

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 40 (1988)
Heft: 5

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: 31.01.2025

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

ZOOM

Illustrierte Halbmonatszeitschrift

ZOOM 40. Jahrgang
«Der Filmberater» 48. Jahrgang

Mit ständiger Beilage
Kurzbesprechungen

Titelbild



Dem deutschen Regisseur Jan Schütte ist mit «Drachenfutter» ein eindrücklicher Film zum Asylantenthema gelungen. Mit hintergründiger Ironie und psychologisch genau kalkuliert erzählt Schütte von einem pakistanischen und einem chinesischen Asylanten, die zusammen ein Restaurant aufmachen möchten.

*Bild: Filmcooperative
Zürich*

Fernsehen – Menschen – Bilder

Die Bilder im Medienteil dieser Nummer wurden von Matthias Loretan zusammengestellt und kommentiert. Die Zitate stammen aus der Werbung für Mediengeräte und ihr Zubehör.

Vorschau Nummer 6

Filmfestival Berlin

Nummer 5, 3. März 1988

Inhaltsverzeichnis

Fernsehen als Kulturtechnik 2

- 2 Fernsehen – Menschen – Bilder:
zwischen Aufklärung und Zerstreuung

Forum zum Radio/TV-Gesetz 10

- 10 Kommunikation statt Kommerz
16 Emsige Lobbyisten. Zur parlamentarischen Beratung
des Radio/TV-Gesetzes

Radio kritisch 18

- 18 Eigentlich fehlt uns ja nichts... Radiofonisches
Feature über das DDR-Landleben

Geschichte des Films in 250 Filmen 20

- 20 Meisterwerk aus Japan und Amerika

Film im Kino 23

- 23 Soigne ta droite
25 «man spricht deutsch»
27 Drachenfutter
28 Interview mit Jan Schütte.
An der Realität erprobte Fiktion
32 Moonstruck

Impressum

Herausgeber

Verein für katholische Medienarbeit

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. 50.– im Jahr, Fr. 28.– im Halbjahr (Ausland Fr. 54.–/31.–).
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. 4.–

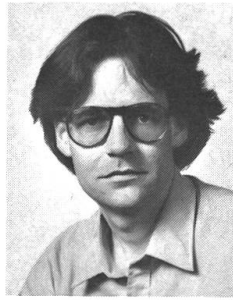
Druck, Administration und Inseratenregie

Stämpfli+Cie AG, Postfach 2728, 3001 Bern, Telefon 031/23 23 23, PC 30-169-8

Bei Adressänderungen immer Abonentennummer (siehe Adressetikette) angeben

Stämpfli-Layout: Jürg Hunsperger

**Liebe Leserin
Lieber Leser**



Ich blättere die ZOOM-Nummern dieses Jahres durch und finde keine einzige Besprechung über einen Beitrag oder ein Sendegefäss am Fernsehen. Auch entsprechende Artikel während des letzten Herbstes lassen sich an einer Hand abzählen. Woran liegt das? Sind die Redaktoren und ZOOM-Mitarbeiter/-innen fernsehmüde geworden? – Was mich betrifft, mag diese Vermutung teilweise zutreffen. Ich sehe weniger fern als noch vor ein paar Jahren und schätze, dass Fernsehen eine geringere Rolle für meine Meinungsbildung spielt. Ganz wenige Sendungen haben sich in meine Erinnerung eingeprägt, haben mir eine neue Einsicht oder ein Gefühl erschlossen. Aus den Programmen, die so inständig mit Design, unterhaltender Präsentation und der Attraktivität von bewegten News für sich selbst werben, bleibt kaum etwas im Gedächtnis haften.

Der bei mir und wohl auch bei der Themenwahl unserer Zeitschrift festgestellte Überdross an bestehenden Fernsehprogrammen hat allerdings nichts zu tun mit einer generellen bildungsbürgerlichen Ablehnung des audiovisuellen Mediums. Im Gegenteil, wir halten dafür, dass das Fernsehen mit seinen Programmen einen wichtigen sinnstiftenden und aufklärenden Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung zu leisten hätte. So fragen wir etwas kritisch nach der geheimen Botschaft der Programmstruktur (7/87) oder nach der Bedeutung des Fernsehens für das kulturelle Selbstverständnis von Immigranten (2/88). In dieser Nummer veröffentlichen wir ein philosophisches Essay über die menschenbildnerischen Möglichkeiten der Television und die sich daraus ergebenden Aufgaben.

Kritisch haben wir uns in den letzten Jahren mit der Organisation und Regelung des Rundfunks aus-

einandergesetzt, zuletzt Urs Jaeggi mit der Botschaft des Bundesrates zum neuen Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG; 23/87). Urs Meier greift diese Diskussion wieder auf und schlägt in dieser Nummer eine Revision des RTVG vor, wie sie von einer medienpolitischen Gruppe der Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationskultur (AfK) beraten wurde. Konsequenterweise vom publizistischen Leistungsauftrag ausgehend, wie ihn die Verfassung festhält, entwirft er eine Ordnung für die elektronischen Medien. Die AfK will mit ihrem Nachfrage-Modell eine Alternative zur schleichen- den Kommerzialisierung des Rundfunks aufzeigen, deren negative Folgen die Botschaft des Bundesrates zwar erkennt, aber ihnen zu wenig entschieden entgegentritt. Der Vorschlag der AfK sieht, ähnlich dem des Bundesrates, eine starke Stellung der SRG vor, die gegen eine mächtige ausländische kommerzielle Konkurrenz die gleichmässige Grundversorgung unseres Landes mit Radio- und Fernsehprogrammen gewährleisten soll. Da auf den relativ kleinen Radio- und Fernsehmärkten der Schweiz in der Regel nur *ein* privater Veranstalter in Ergänzung zur SRG auftreten kann (vgl. Lokalradios), hält die AfK die wirtschaftliche Konkurrenz für wenig tauglich, um den publizistischen Wettbewerb zu beleben. Sie schlägt deshalb im Rahmen des öffentlichen Modells ein Verfahren vor, in dem unterschiedliche Interessen und Geschmäcker sich zu Programmanbietern formieren können. Diese müssen sich allerdings in das beschränkte öffentliche Gut der Kanäle teilen. Sendezeiten und Finanzen erhielten sie entsprechend dem Erfolg beim Publikum sowie entsprechend der Zahl ihrer Mitglieder. Den bestechenden Vorteil des AfK-Modells macht aus, dass es Wettbewerb unter mehreren Veranstaltern aussenplural und doch im Rahmen des öffentlichen Modells organisiert.

Mit freundlichen Grüssen

Matthias Lorekan