

Objektyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Zoom : Zeitschrift für Film**

Band (Jahr): **36 (1984)**

Heft 11

PDF erstellt am: **11.09.2024**

### **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.

# ZOOM

**Film • TV • Radio**

**Illustrierte Halbmonatszeitschrift**

Nr. 11, 6. Juni 1984

ZOOM 36. Jahrgang  
«Der Filmberater» 44. Jahrgang

Mit ständiger Beilage Kurzbesprechungen

## *Inhalt*

### Kommunikation und Gesellschaft

- 2 Cannes '84 – ein Tagebuch
- 8 «Un certain regard»

### Filmkritik

- 15 *Nostalghia*
- 18 *Lianna*

### TV/Radio – kritisch

- 19 Hirn, nach vorn gerutscht, unmittelbar hinters Stirnbein. Zu einem Hörspiel von Hansjörg Schertenleib
- 22 Zusammenarbeit von Theater und Fernsehen DRS
- 24 «Feierabend»: zusammengestauchte Chronik einer Betriebsschliessung

### Kommentare

- 27 Papstbesuch an Radio und Fernsehen DRS. Kriterien zur Beurteilung der publizistischen Begleitung

### Bücher zur Sache

- 32 Kino und Kommerz: Selznicks Hollywood

## *Herausgeber*

Schweizerischer Katholischer Volksverein, vertreten durch die Film-Kommission und die Radio-Fernsehkommission

Evangelischer Mediendienst  
(Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit)

## *Redaktion*

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

Franz Ulrich, Postfach 147, 8027 Zürich  
Telefon 01/20155 80

Matthias Loretan, Postfach 147, 8027 Zürich  
Telefon 01/20201 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

Abdruck mit Erlaubnis der Redaktion und Quellenhinweis gestattet.

## *Titelbild*

In elegischen Bildern erzählt Wim Wenders die Geschichte eines Neubeginns: Ein Mann, der für tot gehalten wurde, macht sich auf, um seinen Sohn und später auch seine Frau zu suchen. Wenders Film «Paris, Texas» erntete mit seinem Film in Cannes uneingeschränktes Lob. Auf dem Bild Harry Dean Stanton (r.) als aufbrechender Travis und Dean Stockwell als sein Bruder.

# LIEBE LESERIN, LIEBER LESER

Wo liegen die künftigen Aufgaben der kirchlichen Medienarbeit? Mit dieser Frage beschäftigte sich Ende Mai eine Tagung, welche von den katholischen Fachstellen für Gruppenmedien, Film, Radio und Fernsehen und ihren Trägerorganisationen unter dem Titel «Medien und Kirche 1994» durchgeführt wurde. Referate und Diskussionen machten deutlich, dass die Medien in einem entscheidenden Umbruch stehen und in ihrer Expansion zunehmend für die Gesellschaft und das menschliche Zusammenleben an Bedeutung gewinnen. Über die neuen Verteiltechniken (Satelliten, Verkabelung, neue Frequenzen im UKW-Bereich, Videokassetten usw.) werden immer mehr Programme angeboten. Videotex, Digitalisierung der Telekommunikation und Breitbandkabel sind Basistechnologien für die neue Informationsgesellschaft, in der Information und deren Verarbeitung eine immer entscheidendere volkswirtschaftliche Rolle spielen.

Durch diese Umbrüche wird die Grundstruktur der gesellschaftlichen Architektur tiefgreifend verändert. Rezipienten werden die Fülle der angebotenen Programme individueller nutzen. Umgekehrt führt auf seiten der Medienproduktion der hohe Kapitalbedarf bei den meisten Neuen Medien zu Konzentrationsprozessen. Videotex schafft neue Schnittstellen zwischen Geschäftswelt und Privathaushalt. Wirtschaftsunternehmen schliesslich gehen immer mehr dazu über, die für sie wichtigen Informationen geschäftsintern aufzuarbeiten und entsprechend dem Firmeninteresse an Dritte zu verkaufen oder an die Öffentlichkeit weiterzugeben. Die Kommunikation in der Öffentlichkeit droht inhaltsleerer zu werden und die gesellschaftlichen Verhältnisse immer weniger aktiv zu gestalten.

Die heutige Medienentwicklung ist eine Herausforderung an die Kirchen. Sie haben zu überlegen, wie sie ihre Botschaft über die alten und neuen Medien ins öffentliche Gespräch einbringen. So engagieren sich kirchliche Gemeinden bei den Lokalradiostationen. Oder ein anderes, vielleicht brisanteres Beispiel: Anfangs Mai entschied sich die Zentralkommission der katholischen Kirche des Kantons Zürich, sich mit einem inhaltlich und zeitlich begrenzten Testversuch am Medium Videotex zu beteiligen.

Ohne diese kirchlichen Versuche im einzelnen zu diskutieren oder gar zu kritisieren, nahm man sie an der Tagung «Medien und Kirche 1984» als eine mögliche Antwort der Kirchen auf die Herausforderung der Neuen Medien zur Kenntnis. Man war sich dabei zwar bewusst, dass man Medien nicht einfach – aus schöpfungstheologischem Optimismus, wegen missionarischer Effizienz oder gar nur wegen des kulturkatholizistischen Komplexes, die moderne Entwicklung zu verpassen, – in neue Kanzeln umfunktionieren darf. Die Medien und die Art, wie sie gesellschaftlich genutzt werden, entwickeln eine Eigengesetzlichkeit. Im Sinne einer Doppelstrategie erinnerte man sich denn auch an die gesellschaftspolitische Verantwortung der Kirchen gegenüber der Medienentwicklung und an die Aufgabe, diese nach sozialem ethischen Perspektiven mitzugestalten.

Allerdings blieb der Zusammenhang zwischen dem Engagement der Kirchen in den Neuen Medien und der christlichen medienpolitischen Verantwortung eigenartig abstrakt. Wenn die Doppelstrategie für Aussenstehende nicht zur Doppelzüngigkeit verkommen soll, so ist hier von den Kirchen noch einiges an redlicher intellektueller Anstrengung und medienpolitischer Phantasie und Intervention zu leisten.

Mit freundlichen Grüßen

Matthias Loretan