

Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Zoom-Filmberater**

Band (Jahr): **30 (1978)**

Heft 9

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 und AV-Mittel

Nr. 9, 3. Mai 1978

ZOOM 30. Jahrgang «Der Filmberater» 38. 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 01/201 55 80

Abonnementsgebühren

Fr. 30.— im Jahr, Fr. 18.— im Halbjahr
(Ausland Fr. 35.—/21.—).
Studenten und Lehrlinge erhalten gegen Vorweis einer Bestätigung der Schule oder des Betriebes eine Ermässigung (Jahresabonnement Fr. 25.—/ Halbjahresabonnement Fr. 15.—, im Ausland Fr. 30.—/18.—)

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

- 2 | Kommunikation und Gesellschaft
Gruppenaktivitäten mit Video und Film
- Filmkritik
- 9 | *Kilnec honap (Neun Monate)*
- 10 | Interview mit Marta Meszaros
- 12 | *Moritz, lieber Moritz*
- 17 | *Saturday Night Fever*
- 19 | *Elisa, vida mia*
- 21 | *Ball of Fire*
- 22 | *The Goodbye Girl*
- 23 | *Tendre Poulet*
- 25 | *The Boys in Company C*
- Arbeitsblatt Kurzfilm
- 27 | *Die Glocken von Chiquitos*
- TV/Radio – kritisch
- 29 | Homosexualität in der Telearena:
Durchbruch in die Öffentlichkeit?
- 32 | «Was man weiss und doch nicht kennt»
- 34 | Geburt eines Mythos als Unterhaltung
verheizt
- 35 | Da steh' ich nun ich armer Thor

- Berichte/Kommentare
- 38 | Neues Konzept für die politischen Sendungen im Deutschschweizer Fernsehen
- 39 | OCIC-Ozeanien gegründet
- 40 | Fernsehen – wozu?
- Bücher zur Sache
- 40 | Eine informative und amüsante Einführung in die Sache «Film»
- Forum der Leser
- 41 | Der einzige «Skandal» des Oshima-Films: seine Zuschauer

Titelbild

Michael Kebschull spielt in «Moritz, lieber Moritz» einen fünfzehnjährigen Jungen, der sich mit seiner Umwelt, aber auch mit sich selber, nur schwer zurechtfindet. Der einfühlsame, mitunter aber auch drastische Film des BRD-Regisseurs Hark Bohm richtet sich vor allem an die Altersgenossen von Moritz, dann aber sicherlich auch an alle Eltern und Erzieher. Bild: Rialto

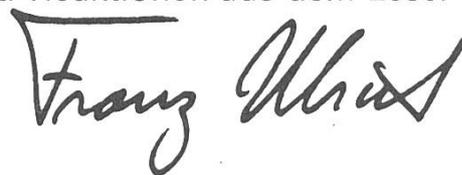
LIEBE LESER

der diesjährige «Welttag der sozialen Kommunikationsmittel» (Medien Sonntag), den die katholische Kirche am 7. Mai begeht, hat zum Thema «Die Empfänger der sozialen Kommunikation: ihre Erwartungen, Rechte und Pflichten». Als Zeitungsleser, Kinogänger, Radiohörer und Fernsehzuschauer haben wir alle bestimmte Erwartungen im Bereich von Unterhaltung, Information und Bildung. Ob diese Erwartungen erfüllt werden oder nicht, hängt einerseits von unserem Anspruch, andererseits vom Niveau und von der Vielfalt und Qualität des Medienangebots ab. Viele fühlen sich von der Text-, Wort-, Bilder- und Tonflut unserer Zeit überfordert und jeder Manipulation durch die Medien mehr oder weniger hilflos ausgeliefert. In den Medien werden weltanschauliche Vorstellungen, ethische und soziale Verhaltensweisen sowie Werte und Normen vermittelt, die oftmals in herausforderndem Widerspruch zu christlicher Ethik, Lehre und Weltanschauung stehen. Manche fühlen sich dadurch verunsichert und lassen sich in eine Abwehrhaltung drängen, aus der heraus die modernen Medien nur unter dem Aspekt der Verführung und der Zerstörung traditioneller Werte erscheinen.

Jeder Mensch hat das Recht, jenes Medienangebot zu wählen, das ihm zusagt. Er muss sich dabei aber bewusst sein, dass er durch seine Wahl als Konsument das Angebot der Medien, wenigstens teilweise, mitbestimmt. Ob er will oder nicht – er trägt eine gesellschaftliche Mitverantwortung, von der er sich nicht dispensieren kann. Daraus ergibt sich nicht nur die Pflicht, seine Wahl bewusst zu treffen und sich mit den Formen und Inhalten des Medienangebotes kritisch auseinanderzusetzen, sondern auch die Pflicht, zu reagieren, wenn die rechtmässig gehegten Erwartungen nicht oder nur unzureichend erfüllt werden. Wenn der Konsument sich desinformiert, manipuliert, verschaukelt und betrogen fühlt, soll er seine Meinung den Medienproduzenten kundtun. Auch wenn er sich freut, wenn ihm ein Zeitungsbeitrag, ein Film oder eine TV-Sendung besonders gut gelungen und wertvoll zu sein scheint, soll er das tun. Es geht um nichts weniger, als dass der Konsument die Einwegkommunikation der Medien durchbricht und auf deren Angebot aktiv reagiert. Einzelnen und Gruppen stehen Mittel und Wege (Leser-, Hörer- und Zuschauerbriefe, Kritik in der Presse, Diskussionen, Programmorschläge, aktive Mitwirkung usw.) offen, um ihren Pflichten als «Empfänger» nachzukommen.

Am Sonntag der sozialen Kommunikationsmittel wird jeweils in allen Schweizer Bistümern ein Opfer aufgenommen. Letztes Jahr erbrachte die Kollekte einen Betrag von gegen 335 000 Franken. Dieser wurde, wie es in der Intention dieses Kirchenopfers liegt, an kirchliche Medienstellen und -organe verteilt, so beispielsweise 35 000 Franken für ZOOM-FILMBERATER (den gleichen Betrag steuern die reformierten Deutschschweizer Kirchen bei). Die Kirchen geben diese Zeitschrift nicht zuletzt deshalb heraus, weil sie sie unter anderem auch als notwendig zur Bildung bewusster und kritischer Medienkonsumenten betrachtet. Das ist eine Aufgabe und eine Verpflichtung, die gar nicht immer leicht zu erfüllen ist. Reaktionen aus dem Leserkreis könnten nicht wenig dazu beitragen.

Mit freundlichen Grüßen



Inkasso 1978

zf. Wir möchten unsere Leser noch einmal darauf aufmerksam machen, dass bis zum 15. Mai die Möglichkeit besteht, den Abonnementsbetrag für ZOOM-FILMBERATER (Fr. 30.–/Studenten, Schüler und Lehrlinge Fr. 25.–) auf das Postcheckkonto 30–169, Firma Stämpfli & Cie AG, 3001 Bern, einzubezahlen. Danach sehen wir uns leider gezwungen, den Beitrag für das Jahr 1978 mittels Nachnahme zu erheben. Die damit verbundenen Kosten von Fr. 4.– werden zum Abonnementspreis zugeschlagen. Für Ihr Verständnis danken Ihnen Administration und Redaktion ZOOM-FILMBERATER bestens.