

Zeitschrift: Zoom-Filmberater
Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 33 (1981)
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: 29.03.2025

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

ZOOM-FILMBERATER

Illustrierte Halbmonatszeitschrift für Film, Radio, Fernsehen

Nr. 17, 2. September 1981

ZOOM 33. Jahrgang

«Der Filmberater» 41. 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 01/20155 80

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

Ständiger Mitarbeiter der Redaktion: Matthias Loretan

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

Bücher zur Sache
32 Rainer Werner Fassbinder

- Kommunikation und Gesellschaft
2 Algerischer Film: vom Krieg zum Alltag
8 Amerikanisches Kino der fünfziger
Jahre, zur Retrospektive des Festivals
von Locarno
Filmkritik
12 *Winterstadt*
16 *The Stunt Man*
18 *Bongo Man*
20 *What's up, Tiger Lily?*
21 Film im Fernsehen: *Il prato*
TV/Radio – kritisch
23 «Ein Tag auf dem Bauernhof»,
Karussell-Marathon
28 «Ein Fall für zwei», neue Krimireihe
im Fernsehen DRS

Titelbild

Nach dem «positiven Film» «Padre Padrone»
drehten Paolo und Vittorio Taviani «Il prato»,
einen Film über die Unmöglichkeit der Liebe.
Die Geschichte von zwei Männern und einer
Frau, die für kurze Zeit an einem traumhaft
schönen Ort zusammenkommen, wird zur
Abhandlung über die Resignation.

LIEBE LESER

für den 28. September, wenn die *Tagesschau* von der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) definitiv in die Verantwortung der Regionaldirektion DRS entlassen wird, plant das Deutschschweizer Fernsehen den Start eines neuen Informationsblocks. Er soll um 19.05 Uhr mit einem 20minütigen *Regionalmagazin*, das den «*Blickpunkt*» ablöst, beginnen. 19.30 Uhr soll dann wie gewohnt die *Tageschau* folgen. Mit «*Sport in Kürze*» bis gegen 19.55 Uhr wird der Nachrichtenblock abgeschlossen. Die neue Programmplanung zwischen sieben und acht bringt eine Annäherung an die für die Programmstruktur 1984 zu erwartende «*front page*», wie sie Fernseh-Programmdirektor Ulrich Kündig vorschwebt. Ein Informationsblock von einer Stunde, der die Bereiche Ausland, Inland, Region, Wirtschaft, Kultur und Sport umfasst, soll dannzumal täglich vor Beginn des Hauptabendprogramms ausgestrahlt werden. Zu welcher Zeit es beginnen soll, steht heute noch nicht fest. Möglich, dass die neue Programmgestaltung zwischen sieben und acht Uhr, der wohl die Bedeutung eines Experimentierfelds zukommt, neue Erkenntnisse vermittelt.

Zweifelloos begrüßenswert ist, dass die von der Werbewirtschaft geforderte grössere Programmattraktivität für einmal nicht über Konzessionen an den dem Publikum zu Unrecht unterschobenen schlechten Geschmack, also über Niveausenkung, gesucht wird, sondern über den Ausbau der regionalen Information. Umfangreiche Vorarbeiten sind dafür getroffen worden, unter anderem die Entsendung von Korrespondenten in die Regionen, wo eine Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern der Radio-Regional-Journeaux aufgebaut wird. Und zusätzlich zu den von Moderatoren präsentierten gestalteten Filmbeiträgen soll inskünftig auch ein Nachrichtenblock gesendet werden. Eine Verstärkung der regionalen Information auch über das Fernsehen ist vor allem für die Bewohner jener Gebiete wichtig, die als Folge der Pressekonzentration nur noch über eine Quelle mit lokalen Nachrichten versorgt werden.

Weniger erfreulich allerdings ist, dass die verstärkte regionale Information zum Teil auf Kosten eines Bereichs erfolgt, der für den Fernsehzuschauer von nicht minderer Bedeutung ist: die Wirtschaftsnachrichten und Konsumenteninformation. Der «*Kassensturz*», vor etlicher Zeit schon unter massivem Protest vom Haupt- ins Vorabendprogramm versetzt, wird durch die Neugestaltung noch weiter an den Programmrand gedrängt. Schon um 18.30 Uhr wird er inskünftig ausgestrahlt, und man kann den Leiter dieser nach wie vor populär und im allgemeinen gut gemachten Sendung, Peter Wettler, verstehen, wenn er die Vorverlegung als «Strafversetzung in den Bereich der Belanglosigkeit» empfand und den Rücktritt eingereicht hat. Dass das Magazin, das sich engagiert für die Konsumenten einsetzt und für deren Aufklärung und Orientierung viel unternimmt, zu so ungünstiger Zeit gesendet wird, müsste übrigens auch SRG-Generaldirektor Leo Schürmann beschäftigen: Bei seinem Amtsantritt hat er sich doch vehement für mehr und bessere (das heisst wohl auch besser plazierte) Wirtschaftsinformation verwendet.

Dass es nicht gelungen ist, den «*Kassensturz*» in den Informationsblock zu integrieren oder ihm, was ja auch eine Lösung gewesen wäre, wieder den gebührenden Platz im Hauptabendprogramm zuzuweisen, lässt den bösen Schluss einer massiven Einflussnahme der Werbetreibenden auf die Programmgestaltung nicht nur des Vorabendprogramms zu. Man wird jetzt endlich zur Kenntnis nehmen müssen, dass auch beschränkte und kontrollierte Werbung in den Massenmedien zu Abhängigkeiten führt, die keineswegs im Interesse der Mehrheit der Bevölkerung liegen. Wenn einer weiteren Kommerzialisierung der elektronischen Massenmedien nicht jetzt der Riegel geschoben wird, laufen wir Gefahr, bald nur noch mit Informationen versorgt zu werden, deren Absicht die Herstellung kognitiver Konsonanz für die Aufnahme von Werbespots ist.

Mit freundlichen Grüßen

