

Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Zoom-Filmberater**

Band (Jahr): **34 (1982)**

Heft 2

PDF erstellt am: **22.07.2024**

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.

ZOOM-FILMBERATER

Illustrierte Halbmonatszeitschrift für Film, Radio, Fernsehen

Nr. 2, 20. Januar 1982

ZOOM 34. Jahrgang

«Der Filmberater» 42. Jahrgang

Mit ständiger Beilage Kurzbesprechungen

Herausgeber

Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit

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

Redaktion

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

Franz Ulrich, Postfach 147, 8027 Zürich
Telefon 01/20155 80

Ständiger Mitarbeiter der Redaktion: Matthias Loretan

Abonnementsgebühren

Fr. 36.– im Jahr, Fr. 22.– im Halbjahr
(Ausland Fr. 42.–/25.–).
Studenten und Lehrlinge erhalten gegen Vorweis einer Bestätigung der Schulen oder des Betriebes eine Ermässigung
(Jahresabonnement Fr. 31.–/
Halbjahresabonnement Fr. 20.–,
im Ausland Fr. 36.–/22.–).
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.

Inhalt

- Kommunikation und Gesellschaft
- 2 Filmemacher der zweiten und dritten Generation
- 9 Reden und Hören – was geschieht über das Medium Radio?
- Glosse
- 12 Kopflös
- Filmkritik
- 13 *Seuls*
- 16 *They All Laughed*
- 18 *The Four Seasons*
- 19 *La Rivière du Hibou*
- TV/Radio – kritisch
- 21 Keck und schnell: «Karussell»
- 25 Téléjournal: Start geglückt
- Forum der Leser
- 28 Filmfreunde melden sich zu Wort
- Bücher zur Sache
- 33 Zur Kritik des Politischen Films

Titelbild

Filmemacher der zweiten und dritten Generation: Plakatentwurf zu «Voyage», dem mittleren Teil einer geplanten Spielfilmtrilogie über den Mythos des Todes von Patrick Païe und dem «Wurm Atelier» Bern. Das Wurm Atelier erprobt mit einer Vereinigung von Freischaffenden aus Film, Musik, Grafik, Tanz neue Möglichkeiten der (Film)Zusammenarbeit. Grafik: Patrick Païe

LIEBE LESER

von den 118 Antworten auf die Vernehmlassung über die Verordnung für Rundfunkversuche sprechen sich 43 für die Zulassung von Werbung für die Finanzierung lokaler Radiosender aus, 53 jedoch dagegen. Zu den Befürwortern zählen neben den drei bürgerlichen Regierungsparteien auch neun Kantone, Arbeitgeber-Organisationen und Wirtschaftsverbände. Die Gegnerschaft setzt sich u. a. aus der Sozialdemokratischen Partei, Gewerkschaften, der SRG, den Journalisten-Verbänden, 18 Ständen und den Landeskirchen zusammen. Skepsis macht sich in den Meinungsäusserungen indessen nicht nur zur Radiowerbung bemerkbar. Da wird zum Beispiel auch die Frage aufgeworfen, ob der Bund überhaupt über die notwendigen Gesetzesgrundlagen verfüge, um eine solche Verordnung zu erlassen. Umstritten ist zudem die Notwendigkeit der Rundfunkversuche, und mehr als einmal wird die Befürchtung geäussert, die Zulassung von lokalen Radio- oder Fernsehversuchen könnte vollendete, nicht mehr rückgängig zu machende Tatsachen schaffen. Die Vernehmlassung gibt den Medienspezialisten des Eidg. Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement (EVED) und dem Bundesrat, der die Verordnung als Ersatz für die Ende Juni dieses Jahres auslaufende Kabelrundfunk-Verordnung aus dem Jahre 1977 erlassen muss, allenfalls einen Hinweis auf die konträren Standpunkte in dieser Sache. Vielleicht lesen sie daraus auch eine sich verstärkende Neigung für einen Verzicht auf Werbung wenigstens im Bereich des Radios heraus. Den Auftrag, nun endlich einen eigenen Weg, eine eigene Politik zu finden und zu formulieren, nimmt sie ihnen dagegen nicht ab.

Wofür sich der Bundesrat letztlich auch entscheiden wird – vom Null-Entschluss, die bestehende provisorische Kabelrundfunk-Verordnung ein weiteres Mal zu verlängern und damit die Einführung lokaler UKW-Radiostationen vorläufig zu verhindern, über den Abbruch der Übung und die Beauftragung der SRG mit der Veranstaltung lokaler Programme bis hin zu einer dezidierten Befürwortung einer Versuchsphase mit oder ohne Werbung ist alles möglich –, der Konflikt ist eingeplant. In diese heikle Lage hat sich die Landesregierung allerdings selber manövriert: durch ihre Führungs- und Entscheidungsschwäche in Medienfragen einerseits, durch die Besetzung der Kommission für eine Gesamtmedienkommission mit Interessenvertretern statt Fachexperten andererseits. Statt Entscheidungsgrundlagen hat dieses Gremium, das auch für den Verordnungsentwurf für Rundfunkversuche verantwortlich zeichnet, bisher eher ein Beispiel kleinlichen Mediengezänks geliefert, dieweil ihm die Entwicklung mit Riesenschritten davoneilte.

Ginge es bloss darum, optimale Voraussetzungen für einen Lokal-Rundfunk zu schaffen, der bürgernah informiert, die Pluralität der Meinungen berücksichtigt, mit einem offenen Kanal eine Rückkoppelung zum Hörer und Zuschauer schafft und deren Bedürfnisse nach Unterhaltung und Kultur vielseitig und anspruchsvoll erfüllt, wäre guter Rat gar nicht so teuer. Die Erfahrungen im Ausland zeigen nämlich mit aller Deutlichkeit, dass Sender, die mit hohen Einschaltquoten um Werbeanzeige kämpfen, diese Voraussetzungen nicht schaffen. Schwierig, wenn nicht unlösbar, wird die Formulierung einer Rundfunkverordnung erst, wenn Medienkommunikation nicht nur den Bedürfnissen einer Bevölkerungsgruppe entsprechen, sondern auch kommerziellen Prinzipien der Vermarktung unterworfen werden soll. Die Überlegung, welchen lokalen Rundfunk die Bevölkerung eines demokratischen Staates – gerade auch im Hinblick auf vielleicht weniger fette Jahre – wirklich braucht, könnte dem Bundesrat möglicherweise wertvolle und wichtige Hinweise für die anstehenden, bedeutungsvollen Entscheidungen geben.

Mit freundlichen Grüßen

