

Zeitschrift: Zoom-Filmberater
Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 32 (1980)
Heft: 17

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: 02.02.2025

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

ZOOM-FILMBERATER

Illustrierte Halbmonatszeitschrift für Film, Radio, Fernsehen

Nr. 17, 3. September 1980

ZOOM 32. Jahrgang «Der Filmberater» 40. 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

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 Ermässigung
(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 Spielen im Film
- 9 Die rätselhafte Sphinx: Greta Garbo
- Filmkritik
- 11 *Breaking Glass*
- 12 *Tom Horn*
- 14 *The Long Riders*
- 16 *And Justice for All*
- 18 *Monty Python's «Life of Brian»*
- TV/Radio – kritisch
- 20 Unterhaltung am amerikanischen Fernsehen
- 26 So könnte, so müsste Fernsehen sein
- 28 Im Reiche Mattos
- Berichte/Kommentare
- 32 Aspekte der Kinogewohnheiten von Gymnasiasten und KV-Schülern

Titelbild

Unter dem Titel «Spielen im Film» veröffentlichen wir in Fortsetzungen einen dreiteiligen Beitrag von Wolfgang Gersch zur dramaturgischen Funktion des Schauspielers im Film. Das schier unerträgliche Bild stammt aus «Ein andalusischer Hund» von Luis Buñuel und Salvadore Dali. – Der Schnitt des Rasiermessers in ein menschliches Auge exponiert die Absicht, die bürgerliche Gesellschaft zu schockieren, worin die ins Extrem getriebene Atomisierung des Darstellers begründet ist. Der surrealistische Film «zeigt den gekuschten modernen Menschen mit seinen gelähmten Trieben, seinen verzerrten, verborgenen Impulsen, seinen unbefriedigten Sehnsüchten» (Peter Weiss). Das Abbild des zerstörten Menschen: durch das Kunstmittel der Montage und durch den Typus.

LIEBE LESER

am 30. Juni 1981 läuft die Kabelrundfunkverordnung aus dem Jahre 1977, die die drahtlose Verbreitung von Lokalprogrammen verbietet, aus und muss spätestens bis zu diesem Zeitpunkt revidiert werden. Es ist zu erwarten, dass die drahtlose Verbreitung von lokalen und regionalen Radioprogrammen künftig erlaubt sein wird. Umstrittener ist jedoch die Frage, ob und wie weit das Werbeverbot gelockert werden soll. In Erwartung einer liberalen Lösung für die Radiowerbung sind inzwischen eine Reihe von Interessenten in die Startlöcher gestiegen, um auf die Stunde Null zur Jagd auf einen möglichst grossen Anteil am Werbekuchen bereit zu sein. Auf der Warteliste für Programmkonzessionen stehen bereits völlig verschiedene Gruppen, darunter Schawinskis «Radio 24», das alternative Lokal-Radio Zürich (ALR), die Schweizerische Fernseh- und Radiovereinigung (SFRV) (Hofer-Klub), die Arbeitsgemeinschaft Christliches Radio und die «Berner Zeitung». Die Schaffhauser «Interessengemeinschaft Radio Munot», bestehend aus Exponenten des kantonalen Gewerbeverbandes, der Industrie-Vereinigung Schaffhausen und der Zeitungsverleger der Region, befasst sich mit Abklärungen über ein mögliches, lokales Radioprogramm. Und kürzlich haben die vier Zürcher Grossverleger Jean Frey AG, Neue Zürcher Zeitung, Ringier und Tages-Anzeiger das Modell eines lokalen UKW-Radiosenders für die Region Zürich unter der Bezeichnung «Radio Uetli» der Öffentlichkeit vorgestellt. Das Modell bildet den Inhalt einer Denkschrift an das Eidgenössische Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement (EVED).

Die geltende Medienordnung ist in manchen Teilen hoffnungslos veraltet, und die ganze Medienlandschaft – vom Satellitenfernsehen bis zum Lokalradio – ist derart in Bewegung geraten, dass mit einer teilweisen Neuordnung nicht mehr zugewartet werden kann, bis der neue Medien-Verfassungsartikel vorliegt. Nachdem nun der Zürcher Stadtrat, offenbar erbost über die Radio- und TV-Berichterstattung über die Jugendunruhen, «Radio 24» die Verbreitung seines Programms über die Rediffusion ermöglicht – unter angeblicher Berufung auf das EVED, das diesen Versuch auf Zusehen hin tolerieren will – ist kaum anzunehmen, dass alle anderen Bewerber und Interessenten bis Mitte nächstes Jahr Gewehr bei Fuss stehen bleiben und zusehen, wie ihnen ein Hecht im Karpfenteich die besten Brocken wegschnappt. Ein ehernes Gesetz der Marktwirtschaft hat zu spielen begonnen: Was technisch möglich ist und einen genügend grossen Kreis möglicher Konsumenten interessiert und dementsprechenden Profit verspricht, wird auch produziert und hergestellt. Je finanzstärker die Produzenten sind, desto schneller können sie sich die ertragreichsten Werbegründe sichern. Da kaum anzunehmen ist, dass die halbstaatliche SRG bei dieser Konkurrenz längerfristig auf die Werbung verzichten kann, wird der Kampf um die Anteile umso härter werden.

Ich bin der Meinung, dass das Problem der Lokalradios und der Werbung nicht allein den Bedürfnissen und der «Dynamik» von Geschäfts- und Werbeleuten, von Konzernen und Grossfirmen überlassen werden darf. Zu viele gesellschaftliche, kulturelle und ethische Werte stehen hier auf dem Spiel. Dass Versuche gemacht werden müssen, ist nicht zu bestreiten. Nur müssen sie in einem gegebenen Rahmen erfolgen, der auf Grund kommunikativer, kultureller, gesellschaftspolitischer und ethischer Kriterien zu schaffen ist und der auch Minderheiten jeglicher Couleur, kreative und alternative Gruppen, kulturelle Organisationen und Kirchen zum Zuge kommen lässt. Nur so ist zu verhindern, dass sich die Interessen und Bedürfnisse der Grossen und Mächtigen auf Kosten der Kleinen und Schwachen breitmachen. Deshalb muss rasch eine Übergangsordnung durch das EVED geschaffen werden.

Mit freundlichen Grüssen

