

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 37 (1985)
Heft: 19

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: 30.03.2025

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

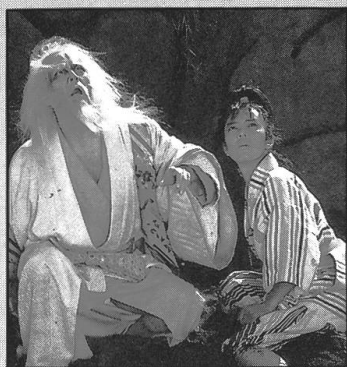
Zoom

Illustrierte Halbmonatszeitschrift

ZOOM 37. Jahrgang
«Der Filmberater» 45. Jahrgang

Mit ständiger Beilage
Kurzbesprechungen

Titelbild



Akiro Kurosawas «Ran» (Chaos), inspiriert von Shakespeares Tragödie «King Lear», spielt im feudalistischen Japan des 16. Jahrhunderts. Der Film ist eine gewaltige Parabel über den verhängnisvollen Umgang mit der Macht, der zum Zerfall einer Ordnung und zu apokalyptischen Kämpfen führt. – Der verstossene Herrscher (Tatsuya Nakadai) und sein Hofnarr (Masayuki Yui).

Bild: Challenger Films

Vorschau Nummer 20

Mediengesetzgebung in der Schweiz

Neue Filme:
«Fetish & Dreams» von Steff Gruber
«Mishima» von Paul Schrader

Nummer 19, 2. Oktober 1985

Inhaltsverzeichnis

Thema Luis Buñuel 2

- 2 Mein Platz ist im Geheimnis

Film im Kino 7

- 7 Ran
13 The Purple Rose of Cairo
16 Alsino y el Condor
18 A Test of Love
20 Mad Max Beyond Thunderdome
21 Fletch
22 Lieber Vater

Film am Bildschirm 25

- 25 Beschreibung eines Lebensgefühls in Bildern:
«Nie wieder – bis zum nächsten Mal»
27 «Ich bin einfach wütend. Basta!» – Interview mit Gertrud Pinkus

Film aktuell 30

- 30 Die «Göttliche»: Greta Garbo
32 Auf kollegiale Hilfe angewiesen: Die Cinemateca de Nicaragua

Impressum

Herausgeber

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

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**

«Die SRG bringt, was ihre Journalisten für wichtig halten; wir werden bringen, was das Publikum will.» So tönte Michael Ringier, der Direktionspräsident der Ringier AG, anfangs September an einer Tagung der Freisinnig-Demokratischen Partei des Kantons Zürich zum Thema «Medienlandschaft im Umbruch». Ringier plant zusammen mit Roger Schawinski ein privates Zürcher Regionalfernsehen («Zürivision»), das bei täglich drei Programmstunden pro Jahr 8,4 Millionen Franken kosten wird und sich deshalb finanziell auf eine längere Durststrecke einrichten muss. Da werden also Millionen verpulvert, um das liebe Publikum endlich mit einem Wunschprogramm zu beglücken, das offenbar ganz anders aussehen wird als das publikumsfeindliche Journalistenfernsehen der bösen SRG. Diese Herren Ringier, Schawinski & Co. müssen die reinsten Philantropen sein ...

Ich weiss nicht, was an diesem Ringier-Spruch ärgerlicher ist, seine Arroganz oder seine Dummheit. Jedenfalls hält der Verlagsboss eben jenes Publikum, als dessen Anwalt er sich aufspielt, unverfroren für dumm. Denn geplant ist nicht ein wirklich publikumsfreundliches, sondern ein in erster Linie werbefreundliches Fernsehen. Und dazu braucht es offenbar keine Journalisten, die kompetent ein Programm gestalten können, sondern mit Antennen versehene Windfahnen, die sich nach den Wünschen des Publikums richten. Und nach welchem Publikum? Jenem von der Zürcher Goldküste oder jenem in den Zürcher Altersheimen? Die Kaufkraft von beiden ist so unterschiedlich, dass man nicht dreimal raten muss, welches eine künftige Zürivision mit seinem Wunschprogramm häufiger beglücken wird.

An der gleichen Veranstaltung hat Radio-Z-Programmleiter Hanspeter Meng festgestellt: «Wenn der Spruch (Wer zahlt, befiehlt) irgendwo gilt, dann im Medienbereich» (Tages-Anzeiger vom 7./8. September). Er begründete damit seine Ablehnung des Basler Modells (die SRG betreibt eine vierte Sendekette, in die private Lokal- und Regionalprogramme eingebracht werden können; siehe Editorial in ZOOM 13/85), weil er befürchtet, private Programmanbieter würden dort zu sehr von der SRG abhängig werden. Wenn das schon beim Basler Modell der Fall sein soll, dann sehe ich nicht ein, wie sich diese schlimme Abhängigkeit ausgerechnet beim Privatrado und -fernsehen, das in viel höherem Masse von Geldgebern (Werbekunden) abhängig ist als die SRG, plötzlich in Freiheit und Unabhängigkeit verwandeln soll.

Im Klartext sagen diese verbalen Vernebelungsaktionen doch nur eines: Man will Radio- und Fernsehprogramme basteln, die vorgeben, sich an Konsumentenbedürfnissen zu orientieren, in Wirklichkeit jedoch von knallharten marktwirtschaftlichen Überlegungen dominiert werden, die nicht von Konzessionsverpflichtungen wie sie die SRG zu erfüllen hat, eingeengt sein wollen. Nicht «Freier Dienst am Hörer und Zuschauer», sondern «Freie Fahrt der Marktwirtschaft» ist die Devise. Dazu sollte man doch wenigstens offen stehen können.

Mit freundlichen Grüßen