

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 107 (1981)
Heft: 30: Das Zitat

Artikel: "Das ganze Volk"
Autor: Knobel, Bruno / Furrer, Jürg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-608729>

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.](#)

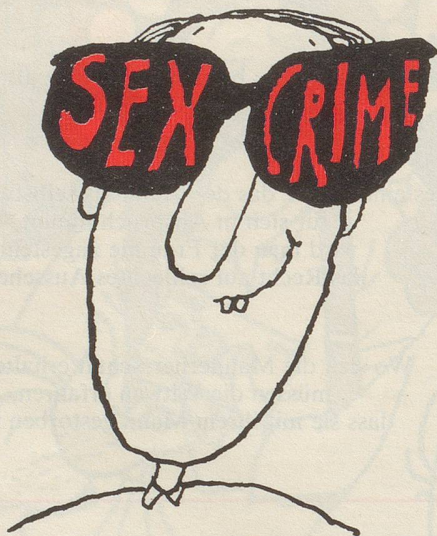
Download PDF: 30.03.2025

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

«Das ganze Volk»

Echte Bildungsaufgabe erfüllt

Mit der Schweizer Boulevardzeitung ist es eine merkwürdige Sache: Die Mehrheit all derer, die einem gehobenen Bildungsstand angehören oder anzugehören glauben und die man auf den «Blick» anspricht, rümpfen unverhohlen die Nase und äussern sich abschätzig. Und dennoch ist «Blick» unsere auflagenstärkste Tageszeitung, und wenn man der Statistik glauben will, dann müssen auch die Nasenrümpfer zu den Lesern gehören.



Letztthin wurde der «Blick»-Chefredaktor gleich zweimal interviewt. Er machte dabei einige Geständnisse, die des Bedenkens wert sind: Die Boulevardzeitung sei so zu machen, dass sie in der Lage ist, «... die Leser jeden Tag zum Kauf zu ermuntern ...» Deshalb: «Wir bringen, was die Leser interessiert.» «Blick» «... will das ganze Volk ansprechen». Zwar hat «Blick» «... keine Verpflichtung zu kontinuierlicher Information. (...) Es kann nicht Aufgabe einer Boulevardzeitung sein, grössere Zusammenhänge bewusst zu machen ...» Und dennoch: «... «Blick» erfüllt eine echte Bildungsaufgabe (...), erfüllt ein vorhandenes Bedürfnis ...»

«In erster Linie unterhalten wir die Leser ...» und:

«Sex and Crime sind selbstverständlich sehr starke Themen für jede Boulevardzeitung ...»

Nach solchem offenen Eingeständnis besteht kein Grund mehr, über «Blick» die Nase zu rümpfen. Das Blatt wird bewusst und eingestandenermassen so gestaltet, dass es von möglichst vielen gekauft wird und damit zum harten Profitkern eines Grossverlages wird. Und damit das funktioniert, bietet «Blick» das, was das ganze Volk unterhält. «Echte Bildungsaufgabe» also: Ein vorhandenes Unterhaltungsbedürfnis decken!

Es ist somit ein Fehler besagter Naserümpfer, das Boulevardblatt mit einer seriösen Tageszeitung, die einen Informationsauftrag anerkennt, zu vergleichen. Richtigerweise muss «Blick» verglichen werden mit Vergleichbarem, nämlich mit andern Unterhaltungsprodukten: mit dem, was eine Budenstadt bietet, mit der «Regenbogenpresse», mit leichter oder

seichter Unterhaltungsliteratur, mit Schlagermusik, mit einem TV-Bunten Abend, mit sentimentalischen Musicals oder unterhaltend schockierendem Grusical, mit «Strassen von San Francisco», «Aktenzeichen XY» und «Tatort», also mit dem, was man ohne Bildungsanspruch als legitime Unterhaltung bezeichnet.

Nase anders rümpfen

Mit andern, nämlich den Worten eines Berichtes des Publizistischen Seminars der Universität Zürich: «Blick» ... «schont die Mehrheitsvorurteile von Inserenten und Käufern ...» Seine «... Sache ist die Anbiederung ...» «... Dem Informationsethos kommt die Amüsierverpflichtung in die Quere ...»

Mit noch anderen Worten also: Was «Blick» macht, ist sein gutes Recht. Er verdient Geld, indem er so unterhält, wie «das ganze Volk» sich's wünscht. Und wenn da die Nase zu rümpfen ist, dann nicht über «Blick», sondern höchstens über die Käufer, die solche Unterhaltung Tag für Tag erwerben. Es sind zurzeit 300 000 (20 000 mehr als noch vor 14 Monaten). Gemäss einer Media-Analyse sind es rund 810 000 Leser, die täglich diese Art Unterhaltung konsumieren. Das entspricht etwa der gesamten erwachsenen Deutschschweizer Bevölkerung, welche davon profitiert, wie «Blick» seine «echte Bildungsaufgabe» gewinnträchtig zu lösen versteht.

Man kann sich allerdings fragen, ob leichtes Naserümpfen nicht auch angebracht wäre über jene Prominenz (jeglicher, auch politischer Gattung), die sich z. B. in Interviews zu solcher Unterhaltung (siehe oben) hergibt. Aber vielleicht liegt hier jener Hase im Pfeffer, über den in den eingangs genannten Interviews nicht geredet wurde: über die Macht, von der «Blick» sagt, er habe sie nicht oder er übe sie nicht aus. Er hat sie! Sie äussert sich beispielsweise in der nur zu oft spürbaren Angst manches Prominenten vor dem Boulevardblatt. In der Angst, von «Blick» fertiggemacht zu werden, wenn man ihm nicht zu Diensten ist. Honny soit qui mal Blick pense!

