

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 36 (1984)
Heft: 11

Inhaltsverzeichnis

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: 07.01.2026

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

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 031/453291

Franz Ulrich, Postfach 147, 8027 Zürich
Telefon 01/2015580

Matthias Loretan, Postfach 147, 8027 Zürich
Telefon 01/2020131

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 031/232323
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 kultuskatholizistischen 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 sozialetischen 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 Lorekau