"Werden Sie bewusst!"

Autor(en): **Freuler, Kaspar**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **93 (1967)**

Heft 52

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-507382

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.e-periodica.ch

«Werden Sie bewußt!»

Wessen? wenn die Frage gestattet ist.

Wilhelm Tell war freiheitsbewußt, die meisten seiner Nachfolger sind zumindest selbstbewußt. Doch damit weiß der Reklametexter wenig anzufangen. Er will, daß die Menschen sachbewußt werden.

Da las ich kürzlich, daß der moderne Mann leider noch völlig unterentwickelt sei betreffend das Parfüm im allgemeinen. Nicht einmal begehre er die Unterschiede zwischen Morgen-, Tag-, Abend- und Nachtparfüm zu wissen. Er muß dazu erzogen werden, ‹parfümbewußt› zu werden.

Parfümbewußt? ich gebe zu, daß ich zu den Unterentwickelten gehöre und froh bin, gewöhnliches Kölnischwasser von meinem ‹Arden for men› unterscheiden zu können. Schon die Duftunterschiede zwischen Benzin und Superbenzin übersteigen meinen Parfümhorizont.

Vorm Jahr freute sich in einem Zeitungsartikel die Schuhindustrie, daß der Mann von heute nun ‹lederbewußt› geworden sei. Unter der Hand wurde ich inne, daß die Lederleute selbst über den Ausdruck lächelten. Spaß à parti! Bleiben wir ernsthaft bei dem Problem des Bewußtseins, resp. des Bewußtwerdens. Gehen wir der Angelegenheit bewußt nach! Bewußtwerden heißt im Lexikon des Propagandisten: Sich in betonter Weise über die innern, die geistigen Zusammenhänge zwischen einem Verkaufsartikel und dem eigenen Seelenleben klar zu werden, diesen psychischen, tiefern Gründen nachzugehen, ihre causalen Ursachen zu begreifen, bis daraus schließlich der Entschluß reift, den Artikel zu kaufen. Einerlei ob man ihn nötig hat oder nicht. Es genügt dem Verkäufer, wenn man ihn kauft.

Nehmen wir einige Beispiele. Sich generell zum Schokoladebewußtsein zu erziehen, gelingt schon dem Kleinkind, während das Lebertranbewußtsein schwerer zu erlernen ist. Der X-hakenbewußte wird nicht einen ordinären Nagel in das Täfer treiben, um seinen Picasso aufzuhängen, sondern er wird eine Schachtel X-Haken kaufen. Schirmbewußt ist der Mensch von Natur: er streckt die Hand aus und wenn's regnet, so greift er nach dem Paraplü; leider verläßt ihn dieses Bewußtsein oft in der SBB, wo er den Schirm stehen läßt. An Alkoholbewußtsein fehlt es dem Schweizer nicht, wie man alltäglich aus der Sparte ‹Verkehrsunfälle› lesen kann; das Autobewußtsein (volkstümlich ‹Autofimmel› genannt), wird löblicherweise nicht nur durch kinderliche Seifenkistenrennen, sondern auch durch richtige sogen. Bergrennen gezüchtet. Familienväter hingegen sind wegen der Billettkosten SBB-bewußt geworden. Das Knoblauchbewußtsein wird von der Umgebung nicht hochgeschätzt, zum mindesten nicht von Parfümbewußten, die den Duft dieses freundlichen Gartengewächses überhaupt als Parfüm nicht anerkennen. Im Interesse der Frisöre liegt die Förderung des Perückenbewußtseins; die Glatze muß eliminiert werden. Schwierig zu erwerben ist das Zahnarztbewußtsein, weil es meist erst in Notfällen eintritt, dann aber plötzlich und überraschend. Den Mann so richtig zigarettenbewußt zu machen, dazu werden Millionen auf dem Inseratenweg investiert; das Gegenteil aber, das Bewußtwerden der Existenz von Lungenkrebs wird von denselben Stellen leider als Bagatelle negiert.

Die Presse gibt sich alle erdenkliche Mühe, den Menschen von heute zum Englischbewußtsein zu erziehen; es wimmelt von Job, von Designer, von Marketing und Computer usw. Der Sport bläst ins selbe Horn. Daß eine Handvoll junger Burschen, die auf merkwürdigen Instrumenten Lärm machen, als ‹band› auftritt, ist klar; warum aber werden sie hässig, wenn man sie mit der deutschen Bezeichnung nennt, als Bande?

Titelbewußtsein ist dem Schweizer angeboren, auch der Frau Schweizer, der Frau Doktor, der Frau Professor, der Frau Corporal, dem Fräulein Nationalrat, usw.

Auf die Festzeit hin werden wir uns bemühen, noch bewußter zu werden. Der Zürcher wird tirggelbewußt, der Basler leckerlibewußt, des Glarners Pastetenbewußtsein ist bekannt, das Panettonebewußtsein der Tessiner nicht weniger, Welsche sind fonduebewußt.

Die Propaganda hat mit diesem Schrei nach Sachbewußtsein das Ei des Columbus auf den Kopf getroffen. Ob dabei ein gewisses Hühnerbewußtsein oder irgendwelche ornithologische Anlagen mitspielten, ist nicht zu untersuchen.

Eine Frage zum Schluß! Erwirbt man sich beim mehrmaligen Besuch eines zoologischen Gartens automatisch eventuell ein gewisses Kamel- oder Affenbewußtsein? Und wie wäre dem vorzubeugen?

Kaspar Freuler

Es guets Neu's

Ein recht glückliches Neues Jahr wünschen Ihnen von Herzen der Reklametexter – und die Verkäufer – und die Magaziner – und die Tapezierer – und die Telefonistin – und sogar die Buchhalterin – und ganz speziell Vitali Vidal vom Teppichhaus Vidal an der Bahnhofstraße in Zürich. Und letzterer dankt Ihnen herzlich, daß Sie die Sprüche des ersteren (der Esel wie immer voraus) das ganze Jahr so geduldig und gut gelaunt über sich ergehen ließen.

NEBIS FILMTIP

«How I won the War»

Lester hat einen urkomischen Film über ein todernstes Thema gedreht. Wenn der Zuschauer trotzdem nicht lachend das Kino verläßt, so deshalb, weil es der Autor der Beatles-Filme verstanden hat, die Gewichte richtig zu verteilen. Der große Rahmen ist ernst, das Detail witzig.

«How I won the War» wendet sich gegen die seit dem letzten Weltkrieg allzu häufig auftretenden, den Krieg und seine Menschen glorifizierenden Film. Er räumt auch auf mit dem Bild des am Kaminfeuer sitzenden Helden, der das Soldatentum als seine schönste Zeit preist. Die Abenteuerlust läßt sich in diesem Film nicht befriedigen; das Abstoßende, zu dem wir uns oft hingezogen fühlen, übt hier keine Faszination aus. Der Krieg ist erbarmungslos, das ‹Schöne› daran ist angedichtet.

Das Besondere an diesem Film – in dem u. a. Beatle John Lennon mitwirkt – ist seine Form. Immer wieder wird der Zuschauer zum lachen verführt, das nächstfolgende Bild aber schon läßt ihn das Lachen im Halse ersticken. Auch gibt es kein passives Beschauen. Brüsk reißt Lester mit seinen Verfremdungseffekten den Zuschauer aus dem gemütlichen Fauteuil, wenn er einen verwundeten Krieger die Frage ins Parkett schreien läßt: «Habt Ihr das nicht vorausgesehen?»

Kriegsfilmfreunde gängiger Art werden an diesem Werk keinen Gefallen finden. Daran stößt sich Lester nicht; er wendet sich an denkende Menschen.

Hansjürg Briggen