

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 37 (1985)
Heft: 10

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: 13.05.2025

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

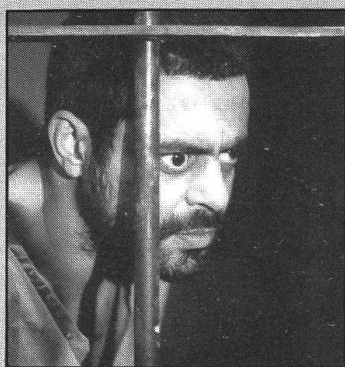
Zoom

Illustrierte Halbmonatszeitschrift

ZOOM 37. Jahrgang
«Der Filmberater» 45. Jahrgang

Mit ständiger Beilage
Kurzbesprechungen

Titelbild



Arnon Zadok spielt in der israelischen Produktion *Meachorei hasoragim* (Beyond the Walls) die Figur des Uri, der in einem Gefängnis arabische Terroristen und jüdische Kriminelle einigen will und die Häftlinge zu einem Hungerstreik gegen die brutalen und ungerechten Massnahmen der Gefängnisleitung anstiftet. Der Film von Uri Barbash erhielt letztes Jahr in Venedig den Preis der Internationalen Filmkritik.

Vorschau Nummer 11

Berichterstattung über das
Filmfestival in Cannes

Zur Situation des Films
in Afrika

Nummer 10, 15. Mai 1985

Inhaltsverzeichnis

Dossier Pay-TV 2

2 Monopol kommerzieller Giganten

Film im Kino 9

9 A Soldier's Story

10 Brazil

12 Meachorei hasoragim (Beyond the Walls)

14 Dangerous Moves

Film am Bildschirm 15

15 Vergiftete Pralines

Medien aktuell 18

18 Wie man einen Fall macht.
Zur Kampagne des «Hofer-Clubs» gegen einen Fernsehgottesdienst

23 «Das gibt's nur einmal, das kommt nicht wieder?»
Zur Fernsehserie «Die Deutschen und der Zweite Weltkrieg»

Impressum

Herausgeber

Schweizerischer Katholischer Volksverein, vertreten durch die Filmkommission
und die Radio-Fernsehkommision

Evangelischer Mediendienst

Redaktion

Urs Jaeggi, Postfach 1717, 3001 Bern, Telefon 031/45 32 91
Franz Ulrich, Postfach 147, 8027 Zürich, Telefon 01/201 55 80
Matthias Loretan, Postfach 147, 8027 Zürich, Telefon 01/202 01 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
Stämpfli-Design: Arturo Andreani (Inhalt), Eugen Götz-Gee (Umschlag)

**Liebe Leserin
Lieber Leser**



Am 19. Mai begeht die katholische Kirche zum 19. Mal den «Welttag der sozialen Kommunikationsmittel», in der Schweiz «Mediensonntag der Schweizer Katholiken» genannt. An diesem «Gedenktag» ist die ganze kirchliche Gemeinschaft aufgerufen, durch Besinnung, Betrachtung und Gebet einen Beitrag zu leisten, damit die Medien durch «die Zusammenarbeit aller Menschen guten Willens zur Verwirklichung von Gerechtigkeit, Frieden, Freiheit und menschlichem Fortschritt» (Pastoralinstruktion «Communio et progressio», Nr. 100) beitragen können. Aus der an diesem Tag aufgenommenen Medienkollekte, die 1984 436 000 Franken ergab, werden kirchliche Medieninstitutionen und Projekte (Katholische Internationale Presseagentur – KIPA, Institut für Journalistik in Freiburg, Arbeitsstelle für Radio und Fernsehen, Filmbüro SKFK und andere) unterstützt. Aus diesen Opfergeldern wird auch der katholische Anteil (45 000 Franken) am Defizit von ZOOM bestritten.

Im Jahr der Jugend steht der Mediensonntag unter einem Motto, das die Jugend ansprechen soll: *«Soziale Kommunikationsmittel für eine christliche Förderung der Jugend»*. Papst Johannes Paul II. schreibt in seiner Botschaft zu diesem Welttag unter anderem: «Als Faktoren der Gemeinschaft und des Fortschritts müssen die Massenmedien die ideologischen und politischen Schranken überwinden, indem sie die Mehrheit auf ihrem Weg zum Frieden begleiten und den Prozess brüderlicher Integration und Solidarität zwischen den Völkern in der zweifachen Richtung Ost–West und Nord–Süd fördern. Als Träger von Bildung und Kultur müssen die Massenmedien zur Erneuerung der Gesellschaft und insbesondere zur menschlichen und sittlichen Entwicklung der Jugend beitragen, indem sie ihnen

die geschichtlichen Verpflichtungen bewusst machen, die sie am Vorabend des dritten Jahrtausends erwarten. Zu diesem Zweck müssen die Massenmedien der Jugend neue Horizonte erschliessen, indem sie sie zur Pflicht, zur Ehrenhaftigkeit, zur Achtung vor ihresgleichen, zum Sinn für Gerechtigkeit, Freundschaft, Studium und Arbeit erziehen.»

Dass dieser Auftrag weder leicht zu erfüllen noch unbestritten ist, wissen zumindest diejenigen, die sich schon bisher in den Medien darum bemüht haben, die Anliegen der Jugend zu fördern. Diese Medienangebote erreichen jedoch sehr oft gar nicht jene, die damit angesprochen werden sollen. Die Jugendlichen befriedigen ihre Freizeitbedürfnisse in einem Umfeld, das einen Kontrast zur Arbeitswelt (inklusive Schule) bildet und wo Normen und Zwänge der Erwachsenenwelt abgelehnt werden. Eine besondere Bedeutung hat die überdurchschnittliche Nutzung von Videokassetten, Videoclips, Discos, Telespielen und Heimcomputern durch Jugendliche bekommen. Hier hat die Kommunikationsindustrie Medien geschaffen, die offensichtlich der Bedürfnislage vieler Jugendlicher entsprechen. Sie haben einen hohen Unterhaltungswert und sind jederzeit verfügbar. Diese Medien sind so etwas wie Ersatzseelsorger geworden, die die Sehnsüchte vieler verunsicherter Jugendlicher erfüllen.

Zweifellos entsprechen die wenigsten dieser Medien den Forderungen des Papstes. Geeignete Medien, die auch die Sprache ihrer Adressaten sprechen, entstehen jedoch nicht auf blosser Appelle hin. Schon gar nicht, wenn durch sie den Jugendlichen ein christliches Menschen-, Welt- und Wertbild vermittelt werden soll. Hier hätten die Kirchen eine gewaltige pastorale Aufgabe wahrzunehmen, für die jedoch praktisch keine Mittel zur Verfügung stehen. Hier sind offensichtlich die Zeichen der Zeit noch nicht erkannt worden.

Mit freundlichen Grüssen

Franz Ulrich