

Objektyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Zoom-Filmberater**

Band (Jahr): **31 (1979)**

Heft 10

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. 10, 16. Mai 1979

ZOOM 31. Jahrgang «Der Filmberater» 39. Jahrgang

Mit ständiger Beilage Kurzbesprechungen

Herausgeber

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

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

Redaktion

Franz Ulrich, Postfach 147, 8027 Zürich
Telefon 01/201 55 80

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

Abonnementsgebühren

Fr. 32.– im Jahr, Fr. 19.– im Halbjahr
(Ausland Fr. 37.–/22.–).
Studenten und Lehrlinge erhalten
gegen Vorweis einer Bestätigung der
Schule oder des Betriebes eine Ermässi-
gung (Jahresabonnement Fr. 27.–/
Halbjahresabonnement Fr. 16.–, im Ausland
Fr. 32.–/19.–).
Einzelverkaufspreis Fr. 2.–.

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 Abbau und Aufbau von Tabus im Film
 - 9 Oberhausen 1979: Jubiläum ohne Be-
geisterung
- Filmkritik
- 12 *Kollegen*
 - 14 *Die neuen Leiden des jungen W.*
 - 17 *Halloween*
 - 19 *The Lady from Shanghai*
 - 22 *Out of the Past*
 - 24 *La question*
- TV/Radio – kritisch
- 26 Kommen die falschen Unterhaltungs-
töne aus dem Radio?
 - 31 Bonanza im Gerichtssaal (Kaz & Co)

Titelbild

Vorwiegend mit dem Stilmittel der Subjekti-
ven Kamera arbeitend, hat der Amerikaner
John Carpenter einen wirkungsvollen Hor-
rorfilm mit intelligent dosierter Spannung
und gezielten Gruseffekten gestaltet.

Bild: Warner Bros.

LIEBE LESER

dieses Jahr ist der «Welttag der sozialen Kommunikationsmittel», den die katholische Kirche am 27. Mai begeht, in Anlehnung an das Internationale Jahr des Kindes dem Thema «Kind und Medien» gewidmet. «Die sozialen Kommunikationsmittel für den Schutz und die Entwicklung des Kindes in Familie und Gesellschaft» lautet die genaue, von der zuständigen Päpstlichen Kommission formulierte Umschreibung des Themas, dem man nicht genug Bedeutung beimessen kann. Fachleute haben errechnet, dass ein in den letzten Jahren geborenes Kind in 75 Lebensjahren ganze neun Jahre vor dem Fernseher zugebracht haben wird. Bereits gibt es zehnjährige Kinder, die am Fernsehen mehr Filme gesehen haben als der Filmkritiker François Truffaut, als er 1959 mit 27 Jahren seinen ersten Spielfilm drehte. Wenn der Medienkonsum – neben Fernsehen auch Presseerzeugnisse, Film, Radio und Schallplatten – auch noch lange nicht für alle Kinder die gleichen Ausmasse annimmt, so ist doch eines sicher: Immer mehr gewinnen die Medien neben den traditionellen Erziehungsmächten – Eltern, Schule, Staat und Kirche – bestimmenden Einfluss. Sie machen herkömmliche Erziehungsmethoden unwirksam, setzen sich zu ihnen in Gegensatz oder stellen sie und die damit verbundenen Wertmassstäbe in Frage. Die Medien sind eine pädagogische Herausforderung, sie schaffen zweifellos zahlreiche Probleme, bieten aber auch neue Möglichkeiten der Erziehung, die jedoch noch allzu viele Erzieher gar nicht zu nutzen wissen.

Besonders heikle Probleme stellen die Medien, insbesondere das Fernsehen, der Familie. Dabei ist nicht einmal der Konsum, und sei er auch übertrieben, von TV, Radio, Film, Illustrierten, Heftli und Schallplatten das vorherrschende Problem, sondern dass über das Gesehene und Gehörte geschwiegen wird. Schädlich wird der Medienkonsum, wenn keine Gespräche zwischen Eltern und Kindern und zwischen Geschwistern mehr stattfinden, wenn die Medien die Kommunikation in der Familie verdrängen, wenn es keinen Dialog, keine Auseinandersetzungen mehr gibt und die Kinder zu passiven, abhängigen und süchtigen Konsumenten verkümmern müssen. Allerdings sind meist nicht die Medien die primäre Ursache einer solchen Entwicklung. So ist beispielsweise der TV-Konsum oft bloss ein Gradmesser für gestörte oder fehlende Beziehungen in einer Familie – der TV-Apparat als «Familienfiebersmesser» (Urban Zehnder in der Sondernummer «Fernsehen» der Zeitschrift «ehe-familie», Benziger Verlag, Einsiedeln).

Ob es dem «Medien Sonntag» gelingen wird, Eltern und Erziehern Anstösse für eine gründlichere und bewusstere Auseinandersetzung über die Rolle der Medien als Mit-erzieher im Leben der Kinder zu vermitteln? Notwendig wäre es, denn noch ist die Unsicherheit gross, wie den oft fragwürdigen Wertvorstellungen und Verhaltensweisen, die von den nach kommerziellem Erfolg oder Einschaltquoten ausgerichteten Medien verbreitet werden, zu begegnen ist. Ohne Schulung der Eltern und Erzieher sind diese Probleme kaum zu lösen. Dazu braucht es koordinierte Anstrengungen der Schule, der Kirchen und privater Institutionen. Und nicht zuletzt die Medien selber, vor allem das Fernsehen, müssen beigezogen werden, zum sinnvollen, vernünftigen Umgang mit den Medien anzuleiten.

Mit freundlichen Grüssen

