

Zeitschrift: Zoom-Filmberater
Band: 28 (1976)
Heft: 21

Inhaltsverzeichnis

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.11.2024

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

ZOOM-FILMBERATER

Illustrierte Halbmonatszeitschrift für Film, Radio, Fernsehen und AV-Mittel

Nr. 21, 4. Nov. 1976

ZOOM 28. Jahrgang «Der Filmberater» 36. Jahrgang

Mit ständiger Beilage Kurzbesprechungen

Herausgeber

Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit

Schweizerischer Katholischer Volksverein, vertreten durch die Film-Kommission und die Radio- und Fernsehkommission

Redaktion

Urs Jaeggi, Postfach 1717, 3001 Bern
Telefon 031 / 45 32 91

Franz Ulrich, Postfach 147, 8027 Zürich
Telefon 01 / 36 55 80

Abonnementsgebühren

Fr. 30.– im Jahr (Ausland Fr. 35.–),
Fr. 18.– im Halbjahr. – Studenten und
Lehrlinge erhalten gegen Vorweis einer
Bestätigung der Schule oder des Betriebes
eine Ermässigung (Jahresabonnement
Fr. 25.–/Halbjahresabonnement Fr. 15.–)

Druck, Administration und Inseratenregie

Stämpfli + Cie AG, Postfach 2728
3001 Bern, Telefon 031 / 23 23 23
PC 30 - 169

Abdruck mit Erlaubnis der Redaktion und
Quellenhinweis gestattet.

Inhalt

- Kommunikation und Gesellschaft
2 Auf der Suche nach einem
Filmbewusstsein
Serie
6 Immer Ärger mit den Medien: Auf-
gabe des Journalisten
Filmkritik
10 *Novecento – 2° parte*
12 *Die Marquise von O...*
15 *C'eravamo tanto amati*
17 *Souvenirs d'en France*
18 *Obsession*
Film im Fernsehen
19 *Die Magd*
Arbeitsblatt Kurzfilm
21 *Die Mauer*

- TV/Radio – kritisch
24 Läuse im Pelz
27 «Telearena»: weder ausgewogen
noch objektiv, dafür lebendig
30 Hörer machen Radiosendungen

Titelbild

«Battle of Midway» von Jack Smight: der historische Hintergrund, die Seeschlacht von 1942 im Pazifik, dient als Staffage für ein ebenso gigantisches wie auch fragwürdiges Filmspektakel (vgl. S. 1). Bild: CIC

LIEBE LESER

nach den Katastrophenfilmen und den Horrorfilmen mit Hai, Grizzly, Kobra und anderem «Ungeziefer» scheint wieder einmal der gute alte Kriegsfilm Mode zu werden. Auf ihn greift man zurück, wenn es für Ideologie und Patriotismus im Osten, für Geschäft und Patriotismus im Westen gut ist. Allerdings, seit ehemalige Kriegsgegner zu Freunden geworden sind, haut das mit dem Patriotismus im Westen auch nicht mehr so recht hin. Es bleibt das Geschäft. Und weil die Amerikaner beispielsweise mit «*Battle of Midway*» auch in Japan Geld scheffeln wollen, werden in diesem Film die Japaner nicht mehr wie einst als sadistisches, roboterhaftes Gesindel, sondern als starke, wackere Gegner dargestellt. Sie sprechen sogar, man traut seinen Ohren kaum, amerikanisch. Nichts gegen eine solche Entwicklung, nichts gegen den Abbau eines verzerrten Feindbildes. Wenigstens das kann eine positive Seite des Kriegsfilms sein.

Dass Krieg eine Sache so richtig für Männer ist, macht einem «*Battle of Midway*» eindrucksvoll bewusst. Mit kräftigem Kinn, verkniffenen Lippen und sorgenvoll gerunzelter Stirn spielen sie ihr tödliches Spiel. Verbunden in männlicher Kameradschaft drücken sie die Hände und schauen sich tief in die Augen. Mehr an Gefühl und Gemüt dürfen sie nicht zeigen. Dafür ist die völlig nebensächliche Liebesgeschichte da: Eines US-Hauptmanns Sohn, ein Jagdflieger, liebt ausgerechnet eine Japanerin – wie rührend und marktgerecht! Aber ich schweife ja ab, hier wird doch Krieg rekonstruiert, jene Seeschlacht um Midway, in der die Amerikaner im Juni 1942 der japanischen Kriegsflotte empfindliche Verluste beibrachten, womit sich, nach dem Schock von Pearl Harbour, eine Wende im Pazifik-Krieg abzeichnen begann. Mit beträchtlichem Aufwand an Material und Stars hat Jack Smight diese Kriegsphase routiniert inszeniert: Die Arbeit der Kommandostäbe und Nachrichtendienste, Vorbereitung und Aufklärung, gigantische Kämpfe auf dem Wasser und in der Luft ergeben, zusammen mit den dazwischengeschnittenen Dokumentaraufnahmen, ein äusserst faszinierendes Spektakel, dessen Wirkung dank Surround noch beträchtlich verstärkt wird.

Aber eben, es bleibt ein Spektakel, nicht mehr. Auf die atemberaubenden Luftkämpfe und das gigantische Feuerwerk der auf Kreuzern und Flugzeugträgern explodierenden Geschosse folgt keine Betroffenheit, keine Einsicht in die Entsetzlichkeit jedes Krieges. Der Film nimmt sich nicht einmal die Mühe, etwas in die Hintergründe hineinzuleuchten, warum denn diese Schlacht überhaupt geführt wurde, die immerhin vielen Menschen das Leben gekostet hat. Krieg als bloss faszinierendes, nervenkitzelndes Schauspiel – da ist mir nicht mehr ganz wohl dabei.

Mindestens sieben Kriegsfilme werden zur Zeit von amerikanischen und europäischen Produzenten hergestellt oder sind bereits in den Kinos angelaufen. Sie alle stellen dar, wie man Krieg macht. Diese Filme kosten zusammen gegen 100 Millionen Dollar. Wo sind die 100 Millionen für Filme, in denen gezeigt wird, wie man Frieden macht? Eine naive, blöde Frage – ich weiss. Mit dem Frieden ist kein Geschäft zu machen, weder in Wirklichkeit noch im Film. Umso besser mit dem Krieg. Eigentlich traurig, oder nicht?

Mit freundlichen Grüssen

