

Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 30 (1978)

Heft: 24

Rubrik: TV/Radio-kritisch

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 21.01.2026

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

TV/RADIO-KRITISCH

Neu bei Radio DRS

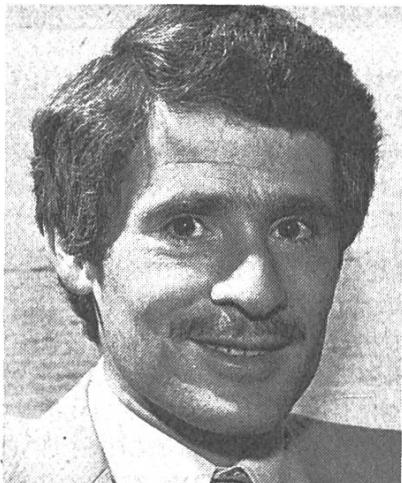
«Guten Morgen»: beschwingter in den neuen Tag

Neue Besen kehren immer gut: Seit dem 23. November heisst das Frühmorgenmagazin von Radio DRS I nicht mehr «*Espresso*», sondern «*Guten Morgen*». Wenn sich für den oberflächlichen, erst nach und nach munter werdenden Hörer im grossen und ganzen wenig verändert hat, eines ist ihm bestimmt aufgefallen: die neuen, unverbrauchten Stimmen. In die Moderation der Sendung teilen sich in täglich wechselndem Rhythmus Rosmarie Pfluger, Heiner Hitz, Jürg Kauer, Hans-Peter Treichler und Dieter Wiesmann. Mit ihnen ist ein frischer Wind in das Morgenmagazin zwischen sechs und acht Uhr gekommen; verdrängt ist jene mitunter zur Langeweile erstarrte Routine der «*Espresso*»-Moderatoren, verschwunden die manchmal bis zur Unerträglichkeit getriebene Geschwätzigkeit. Natürlich wird sich noch weisen müssen, wie lange die jetzt wohltuend auffallende Spontaneität, die ja ein wenig auch von der Neugier des Hörers lebt, hinhält oder wie schnell sich auch die neuen Besen verbrauchen. Dass drei der fünf neuen Moderatoren im Arbeitsverhältnis freier Mitarbeiter stehen, mag ein Hinweis sein, dass man in der Abteilung «*Unterhaltung und Moderation*», welcher «*Guten Morgen*» unterstellt ist, nicht unbedingt an ein Sprecher-team «auf Ewigkeit» gedacht hat.

Keine Chance für Plauderer

Vorläufig allerdings haben die «*Guten Morgen*»-Moderatoren wohl noch andere Sorgen: Sie versuchen sich zu profilieren. Der Hörer will ja in den ersten Stunden des Tages nicht gleich mit einer fremden Person konfrontiert werden, sondern er sucht als Begleiter eher eine vertraute Stimme. Das neue Konzept für die Moderation von Begleitprogrammen – zu diesen zählen neben «*Guten Morgen*» auch «*Notabene*» (08.00–10.00 Uhr), «*Agenda*» (10.00–12.00 Uhr) und «*Tandem*» (17.00–19.30 Uhr) – lässt nun allerdings den Sprechern nicht mehr jene unbeschränkten Freiheiten zur Persönlichkeitsentfaltung, wie das vor dem 23. November der Fall war. Unverbindlicher Plauderton, Anbiederungsversuche und hemdsärmelige Jovialität sind verpönt und haben einer Form der Sachlichkeit zu weichen. Damit soll verhindert werden, dass die Programmbegleitung in Geschwätzigkeit ausfranst. Die Zeit der Klatschstanten und Radioonkel, die ihre Hörer wie Nichten und Neffen um sich scharren und ihnen via Aether leutselig auf die Schultern klopften, ist vorbei. Zu lange hat sie einen nicht geringen Teil der Hörer – erwiesenemassen bis zu 60 Prozent – auf andere Sender (vor allem Südwestfunk 1–3) vertrieben, wo die «*Schnorrer*» an kürzeren Zügeln gehalten werden. Die neuen Begleitprogramme wurden ja nicht zuletzt geschaffen, um diese Hörer auf die DRS-Welle zurückzuholen.

Sachlichkeit und Knappheit der Moderation dürfen aber beim Hörer nicht den Eindruck von Kälte und Beziehungslosigkeit erwecken. Vielmehr muss ein Verhältnis zu ihm gefunden werden, das ihn im Sinne eines Partners ernst nimmt. Respekt, Verantwortungsbewusstsein, Natürlichkeit, Aufgeschlossenheit, Takt und Sinn für einen weisen Humor sind dabei wichtiger als radiophonische Brillanz, Originalität um jeden Preis und geistige Höhenflüge. Der Moderator ist vom Fluidum des ungewöhnlichen Wesens, das sich zu den Hörern herablässt, befreit und mit beiden Füßen auf die Erde gestellt worden. Ich bin erstaunt, wie schnell sich die Moderatoren von «*Guten Morgen*» mit dieser neuen Rolle zurechtgefunden und den richtigen Ton getroffen haben. Zu ihren Stimmen haben sich trotz den sinnvollen Beschränkungen in kurzer Zeit Bilder von Persönlichkeiten gestellt. Das Morgenmagazin hat damit zu einer neuen, besseren Qualität gefunden.



Robert Brendlin



Rosmarie Pfluger



Jürg Kauer

Schwerpunkt Musik

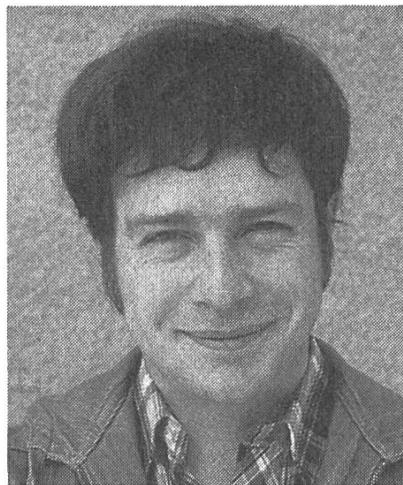
Es ist eine bekannte Tatsache, dass Magazine dieser Art mit der Musikauswahl stehen oder fallen. Die beste Moderation vermag sie nicht zu retten, wenn die Musik nicht «stimmt». Radio DRS hat in dieser Beziehung mit seinen bisherigen Begleitprogrammen («Espresso»/«Rendez-vous am Mittag») nicht eben eine geschickte Hand bewiesen, wobei allerdings Unterschiede von Studio zu Studio feststellbar waren. In dieser Beziehung hat sich mit der Einführung der neuen Begleitprogramme einiges geändert. Erschien die Musikauswahl bisher eher zufällig – wobei eine Neigung zu jenen unverbindlichen und verwässerten Instrumental-Arrangements beliebter Tagesschlager und Melodien als mögliche «Konzeption» auffiel –, so verspürt man nun doch wohltuend den Willen zur Gestaltung. In «Guten Morgen» wird der aktuelle Tagesschlager und der gängige Hit bevorzugt, wobei beinahe ausschliesslich die Originalversionen zum Zuge kommen. Bereichert wird das Musikprogramm mit gelegentlichen Abstechern in die Bereiche des traditionellen Jazz, der internationalen Folklore, des Country- und Westernsong, aber auch der volkstümlichen Musik. Dabei fällt ebenfalls die konsequente Auswahl originaler Fassungen auf. Die Musik, die nur noch in seltenen Fällen angesagt wird, weil sie ja zumindest dem regelmässigen Radiohörer vertraut ist, hat dadurch an Profil gewonnen. War sie in «Espresso» mehr zur Überbrückung zwischen zwei Wortbeiträgen eingesetzt, ist sie jetzt ausgesprochener Schwerpunkt der Sendung. Viel Musik, wenig Wort: Das ist die Devise von «Guten Morgen», und man darf annehmen, dass damit einem Bedürfnis der Hörer entsprochen wird.

Bewährtes weiterführen

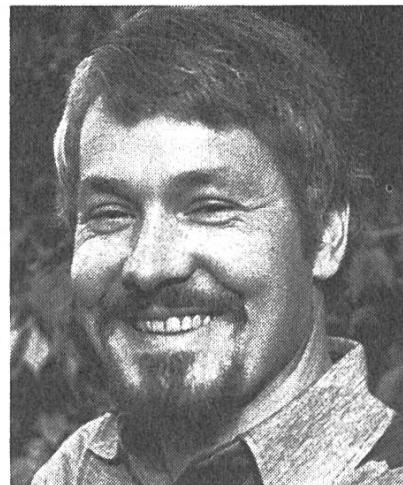
Vom Wortangebot her hat sich nicht viel verändert. Wie in «Espresso» werden auch in der neuen Frühsendung informative Elemente und Dienstleistungen angeboten. Strassenzustandsbericht, Verkehrsmeldungen, Unfallverhütung, Blutspendeaktionen gehören zu den festen Bestandteilen des Magazins. Die Präsentation allerdings ist straffer, zweckmässiger geworden, und mit Genugtuung stellt man fest, dass der Deutschschweizer zwischen sechs und acht Uhr nicht mehr bloss auf einen Automobilisten reduziert wird. Auffallend ist der fast starre Raster der Sendung, das klare Layout. Nicht nur die Nachrichten zur vollen und zur halben Stunde sind zeitlich fixiert, sondern ebenfalls Strassenzustandsbericht, die Hinweise auf Blutspendeaktionen, der Beitrag «Zum neuen Tag», die Sportnachrichten, deren Neuansetzung nach den Sieben-Uhr-Nachrichten ein Gewinn ist. Das erleichtert dem Hörer das Zurechtfinden.



Hans-Peter Treichler



Dieter Wiesmann



Heiner Hitz

Neben diesen Fixpunkten, die den Moderator zu einer starken Disziplin zwingen, besteht die Möglichkeit zu weitgehend freier und persönlicher Gestaltung. Das Telefon zu aktuellen Ereignissen, Programmhinweise – die im Gegensatz zu «Espresso» keine Fixzeit mehr haben –, aber auch kleine Blödeleien, Gags und andere Beiträge zur Erheiterung sind dabei bevorzugte Spielarten. Dass dem Moderator zur Gestaltung der Sendung ein Redaktor zur Seite steht, trägt zur Qualität der Wortbeiträge wesentlich bei. Darin besteht überhaupt der wesentliche Unterschied zu «Espresso»: Der Moderator ist nicht mehr sich selber überlassen: Neben der Sendestruktur, die einem Taktfahrplan gleicht und damit die Sendung kräftig mitprägt, indem sie Rahmen setzt, ist es vor allem ein spürbarer Wille zur Durchsetzung eines gestalterischen Konzepts, welcher «Guten Morgen» fühlbar jeder Zufälligkeit entrisst. Ohne dass den einzelnen Moderatoren jener Freiraum genommen würde, den sie zu ihrer persönlichen Profilierung dringend brauchen, sind sie doch einer Idee, einer Absicht auch, verpflichtet. Robert Brendlin, dem die Leitung des Redaktions- und Moderatorentteams obliegt, hat mit spürbar starker Hand erreicht, was «Espresso» so lange Jahre gefehlt hat: Charakter.

Eine Frage der Persönlichkeit

Nach wie vor wie ein erratischer Block steht der besinnliche Dreiminutenbeitrag «Zum neuen Tag» im Morgenmagazin. Die Vorverlegung um fünf Minuten auf 06.45 Uhr ist zwar kaum mehr einsehbar, weil ja die Programmhinweise nicht mehr fix vor den Sieben-Uhr-Nachrichten gebracht werden, doch hat sie auch keine nachteiligen Folgen. Für den einzelnen Hörer problematischer ist wohl das, was da an Kurzandachts-Texten religiöser und philosophischer Art angeboten wird. Der Beitrag, der auch dann unter der alleinigen redaktionellen Kompetenz des Radios steht, wenn ihn Theologen bestreiten, aber von den Hörern weiterhin hartnäckig als kirchliche Sendung deklariert wird, ist von oft bemühend unterschiedlicher Qualität.

Natürlich geht man beim Radio bei der Sprecher-Auswahl davon aus, dass die Bedürfnisse des Hörers in religiösen und weltanschaulichen Fragen stark divergieren. So scheint es berechtigt, das Angebot breit zu fächern, wobei ich aber davon warnen möchte, die Vielfalt allein auf den Sprachduktus oder gar auf Dialekte zu reduzieren. Irgendwie müsste der Sprecher ja auch noch etwas zu sagen haben, eine Haltung verkörpern, die mehr beinhaltet als ein paar wohlgemeinte Sprüche. Qualität – und solche sollte ja auch im allfällig Widersprüchlichen dominieren – ist hier noch mehr als anderswo eine Frage der Persönlichkeit. So wird das Hinhören manchmal zum wöchentlichen Beschwernis, mitunter aber auch zum einzigartigen Genuss und Gewinn. Ich denke da jetzt vor allem an den Schriftsteller und Arzt Walter Vogt, der mit

seiner vordergründig weltlichen Betrachtung zur Adventszeit als Zeit der Besinnung in eklatanter Weise darauf hingewiesen hat, wie sehr alltägliches, gesellschaftliches Verhalten und ethisch-religiöse Denkweise in einem unmittelbaren Zusammenhang stehen.

Urs Jaeggi

Scheinheilige Fernsehprogramme zum «Jahr des Kindes»?

Am 21. Dezember 1976 hat die Generalversammlung der Vereinten Nationen das Jahr 1979 zum «Internationalen Jahr des Kindes» proklamiert. Als Ziel und Zweck wurde angegeben: «Verständnis für die Kinder auf der ganzen Welt, sowohl in den Industriestaaten wie in der Dritten Welt zu fördern. Familien, Gemeinwesen, Entscheidungsinstanzen auf allen Stufen, verantwortliche Leiter von Kinderdiensten sollen auf die Bedürfnisse der Kinder vermehrt aufmerksam gemacht werden...» In der konkreten Klärung, welches nun eigentlich «die Bedürfnisse der Kinder» sind, hat man sich seit der Proklamation dieses Gedenkjahres immer wieder auf die sogenannten Kinder-Rechte berufen, wie sie vor allem in der Deklaration der Vereinten Nationen vom 20. November 1959 festgehalten wurden – ein ganzer Katalog von Forderungen und Grundrechten, der bis Ende 1979 bestimmt nicht verwirklicht, aber sicherlich bis zum Überdruss zitiert werden wird.

Grosses Programmangebot im ARD und ZDF

Nicht unerwartet, aber eigentlich doch überraschend stark sind nun die deutschen Fernsehanstalten auf das Thema «Jahr des Kindes» eingespurt. Das *ZDF* hat einen 16seitigen Prospekt «Das Jahr des Kindes im ZDF» publiziert, in dem auf schon fast unzählige Sendungen im Laufe des nächsten Jahres hingewiesen wird. Im Vordergrund stehen Sendungen über Kinder in der Bundesrepublik Deutschland, Kinder in der DDR, Kinder unserer Gastarbeiter, Kinder der Dritten Welt, ferner eine ansehnliche Zahl «Sendungen für die Familie» (gemeint sind effektiv Sendungen für Kinder) und «Sendungen für Eltern». Darüber hinaus ist der 6. März zum «Tag der Kinder» im *ZDF* erklärt worden; von 16.30 Uhr an soll in allen Programmteilen auf das Tagesthema «Kinder» eingegangen und Sendungen von Kindern und Erwachsenen gemeinsam gestaltet werden. Beim Studieren dieses Prospektes wird man nun freilich auch feststellen können, dass das *ZDF* das «Internationale Jahr des Kindes» gar nicht abwarten möchte, sondern «zur Vorbereitung» (Zitat!) schon am 20. November eine entsprechende Sendung ausstrahlte mit dem Titel «Das Jahr des Kindes hat noch nicht begonnen». Etwas zurückhaltender und mit Sendeterminen weit weniger protzend, ist auch die *ARD* mit ihrem Programmangebot aufgerückt. Einen ersten Schwerpunkt setzt die *ARD* mit Dokumentarberichten und Features für Erwachsene am späten Mittwochabend. Vorgesehen sind Sendungen über Kinderspiele in der Geschichte, über die Integration des Kindes im Wohnbereich, über Gewalt, über Sprachentwicklung, über Gastarbeiterkinder, über die sozialen und wirtschaftlichen Implikationen des Kinderkriegs usw. Den zweiten Schwerpunkt bilden Diskussionssendungen innerhalb der Reihe «Das Podium», so unter anderem zum Thema «Kinder in einer Welt der Medien» und «Freundschaft mit Kindern». Dazu ist als Auftakt am 1. Januar eine 90 Minuten-Sendung «Weltspiegel extra» vorgesehen, in der die Auslandkorrespondenten des Deutschen Fernsehens darüber Auskunft geben, was es heute heißt, in Indien, Südamerika oder in der Sowjetunion Kind zu sein. Siegfried Mohrhof, Koordinator des Familienprogramms, über die *ARD*-Bemühungen insgesamt: «Die Sendungen werden *umfassend* Auskünfte geben über die Kinder in unserer Welt, sich vor allen Dingen ihrer Bedürfnisse annehmen, diese zu erkennen, anzuerkennen und zu fördern versuchen.»

Zurückhaltenderes Fernsehen DRS

Völlig anders, fast widerspenstig tönt, was die Abteilung «Familie und Erziehung» des Fernsehens *DRS* sich zum Jahr des Kindes vorgenommen hat. Im Grundlagen-

papier «1979: Allmähliches Hinwenden zum neuen Strukturplan», das im November der Presse übergeben wurde, lautet der entsprechende Passus (Hervorhebungen vom Autor): «Ein Thema aber wird das kommende Jahr in diesem Bereich als unique prägen, ein Thema, das dem Fernsehen DRS von aussen aufgenötigt worden ist: 1979 wurde international als „Jahr des Kindes“ erklärt. Dies zwingt nun auch das Ressort „Jugend“ zu Sonderanstrengungen. „Familie und Erziehung“, welche zur Koordinationsstelle aller TV-DRS-Abteilungen erklärt worden ist – denn selbstverständlich wird man sich auf diversem Gebiet unter diesem Motto melden – ist bereit, die Herausforderung anzunehmen. Zahlreiche Projekte, darunter auch Absprachen zwischen ORF, SRG und ZDF über zwei Galavorstellungen aus München und Berlin, sind im Tun. Orientierungshilfe bei allem ist der Grundgedanke, das „Jahr des Kindes“ nicht ins *Kommerzielle* absacken zu lassen. Man will mit dem Thema keinen *Missbrauch* treiben, sich nicht in *Sentimentalitäten* verlieren, sich nicht in eine *Propagandawelle* einspannen lassen. Gewiss wird man über einige bereits eingefädelte Veranstaltungen *passiv Bericht erstatten müssen*. Doch der Schwerpunkt wird der eigenen, aktiv gestalteten Produktion liegen!»

Als konkrete Produktionsvorhaben werden dann genannt: Eine Ausstrahlung unter dem Motto «Jetzt sind mir dra» zum Bereich der Jugendorganisationen, diverse Sendungen zum Thema «Behinderte Kinder», eine Sonderproduktion über Kinderbücher der Dritten Welt, die nationale Darstellung «Un enfant, un arbre». Außerdem werden die Kindernachrichten – versorgt durch entsprechende Informationen der UNICEF – das ganze Jahr hindurch Hinweise auf Aktivitäten und Veranstaltungen enthalten.

Skepsis scheint angebracht

Natürlich wird man jetzt zuerst einmal abwarten müssen, wie die einzelnen Sendeanstalten ihre Versprechen einlösen werden. Die Art und Weise, wie die verschiedenen Programmangebote dargestellt werden, macht aber schon reichlich skeptisch und nötigt wohl vorsorglich zu gewissen Vorbehalten.

1. Beim Durchblättern der ZDF-Broschüre zum Jahr des Kindes gewinnt man den Eindruck, dass hier ziemlich problemlos einfach möglichst viele Sendungen zu diesem Thema aufgelistet wurden, und dass vieles davon genau so über den Bildschirm gehen würde, auch wenn es kein «Jahr des Kindes» gäbe; die Hauptsache, man kann mit einem umfangreichen Prospekt den gegenteiligen Eindruck erwecken. Dass unsere Welt und auch das Fernsehen plötzlich vorgeben, so ungemein kinderfreundlich zu sein, ist doch wohl eher eine Anmaßung als glaubhafte Wirklichkeit. Von daher ist eigentlich nur zu begrüßen, dass das Ressort «Jugend» des Fernsehens DRS diesen kritischen, widerspenstigen Ton angeschlagen hat. Eine Bürgschaft für die Qualität der Schweizer TV-Beiträge zum «Jahr des Kindes» ist das freilich noch nicht, aber es ist zumindest lobenswert, dass das Ressort «Jugend» der Versuchung widerstanden hat, das «Jahr des Kindes» in ähnlicher Weise als Prestigeprojekt hochzustilisieren, wie das ZDF und offenbar unter Zugzwang, ARD getan haben.

2. Ein Unbehagen beschleicht mich, wenn ich den Kinderrechts-Katalog der Vereinten Nationen durchsehe und zugleich realisiere, wie sehr in den Fernsehangeboten des nächsten Jahres die «Kinder in der Dritten Welt» plötzlich so ungemein «in» sind. Mit ziemlicher Sicherheit lässt sich voraussehen, dass jetzt Hunger-, Elends- und Krankheitsbilder wie nie zuvor en masse über den Bildschirm gesendet und vermarktet werden. (Selbstverständlich sind auf verschiedenen Kanälen auch bereits einige wenige Gala- und Bénéfice-Veranstaltungen eingeplant. Aber was sind das mehr als Ritualien oder Alibi-Übungen!) Natürlich soll diese Wirklichkeit auch aufgezeigt werden, aber im «Jahr des Kindes» wäre es mindestens ebenso wichtig, dass auch den übrigen Punkten des Kinderrechtskataloges Nachdruck verschafft wird, z. B. dem Recht auf Gleichheit, unabhängig von Rasse; dem Recht auf Staatszugehörigkeit von Geburt an; dem Recht auf unentgeltlichen Unterricht wenigstens in der Volksschule; dem Recht auf besondere Fürsorge bei körperlicher, geistiger oder sozialer Behinderung; dem Recht auf eine Erziehung im Geiste weltumspannender

Brüderlichkeit und des Friedens usw. Ob in alle diesen «Bedürfnissen der Kinder» die Fernsehanstalten auch mit entsprechenden Programmangeboten nachstossen, sei vorerst einfach als kritische Anfrage vermerkt.

3. Dass all dem Bemühen der verschiedenen Fernsehanstalten um das Jahr des Kindes – zumindest in der Bundesrepublik Deutschland – auch ein bedenkliches Mass Scheinheiligkeit gegenübersteht, sollte freilich auch nicht übersehen werden. In der Bundesrepublik hat die nationale Kommission zum Internationalen Jahr des Kindes (geleitet und finanziert von der Bundesministerin für Jugend, Familie und Gesundheit, Antje Huber, in der Arbeitsgruppe 8 («Der Einfluss von Medien auf Kinder») einen erstaunlich handfesten und positiven Beitrag zum Jahr des Kindes ausgearbeitet. Darin wird u. a. vorgeschlagen:

- Völlig verboten werden soll in den Medien die Werbung für Produkte mit «gesundheitsschädlichen Wirkungen», wie Süßigkeiten, Tabakwaren und alkoholische Getränke.
- Werbefernsehen soll auf die Zeit nach 20 Uhr verlegt werden, um insbesondere kleine Kinder, die am meisten gefährdet sind, zu schützen.
- Werbung mit Kindern, die sich an Kinder richtet, soll gesetzlich verboten werden... usw.

Schutz der Wirtschaftsinteressen geht vor Kinderschutz

Was in der Folge mit diesen Vorschlägen passiert ist, kann man sich leicht vorstellen. Am 10. Oktober bezeichnete ein Sprecher des Zentralausschusses der Werbewirtschaft diese Vorschläge der Kommission, die von Bundesministerin Huber finanziert und geleitet wird, als «schweren Missgriff und Rückfall in den Ideologiekrieg gegen die deutsche Werbewirtschaft». Die kommunikationstheoretischen Annahmen, die diesen Forderungen zugrundeliegen würden, seien wissenschaftlich nicht haltbar und lebensfremd. Der Forderungskatalog selbst mache die freiwilligen Verhaltensregeln der Werbewirtschaft sinnlos. Im übrigen sei er auch nicht geeignet, Vertrauen in die Wirtschaftspolitik der Bonner Koalition herzustellen.

Als nun das Bundesministerium für Jugend, Familie und Gesundheit um eine Stellungnahme zur Kritik des Zentralausschusses der Werbewirtschaft gebeten wurde, liess es prompt durch seinen Pressesprecher Helmut Boeger erklären, es betrachte die Forderung der Arbeitsgruppe «Kinder und Medien» als Diskussionsbeitrag. Bisher sei man mit den freiwilligen Werbebeschränkungen sehr gut gefahren. Es ist offensichtlich, dass mit dieser Erklärung des Bundesministeriums die Vorschläge der Arbeitsgruppe «Kinder und Medien» definitiv in der Mottenkiste gelandet sind. Ein überaus realitätsnaher Beitrag zum «Jahr des Kindes» wurde damit geschickt. Die zugrundeliegende Argumentationsweise erinnert allerdings recht lebhaft an jene Diskussion, die hier in der Schweiz zum Thema «Gewalt», bzw. «Aktenzeichen XY» geführt wurde. Unbestritten ist, dass in beiden Fällen die Diskussion in Zusammenhang mit dem Einfluss des Fernsehens auf die Kinder geführt wurde. Nicht bestreiten kann man auch in beiden Fällen, dass man offenbar erst bereit ist, Kinder vor möglicherweise schädlichem Einfluss zu schützen, wenn der Schaden eingetreten ist und erwiesen werden kann, sicher aber nicht vorsorglich auf bloss naheliegende Vermutungen hin. Nichts würde den Massenmedien und insbesondere dem Fernsehen besser anstehen, als sich im Jahr des Kindes auf jene Punkte des Kinderrechtskataloges von 1959 zu besinnen, die im weitesten Sinne auch etwas mit den Massenmedien selbst zu tun haben, so zum Beispiel Punkt 2: Das Recht des Kindes auf gesunde *körperliche, geistige, moralische und soziale Entwicklung*; oder Punkt 9: Das Recht auf Schutz vor *Grausamkeit, Vernachlässigung und Ausnutzung*. Ob das alles mit Gewalt, mit Werbung, mit Fernsehen allgemein überhaupt nichts zu tun hat? Die Frage der Scheinheiligkeit noch so vieler Fernsehbeiträge zum Jahr des Kindes hängt letztlich von der Beantwortung dieser einen Frage ab. Aber das «Jahr des Kindes im Fernsehen» wird vermutlich gar nie beginnen. Werner Zurfluh