Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Zoom : Zeitschrift für Film**

Band (Jahr): **40 (1988)**

Heft 10

PDF erstellt am: **28.05.2024**

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

Illustrierte Halbmonatszeitschrift

ZOOM 40. Jahrgang
«Der Filmberater» 48. Jahrgang

Mit ständiger Beilage
Kurzbesprechungen

Titelbild

Durch die exzentrischen Charaktere und deren schlagfertigen Witz lebt der eigenwillige Regieerstling «Withnail an I» des Drehbuchautors Bruce Robinson. Die Handlung spielt Ende der sechziger Jahre, aber in den Depressionen der beiden liederlichen, arbeitslosen Schauspieler sowie in den chaotischen Lebensumständen spiegelt sich das zeitgenössische Klima Britanniens wider. *Bild: Cactus*

Comics

Heini Andermatt

Vorschau Nummer 11

Spielfilm in der DDR

Nummer 10, 19. Mai 1988

Inhaltsverzeichnis

Thema: Kommerzialisierung der Medien 2

2 Wachstum hat seinen Preis
Presseverlage werden zu Multi-Media-Unternehmen

7 Literatur: Pressekonzentration in der Schweiz

8 Mehr Angebote – weniger Vielfalt
Leistungen privaten und öffentlichen Rundfunks im Vergleich

15 Literatur

16 Wer zahlt, befiehlt. Zum Regionalfernseh-Versuch «Bernsehen»

Medien aktuell 18

18 Radio DRS: Blickwechsel zwischen Erster und Dritter Welt

Filme aus der Dritten Welt im Kino 22

22 Gib einen Tag!

Film im Kino 24

24 Whitnail and I

26 Patti Rocks (Sex macht Spass)

27 Overboard (Ein Goldfisch fällt ins Wasser)

30 Komplizinnen

32 Le cri du hibou

Impressum

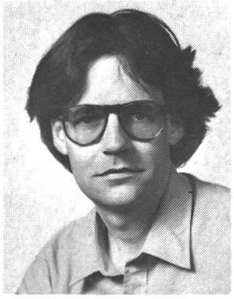
Herausgeber
Verein für katholische Medienarbeit
Evangelischer Mediendienst

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. 50.– im Jahr, Fr. 28.– im Halbjahr (Ausland Fr. 54.–/31.–).
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. 4.–

Druck, Administration und Inseratenregie
Stämpfli+Cie AG, Postfach 2728, 3001 Bern, Telefon 031/23 23 23, PC 30-169-8
Bei Adressänderungen immer Abonnentennummer (siehe Adressetikette) angeben
Stämpfli-Layout: Jürg Hunsperger

Liebe Leserin
Lieber Leser



Warum ausgerechnet in der Schweiz, diesem Musterland eines entwickelten Kapitalismus, Fernsehen nicht über den Markt organisieren? In der Ablehnung des reinen Kommerzfernsehens scheinen sich die helvetischen Medienpolitiker von links bis rechts einig: Sie wollen eine geordnete Entwicklung, keinen televisionären Wildwest-Kapitalismus wie in unserem südlichen Nachbarland. Und aus staatspolitischer Weitsicht befürworten sie grundsätzlich eine starke und funktionsfähige SRG, die die Stimme der kleinen und ach so wehrlosen Schweiz auf dem zunehmend internationalisierten und kommerzialisierten Fernsehmarkt zum Ausdruck bringt.

Doch schon bald nach dem Bekenntnis zum Prinzip SRG teilen sich die Auffassungen. Die einen ziehen aus der Parteinahme für die SRG die Konsequenz, diese bräuchte gleichsam zu ihrem Wohle die wirtschaftliche Konkurrenz und fordern etwa ein privates Zweites Schweizer Fernsehen (ZSF). In der direkten Konkurrenz zwischen dem öffentlichen und dem privatwirtschaftlichen Modell könne sich erweisen, welches der beiden die besseren Leistungen erbringe. Oder noch besser: Die SRG könnte sich auf den umfassenden Programmauftrag zurückbesinnen und vom Druck entlastet werden, nach den Bedürfnissen der Mehrheitspublika zu programmieren. Das private ZSF wiederum könnte unkompliziert und effizient über den Markt gewinnversprechende Nachfragen befriedigen. Nach dem Motto «Verluste werden sozialisiert, Gewinne privatisiert» haben inzwischen die grösseren europäischen Staaten den Rundfunk «liberalisiert» und ihren einheimischen Unternehmen neue Märkte erschlossen. Auch auf regionaler/lokaler Ebene liesse sich ein behäbiges und gefälliges Privat-TV installieren, wie der Versuch «Bernsehen» kürzlich gezeigt hat.

In der Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationskultur (AfK) haben sich Künstler, Journalisten und kirchliche Medienfachleute zusammengeschlossen. Gegen die Kommerzialisierung von Radio und Fernsehen und in kritischer Solidarität mit der SRG hat die AfK Modelle (SRG plus, Mediallmend) entwikkelt, wie der öffentliche Rundfunk zu beleben sei (vgl. ZOOM 20/86 und 5/88). Mit demselben Anliegen hat Anfang Mai eine Autorengruppe im Umkreis der AfK ein Buch in der Reihe «Mediaprint» herausgebracht. Aus *«Schöne Fernseh-Aussichten. Die folgenreiche Demontage einer öffentlichen Institution»* veröffentlichen wir in dieser Nummer zwei Aufsätze, die sich kritisch mit der Kommerzialisierung des Fernsehens auseinandersetzen. Eva Wyss zeigt auf, wie Schweizer Medienunternehmen auf den Rundfunkmarkt zu expandieren versuchen und wie dadurch problematische publizistische Vormachtstellungen entstehen können. Michael Schanne und Werner Meier ziehen anhand der wissenschaftlichen Literatur einen Vergleich zwischen öffentlichen und privaten Programmen. Gemessen an Kriterien wie publizistische Vielfalt oder Programm-Qualität kommen sie bei der Beurteilung der kommerziellen Programme zu wenig vorteilhaften Schlüssen. Schliesslich hat in den meisten europäischen Ländern der Wettbewerb zwischen beiden konkurrierenden Modellen eher zu einer Nivellierung der Qualität, denn zu einer Belebung der öffentlichen Programme geführt. Um Bestand und Überleben zu sichern, neigen die öffentlichen Veranstalter dazu, Leistungsaufträge umzuinterpretieren und zu vernachlässigen. In ihrer Vorwärtsstrategie hat die SRG die Kommerzialisierung weitgehend vorweggenommen. Eine dem Leistungsauftrag verpflichtete Rundfunkpolitik hat deshalb sowohl dem Kommerz wie der SRG gegenüber kritisch zu sein und mit Phantasie nach neuen Lösungen Ausschau zu halten.

Mit freundlichen Grüssen

Matthias Loretan