Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 114 (1988)
Heft: 31

Illustration: Zyt isch do, Zyt isch do ...
Autor: Rapallo [Strebel, Walter]

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: 19.05.2025

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

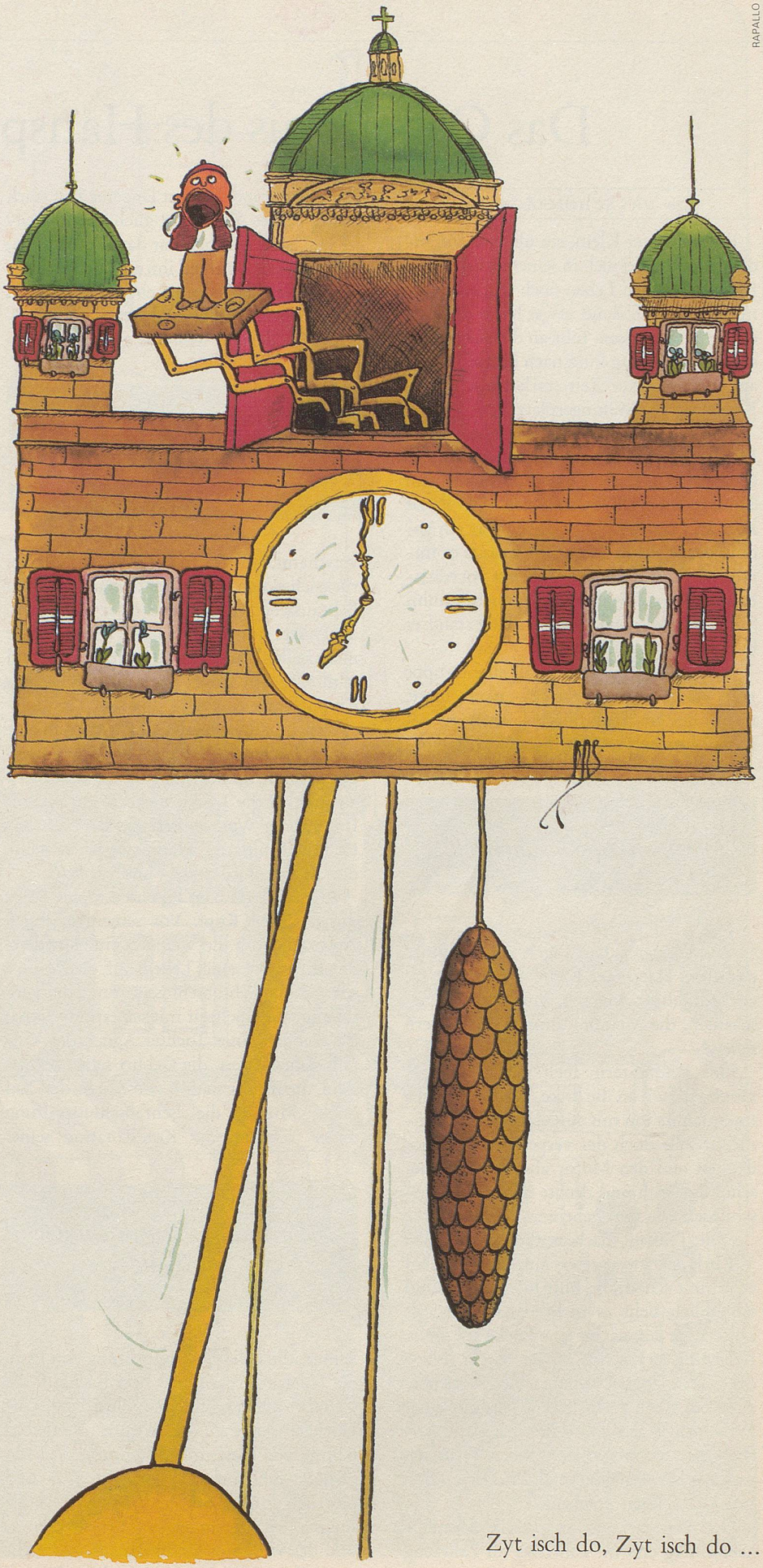
nigen 1. August-Feuern konkurrenzieren dürfte ...
Doch ich vermute sehr, es handle sich da, wenn ich erstaugustliches Höhenfeuer mit Luftbelastung verknüpfe, um eine *unzulässige* Art sachfremder Assoziationen.

Springende Punkte

Denn Vorsicht ist geboten mit «sachfremden Assoziationen», zumindest seit Beginn dieses Jahres, als die SUVA ihren Bild-Wand-Kalender zu ihrem «Sicherheitsprogramm Leitern» herausgab. Die Bilder zeigten nämlich keineswegs nur Leitern, sondern daran, darauf oder darunter überdies ein Fotomodell, zwar dürftig bekleidet, aber körperlich keineswegs dürftig ausgestattet. Und eben darin lagen die sozusagen springenden Punkte.
Es kam zu moralgesteuerten Protesten und – wie gesagt – zum Vorwurf, die Bilder lenkten ab, sie führten lediglich zu sachfremden (leiterfernen) Assoziationen. Wer so denkt, hat nur zur Hälfte recht. («Er denkt zuviel, die Leute sind gefährlich» [Shakespeare].) Denn eine Werbung muss ja immer aus zwei Dingen bestehen: einmal aus der eigentlichen Werbebotschaft, dann aber zudem noch aus einem (botschaftsfremden) Anreiz für das anzusprechende Publikum, die Botschaft überhaupt zu beachten. Da spielen eben die Assoziationen umgekehrt: vom Sachfremden zur Sache. Dieses Rezeptes bedienen sich ja meist auch die 1. August-Redner in ihrer Rhetorik.

Sachfremde ooo

Aber natürlich kann einem die in der Werbung verbreitete Praxis der «sachfremden Assoziation» zu denken geben.
Mich stört zwar die Präservativ-Werbung in der Anti-Aids-Kampagne nicht. Leute, die es wissen müssen, halten die Aktion für sinnvoll und nützlich. Also! Aber dennoch frage ich mich manchmal, ob der Umstand, dass bald nachgerade jedes o in Schriftzügen mit einem Präservativ geziert und dass dauern plakativ der Gedanke an Kopulation wachgehalten wird, nicht auch «*sachfremde* Assoziationen» wecke.
Werden heuer, am 1. August, auch Raketen zischend an den Nachthimmel steigen, mit Donnerhall zerplatzen und erstmals einen vielfarbigen Regen von präservativförmigen Funken niedergleiten lassen, hinunter, wo dann alles bewundernd o! ruft?
Wie immer man's nimmt: 1. Augustfeiern sind Quellen unbegrenzter sachfremder Assoziationen.



Zyt isch do, Zyt isch do ...