

Zeitschrift: Zoom-Filmberater
Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 33 (1981)
Heft: 8

Artikel: Schweizerischer Alltag im Blickpunkt
Autor: Meier, Urs
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-933119>

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: 29.03.2025

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

KOMMUNIKATION + GESELLSCHAFT

Schweizerischer Alltag im Blickpunkt

Beobachtung einer Vorabend-Sendung des Fernsehens DRS

«*Blickpunkt*» wird von Montag bis Freitag zwischen 18.40 und 18.55 Uhr ausgestrahlt. Die Sendung informiert über Ereignisse und Vorgänge in den Regionen der deutschen Schweiz. Wie aber spiegelt sich regionales Geschehen im Fernsehen? Ist das grosse Medium fähig, den Lebensraum der kleinen Leute wahrzunehmen und authentisch zu vermitteln? – Diese Frage ist gerade auch im Hinblick auf die teilweise geforderte Regionalisierung der Medien (Lokalfernseh-Versuche) von Interesse.

Ebenso aktuell ist die Frage, ob es möglich sei, im Vorabend-Programm, das auf die Ansprüche des Werbefernsehens Rücksicht nehmen muss, eine vom Konzept her anspruchsvolle Sendung über die Runden zu bringen. Das Werbefernsehen begnügt sich ja nicht damit, dass seine Spots ausgestrahlt werden. Es versucht auf das «Umfeld» im Programm Einfluss zu nehmen, um die Reklame mit Sendungen zu umgeben, die den Zuschauer für Werbebotschaften empfänglich stimmen. Dafür ist leichte, nicht zu spannende Unterhaltung geeignet, am besten in Form von Serien. Darsteller und Schauplätze, Bildgestaltung und Sprachmuster sollen möglichst dem Stil der Fernsehreklame angeglichen werden. Kann eine Sendung diesem Anpassungsdruck standhalten in einer Zeit der rückläufigen Zuschauerzahlen und der sinkenden Werbeeinnahmen? Sofern bei der SRG nicht allein Zahlen, sondern auch qualitative Argumente ins Gewicht fallen, darf man in dieser Hinsicht einigermaßen zuversichtlich sein.

Akzentverschiebungen im Konzept

Regionalberichterstattung in einem deutschschweizerischen Medium kann nur auf die Ereignisse und Sachverhalte

eingehen, die von allgemeinem Interesse sind. Die Sendung «*Blickpunkt*» will nicht dann und wann einem Dorf das Lokalblättchen ersetzen, sondern sie will regionale Vorgänge von exemplarischer Bedeutung in den Blickpunkt einer schweizerischen Öffentlichkeit rücken. Der Zuschauer soll erkennen, dass die dargestellten Ereignisse und Sachverhalte auch mit ihm selbst etwas zu tun haben. Die Sendung will politisches Bewusstsein wecken, indem sie dem Zuschauer hilft, Auffälliges in Zusammenhängen zu sehen und indem sie ihn für latente Probleme sensibler macht. Die Vorgängersendungen «*Antenne*» und «*Bericht vor acht*» sind mit allerhand Begleitgeräuschen abgesetzt worden. Sie hatten immer wieder Zündstoff für ideologische Auseinandersetzungen geliefert. Ein Blick auf die damaligen Konzeptionspapiere zeigt, dass im «*Blickpunkt*» eine Weiterentwicklung dieser vielgerühmten und vielgeschmähten Vorläufer versucht wird. 1971 hiess es: «Die «*Antenne*» will politische oder gesellschaftliche Ereignisse oder Vorkommnisse registrieren, deren Darstellung das Ziel verfolgt, politisierend zu wirken.» Im Jahr 1974 wurde dann von der folgenden Überlegung ausgegangen: «Der «*Bericht vor acht*» stellt fest, dass die herkömmliche, stark im Zeitungsjournalismus verhaftete Form des «Fernsehreports» wenig geeignet ist, in unseren Zuschauern neue Impulse auszulösen... Darum soll das Gewöhnliche, der Alltag, der «kleine Mann» vermehrt zum Thema werden.»

«*Blickpunkt*» steht in dieser journalistischen Tradition: «Wir müssen den Zuschauer durch unsere Sendung betreffen und in seiner komplexen Umwelt entscheidungs- und handlungsfreudiger machen» (aus einem Grundsatzpapier von 1977). Im Konzept 1980 wird schliesslich festgehalten, das mehrheit-



«Blickpunkt»: kühle Titelgrafik

lich weniger gebildete Publikum des Vorabend-Programms solle für Probleme aus seiner unmittelbaren Umgebung sensibilisiert werden. Die Sendung möchte Hilfe leisten beim Erfassen politischer Strukturen und beim Durchschauen von Zusammenhängen des gesellschaftlichen Lebens. Es geht also auch hier darum, den Zuschauer zu politisieren, und zwar in dem Sinne, dass er seine politischen Rechte und Einflussmöglichkeiten nutzen lernt. Das Fernsehen hofft so, langfristig einen Beitrag zur Entwicklung demokratischen Verhaltens leisten zu können.

Thematische Vielfalt mit deutlichen Schwerpunkten

Dem Konzept entsprechend, ist die Palette der Themen im «*Blickpunkt*» sehr breit. Sie reicht vom Abbruch einer Quartierbeiz bis zur Eröffnung einer Moschee, von ungewöhnlichen Werbemethoden zur Rekrutierung von Polizisten bis zum Kampf gegen Sexualekunde-Un-

terricht, von den Auswirkungen des Gotthard-Autotunnels bis zu den Problemen alleinstehender Frauen bei der Wohnungssuche, vom Dorfstreit bis zur Senioren-Disco. Durch Zufälligkeiten oder durch aktuelle Konstellationen kommt es manchmal zu Häufungen in regionaler oder thematischer Hinsicht. So ergab sich kürzlich eine eigentliche Basler Woche, und in jüngster Zeit fiel der Themenbereich des Wohnens und Lebens in der Stadt durch zahlreiche Beiträge auf.

Nicht immer gelingt es, den anspruchsvollen Kriterien gerecht zu werden. Information wird erst dann zum Exempel, wenn sie sich vom Bild, vom Ambiente her mitteilt. Beiträge, die lediglich bebilderte Reportagen sind, können zwar durchaus interessant sein, aber sie geben dem Zuschauer nicht die Möglichkeit jenes Einfühlens, das Betroffenheit bewirkt.

Zwei Beispiele von «*Blickpunkt*»-Beiträgen der letzten Wochen mögen zeigen, wie es gelingen kann, den Zuschauer zur Teilnahme einzuladen. «*Blickpunkt*» berichtete über das Ende eines zehnjährigen Versuches mit Kleinschreibung in einer Gemeindeverwaltung. In den Gesichtern der Befragten war Resignation

zu lesen. Hinter der freundlichen Sachlichkeit war die grosse Enttäuschung zu spüren, die nichts mit Orthografie zu tun hatte. Menschen hatten die Unmöglichkeit einer Veränderung erlebt. Der Ausdruck dieser Stimmung machte den fünfminütigen Beitrag zu einem Dokument von exemplarischer Bedeutung.

Auf ähnlich unpräzise Weise machte ein Beitrag über die Davoser Kehrichtabfuhr auf die Problematik des Tourismus aufmerksam. Es wurden die Bauern bei der Arbeit gezeigt, die in der Hochsaison Abfallsäcke aufladen und Müllcontainer kippen. Schliesslich erfuhr man, dass der Kehricht mit dem Zug zur Verbrennung ins Unterland verfrachtet wird, weil man die gute Davoser Luft ja nicht verpesten will. Ein kühler Beitrag ohne aufklärerisches Pathos. Die metallischen Geräusche und die verschlossenen Gesichter gaben dem Film eine Eindringlichkeit, die auf keinen beschwörenden Kommentar angewiesen war.

Schwierigkeiten mit ländlichen Sujets

Trotz intensivem Bemühen der Redaktion kommen ländliche Regionen eher zu kurz. Die Gründe liegen zum einen darin, dass die Mitarbeiter mehrheitlich eine urbane Lebensweise gewöhnt sind. Sie finden zur ländlichen Welt schwerer den Zugang als zur städtischen. Die Schwierigkeiten mit der Berichterstattung vom Land machen aber auch bewusst, dass Fernsehen ein Bestandteil der städtisch-technischen Zivilisation ist. Es kann zwar durchaus Erscheinungsformen des Lebens im ländlichen Raum darstellen. Wenn es aber nicht die fiktionale Gestaltung wählt (Fernsehspiel, Literaturverfilmung), sondern mit den Betroffenen und Handelnden zusammen eine reale Berichterstattung anstrebt, so trägt es in die dargestellte Welt unweigerlich etwas Fremdes hinein. Die Arbeit der Fernseh-Equipe wird mehr oder weniger als Störung erlebt, ein Stück weit auch als Bedrohung. Innerhalb des Dorfes bleiben die Auswirkungen zwischenmenschlicher Kommunikation überschaubar. Durch den Be-

richt im Fernsehen bekommt sie eine unkontrollierbare Breitenwirkung. Von da her wird es begreiflich, dass Konfliktparteien dem Fernsehreporter gegenüber oft verschlossen oder abweisend sind. In der Stadt ist das anders. Hier gehört öffentliche Auseinandersetzung zum kulturellen Leben. Die agierenden Personen sind durch ihren öffentlichen Status bis zu einem gewissen Grad geschützt. Im Dorf jedoch gibt es die Distanz zwischen der öffentlichen und der privaten Sphäre kaum.

Dennoch ist davon auszugehen, dass das Fernsehen auch für den ländlichen Raum einen publizistischen Auftrag hat. Es muss die Probleme des gesellschaftlichen Zusammenlebens auch in diesem Bereich kritisch, fair und angemessen zur Darstellung bringen. Dazu kann auch gehören, dass es Dinge zur Sprache bringt, die man lieber verschweigen möchte, oder dass es im einzelnen Beitrag einseitig ist, weil sonst stets nur die andere Seite in Erscheinung tritt. Die Beobachtung zeigt, dass die «*Blickpunkt*»-Reporter in dieser Hinsicht zurückhaltend sind. Sie sind sich bewusst, dass sie als Eindringlinge kommen. Markus Jakob hat ihnen deshalb in seinem Artikel über die «*Blickpunkt*»-Serie «*Dorfkönige*» (ZOOM-FB Nr. 5/81) mangelndes Selbstvertrauen und journalistische Positionslosigkeit vorgehalten. Er sähe lieber den harten Interviewer, der seinen Gesprächspartnern nichts schenkt und als ebenbürtiges Gegenüber auf dem Bildschirm erscheint.

«Hearing-Journalismus» oder «teilnehmende Beobachtung»?

Der «*Blickpunkt*» pflegt den harten Fragestil vor allem bei klar abgrenzbaren Sachfragen, die zwischen bestimmten Gruppierungen strittig sind. In der Darstellung wird dann vorzugsweise der Gegenschnitt verwendet: Zwei getrennt aufgenommene Interviews zur selben Sache werden so zusammenmontiert, dass die kontroversen Aussagen zu einzelnen Sachaspekten je aufeinander folgen und so direkt vergleichbar sind.



«Blickpunkt» befragt Lehrlinge zu ihrem Beruf (19. März, 18.40 Uhr).

Insgesamt kommen solche «Verhör-Interviews» beim «*Blickpunkt*» nicht oft vor. Die zurückhaltenderen Formen überwiegen. Die Reporter zeigen sich selten im Bild (was unter anderem auch technische Gründe hat: Es wären sonst zwei Kameras erforderlich). Sie bleiben nicht nur visuell, sondern auch als vermittelnde Fernsehmacher im Hintergrund. Ihr Platz ist nicht so sehr das Vis-à-vis zum Dargestellten, sondern eher der neben dem Zuschauer. Mit ihm zusammen beobachten sie. Oft deuten sie zwar auf etwas hin, aber sie neigen wenig dazu, behrend auf den Zuschauer einzuwirken.

Es gehört zum «*Blickpunkt*»-Konzept, dass der Reporter sich darauf verlässt, der Zuschauer werde aus der Darstellung seine eigenen Schlüsse ziehen, er sei in der Lage, etwa in einem Gespräch auch die Zwischentöne zu hören und zu verstehen oder eine selbstgefällige Pose zu durchschauen.

Erfahrungen mit anderen Sendungen oder sonstigen publizistischen Darstellungen zeigen, dass der harte Fragestil dem Interviewten nicht unbedingt nahetritt. Je forscher die Journalisten fragen, desto mehr konzentriert sich der Befragte auf Abwehr und Verteidigung. Gerade Politiker sind oft sehr routiniert im Abschmettern angriffiger Fragen. Ein zurückhaltender Fragestil lässt dem Befragten viel eher die Möglichkeit, den Gang des Interviews mitzubestimmen. Es besteht die Möglichkeit, dass der Befragte sich selber inszeniert.

Damit taucht ein neues Problem auf. Nicht selten können sich solche Selbstdarstellungen für die betreffende Person fatal auswirken. Wer vor der Kamera eine extreme Haltung einnimmt (dafür braucht es nicht viel; die Bandbreite der Normalität ist hier recht schmal), der hat mit ungeahnten Reaktionen zu rechnen. Telefonanrufe zu allen Tageszeiten, anonyme Briefe, Schwierigkeiten mit Arbeitgebern, Vermietern und Nachbarn können die Folge sein. Es gehört zur journalistischen Verantwortung des Reporters, seine Gesprächspartner wenn möglich vor sol-

chen Folgen zu schützen; allenfalls auch gegen deren Willen. Wer nicht sehr viel Erfahrung im Umgang mit Medien hat, kann in einem solchen Fall die Folgen seines Auftritts am Bildschirm kaum abschätzen. Für den Reporter ist es in jedem einzelnen Fall ein heikles Abwägen.

Beschwerden von aussen und interne Nörgeleien

Wer das Konzept der Sendung kennt, wird sich darüber im klaren sein, dass sie hier und da ärgerliche Reaktionen auslösen wird. Im vergangenen Jahr waren es fünf formelle Beschwerden, die in umständlichen Prozeduren im Rahmen der SRG behandelt werden mussten. (Es wird sich zeigen, ob das seit Anfang März gültige Gegendarstellungsrecht hier eine Entlastung bringen wird.)

Problematisch ist weniger die Tatsache, dass «*Blickpunkt*» recht oft zu Reklamationen Anlass gibt, als vielmehr die Art, wie intern damit umgegangen wird. Die vorgesetzten Instanzen gehen nämlich bei ihrer Beurteilung der einzelnen Fälle nicht von klaren Kriterien aus. Die Konzeption des «*Blickpunkt*» von 1980 ist nie auf höherer Ebene diskutiert worden. Sie wurde weder offiziell genehmigt noch abgelehnt, und es wurden auch nie Modifikationen verlangt. Deshalb ist die «Konzeption 80» ein redaktionsinternes Papier geblieben, obschon sie durchaus praktikable Massstäbe zur Beurteilung strittiger Fälle enthält.

Kritik, die sich nicht auf klar umschriebene Kriterien stützt, gerät leicht zur Nörgelei. So kommt es, dass man von den «*Blickpunkt*»-Verantwortlichen zwar bei jeder Gelegenheit möglichst aktuelle, kurzfristig produzierte Berichte fordert, dass man im Konfliktfall dann aber doch ganz andere Massstäbe als bei Aktualitätensendungen anlegt. Es würde keinen grossen Aufwand kosten, diesen lähmenden Unklarheiten abzuhelpfen und für die Programm-Macher eine klare Situation zu schaffen. Warum tut man es nicht?

Das Schweizer Fernsehen hat allgemein Mühe mit der Beschaffung von Inland-

Informationen für seine Aktualitätensendungen. Bilder von unvorhergesehenen Ereignissen in Japan oder in den USA sind meist rascher zur Verfügung als solche aus dem Emmental oder aus dem Bündnerland. Im Inland besteht kein Nachrichtennetz von der Art, wie es international zur Verfügung steht. Zwar hat man sich in der SRG nun daran gemacht, für das Fernsehen regionale Korrespondentenstellen einzurichten, die im allgemeinen mit den Programmstellen des Radios zusammenarbeiten sollen. Es ist jedoch fraglich, ob dieses System gerade der Sendung «*Blickpunkt*» sehr viel Nutzen bringen kann. Ein Korrespondent, der bei Bedarf die «*Tagesschau*», das «*Karusell*», das «*CH-Magazin*» oder eben den «*Blickpunkt*» beliefern soll, wird Schwierigkeiten haben, sich mit den Besonderheiten des jeweiligen Sendegefässes genügend vertraut zu machen. Vielversprechender wäre wohl eine Dezentralisierung des «*Blickpunkt*»-Teams.

Bisher (und vermutlich auch in der näheren Zukunft) ist es so, dass «*Blickpunkt*» seine Informationen hauptsächlich aus der regionalen Presse bezieht. Jeden Morgen werden einige Dutzend Zeitungen systematisch ausgewertet, um Hinweise auf interessante Sujets zu finden. Für den verantwortlichen Reporter bleibt die Zeit für eigene Recherchen dann meistens knapp, da die aktualitätsbezogenen Beiträge innert zwei bis vier Tagen fertiggestellt sein müssen.

Das «Blickpunkt»-Image: intellektuell und etwas humorlos

Im Kampf um die Publikumsgunst hat «*Blickpunkt*» neben «*Karusell*», dem schmissig präsentierten Jahrmarkt der Kuriositäten, einen schweren Stand. Ein Vergleich zwischen den Titelsigneten beider Sendungen sagt schon alles: «*Karusell*» stellt sich mit einem nostalgischen Rösslispiel visuell und musikalisch beschwingt vor, während «*Blickpunkt*» eine kühle Titelgrafik mit jazzig-intellektueller Musik an den Anfang setzt. Wenn dann Leon Huber in der monotonen Sachlichkeit des Nachrich-

tenmannes die Schlagzeilen spricht, dann weiss jeder: dies ist eine ernsthafte Sendung, der «Karussell»-Spaß ist nun vorbei.

Vor wenigen Jahren hat die regionale Aktualitätensendung die Studio-Moderation aufgegeben. Die Beiträge werden heute lediglich durch Schlagzeilen kurz eingeführt. Das persönliche Ansprechen des Zuschauers wird geradezu vermieden. Das kühle Erscheinungsbild der Sendung wird heute vom «Blickpunkt»-Team ziemlich einhellig als Mangel empfunden. «Blickpunkt»-Chef Peter Züllig möchte so bald als möglich zur Live-Moderation im Studio zurückkehren. Er strebt damit keine Umwandlung in Richtung Show an. Die Vorstellungen gehen vielmehr dahin, die Beiträge durch die Art der Präsentation gewissermassen ein paar Schritte näher ans Publikum heran zu bringen. Der Moderator könnte etwas über den Entstehungsprozess der Beiträge sagen, die Reporter würden den Zuschauern ge-

entlich etwas von den Freuden und Belastungen ihres Berufes erzählen, bei aktuellen Themen wären jeweils die neuesten Entwicklungen ergänzend zu nennen.

Es wäre den Versuch wert, die gut konzipierte und im allgemeinen journalistisch seriös gemachte Sendung etwas lockerer, unterhaltender und publikumsnäher zu präsentieren. Damit wäre nicht nur eine äusserliche Aufwertung erreicht, sondern auch eine bessere Übereinstimmung von Erscheinungsbild und inhaltlichem Konzept. «Blickpunkt» will ja Themen vorstellen, die dem Zuschauer nahe liegen (und oft auch nahe gehen). Das verträgt sich schlecht mit der distanzierten Kühle. Allerdings muss bei jeder Image-Änderung vermieden werden, dass die Sendung nach den Regeln des «Werbe-Umfelds» zu rechtgemodelt wird. Ich möchte jedenfalls diesen Kontrast im Vorabend-Programm nicht missen.

Urs Meier

FILMKRITIK

Christiane F. – Wir Kinder vom Bahnhof Zoo

BRD 1981. Regie: Ulrich Edel
(Vorspannangaben s. Kurzbesprechung 81/104)

Ett anständigt liv (Ein anständiges Leben)

Schweden 1979. Regie: Stefan Jarl
(Vorspannangaben s. Kurzbesprechung 81/102)

Filme zur Drogenszene gibt es inzwischen eine ganze Menge – dokumentarische und fiktive. Was sie bewirken, ist kaum bekannt. Die zunehmende Zahl von Drogenabhängigen in immer jugendlicherem Alter lässt darauf schlies-

sen, dass die abschreckende Wirkung gering ist. Nicht wenige behaupten sogar, die gutgemeinten Filme erreichten das pure Gegenteil ihrer Absicht, indem sie labile Jugendliche erst auf den Gedanken brächten, Drogen zu konsumieren. Nun fragt Film ja nicht in erster Linie nach allfälligem Nutzen – wie das beispielsweise Literatur oder bildende Kunst auch nicht tun –, sondern versteht sich als Fenster, das Einblick in eine Situation vermittelt. Dennoch werden die beiden jetzt eben in der Schweiz angelaufenen Filme zur Heroin-Szene – «Christiane F. – Wir Kinder vom Bahnhof Zoo» und «Ett anständigt liv» – besonders sorgfältig daraufhin zu prüfen sein, ob sie der Absicht einer Aufklärung zur Drogenproblematik zu genügen vermögen.

Zumindest im Falle von «Christiane F. –