

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 37 (1985)
Heft: 3

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: 14.04.2026

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

ZOOM

Illustrierte Halbmonatszeitschrift

ZOOM 37. Jahrgang
«Der Filmberater» 45. Jahrgang

Mit ständiger Beilage
Kurzbesprechungen

Titelbild



Das Cartoon von Erich Gruber inspiriert sich an Jürg Frischknechts Artikel über die PTT. Der florierende gelbe Monopolbetrieb mit seinem Acht-Milliarden-Umsatz ist im Bereich der Medien an verschiedenen Orten und Ebenen aktiv. Frischknecht bietet einen Überblick und arbeitet medienpolitische Tendenzen heraus.

Cartoons in dieser Nummer: Erich Gruber

Vorschau Nummer 4

Solothurner Filmtage:
Zur Situation des
Schweizer Films

Video: Ein Medium wird
sich selber problematisch

Besprechung von vielen
Schweizer Filmen wie
«Gosliwil» und «Je vous
salue Marie»

Nummer 3, 6. Februar 1985

Inhaltsverzeichnis

Dossier PTT

2

2 Medienpolitik ohne Kontrolle

Radio – kritisch

11

11 Schweizer Kurzwellensender:
Spröde Stimme der Schweiz im Ausland

Thema Tagesschau

16

16 Das Neueste im Fernsehen
Tagesschau aus dem Redaktionsstudio

19 «Wir sind durchgestossen»
Interview mit Otmar Hersche

21 Der Newsroom – ein Flop?
Beobachtung von «Zeit im Bild» des ORF

TV – kritisch

24

24 Ziischtigsclub:
Debattierklub oder Kaffeekränzchen?

Rückblende

27

27 Geographie des Hungers

Film aktuell

28

28 Tabu in Brasilien: Landbesitz und Landreform
Gespräch mit Eduardo Coutinho

32 Fasnacht

Impressum

Herausgeber

Schweizerischer Katholischer Volksverein, vertreten durch die Filmkommission
und die Radio-Fernsehkommission

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. 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

Stämpfli-Design: Arturo Andreani (Inhalt), Eugen Götz-Gee (Umschlag)

**Liebe Leserin
Lieber Leser**



Seit dem 7. Januar präsentiert das Fernsehen DRS zahlreiche Neuerungen. Mit seinem Programm 85 antwortet die öffentlich beauftragte Anstalt auf die zunehmende Konkurrenz mit anderen, zum Teil auch schon kommerziellen Programmen. Doch ihre Vorwärtsstrategie ist zwiespältig.

Durch die Einführung von täglichen Nachmittagssendungen wird das Programmvolumen massiv ausgeweitet. Bereits wird intern die Frage diskutiert, ob gleich dem welschen Fernsehen ein Mittagmagazin eingeführt werden soll, und auch die tägliche Ausweitung des Programms auf den Vormittag dürfte nicht lange auf sich warten lassen (vgl. ARD und ZDF). Durch diese Besetzung von Programmplätzen wird das Eindringen eines möglichen Konkurrenten erschwert. Umgekehrt weiss man aus den USA, dass solche Ausweitungen des Programms den täglichen Fernsehkonsum (vor allem bei Kindern) erhöhen.

Nach Programmdirektor Ulrich Kündig kommen der Information und der Unterhaltung für das Fernsehen Schlüsselrollen zu. Der in der Konzession verankerte Programmauftrag wird insofern geschwächt, als die Bildung als dritte geforderte Leistung nicht mehr als zentrales Leitbild aufscheint. Die Unterhaltung nahm bereits bisher einen bevorzugten Platz im Programm ein, so dass ihr Angebot auf den Jahreswechsel nicht ausgeweitet wurde.

Bei der Information kommt der Aktualität eine klare Leitfunktion zu. Das Programmschema wurde daraufhin optimiert, auf aktuelle Ereignisse entsprechend ihrer Bedeutung flexibel mit verschiedenen Verarbeitungsstufen zu reagieren (z. B. Nachricht – verlängerter Tagesschaubeitrag – Wochenmagazin «Rundschau» – Report). Die systematische Aus-

richtung auf die Aktualität kann jedoch die Aufmerksamkeit der Zuschauer auch aufzehren, indem die ständige Vermittlung der Ereignishaftigkeit der Welt und ihres Wandels die «wohltuende Selbstverständlichkeit» (A. Gehlen) verdrängt und die Bildung (sic!) einer eigenen Identität erschwert. Zuschauer verwenden ihre Energie darauf, dem nachzuhastern, was läuft (Geschwindigkeit als Gewalt).

Durch die Leitfunktion der Aktualität wird die Tagesschau zum Aushängeschild des ganzen Programms. Während die alte Tagesschau in ihrem zuverlässigen Wechsel von Sprecher und Einspielungen ein Ritual der Realitätszelebrierung (so ist es) darstellte, verstärken das Dekor des Redaktionsstudios und die Moderation des Journalisten den Live-Charakter der Darbietung (jetzt geschieht es). Durch diese Dramatisierung wird einerseits die Ereignishaftigkeit auf die Spitze getrieben, andererseits kann der Moderator durch seine Interpretationen dem Zuschauer die Verarbeitung einer Information erleichtern.

Die neuen Fernsehprogramme neigen dazu, die Grenzen zwischen Fiktion und Realität noch stärker zu verwischen. Ihre Versuche, sich mit ihren Profilen zu verkaufen, entwickeln gefährliche Eigengesetzlichkeiten: eine Konjunktur des Scheins. Die nach Tagen typisierten Programme lenken wie Schienen den Alltag der Vielseher. Immer häufiger werden in moderierten Magazinsendungen kurze Versatzstücke der Wirklichkeit zusammenkomponiert. Das Design des Dekors und die Moderatoren als Identifikationsfiguren ermöglichen den Zuschauern eine emotionale Bindung an die programmierte Wirklichkeit. Der Warencharakter der Sendungen fesselt das Interesse der Zuschauer an Nebensächlichkeiten. Das Programm mag konsumfreundlich sein, doch für die kritische Meinungsbildung ist es entbehrlicher geworden.

Mit freundlichen Grüßen

Matthias Lorek