

Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Zoom-Filmberater**

Band (Jahr): **26 (1974)**

Heft 6

PDF erstellt am: **22.07.2024**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

### **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*  
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, [www.library.ethz.ch](http://www.library.ethz.ch)

<http://www.e-periodica.ch>

# ZOOM-FILMBERATER

Illustrierte Halbmonatszeitschrift für Film, Radio und Fernsehen

Nr. 6, 20. März 1974

ZOOM 26. Jahrgang «Der Filmberater» 34. 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  
Telephon 031 / 45 32 91

Franz Ulrich, Bederstrasse 76, 8002 Zürich  
Telephon 01 / 36 55 80

## Abonnementsgebühren

Fr. 25.– im Jahr (Ausland Fr. 30.–),  
Fr. 14.– im Halbjahr. – Studenten und  
Lehrlinge erhalten gegen Vorweis einer  
Bestätigung der Schule oder des Betriebes  
eine Ermässigung (Jahresabonnement  
Fr. 20.–/Halbjahresabonnement Fr. 11.–)

## Druck, Administration und Inseratenregie

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

Abdruck mit Erlaubnis der Redaktion und  
Quellenhinweis gestattet.

---

## Inhalt

2 Kommunikation und Gesellschaft  
«Mutter braucht kein Wasser, sie  
braucht Geld» (Douglas Sirk)

### Filmkritik

8 *Lucky Luciano*  
11 *Lacombe Lucien*  
13 *Freut euch des Lebens*  
16 *Der Tod des Flohziirkusdirektors*  
18 *Papillon*

### Arbeitsblatt Kurzfilm

19 *The Question*

### TV/Radio – kritisch

23 An den Rand gedrängt  
24 Trennung von Kirche und Staat  
26 Die Fernsehfamilie auf den Kopf  
gestellt

27 Bücher zur Sache

29 TV/Radio-Tip

## Titelbild

Louis Malles «Lacombe Lucien» ist das psychologisch differenzierte Porträt eines jungen französischen Kollaborateurs im besetzten Frankreich, der auf der falschen Seite Selbstbestätigung und das Erlebnis der Macht sucht.

Bild: CIC

---

# LIEBE LESER

zwischen Beinen, Busen und Popos ist nun an den Kiosken, nach der von Kolle und Konsorten verursachten Sexflut, eine weitere Aufklärungswelle angerollt. Sie gilt dem braunen Diktator aus Braunau und seinem 1000jährigen Reich und heisst «Das III. Reich – Zeitgeschehen in Wort, Bild und Ton». In 52 vierzehntägig erscheinenden, reichbebilderten Heften mit insgesamt 2496 Seiten und in einer Startauflage von 500000 will dieses Partwork für je Fr. 3.80, einige Schallplatten mit Tondokumenten inbegriffen, über den Nationalsozialismus und seine Zeit umfassend berichten, eine Zeit, die «Fragen über Fragen» stellt, «die wir, die Generation der Unbetroffen-Betroffenen, ohne Rücksicht auf Tabus, ohne jede Scheu vor ‚links‘ und ‚rechts‘, beantworten wollen. Als Gesamtwerk ist die vorliegende Publikation der *umfassendste Versuch*, diese Geschichte zu schildern, zu deuten und zu erklären (...). Freude an der journalistischen Arbeit und das Bewusstsein, *auf breitester Basis Aufklärung treiben* zu können, die mit dazu beitragen wird, die jüngste Vergangenheit zu verstehen und aus ihr für die Zukunft zu lernen, motivieren Verlag, mich und meine Mitarbeiter.» So Chefredaktor Christian Zentner in der ersten Nummer der vom John Jahr Verlag, Hamburg («Stern», «Brigitte», «Eltern») herausgegebenen Reihe (alle kursiven Hervorhebungen von mir).

Nichts gegen eine seriöse Aufklärung über Hitler und seine Zeit! Den Wert der Aufklärung, wie sie in dieser Publikation «getrieben» wird, möchte ich bezweifeln, allein schon von der Aufmachung her. Auf der ersten Innenseite blickt einem über dem Leitartikel das in Bronze gegossene Haupt des Führers entgegen. Daneben steht in episch-verklärendem Stil: «Von Millionen verehrt und bewundert, von Millionen gehasst und verachtet...» – in jedem Fall ein grosser Mann, nicht wahr? Auf der folgenden Bilddoppelseite suggeriert die Legende, Hitler zeige sich am Fenster der Reichskanzlei einer jubelnden Menschenmenge – dabei handelt es sich um eine Photomontage. In der Mitte des Heftes räkelt sich über zwei Seiten hin farbig – als Beispiel für die Nazikunst – eine nackte Germanin auf weichem Pfühl, ganz à la «Playboy». Die Beiträge der namhaften Autoren kommen neben dem Übermass an teils unkommentierten zeit- und kulturgeschichtlichen Dokumenten optisch kaum zur Geltung. Auf der Reprint-Beilage mit zeitgenössischen Zeitungsartikeln wird – nicht gerade bescheiden – für die Einbanddecken geworben: «Namhafte Historiker, Politiker, Journalisten und Künstler – dazu eine einzigartige Bebilderung im überwiegend farbigen Grossformat – machen die Sammeldokumentation zu einem der *wichtigsten Werke* über das Dritte Reich. *Ihrem publizistischen Wert entsprechen die Einbanddecken* aus elegantem rotem Balacron mit Silberprägung» – zu je DM 6.80. Fürwahr, ein billiges publizistisches Selbstverständnis!

Dank einem Werbebudget von 1,8 Millionen wurde in der Bundesrepublik eine marktschreierische Werbekampagne mit Plakaten, Nazi-Emblemen und Hitlerbildern gestartet, die bereits zu einer gerichtlichen Verfügung, zur Ablehnung von Werbespots durch Fernsehanstalten und zur Aufkündigung der Mitarbeit durch den Schriftsteller Bernt Engelmann, den Politologen Ossip K. Flechtheim und den Physiker und Nobelpreisträger Werner Heisenberg geführt hat. Es ist schon empörend, mit welcher politischen Instinktlosigkeit und erbärmlichen Geschmacklosigkeit eine Epoche, die Millionen Menschen das Leben gekostet hat, gewinnbringend und «konsumgerecht» vermarktet werden soll.

Mit freundlichen Grüssen

