

**Zeitschrift:** Zoom : Zeitschrift für Film  
**Herausgeber:** Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst  
**Band:** 35 (1983)  
**Heft:** 22

## Inhaltsverzeichnis

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 18.03.2025

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

# ZOOM

## Film • TV • Radio

Illustrierte Halbmonatszeitschrift

Nr. 22, 16. November 1983

ZOOM 35. Jahrgang  
«Der Filmberater» 43. Jahrgang

Mit ständiger Beilage Kurzbesprechungen

### *Inhalt*

Kommunikation und Gesellschaft

- 2 «Offener Kanal»: Legitimationsfloskel zur Propagierung neuer Medien
  - 8 Lokalfernsehversuch Wil
  - 14 Lokalfernsehen: Modell Dronten
- Filmkritik
- 18 *Teddy Bär*
  - 19 *Chuvras de verao*
  - 22 *A Szarnok Szive (Das Herz des Tyrannen)*
  - 24 *Szerencés Dániel (Daniel nimmt den Zug)*

TV/Radio – kritisch

- 26 Don't shoot at the commentator (Trickfilmmagazin «Trick-Track»)
- 27 Radio DRS 3: Komplementärsender auf junger Welle

Forum der Leser

- 33 Unkritisch gegenüber Medienschaffenden

### *Herausgeber*

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

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

### *Redaktion*

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

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

Matthias Loretan, Postfach 147, 8027 Zürich  
Telefon 01/20201 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.

### *Titelbild*

Rolf Lyssy ist sowohl Regisseur als auch Hauptdarsteller in seiner Filmkomödie «Teddy Bär», die sehr zum Vergnügen eines schadenfreudigen Publikums die Geldsuche eines erfolgreichen Schweizer Regisseurs karikiert und dabei auch die Förderungsgrerien auf den Arm nimmt. Bild: Rex Film

# LIEBE LESER

seit dem 1. November strahlen sieben Lokalsender ihre Programme in den Äther. Im nächsten halben Jahr dürften noch gegen 25 Stationen dazukommen. Laut Verordnung über lokale Rundfunk-Versuche (RVO) besteht ein Ziel dieser Lokalradios darin, die Möglichkeiten abzuklären, wie Zuhörer, Zuschauer und Organisationen an den Veranstaltungen aktiv mitwirken können. Also wird Passanten kurz ein Mikrofon hingehalten und sie dürfen ihre Meinung zu einem Allerweltsthema kundtun; Ausschnitte aus einem Stammtischgespräch werden übertragen; es gibt lokale Hitparaden und Wunschkonzerte; Hörer können sich telefonisch in bestimmte Sendungen einschalten und Fragen stellen oder eine Meinung äussern; sie dürfen Informationen oder Anregungen ins Studio bringen usw. – Doch Hand aufs Herz: Sind diese Formen, das Publikum am Programm mitwirken zu lassen, wirklich so neu? Gäbe es da nicht andere, für einen lokalen überschaubaren Raum spezifischere Möglichkeiten der aktiven Beteiligung?

Wir greifen in dieser Nummer auf ein holländisches und ein Schweizer Lokalfernsehprojekt zurück, die nach dem Prinzip des *Offenen Kanals* (OK) organisiert sind respektive waren. Wir erinnern damit an eine Idee von Bürgerbeteiligung, die bei den konzessionierten Schweizer Lokalradios fast vollständig untergegangen ist (als Ausnahmen gelten hier etwa das Alternative Lokalradio in Zürich, Radio Förderband in Bern sowie das Projekt in Wil), sicher aber durch die Medienpolitik zu wenig gefördert wurde. Der OK ist ein Forum, das allen im Empfangsgebiet wohnenden oder arbeitenden Bürgern – im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen – freien Zugang gewährt. Einzelne oder Gruppen können Beiträge anregen oder sie selbst produzieren. Sie sind dabei grundsätzlich für ihre Meinungsäusserungen selbst verantwortlich. Für die Gestaltung ihrer Beiträge können sie soweit nötig die Hilfe von Animatoren beanspruchen.

Demokratie meint eine möglichst breite Mitbestimmung der Bürger an gesellschaftlichen Prozessen. Im Alltag erfährt der einzelne seine Umwelt allerdings als komplex und undurchschaubar und zieht sich resigniert in den Privatbereich zurück, wo er immer mehr Medienangebote konsumiert. Umgekehrt übernehmen Verbände und kommerzielle Unternehmen zunehmend eine aktive Rolle in der öffentlichen Meinungsbildung. Sie bieten ihren potentiellen Kunden Konzepte, Moden, Waren und Programme an, zu denen der einzelne als Konsument königlich ja oder nein sagen kann. Die Idee vom mündigen Bürger, der seine Erfahrungen selbst zu einer eigenen Meinung verdichtet und diese ins öffentliche Gespräch einbringt, schwindet.

Angesichts einer solchen, hier nur holzschnittartig angedeuteten Entwicklung enttäuscht es, dass der Bundesrat dem OK als Entscheidungskriterium zur Vergabe von Lokalradiokonzessionen so wenig Gewicht beimass. Zusätzliche Bewilligungen für Gesuche wären notwendig, die einen OK in der oben beschriebenen Form anstreben. Der OK ist vielleicht nur eine (naive) Hoffnung in einer sonst anders laufenden Medienentwicklung. Viele Probleme sind noch ungelöst: Wer finanziert ein Medienunternehmen, das seiner Tendenz nach Bürger davon abhält, noch mehr Programme zu konsumieren, und das möglicherweise zu einem Lautsprecher für Stimmen wird, die sonst in der repräsentativen Öffentlichkeit wenig vertreten sind? Wenn die Bürger ihre Meinungen möglichst authentisch selbst darstellen, wie wäre deren Selbstverantwortung zu regeln? Welche Rolle spielen die Animatoren? Wie wäre der OK innerhalb eines professionell gemachten Programms kenntlich zu machen und organisatorisch abzutrennen? – Hätte nicht eine Versuchsphase, die diesen Namen wirklich verdient, mit Experimenten auf breiter Basis solche Fragen klären müssen?

Mit freundlichen Grüßen

Matthias Loretan