Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Zoom-Filmberater**

Band (Jahr): **32 (1980)**

Heft 13

PDF erstellt am: **06.06.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

ZOOM-FILMBERATER

Illustrierte Halbmonatszeitschrift für Film, Radio, Fernsehen

Nr. 13, 2. Juli 1980

ZOOM 32. Jahrgang «Der Filmberater» 40. 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 01/201 55 80

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

Kommunikation und Gesellschaft
2 Dritte Welt im Radio und Fernsehen DRS
6 Schlägt Hoffnung in Resignation um? (Satelliten-Telekommunikation und Dritte Welt)
10 Entwicklungspolitische TV-Berichterstattung: ungenügend
15 Video – von der Uni auf die Strasse
Video als dialogisches Medium
Persönliche Bemerkungen über das Filmen in der Bewegung

Filmkritik
19 *1 + 1 = 3*
22 *Bad Timing*
24 *Rude Boy*
27 *The Mupped Movie*
28 *Die dritte Generation*

TV/Radio-kritisch
30 Rundown mit Ron: Scientology Schweiz im Zwielicht

Forum der Leser
33 Ein zu billiges Sonntagsvergnügen

Titelbild

Massenmedien und Dritte Welt: In den Entwicklungsländern spielen Radio und Fernsehen eine nicht unwesentliche Rolle bei der Ausbildung und Weiterbildung der Bevölkerung. Darin ist auch ein Grund für die grossen Erwartungen zu finden, die viele Entwicklungsländer für neue Kommunikationssysteme wie beispielsweise den Satellitenfunk haben.

Bild: KEM-Fotodienst

LIEBE LESER

verschiedene Beiträge in der vorliegenden Nummer befassen sich mit zwei Bereichen – Medien und Dritte Welt sowie Videoarbeit im Umfeld der Zürcher Jugendkrawalle –, die auf den ersten Blick nichts miteinander zu tun haben. Und doch, gewisse Parallelen drängen sich geradezu auf. Die Dritte Welt sieht sich einer geballten Macht der Industrieländer gegenüber. Wirtschaftsinteressen, Grosstechnologie, Bildungs- und Kommunikationssysteme beeinflussen Lebensformen und Grundbedürfnisse in den Entwicklungsländern. Die Wirkung und das Gewicht dieser exportierten «Zivilisationsgüter» werden noch dadurch verstärkt und verschärft, weil sie rivalisierenden globalen politischen und ideologischen Zielen dienen müssen. In diesem Spannungsfeld zwischen politisch-ideologischen Machtinteressen, wirtschaftlichen und kulturellen Einflusssphären haben es die Entwicklungsländer immer schwerer, ihre eigene Identität zu finden und zu behaupten, nach eigenen Werten zu leben und eigene Formen der gesellschaftlichen, ökonomischen und kulturellen Entwicklung zu erproben. In diesem spannungsreichen, vielschichtigen Identitäts- und Entwicklungsprozess spielen die Medien eine zunehmend wichtigere Rolle, die sie jedoch nur erfüllen können, wenn Presse, Film, Radio und Fernsehen der Selbstdarstellung und -artikulation dienen.
Auch die Jugendlichen, die auf die Strasse gingen und Krawall schlugen, sehen sich von Mächten bedrängt, gegenüber denen sie sich ohnmächtig fühlen: Leistungs- und Konsumdruck, Verminderung der Lebensqualität durch Umweltzerstörung, Verringerung des Lebensraumes durch das Niederreissen alter Häuser, die durch Neubauten ersetzt werden, deren Zinsen nur noch Banken, Geschäfte oder Sexsalons, nicht aber Wohngemeinschaften, Arbeiter, Fremdarbeiter und AHV-Rentner bezahlen können. Abgesehen von Radaubrüdern und Plünderern (deren Ausschreitungen nicht zu entschuldigen sind, deren Handlungsmotive jedoch auch hinterfragt werden müssten), handelt es sich bei den Unruhen dieses Sommers um einen Aufstand eines Teils der jungen Generation – teils bewusst, teils unbewusst – gegen die Erwachsenengeneration, die den Jungen keine echten menschlichen Werte vorlebt. Auch diese Jugendlichen stehen in einer Identitätssuche, in der die Arbeit mit Film und Video ein wesentlicher Faktor werden kann. Man sollte daher die Videoarbeit der Zürcher Ethnologiestudenten, des Videoladens und anderer Gruppen nicht nur unter dem Aspekt der Agitation sehen, sondern auch unter jenem der Kommunikation innerhalb der Minderheiten und Jugendgruppen und über die Gruppengrenzen hinweg mit Behörden, Politikern und Öffentlichkeit.

Liebe Leser, wenn Sie diese Nummer durchblättern, werden Sie feststellen, dass sich das Satzbild erheblich verändert hat. Durch die Umstellung auf den zweispaltigen Satz hoffen wir, die Lesbarkeit zu erhöhen, wobei die Redaktion und Druckerei darauf bedacht waren, durch diese Neuerung das Stoffangebot nicht wesentlich zu verkleinern. Die übersichtlichere und besser gegliederte Aufmachung soll nicht zuletzt die «Kommunikation» zwischen Lesern, Redaktoren und Mitarbeitern verbessern.

Mit freundlichen Grüssen

Franz Ulrich