeweitet werden können. Allerdings muss bei einer Schwergewichtsbildung Rücksicht auf die medienspezifischen Gestaltungsmöglichkeiten genommen werden (Beispiel: biologische und zoologische Themen eher am Fernsehen, philosophische und andere bildlich weniger gut darstellbare Themen eher am Radio). So fragt es sich auch beispielsweise, ob das Schwergewicht von Sportübertragungen und -nachrichten nicht weit mehr beim Fernsehen als beim Radio liegen sollte, bietet sich doch gerade der Sport zur bildlichen Darstellung an. Nur die neuesten Sportresultate fallen als Information auch in den Bereich des Radios. Dafür eignet sich ein grosser Teil der Musik für das Radio. Das eigentliche Konzert, vor allem bei der Realisierung der Stereophonie, gehört sicher in seinen Bereich. Wo allerdings die Musik mit einem Bühnenauftritt verbunden ist, gehört sie eher an den Bildschirm.
Die genaue Definition dieser Aufgabenbereiche und Schwergewichtsbildungen müsste vornehmlich auf Grund der Ergebnisse einer koordinierten Zuhörer- und Zuschauerbefragung erfolgen, und mit den exemplarisch beschriebenen Methoden wären die Programmstrukturpläne von Radio und Fernsehen für den Abend aufeinander abzustimmen. Es darf nicht vergessen werden, dass sich das Radio auch zur Befriedigung von Minoritätsinteressen sehr profilierter Art eignet bzw. noch rentabel ist. Das Fernsehen wird sich am Abend nie erlauben können, auf derart kleine Minderheiten einzutreten, weil abends immer eine Mehrheit fernsehen möchte. Radio wird dagegen am Abend ohnehin nur von einer Minderheit genutzt und darf daher durchaus auf einem der beiden Programme zielgruppenspezifisch werden. Hier gilt es aber nicht zu vergessen, dass nicht nur Akademiker Zielgruppen abgeben, sondern dass vielfältige Programmdefizite dieser Art beim Gesamtpublikum bestehen. Es zeigt sich also, dass vor allem in der Makrostruktur des Programms – d. h. der lang- und mittelfristigen Programmplanung und weniger bei der Einzelsendung – eine engere Koordination von grossem Vorteil ist. Eine derartige Koordination verringert auch die Möglichkeit, dass damit das natürliche Konkurrenzverhältnis zwischen beiden Medien beseitigt wird, denn dieses Konkurrenzverhältnis bewahrt schliesslich vor einem eigenwilligen und subjektiven Eingriff in die Eigenart der beiden Medien und damit vor dem Verlust einer Kommunikationsalternative der Gesellschaft. Letztere Gefahr gilt eben besonders bei der konkreten Programmarbeit. Hier muss unserer Ansicht nach die Selbständigkeit jedes Mediums aufrechterhalten bleiben. Die bereits stark beschränkte Freiheit der Programmacher im Rahmen der institutionellen Schranken darf auch durch eine Koordination nicht noch weiter tangiert werden.

Aus allen diesen Überlegungen wird aber auch deutlich, dass eine gemeinsame Publikumsforschung für Radio und Fernsehen unentbehrlich und dass ihr Postulat ein Gebot der Stunde ist. Die Ansätze dazu sind ja bereits heute vorhanden; sie bedürfen aber noch einiger Förderung und eines erheblichen Ausbaus, wenn deren

Ergebnisse bei der künftigen Zusammenarbeit von Radio und Fernsehen wirkungsvoller berücksichtigt werden sollen. Matthias Steinmann

Gedanken eines Psychiaters zum «Exorzist»

Nachdem in der vorletzten Nummer sich je ein katholischer und protestantischer Theologe und ein Filmkritiker mit «The Exorcist» befassten, kommt abschliessend noch ein Arzt für Psychiatrie und Psychotherapie, Dr. med. Alois Hicklin (Erlenbach), zum Wort. In diesem Zusammenhang sei auch auf Nr. 17/74 der «Orientierung» (Zürich) hingewiesen, in der sich Beiträge von Theologieprofessor Karl Rahner (München), Psychologieprofessor Ludwig Pongratz (Würzburg), P. Peter Knauer, Fundamentaltheologe (Frankfurt/M.) und von Prof. Eugene C. Kennedy, Priester-Psychiater (Chicago), mit diesem Film und seinen Problemkreisen auseinandersetzen.

Erste Eindrücke

Schon vor dem Kinotheater werden Flugblätter an die Filmbesucher verteilt, in denen gutmeinende religiöse Hilfsstellen vom Besuch des Filmes abraten, auf die seelische Gefährlichkeit hinweisen und gleichzeitig den möglicherweise Geschädigten ihre spätere Hilfe mitsamt der Telefonnummer anbieten. «Jeder, der den Film besucht, trägt einen seelischen Schaden davon», steht in diesem Traktätchen.
Das ist stark übertrieben und Wasser auf die Mühle der Propaganda. Man ist versucht, seine seelische Standfestigkeit unter Beweis zu stellen. Der Hauptteil der Besucher am Abend des ersten Vorführtages sind Jugendliche bis zu dreissig Jahren. Daneben gibt es auch noch einige mittelalterliche und ganz wenig ältere Leute. Niemand wird ohnmächtig, niemand wird hinausgetragen, niemand übergibt sich, wie die Affichen am Kinoeingang die Vorgänge bei einem überseeischen Kinopublikum beschreiben. Dafür bricht immer wieder, sogar an den «tragischen und unheimlichen» Stellen, ein schallendes Gelächter aus.
Gutgetragene Enttäuschung zeichnet die Gesichter der meisten, die das Kino verlassen. «Ist das alles?», hört man da und dort. Von den meisten wird der «Bruch» rasch ad acta gelegt. Man taxiert das Ganze als Unsinn und geht zur Tagesordnung über. Vielleicht ist das gar keine unvernünftige Reaktion.
Wahrscheinlich wäre der Film von jenem Fluidum des Aussergewöhnlichen, Spektakulären, Einmaligen und der Fama des Superschockers entkleidet, wenn dies die einzige Reaktion auf den Film bliebe und wenn es einer offenbar gutaufgebauten Werbung nicht gelungen wäre, Neugier und Interesse für ein Thema zu wecken, das auf vorerst unerklärliche Weise Millionen in die Kinos zieht. Auf jeden Fall Millionen Amerikaner. Ob sich gleich viel Europäer anlocken lassen, wird sich innert kürzester Zeit zeigen. Wenn man schon etwas bei diesem Film denken will, dann scheint es mir am ehesten nötig, sich über das Phänomen dieses einmaligen Runs zur Kinokasse Gedanken zu machen.

Der Realitätsanspruch

Die Frage nach dem Realitätsanspruch des Filmes erscheint daneben zweitrangig. Mädchen, die sich so benehmen wie die zwölfjährige Regan, gibt es ohne Zweifel. Jeder erfahrene Psychiater hat schon Menschen gesehen, die sich wie dieses Mädchen benehmen, plötzlich eine andere «Sprache» sprechen, sich unerklärlich benehmen, sich in eine heillose Isoliertheit verschanzen, alle anspucken, die ihnen zu nahe