

**Zeitschrift:** Zoom : Zeitschrift für Film  
**Herausgeber:** Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst  
**Band:** 40 (1988)  
**Heft:** 17

**Buchbesprechung:** Medien im Buch

**Autor:** Lüthy, Heinz / Croci, Alfons

### **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:** 08.04.2026

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

ming to America» ist eine Komödie des guten Geschmacks, anders als «Beverly Hills Cop», wo Murphy immer wieder mal Frauenfeindliches oder Deftiges gegen Homosexuelle über die Lippen geht.

John Landis warnte kürzlich: «Ich wäre enttäuscht, wenn ich Eddie in zehn Jahren in «Beverly Hills Cop 10» sehen würde.» Eddie Murphy selber zerstreut solche Befürchtungen: «Ich will für den Film das werden, was die Beatles für die Musik wurden. Ich will sein wie Woody Allen oder Chaplin, neben der Schauspielerei auch Regie führen, Drehbücher schreiben, tanzen und singen.» Im Vergleich zu all seinen Talenten war Bescheidenheit ja nie Eddies Stärke. Doch bei seinem fast unheimlichen Optimismus, der Träume wahr werden lässt, ist mit allem zu rechnen. Bis jetzt allerdings war Murphy noch nicht reif genug, selbstdiszipliniert ein eigenes Werk von A bis Z durchziehen. Dem Star ist das Geldverdienen bisher sehr leicht gefallen. Solch kommerzieller Erfolg birgt stets die Gefahr, korrumpiert zu werden, sich künstlerisch schnell einmal zufrieden zu geben. In diesem Sinne ist es für Eddie Murphy gegenwärtig nur sinnvoll, sich in die Obhut von echten Regiepersönlichkeiten zu begeben und mit seiner uneingeschränkten Einmann-Show noch etwas zuzuwarten. ■

Heinz Lüthy

## Gestalten wir die TV-Zukunft, noch haben wir die Möglichkeit dazu

*Fredi Hänni, Matthias Loretan, Urs Meier (Hrsg.), Schöne Fernseh-Aussichten. Die folgenreiche Demontage einer öffentlichen Institution, Reihe Mediaprint, Basel 1988, Lenos Verlag (270 Seiten, Fr. 36.–)*

Die Welt des Fernsehens ist in Bewegung; das Medium erlebt derzeit den Übergang vom Kultur- zum Konsumgut. Was dabei an Geld auf dem Spiel steht, hat man uns vor kurzem in der Bundesrepublik demonstriert: 45 Millionen DM hat die UFA, eine Tochter des Medienkonzerns Bertelsmann, dem Deutschen Fussballbund auf den Tisch geblättert, um die Rechte für die Übertragung der Fussballspiele während einer Saison für ihre Kameras zu kaufen – nur die Fussballspiele. Europaweit dringen private TV-Veranstalter in einen Bereich vor, der bisher weitgehend den öffentlich-rechtlich organisierten Anstalten vorbehalten war. Was diese bisher als einen Auftrag zur Vermittlung von Information und Kultur begriffen haben, wollen jene zu einem lukrativen Geschäft machen.

In der Schweiz ringen die politischen Kräfte darum, diesen wirtschaftlichen Druck einigermaßen unter Kontrolle zu kriegen, konkret: um ein neues Radio- und TV-Gesetz. Doch die

öffentliche Diskussion darüber ist bisher eher lau geblieben, Medienpolitik oder Medienkritik ist – leider – für die meisten Schweizerinnen und Schweizer ein Fremdwort.

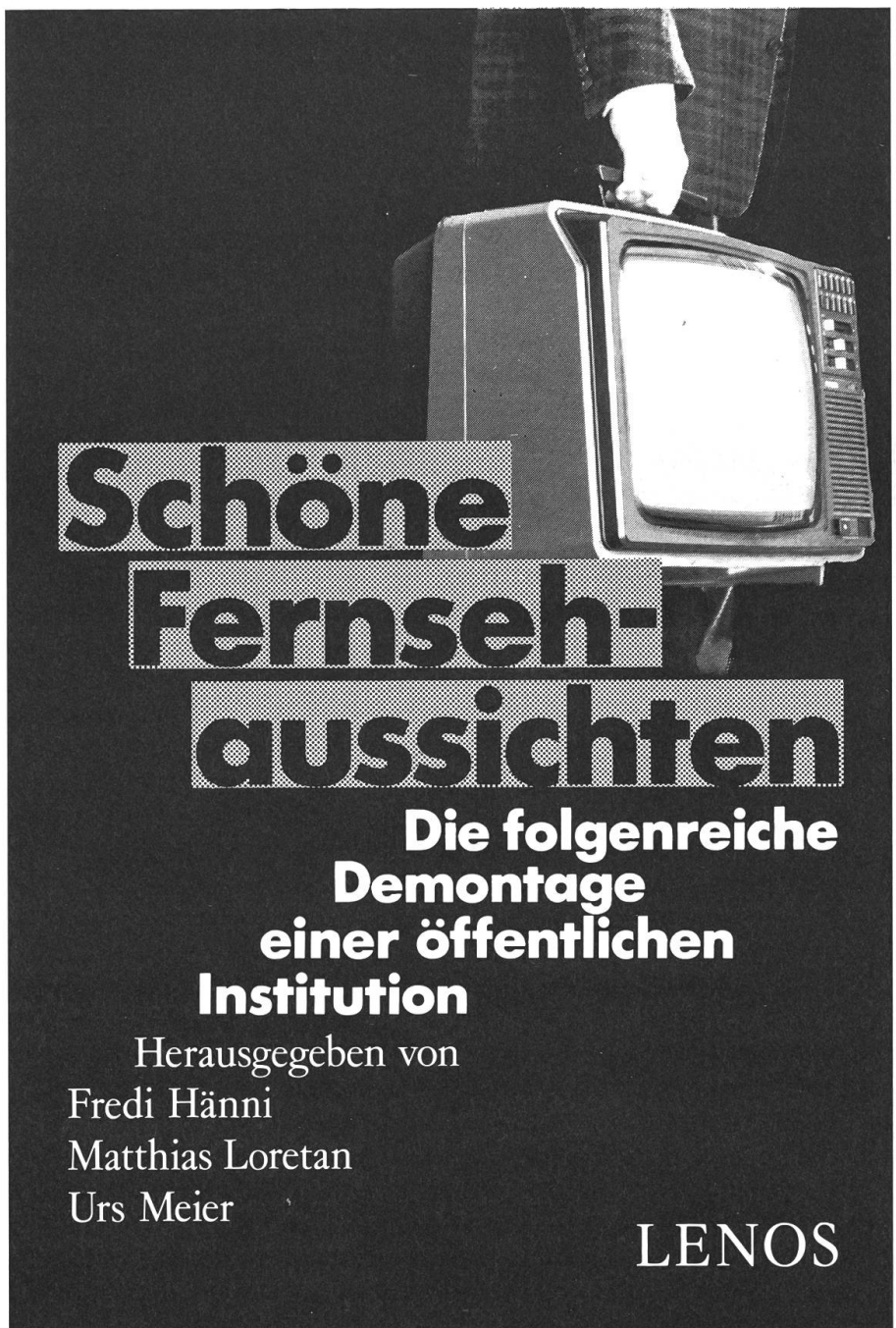
Höchste Zeit also, sich einmal näher mit dem Massenkonsumgut Fernsehen ernsthaft zu beschäftigen. Dazu bietet sich ein im Umkreis der Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationskultur (AfK) entstandenes Buch an: «Schöne Fernsehaussichten – Die folgenreiche Demontage einer öffentlichen Institution». Verlegt wird die 270 Seiten starke Publikation in der Reihe Mediaprint, einem Gemeinschaftswerk des Basler Lenos-Verlags und der Mediengewerkschaft Schweizerische Journalisten-Union (SJU).

Der Laie ist ein Bürger und Zeitgenosse, der sich in seine Angelegenheiten einmischt – mit diesem Diktum von Max Frisch liesse sich der demokratische Anspruch des Buches umschreiben. In ihrem Vorwort präzisieren die Herausgeber: «Das Fehlen eines öffentlichen Problembewusstseins in Medienfragen hat damit zu tun, dass die Veränderungen zwar wahrnehmbar, aber nur für Fachleute durchschaubar sind. Hier möchte unser Buch aufklärend und diskussionsanregend wirken. Es will mit Informationen und Argumenten dazu beitragen, dass der Kommerzialisierung der Medien klare Schranken gesetzt werden».

Das Buch bietet eine recht umfassende Darstellung der heutigen Situation des Mediums Fernsehen in der Schweiz und in Europa; es empfiehlt sich damit allen, die sich einen Überblick über diese Problematik verschaffen wollen. Die Qualität der Beiträge ist – wie könnte es anders sein – unterschiedlich, aber dank der Breite und Fülle des Materials ist der Gesamteindruck positiv.

Positiv fällt vor allem das Kapitel über «das medienpolitische Umfeld» auf. Es enthält einen Beitrag über die rechtlichen Aspekte der Privatisierung mit dem Titel: «Abschied vom service public». Die Kernaussage (und gleichzeitig die Präzisierung des Buch-Untertitels über die Demontage einer öffentlichen Institution) ist die folgende: Seit Beginn der achtziger Jahre ist der historisch gewachsene medienpolitische Konsens in der Schweiz in Frage gestellt worden, wonach Rundfunk als «service public», also als Dienst an der Öffentlichkeit, zu betreiben sei; systematisch wurde damit der Boden für den kommerziell ausgerichteten Privatfunk vorbereitet. – Daran schliesst sich ein Artikel mit der detaillierten Kostenaufschlüsselung für TV-Programme an. Er kommt zum Schluss, dass lokales Privat-TV in der Schweiz zu teuer sei; andererseits sei auf sprachregionaler Ebene nicht nur eine vierte Senderkette denkbar, sondern – vom wahrscheinlich verfügbaren Werbevolumen her – eventuell gar eine fünfte, und damit neben dem SRG-Fenstermodell ein rein privates Zweites Deutschschweizer Fernsehen. Der dritte Beitrag beschreibt die zunehmende Kommerzialisierung des Rundfunks in Europa, den Konkurrenzkampf zwischen Privaten und öffentlichrechtlichen Anstalten, dessen Auswirkungen über Satelliten auch in der Schweiz zu spüren sind. Dieses Kapitel enthält eine Menge von Informationen und stellt Zusammenhänge dar – ein ausgezeichnetes Bild des TV-Umfelds in Europa.

Im Abschnitt über «die neuen Macher» ist ein Artikel über den Wandel der Druckereien und Verlage zu Multi-Media-Unternehmen zu finden – eine Beschreibung der wichtigsten Schweizer Verlagshäuser und



ihres Engagements in den elektronischen Medien. Der «Konzept»-Teil schliesslich enthält als programmatischen Beitrag «Das Modell Mediallmen» von Felix Karrer. Dieses, eine «Fortsetzung der direkten Demokratie mit elektronischen Mitteln» (Untertitel) orientiert sich am sogenannten «holländischen Modell» und verdient ernsthaft für Schweizer Verhältnisse geprüft zu werden (vgl. ZOOM 20/86 und 5/88). Demgegenüber bleibt der zweite, in die Zukunft gerichtete Beitrag zu allgemein

und zu theoretisch: «Fernsehen im Interesse der Öffentlichkeit. Für wirklichkeitsnähere, kontrolliertere, lebendigere Programme». Zitat: «Fernsehen soll den Anspruch nicht aufgeben, ein aufklärerisches Informationsinstrument zu sein, und daran festhalten, dass die Erhellung von Sachverhalten, die Einsicht in Ursachen und Zusammenhänge, das Durchschauen von verdeckten Interessen und wenn nötig auch das Aufdecken öffentlich bedeutsamer Missstände die eigentliche Profes-

sion auch des Fernsehjournalisten ausmachen.»

Zu den Schwächen des Buches nur ganz wenige Anmerkungen: Einige der Beiträge – vor allem diejenigen des ersten Kapitels über «die Programme» – beschränken sich auf Kritik und weisen nicht darüber hinaus. So ist, um nur ein Beispiel zu erwähnen, in einem Artikel der folgende Satz zu finden: «Es gibt keinen vernünftigen Grund, der dagegen spricht, dass es (das Medium Fernsehen, hl) auch anders sein könnte.» Zu wünschen wäre, dass hier zumindest ansatzweise eine These entwickelt würde, wie es auch sein könnte, beziehungsweise warum es trotzdem so ist, wie es eben heute ist. Der Anspruch, die real existierende SRG und ihre Programme konstruktiv zu kritisieren, wird nicht ganz eingelöst.

Zusammengefasst: Inhaltlich weisen die «Schönen Fernsehaussichten» kaum Auswege aus der verfahrenen Situation. Im Buch spiegelt sich somit zum einen der wenig entwickelte Stand der Medienpolitik/Medienkritik in der Schweiz. Zum anderen kämpfen die Autorinnen und Autoren gegen die Ratlosigkeit an – hoffentlich mit Erfolg; denn es ist höchste Zeit, sich inhaltlich mit dem Fernsehen zu beschäftigen. Und dazu bietet das Buch «Schöne Fernseh-Aussichten» viel Material, nützliche Informationen, die bisher in dieser Detailliertheit und Fülle nicht verfügbar waren. Höchste Zeit, auch von Seite der Konsumentinnen und Konsumenten Vorstellungen zu entwickeln, wie das Fernsehen der Zukunft aussehen soll, solange die Fernsehwelt noch in Bewegung ist. ■

Alfons Croci

## Zeitung lesen will gelernt sein

*Zeitung lesen. Materialien und Anregungen für die Oberstufe. Als Autoren des rund 300seitigen Ordners zeichnen Ruth Eckhardt-Steffen, Urs Diethelm, Franklin Willi sowie Mitarbeiter des «Tages-Anzeigers». Herausgegeben bei: Tages-Anzeiger, Public relations, 8004 Zürich, Preis Fr. 40.–.*

Wenn von Medienerziehung die Rede ist, stehen meist Fernsehen und Film im Vordergrund. Dass dazu aber auch die Beschäftigung mit den gedruckten Medien gehört, wird gerne vergessen. Umso interessanter ist die vorliegende Publikation, die sich der Zeitung annimmt.

Die Einleitung nennt die Absicht: «Die Schüler sollen den richtigen Umgang mit den gedruckten und elektronischen Medien erlernen. Sie sollen die Medien kritisch zu benutzen wissen. Bei diesen Bemühungen wollen wir den Lehrer unterstützen. «Zeitung lesen» enthält Anregungen und Materialien, die eine lebendige Auseinandersetzung mit der Tageszeitung ermöglichen.»

Das Material ist in sechs Kapitel gegliedert: Zuerst geht es um die verschiedenen Formen der Kommunikation, um Lesen und Schreiben und um den Medienkonsum. Das zweite Kapitel stellt die Ressorts einer Zeitung und Artikelformen und Inhalte vor und behandelt die Trennung von Meldung und Meinung. Dann wird ausgeführt, wie Journalisten, Redaktoren und Nachrichtenagenturen arbeiten und wie es um die Wahrheit der Information bestellt ist. Ein eigener Teil ist dem Verlag und den

Inserenten in einer Zeitung gewidmet. Schliesslich wird die technische Produktion der Zeitung dargelegt und zum Schluss folgt eine Anleitung zur Herstellung einer Schülerzeitung.

Jedes der sechs Kapitel ist in mehrere Teile gegliedert: Sachinformationen für den Lehrer, didaktische Hinweise und Materialien wie Folien, Texte und Lesetexte sowie Zusatzinformationen über den Tages-Anzeiger. Die letztgenannten firmenspezifischen Angaben sind als Materialsammlung möglichst neutral gehalten und geben Anregungen für die Arbeit mit andern Zeitungen.

Die Publikation macht einen positiven Eindruck: Die Informationen sind verständlich und an konkreten Beispielen dargelegt. Die didaktischen Angaben und Materialien scheinen mir gut und brauchbar zu sein. Hilfreich dürften auch die Hinweise auf die Lehrmittel «Welt der Wörter» und «Deutsch für Dich» sein. Sie mögen helfen, auch über den Weg anderer Fächer die Medienthematik einzubauen.

Das letzte Kapitel mit den detaillierten Angaben zum Herstellen einer Schülerzeitung ist besonders wichtig, denn die eigene Erfahrung lehrt noch immer am stärksten. In die gleiche Richtung gehen die in den einzelnen Kapiteln enthaltenen Hinweise für eigenes praktisches Tun.

Der Lehrperson bleiben für den Unterricht einige Aspekte, die sie selber vorbereiten muss. So fehlen in den Unterlagen konkrete Angaben über die Kosten beziehungsweise Einnahmen (vgl. dazu ZOOM 6/88, Schwere Zeiten für kleine Zeitungen), und auch das Thema des Einflusses auf die Redaktion ist kaum angesprochen. ■