Zeitschrift: Zoom-Filmberater

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

Band: 29 (1977)

Heft: 5

Inhaltsverzeichnis

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: 20.07.2025

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

ZOOM-FILMBERATER

Illustrierte Halbmonatszeitschrift für Film, Radio, Fernsehen und AV-Mittel

Nr. 5, 2. März 1977

ZOOM 29. Jahrgang «Der Filmberater» 37. 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

Franz Ulrich, Postfach 147, 8027 Zürich
Telefon 01 / 36 55 80

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

Abonnementsgebühren

Fr. 30.– im Jahr (Ausland Fr. 35.–),
Fr. 18.– im Halbjahr. – Studenten und Lehrlinge erhalten gegen Vorweis einer Bestätigung der Schule oder des Betriebes eine Ermässigung (Jahresabonnement Fr. 25.–/Halbjahresabonnement Fr. 15.–)

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 Pietro Germi: Ansprechung des Herzens

Filmkritik
9 *Il deserto dei tartari*
14 *The Shootist*
17 *The Enforcer*
18 *La Villeggiatura*
21 *The Little Girl Who Lives Down the Lane*
22 *Voyage of the Damned*

Arbeitsblatt Kurzfilm
24 *Die Kluft*

TV/Radio – kritisch
25 Theologie der Dritten Welt
27 Mehr als ein leicht verstaubter Kriminalfall («Krock & Co.»)

Bild + Ton – Praxis
29 Neue Dias und Tonbilder zu Entwicklungshilfe – Dritte-Welt-Mission

Berichte/Kommentare
31 Als man noch «der» Kino sagte

Titelbild

Die repräsentative Retrospektive der Filme von Pietro Germi, die das Filmpodium Zürich zur Zeit zeigt, gibt Gelegenheit, das Werk eines kraftvollen italienischen Regisseurs kennenzulernen oder neu zu entdekken. Bild: «Il cammino della speranza».

LIEBE LESER

ein neues Schlagwort beherrscht seit einiger Zeit die Medienszene. Die Programme des Fernsehens und des Radios, die redaktionellen Seiten der Zeitungen und Zeitschriften müssen *publikumsfreundlich* sein. Das ist gut so. Fernsehprogramme, Radiosendungen, Zeitungsartikel und Reportagen in Illustrierten sind schliesslich nicht für die persönliche Erbauung ihrer Hersteller, sondern für das Publikum bestimmt. Stutzig wird erst, wer kritisch überprüft, was sich hinter dem netten Wort verbirgt. Publikumsfreundlich ist nämlich nicht – wie eigentlich angenommen werden müsste – was dem Publikum nützt, sondern was es in Massen anlockt. *Publikumsfreundlich* ist die höfliche Vokabel für eine hässliche Sache: für die mehr oder weniger bedingungslose Anpassung an das, was gelegentlich unschön als durchschnittlicher Publikumsgeschmack bezeichnet wird. Wo immer Publikumsfreundlichkeit gefordert wird, muss damit gerechnet werden, dass die Programme flacher, die Sendungen fader, die Artikel braver und die Reportagen zahmer werden. Was keinem mehr weh tut und nirgendswo mehr aneckt, ist publikumsfreundlich.

Was Publikumsfreundlichkeit *wirklich* bedeuten könnte, beweist ein Experiment des Fernsehens DRS. Im Hinblick darauf, dass das Schweizer Volk in absehbarer Zeit zu einer oder mehreren Vorlagen über die gesetzliche bzw. verfassungsmässige Neuregelung des Schwangerschaftsabbruches abstimmen muss, haben sich verantwortliche Programmgestalter überlegt, wie sie ihren Informationsauftrag erfüllen können. Um sich eine Grundlage zu verschaffen, haben sie eine Umfrage über den Wissensstand der Stimmbürger zu diesem Problem veranlasst. Das Ergebnis der Erhebungen ist erschütternd: Das Wissen über alle gegenwärtig diskutierten Lösungen ist mehr oder weniger schlecht. Dennoch ist feststellbar, dass die meisten Stimmbürger sich bereits eine feste Meinung gebildet haben. Er wird also nicht aufgrund sorgfältigen Abwägens der verschiedenen Möglichkeiten seine Entscheidung fällen, sondern aus der Emotion heraus. Vielleicht schliesst er sich auch der Meinung einer Institution an, ohne dass er deren Auffassung überprüft. Ist das in einer Demokratie unseres Zuschnitts wirklich zu verantworten?

Die Ergebnisse der Umfrage sind für das Fernsehen hochinteressant. Es wird mit seiner Information dort ansetzen können, wo offensichtlich Lücken bestehen. So einfach allerdings wird das nicht sein. Über das Problem des Schwangerschaftsabbruchs ist nämlich bereits fast alles gesagt worden, was zu sagen ist. Kein Blatt, keine Frauenzeitschrift, kein Familienheftlein, das sich nicht mit Vor- und Nachteilen der Fristenlösung auseinandergesetzt, nicht den Begriff der sozialen oder eugenischen Indikation erläutert hat. Aber die Flut der Information – und auch der Propaganda – ist offenbar beim Stimmbürger nicht angekommen oder hat nur jene interessiert, die direkt betroffen waren. Das Fernsehen wird sich nun die Frage stellen müssen, woran die Information krankt, weshalb sie von unserer Gesellschaft offensichtlich nicht mehr zur Kenntnis genommen wird, was ja seine Auswirkungen auf die Stimmbeteiligung hat. Aus der Erkenntnis der Umfrage heraus wird es nach neuen Formen suchen und mit Informationen, die als Entscheidungsgrundlage für den Stimmbürger wichtig sind, an ein breites Publikum zu gelangen. Dass die Abteilung Information dabei mit andern Ressorts zusammenarbeiten muss, beispielsweise mit der Dramatik, der Filmredaktion, den Verantwortlichen für soziale und religiöse Fragen usw., liegt auf der Hand. Der Versuch herauszufinden, was dem Publikum mangelt und es dann mit dem Fehlenden zu versorgen, das allein ist in Wirklichkeit *publikumsfreundlich*.

Mit freundlichen Grüssen