

**Zeitschrift:** Zoom : Zeitschrift für Film  
**Herausgeber:** Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst  
**Band:** 39 (1987)  
**Heft:** 2

## 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:** 17.03.2025

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

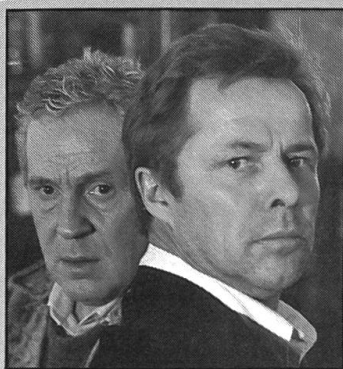
# ZOOM

Illustrierte Halbmonatszeitschrift

ZOOM 39. Jahrgang  
«Der Filmberater» 47. Jahrgang

Mit ständiger Beilage  
Kurzbesprechungen

## Titelbild



Mit Andrej Tarkowskijs Tod ist sein letzter Film «Offret» (Opfer) zu seinem Vermächtnis geworden: eine bildmächtige Parabel einer spirituellen Sinnsuche nach den verschütteten Quellen des Lebens und des Glaubens. – Im Bild: Erland Josephson und Sven Wollter. *Bild: Citel*

## Vorschau Nummer 3

Televisionen: Beiträge zu Geschichte und Zukunft des Fernsehens

Neue Filme:  
Blue Velvet  
The Color of Money  
El Norte  
Salvador

Nummer 2, 22. Januar 1987

## Inhaltsverzeichnis

### Thema: Video – Softwaremarkt 2

- 2 Abhängigkeit der Schweizer Anbieter
- 5 Internationaler Ausverkauf der Filmware

### Film im Kino 10

- 10 Offret/Sacrificatio
- 15 Peggy Sue Got Married
- 17 Heartburn
- 19 Das alte Ladakh
- 20 My Mother is in Sri Lanka
- 23 Spuren der Trauer
- 25 Moirés Bewegung Licht
- 27 Morlove – eine Ode für Heisenberg
- 28 Tessiner Fieber

### Medien aktuell 30

- 30 Kreatives Sparen  
Fünfzig Jahre kirchliche Filmarbeit in Kuba

### Bücher zur Sache 31

- 31 Das unendliche Filmlexikon
- 32 Krieg und Kino

### Forum der Leser 32

- 32 Widersprüche

## 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

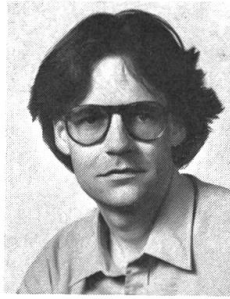
### Abonnementsgebühren

Fr. 50.– im Jahr, Fr. 28.– im Halbjahr (Ausland Fr. 54.–/31.–).  
Studenten und Lehrlinge erhalten gegen Vorweis einer Bestätigung der Schulen oder des Betriebes eine Ermässigung (Jahresabonnement Fr. 42.–/Halbjahresabonnement Fr. 24.–, im Ausland Fr. 46.–/26.–).  
Einzelverkaufspreis Fr. 4.–

### Druck, Administration und Inseratenregie

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

**Liebe Leserin  
Lieber Leser**



Die Anwendung der leichten Elektronik bei der Herstellung und Verbreitung von Bildern und Tönen (Software) hat widersprüchliche Entwicklungen hervorgerufen. Etabliert hat sich Video als Medium der Überwachung. Bescheiden nehmen sich in den letzten Jahren die Versuche aus, Video als Mittel zur sozialen Animation zu nutzen, damit Betroffene ihre unterdrückten oder marginalisierten Erfahrungen selbst gestalten und in die öffentliche Auseinandersetzung einbringen können. In vielen Bildungseinrichtungen liegen die angeschafften Geräte brach herum. Während Jahren, doch vergeblich bemühten sich Margrit Bürer und Heinz Nigg (Schweizer Pionierleute in diesem Bereich/vgl. ZOOM 16/86) um regelmässige finanzielle Unterstützung bei den Behörden der Stadt Zürich, damit sie ihre mediale Gemeinwesenarbeit auf eine gesicherte Basis stellen können. Ähnlich gelagerte Utopien harren heute als Alternative Regionalfernsehprojekte in verschiedenen Schweizer Städten auf eine Bewilligung durch den Bundesrat.

Erstaunlich selbstbewusst geben sich jene politischen Medienwerkstätten, die mit den Protestbewegungen der 80er Jahre Profil gewannen, mit deren Krisen allerdings vorübergehend an Kraft verloren, da sie sich weitgehend auf die Abbildung des Zusammenbrechens und der entsprechenden Resignation beschränkten. Heute haben diese Gruppen wieder an Verbindlichkeit zugelegt, indem sie sich als Autoren kritisch reflektierend entweder mit ihren Stoffen oder dem Medium auseinandersetzen. Beispiele für diese Entwicklung sind die zwei Produktionen des Videoladens, die beide an den diesjährigen Solothurner Filmtagen gezeigt werden. In «Günz, Mindel, Riss und Würm» wird sich die Jugendbewegung selber problematisch. Die analy-

tisch allerdings wenig griffige Untersuchung sucht nach Wurzeln und geschichtlichen Erkenntnissen bei gleichgerichteten Protestbewegungen der letzten 70 Jahre. In postmoderner Ungebärde wirbelt der Videocomic «Morlove – eine Ode für Heisenberg» Schauplätze, Zitate aus der Filmgeschichte und videotechnische Tricks durcheinander. Respektlos schafft dieses experimentelle Werk die Verbindung zur Videokunst und befreit Video als oftmals nur linkischen kleinen Bruder des Fernsehens von konventionellen Erzählweisen. Von dem, was Videokunst an Originalität, Witz und Tiefsinn zutage fördert, profitieren für einmal nicht nur Videoclips und kommerzielle Werbevideos, sondern die (vormals explizit) politische Videoarbeit.

Neben Satelliten und Verkabelung gehört das Angebot mit bespielten Videokassetten zu den neuen Verteiltechniken, um die multimedial einsetzbare Software möglichst gewinnbringend zu vermarkten. In ZOOM 7/86 hat S. Zielinski Entwicklungen dieses Marktes aufgezeigt. Die beiden ersten Artikel dieser Nummer beschäftigen sich nun mit den Videoanbietern. Das Schlagwort der Branche «Jeder sein eigener Programmleiter» wird dabei Lügen gestraft. Hinter 70 Labels (Anbietermarken) verbergen sich 16 Vertriebsfirmen, eine Handvoll dürfte ungefähr drei Viertel des Marktes kontrollieren. Sie sind entweder Tochterfirmen der grossen internationalen Filmverwertungsgesellschaften oder durch Lizenzverträge weitgehend von diesen abhängig. Unter den fünf Erfolgreichsten findet sich nur ein eigenständiges Schweizer Videolabel. Einige der kleinen Firmen, die nicht an die aktuellen Kinohits herankommen, versuchen sich dreist mit Brutalos und Pornographie über Wasser zu halten. Bänder der politischen Videoarbeit haben den Weg in diesen Vertriebskanal bisher nicht gefunden. Schweizer Filme fristen auf diesem Markt ein völliges Randdasein.

Mit freundlichen Grüssen.

*Matthias Loukan*