

Zeitschrift: Zoom-Filmberater
Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 34 (1982)
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: 16.03.2025

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

ZOOM-FILMBERATER

Illustrierte Halbmonatszeitschrift für Film, Radio, Fernsehen

Nr. 5, 3. März 1982

ZOOM 34. Jahrgang

«Der Filmberater» 42. 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

Ständiger Mitarbeiter der Redaktion: Matthias Loretan

Abonnementsgebühren

Fr. 36.– im Jahr, Fr. 22.– im Halbjahr
(Ausland Fr. 42.–/25.–).

Studenten und Lehrlinge erhalten gegen Vorweis einer Bestätigung der Schulen oder des Betriebes eine Ermässigung
(Jahresabonnement Fr. 31.–/
Halbjahresabonnement Fr. 20.–,
im Ausland Fr. 36.–/22.–).
Einzelverkaufspreis Fr. 2.50

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 Teletext – Gehversuch mit einem neuen Medium:
– Elektronische Informationshappchen
- 7 – Die Kirchen und der Teletext
- Filmkritik
- 10 *The French Lieutenant's Woman*
- 13 *Malou*
- 16 *Body Heat*
- 17 *Vampyr ou l'étrange aventure de David Gray*
- TV/Radio – kritisch
- 19 Entdeckungsreise am Rand der Gesellschaft
- 22 Brasil – Akustisches Porträt eines südamerikanischen Landes
- 24 Eine Diskussion als Fernsehereignis

- Film im Fernsehen
- 26 *Die Leidenschaftlichen*
- 30 Bücher zur Sache
- 31 Forum der Leser

Titelbild

Seit Oktober 1981 ist «Teletext» im Versuchsbetrieb. Dabei handelt es sich nicht nur um eine neue Technik der Nachrichtenübermittlung, sondern um ein neues Medium mit besonderer Charakteristik. Mit Möglichkeiten und Problematik des Teletexts befassen sich die kirchlichen Beauftragten Urs Meier und Paul Jeannerat in dieser Nummer.

Bild: Fernsehen DRS

LIEBE LESER

am 15. Februar hat die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) neue *Programmgrundsätze* in Kraft gesetzt. Die 15 Grundsätze legen aufgrund der Konzeption und des SRG-Leitbildes vom April 1981 gesamtschweizerisch den Rahmen für die Programmarbeit bei Radio und Fernsehen fest. Sie gelten für «die Mitarbeiter aller Stufen, die zu Konzeption, Auswahl und Verwirklichung der Programme beitragen, für alle journalistisch-dokumentarischen Sendeformen und Programmbereiche; sinngemäss für alle übrigen Sendeformen und Programmbereiche». Was für Informationssendungen, Dokumentarberichte, Magazine wie «Kassensturz» und «Spuren» verpflichtende Grundsätze sind, gilt etwa für Unterhaltungs- und Sportsendungen, für Serien und Kinofilme nur noch «sinngemäss». Je näher sich also beispielsweise Informationssendungen mit der gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Realität befassen, desto stärker werden die Medienschaffenden in die Pflicht genommen. Diese Politik kann wohl zu einer Entspannung zwischen den Monopolmedien und den verschiedenen Interessen- und Meinungsgruppen des Publikums führen, gleichzeitig aber auch einen Verlust an Profil (sofern vorhanden) und eine Anpassung an herrschende Mächte auf Kosten von Minderheiten bewirken. Zwar wird im Grundsatz 13 (die SRG scheint nicht abergläubisch zu sein – oder doch?) ausdrücklich die Gestaltungsfreiheit festgeschrieben: «Die Freiheit der Mitarbeiter, die Sendungen inhaltlich und formal zu gestalten, ist im Rahmen der vorliegenden Grundsätze gewährleistet. Sie berechtigt und verpflichtet die SRG und den Mitarbeiter, sich allen Druckversuchen zu widersetzen und sich nicht in den Dienst von Interessengruppen zu stellen.» Was ist, wenn *innerhalb* der SRG-Hierarchie Druckversuche und Interessengruppen ihr hässlich Haupt erheben?

Im einzelnen umschrieben werden die Pflicht zur umfassenden Orientierung des Publikums, zur Widerspiegelung der Vielfalt der Fakten und Meinungen, zur Ausgewogenheit, zur Sorgfalt, zur Sachlichkeit, zur Trennung von Fakten und Meinungen, zur Achtung vor Person und Meinung anderer, zur Information gegenüber Mitwirkenden. Damit hat sich die SRG so etwas wie einen Ehrenkodex gegeben, der den praktisch brauchbaren Rahmen schafft, in dem sich eine verantwortete Medienfreiheit entwickeln kann, der eine Selbstbeschränkung der Medienmacht bedeutet und dennoch die Erfüllung des Programmauftrags gewährleistet, und auf den schliesslich in Konfliktfällen zurückgegriffen werden kann.

So unabdingbar die erwähnten Berufspflichten für Medienschaffende sind, so könnte ihre Festschreibung in Grundsätzen noch eine andere Wirkung haben, nämlich die, Radio- und Fernsehen möglichst aus den Niederungen von Auseinandersetzungen und Konfrontationen herauszuhalten. Indem jedoch Radio und Fernsehen auf eine Art Sockel der Unfehlbarkeit, Fairness und Sachlichkeit gestellt werden, wird da nicht gerade jener «besonderen Wirkung von Radio und Fernsehen» Vorschub geleistet, deren Berücksichtigung Grundsatz 3 verlangt: «Der Mitarbeiter trägt dem Umstand Rechnung, dass Radio und Fernsehen mehr als andere Medien gefühlsmässige Wirkungen erzeugen und beim Publikum irrationale Reaktionen auslösen oder verstärken können.» Könnten Misstrauen, Vorurteile und Angst gegenüber den Monopolmedien nicht besser durch die Förderung des Bewusstseins abgebaut werden, dass Radio und Fernsehen auch nur Menschenwerk sind, wo Fehler begangen werden (können)?

Im übrigen sind bei all dem die SRG-Mitarbeiterinnen fein raus, ist doch in den Programmgrundsätzen nur «der Mitarbeiter» aufgeführt...

Mit freundlichen Grüssen

