

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 91 (1965)
Heft: 10

Artikel: Dichtung und Wahrheit und Zitate
Autor: Knobel, Bruno
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-504533>

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: 06.10.2024

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

Dichtung und Wahrheit

UND ZITATE

Es ist schon passiert, daß ein Leser aus einem meiner Artikel gerade das Gegenteil von dem, was ich sagte, herauslas: Ich wurde «mißverstanden», weil dem Leser meine Meinung nicht in seine Vorstellung, nicht «in den Kram», nicht in das *Bild* paßt, das er sich von der Sache macht. Das ist eine verbreitete Erscheinung.

Falsche Bilder

Worauf stützt eigentlich der Mensch seine vorgefaßten Bilder? Zum Beispiel: An einer amerikanischen Universität wurde unter den Studenten eine Umfrage gemacht, welches die wichtigsten Charaktereigenschaften des europäischen Volkes der Balodäer seien. Antworten: Die Balodäer seien sture Militaristen, zwar gebildet, aber engherzig, egoistisch ... Nicht zu sagen, daß es die Balodäer gar nicht gibt!

Woher dennoch die Vorstellung, oder: welche Fakten führten zu dem falschen Bild? Weil viele richtige Fakten aus Bequemlichkeit, aus Oberflächlichkeit, aber auch bewußt, nämlich gegen jede bessere Einsicht übergangen werden, weil viele Menschen aus Informationen immer nur das herausdividieren, was ihre eigene Vorstellung hässelt, was ihnen in den Kram paßt. Statt sich zu informieren, faseln viele lieber Dummheiten, wie P. Daninos sie so schön in seinem Buche «1000 Worte für Cocktailparties» (Sanssouci Verlag) anführt, etwa: «das Brot ist nicht mehr, was es war ... die Mädchen sind kaum mehr von den Burschen zu unterscheiden ... so etwas kann nur ein Kommunist sagen ... Putzfrauen fahren heute mit dem Auto vor ... die Italiener brauchen wieder einen Mussolini, dann hören sie mit den Streiks schon auf ... Whisky ist gut für die Zirkulation ... das Fernsehen ist der Untergang der Kultur ...»

Karikaturisten

Unser Wolf Barth erklärte einmal, die beste, treffendste Karikatur, z. B. von de Gaulle, sei nicht jene, die seinem wirklichen Aussehen am ähnlichsten sei, sondern als echt würde jenes Konterfei empfunden, das sich *beim Leser* (auf Grund früherer Karikaturen) als echt eingebürgert habe. Es kann also so weit kommen, daß wir nicht die Wahrheit, sondern ihr Trugbild als wahr empfinden. Oder wie es Schoen-

berner in einem Aufsatz im rororo-Taschenbuch-Bd. 682, «Information oder herrschen die Souffleure» formuliert hat: «Das fiktive, von Stereotypen geprägte Weltbild wird schließlich so ungebrochen für wirklich genommen, daß Wirklichkeit ihm gegenüber fiktiv erscheint ...» Dazu ein Beispiel: Eine Schweizerin besucht Angehörige in Ostdeutschland. Sie erzählt dort so nebenbei davon, wie bei uns vor Weihnachten die Schaufenster fast bersten vor Lebens- und Genußmittel. Bemerkung einer Ostdeutschen dazu: «Nun kommt die auch noch mit westlicher Propaganda.» Hier zeigt sich: Die (östliche) Propaganda hat die Information derart deformiert und eingefärbt, daß jede objektive Information automatisch als Propaganda «durchschaut» wird.

Ich hab's aus meiner Zeitung

Zugegeben: Manche Informationen, auf die wir bauen, stammen aus dem Leibblatt. Aber auch eine Zeitung kann ihre falschen Bilder haben und ihnen Nachrichten anpassen. Ich will nicht einmal so weit gehen wie Diggelmann in seinem «Verhör des Harry Wind», worin ein Public-Relations-Manager gesteht: «Eine Zürcher Tageszeitung hat einmal ... eine Umfrage ... gemacht. Zweitausend Briefe sind eingegangen. Tausendsechshundert dieser Briefe hat mein Büro organisiert. Es war eine große Arbeit, aber sie hat sich gelohnt ... Ich habe meine Mitarbeiter immer wieder auf die Möglichkeit solcher Leserbriefe aufmerksam gemacht. Natürlich bilden Leserbriefe nur eine der vielen Möglichkeiten, eine Meinung zu verbreiten ...» Wie gesagt, ich will gar nicht von jenen «dunklen Mächten», welche angeblich unsere Meinung lenken, reden, denn auch sie gehören zumeist in ein falsches Bild.

Wenn «die Zeitung» aber wirklich falsch oder ungenügend informiert, dann sind wir meist selber schuld.

Wenn ich in einem Blatt einen unpopulären, aber sachlich richtig informierenden Artikel schreibe, der diesem oder jenem Leser nicht in den Kram paßt, und wenn dann diese deshalb erbosten Leser zur Feder greifen und der Redaktion schreiben: «Wenn Ihr Mitarbeiter soundso in seiner Art zu schreiben weiterfährt, so bestelle ich das Blatt ab ...», dann wird die besagte Redaktion vielleicht mit der Zeit wirklich unpopuläre Nachrichten vermeiden.

«Angst vor Information»

Diesen Titel trägt ein Aufsatz im erwähnten rororo-Band. Friedrich Heer schreibt darin: «Die Publikafter unserer großen Zeitungen und Zeitschriften wünschen in «ihrer» Zeitung das zu erfahren, was sie bereits «wissen» ... Er (der Leser) bezieht «seine» Zeitung, um immer neu ... versichert zu erhalten, daß sein ... Bild stimmt. Dafür kauft, dafür bezahlt er seine Zeitung ...» und – so wäre anzufügen – und darum bestellt er sie auch sogleich ab (oder droht damit), wenn die Zeitung sich erdreistet, sein Bild zu zerstören. Mit anderen Worten: Viele Leser handeln nach dem Grundsatz: «Was ich nicht weiß, macht mir nicht heiß»: Vogel-Strauß-Manier!

Und deshalb umschreibt Schoenberner (in rororo 682) das Verhalten vieler Blätter wie folgt: «Zurückdrängung aller Meldungen, die herrschende Vorstellungsklischees beschädigen ...» Die erwünschten Nachrichten dagegen dominieren auf den Titelseiten und ergeben Schlagzeilen! Das gilt auch vom Fernsehen. (Siehe dtv-Taschenbuch 190, «Vierzehn Mutmaßungen über das Fernsehen».) Beim Fernsehen, aber auch bei der Bildpresse, so glaubt man, sei falsche Information nicht möglich, denn das Bild zeige ja die nackte Wirklichkeit. Dabei übersieht man aber, daß sich jede Begebenheit, jedes Ding, jeder Mensch so oder so photographieren läßt, beschönigend nämlich oder verfälschend. Im Buche «Fetisch des Jahrhunderts» beweist Fritz Kempe, daß das Objektiv nicht immer objektiv ist, daß man die «Wirklichkeit» auf der Photo sehr wohl einem vorgefaßten Bild anpassen kann. Und es ist erwiesen, daß auch solche «Blick- und Bild-Blätter» allein mit der Präsentation (oder Unterschlagung) von gewissen Bildern eine Meinung manipu-

lieren können. Auch sie bringen vorwiegend das, was beim Leser «gut ankommt». Sonst regnet's Leserbriefe (und sogar echte).

Es braucht Mut

Erich Kuby (rororo 682) sagt im Aufsatz «Das Volk ist seine Presse wert»: «Der Mut, Wirklichkeit zu erkennen und zu bekennen, hat uns verlassen.» Und Karl Jaspers (sein Aufsatz «Werden wir richtig informiert» ist auch als Schallplatte zu haben) sagte, es liege an uns selber, wie wir informiert werden. Wie aber informieren wir uns richtig? Prof. Kogon dazu: «Der Bürger ist dann informiert, wenn er ein zureichendes Orientierungswissen besitzt, in welches sich die täglichen Nachrichten sinnvoll einordnen lassen.» Bildung, Wissen, Orientierung sind also die Voraussetzung, um Informationen richtig aufzunehmen.

Gewiß: Wir können das vollendete, wahre Bewußtsein der Dinge nie haben. Aber, um nochmals Jaspers zu zitieren: «Wesentlich ist für jeden einzelnen der Entschluß: Entweder für Wahrheit und Wirklichkeit zu wirken, oder im Verzicht auf Wahrheit sich in den Dienst von Illusionen zu stellen.» Und darüber wäre jenes griechische Motto zu setzen, das Goethe seinem «Dichtung und Wahrheit» voranstellte und das besagt: Der Mensch wird nur freier und wahrheitsliebender, je mehr er es wagt, unangenehme, nämlich sein vorgefaßtes Bild verändernde Informationen zu Kenntnis zu nehmen. Wenn der Mensch das tut, dann folgen ihm auch die Informationsmedien nach.

Indessen ist da noch ein Haken: Echte Informationen einordnen – gleichviel ob angenehme oder unangenehme – heißt oft, sein Bild, seine Vorstellung und damit auch «seine Meinung ändern». Man tut das nicht gern. Wer seine Meinung ändert – ich weiß – kommt in Ver-ruf, eine Windfahne zu sein. Wer seine Meinung ändert, den Gegebenheiten anpaßt, den heißt man noch bald einen Opportunisten. Und darum gilt bei uns als ein «senkrechter und verlässlicher Mann», wer durch dick und dünn seine Meinung vertritt und darauf verharret. Das mag seine guten und schönen Seiten haben, ist aber eine Verallgemeinerung!

Als man Churchill einmal vorwarf, er habe doch öfters seine Meinung geändert, da sagte er: «Die Aenderung meiner Meinung war in keinem Fall etwas anderes als die nötige Anpassung an veränderte Verhältnisse.» Und Alberto Moravia sagte: «Wer seine Meinung niemals ändert, hat vielleicht gar keine.»

Bruno Knobel