Zeitschrift: Sprachspiegel : Zweimonatsschrift
Herausgeber: Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache
Band: 58 (2002)
Heft: 3

Artikel: "In der Zeitung stehen"
Autor: Mayor, Guy André
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-421808

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.01.2026

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

«In der Zeitung stehen»

Das «Schatzchäschtli» des Zürcher «Tages-Anzeigers» von 1978 bis 1998

Von Guy André Mayor

Kaum jemand um die vierzig oder darüber – und schon gar aus dem Leseraum Zürich – kennt das «Schatzchäschtli» nicht mindestens vom Hörensagen. Jedenfalls hat dessen Erwähnung anlässlich der Promotionsfeier an der Universität Zürich noch im vergangenen Dezember spontane Heiterkeit ausgelöst. Aber so ungebrochen die Bekanntheit der einstigen Kult-Rubrik zu sein scheint: Sie hat – vor allem mit Bezug auf Textsorten wie «Beziehungstexte», «Suchtexte» oder «Chattexte» – durch das *Internet* derart nachhaltige Konkurrenz erhalten, dass sie bereits zum «historischen» Phänomen mutiert ist.

Die allmähliche Verschiebung eigentlicher *Internet-Vorläufer-Texte* vom «Schatzchäschtli» zu den schnelleren elektronischen Medien kündet sich z.B. in **«Suchtexten»** aus der zweiten Hälfte des Jahres 2000 an, in denen statt der bzw. zusätzlich zur üblichen Chiffre eine Handy-Nummer und/oder eine witzig-ironische E-Mail-Adresse genannt werden:

Montag, 31. Juli 2000
ca. 13.30 Uhr
Escher-Wyss-Platz,
Tram 13
Du standest draussen, ich sass im Tram. **Zwei Blicke** trafen sich für lange Sekunden. Ich kann Dich nicht vergessen. Bitte melde Dich.
Tel. 079 685 56 56
E-Mail: imtram13 @ excite.com

SA402F

200807

Sonntag, 8.10.2000: Wo, und vor allem wer ist die junge Frau mit blondem kurzem Haar, welche am späteren Nachmittag zusammen mit ihrer Kollegin von der Station Ringlikon Richtung Üetliberg wanderte? a_smile4u @bluemail.ch oder Offerten an Chiffre TR811G
Tages-Anzeiger, 8021 Zürich

201011

Entsprechend dem Auftrag, den mir Prof. Horst Sitta erteilt hat, habe ich in der Arbeit zwei eng miteinander verknüpfte Ziele verfolgt:

➜ Einmal sollten die Texte des «Schatzchäschtli» *textlinguistisch* untersucht, beschrieben und nach Textsorten kategorisiert werden. Zu diesem Zweck habe ich aus den über *40 000* zwischen 1978 und 1998 erschienenen – und gelesenen – «Schatzchäschtli»-Texten ein repräsentatives *Hauptkorpus von 10 000 Texten* zusammengestellt, das die Klassifikation und Beschreibung von *zehn* unterschiedlich stark vertretenen Textsorten ermöglicht hat – von **«Gratulation»**

Bravo Michi!
Wir gratulieren Dir zum 1. Platz beim Seifenkistenrennen »Saumässige Schuss!« Mami und Papi.
TT495

780424

und **«Glückwünschen»**

LIEBE MONIKA, Du liegst krank darnieder, und ich kann Dir keine Blumen schicken. Komm doch rasch wieder auf Deine (hübschen) Beine und freu Dich auf die nächsten Erdbeeren mit mir! Hannes.
TT854

780505

über die genannten **«Such-»**, **«Beziehungs-»** und **«Chat-Texte»** zu

«Dank»,

> **Ich bin der Mann, der am Freitag, 1. Juni, am Bellevueplatz auf den Boden gefallen ist.**
> Herzlichen Dank an alle, die mir geholfen haben. F.B.
> WM844

900616

«Bekanntmachung»,

> **Bekanntmachung von Hüntwangen**
> Wir geben unsere heisse heimliche Liebe bekannt.
> Esther und Heiri
> DS987

910529

«Gruss»

> **Hallo Zöbi, lisisch au wider emal s'Schatzchäschtli?**
> Grüessli Din Motzer und Nörgeler
> AX844

920222

und **«Einladung»**

> **7.11.1955**
> **an das Brautpaar**
> Treffpunkt:
> Sonntag, den 17.11.85 um 17.30 Uhr,
> Unterfeldstr. 1, Christine, Felix, Klaus.
> BB148

851116

sowie zu einer Restgruppe, die ich aufgrund ihrer schieren Unverständlichlichkeit als
«Enigmatische» bezeichne:

***
***

VF457

801112

Wie zu erwarten, sind die einzelnen Texte selten so idealtypisch wie die hier abgedruckten, sondern in aller Regel Mischformen und *Kombinationen* aus mehreren Textsorten, z.B. aus «Gruss» und **«Bekennertext»** (einer Subkategorie der «Beziehungstexte» mit der prototypischen Form «Carla, ich liebe dich!»:

DANK EM SCHATZCHÄSCHTLI händ mer zäme gfunde. Es Küssli an ...-Schnügi vo de Schnugi-Maus. Ich han Di ganz fescht gärn.
PR900905

900005

oder, wie der folgende, eine Kombination aus «Bekanntmachung», «Beziehungstext» und «Dank»:

Liebi Lisbeth
Jetzt chunscht au emal i d Zytig – dänn hüt fiired mer nämli üse
29. Hochzigtag
und scho gli bin i mit ere Grossmueter verhüratet!
Momol, aber schön hämers zäme! I dank der für alles vo ganzem Herze.
Din Kurt
DD843

780721

Obwohl ich aus einsehbaren Gründen hier nicht *mehr* Beispieltexte zu den einzelnen Textsorten anführen und vor allem keine detaillierten Kommentare zu den Untersuchungsergebnissen machen kann, wird vermutlich schon aufgrund der wenigen Texte klar, dass in der Rubrik «Schatzchäschtli» alles nebeneinander Platz hat: das Heitere und das Traurige, das Erhabene, das Banale und das Ergreifende, heile Welt und düstere Weltsicht.

- Das «Schatzchäschtli» ist, wenn man so will, ein *Pandämonium* menschlicher Gefühle und Befindlichkeiten und (war) vielleicht deshalb so beliebt.
- Mit allen «Schatzchäschtli»-Texten wird denn auch, mehr oder weniger explizit, *eine Beziehung gestaltet* (was man beispielsweise von einer Gebrauchsanweisung oder einem Kochrezept nicht behaupten kann).
- Die Rubrik ermöglicht(e), indem sie einen – von der Inseratenannahmestelle sorgsam gehüteten – *rituellen Rahmen* zur Verfügung stellte, *Platzierung* und *leichtes Auffinden* von «herkömmlichen» Anzeigen (Gratulation, Glückwünschen, Dank etc.) und von – in diesem speziellen Rahmen entstandenen – neuartigen, variationsreichen Textsorten.

➜ Beim zweiten in der Arbeit verfolgten Ziel ging es darum, Antworten auf die Frage zu finden, was denn Menschen aller Alters- und Ausbildungsstufen dazu veranlassen könnte, relativ bis reichlich Privates in einer Anzeigenrubrik zu veröffentlichen.

Zwei **«Beziehungstexte»** mögen das, was ich «privat» nenne, illustrieren.

Elisabeth
Am 26. Februar 1965 haben wir uns kennengelernt, am 26. Februar 1971 geheiratet und heute am 26. Juni 1984 werden wir auf Deinen Wunsch geschieden.
Für Dich geht ein Traum in Erfüllung.
Für mich geht ein Traum zu Ende.
Was bleibt, ist die Hoffnung.
Armin
ZH715

840626

Von Zeit zu Zeit fühle ich mich ein wenig ratlos, besonders dann, wenn ich mich an unsere gemeinsame Vergangenheit erinnere und wenn ich wissen möchte, was die Zukunft für uns bringen wird. Und von Zeit zu Zeit vermisse ich gewisse Dinge in unserer Beziehung. Ich möchte, dass wir etwas mehr miteinander sprechen und uns ein wenig mehr berühren. Ich bitte Dich nicht um viel. Ich brauche nur manchmal die Bestätigung, dass ich Dir nicht gleichgültig bin. Diis Schatzeli S.
GU842

900905

Freilich gibt es im «Schatzchäschtli» jede Menge Texte, die weit weniger «privat» bzw. «intim» wirken, obwohl sich ausnahmslos *alle aus privatem Anlass* an einen bestimmten Adressaten bzw. Adressatenkreis richten. Durch den Umstand allerdings, dass die Texte in der Rubrik nicht nur veröffentlicht, sondern geradezu *im Hinblick auf Veröffentlichung konzipiert* sind, sind sie immer auch – mehr oder weniger bewusst gewollt – mehrfachadressiert. Das heisst, sie werden u.a. ausdrücklich auf die Gefahr hin publiziert, dass eine grössere Anzahl von den potentiell etwa 100 000 täglichen Leserinnen und Lesern des «Tages-Anzeigers» die direkt adressierte Person, die textproduzierende Person oder beide «erkennt».
Dies kann, wie im Falle von «Gratulation», «Glückwünschen» oder «Bekanntmachung», durchaus erwünscht sein; in andern Fällen, etwa bei «Beziehungs-» und «Suchtexten», die sich in der Regel an eine einzige Person wenden, eher nicht. Besonders dann nicht, wenn es sich um eine «geheime» bzw. «verbotene» Beziehung handelt.
Warum also, hiess die Frage, werden «private» Texte – bei «verbotenen» Beziehungen verständlicherweise sorgfältig anonymisiert und häufig zusätzlich verschlüsselt – in einer grossen Zeitung bekannt gemacht?
Für «Suchtexte» und gewisse «Beziehungstexte» ist die Antwort relativ einfach: Weil dem Produzenten *keine andere Möglichkeit*, den Adressaten anzusprechen, zur Verfügung steht. Darüber hinaus scheint für *alle* **Texte** das Hauptmotiv dazu, sie im «Schatzchäschtli» zu veröffentlichen, darin zu bestehen, dass ihnen dadurch **grösseres Gewicht** und eine **weiterreichende Verbindlichkeit** zukommen. Und dass **Produzenten und Adressaten** – wie kurzzeitig und illusionär auch immer – **sozial** durch den Umstand **«aufgewertet»** werden, dass sie (ob mit *identifizierbarem* eigenem oder «anonymisierendem» Kosenamen versehen, ist merkwürdigerweise offensichtlich *nicht* von Bedeutung) «in der Zeitung stehen». (Diese ›Begründung‹ ist denn auch auffällig oft

in «Schatzchäschtli»-Texten zu finden.) Anders gesagt: Produzenten wie Adressaten **spielen** – in des Ausdrucks mehrfacher Bedeutung – **eine Rolle.**
Geht man, wie ich das tue, davon aus, dass wir mit Sprache handeln, lassen sich *Texte* auffassen *als Wirkgrössen*, die bei dem, der sich darauf einlässt, indem er sie «liest», eine (psychische) Reaktion auslösen. Anders gesagt: Wenn Texte «Wirkgrössen» sind, also sprachliche Gebilde, mit denen ein Sprachbenützer – aufgrund einer Reihe damit verbundener sprachlicher und aussersprachlicher Faktoren – auf andere Sprachteilnehmer *einwirkt,* sind auch Anzeigen-Texte mehr oder weniger komplexe *sprachliche Handlungen*, die weitere Handlungen, sprachliche und nichtsprachliche, nach sich ziehen.
Damit kommen nicht nur die *Erstadressaten* der «Schatzchäschtli»-Texte, sondern auch deren nicht *direkt* angesprochene **Rezipienten** – die zu Zeiten überaus zahlreichen Leserinnen und Leser der Rubrik – in den Blick. Dass das «Schatzchäschtli» während zwanzig Jahren so erfolgreich gewesen ist, verdankt es u.a. der Eigenart seiner Texte. Alle «Schatzchäschtli»-Texte sind nämlich – das können die Leserinnen und Leser dieser Zeilen vermutlich bereits aus der Erfahrung mit den hier abgedruckten Exemplaren bestätigen – auch aufgrund ihrer *Rätselhaftigkeit* fördernden *Kürze* und ihres *Anspielungsreichtums* ausgesprochen **narrativ** und laden nicht nur zu mehr oder weniger milden Formen des Voyeurismus ein, sondern, dies war für die Entstehung von «Dialogen» und «Chat-Texten» wichtig, auch zur *Interaktivität,* d.h. zur Reaktion mit einem eigenen Text.

Ein Beispiel soll solche – hier: unerwünschte – *Einmischung* durch Dritte belegen.
Am 7. April 1984 erscheint der folgende «Suchtext»:

Zwei Züge – ein Blick
Montagmorgen 7.42 h vor der Einfahrt in den Bahnhof Zürich: unsere Züge, beide aus Richtung Baden kommend, fuhren für kurze Zeit nebeneinander.
Wir sahen uns für einige Sekunden in die Augen und **Dein Blick verfolgt mich Tag und Nacht**.
Melde Dich, denn ich liebe Dich!
Zuschrift an Chiffre MH383
Tages-Anzeiger, 8021
Zürich.
840407

Zwei Wochen später – der Autor hat in der Zwischenzeit offensichtlich einen Brief der Adressatin erhalten – doppelt er mit demselben, nun fett gedruckten Argument «denn ich liebe Dich» nach:

Zwei Züge – ein Blick
Anna, ich danke Dir für Deine Antwort! Auch ich bin verheiratet und habe Kinder. Dürfen wir denn nur noch Gefühle für unsere Ehepartner haben?
Hab keine Angst und schreib mir Deine Adresse, **denn ich liebe Dich!**
Jean. Zuschrift an Chiffre
GP127 Tages-Anzeiger, 8021 Zürich.

840421

Ob Anna dem dringlich vorgetragenen Wunsch von Jean schliesslich nachgegeben hat, wissen wir nicht. Wenigstens ist kein entsprechender «Schatzchäschtli»-Text zu finden. Dafür reagiert ein anderer Textproduzent auf die beiden «Zwei Züge – ein Blick»-Texte. Wieder an einem Samstag, eine Woche danach, mischt sich nämlich ein *Aussenstehender,* die Überschrift sinnig variierend, ungebeten, aber umso apodiktischer mit einem «Beziehungstext» ein:

Zwei Augen – ein Blick
An Anna und Jean! Ich bin zwar unbeteiligter Leser, aber doch angesprochen. Vergesst den Quatsch und setzt Eure Ehen nicht auf's Spiel! Durch einen kurzen Blick aus einem Zug entsteht keine Liebe.
Das Verhalten von Jean ist romantisches Wunschdenken und nicht das eines reifen Erwachsenen. Liebe auf den ersten Blick gibt es nicht! Einer, der es weiss.
HE894

840428

Mit der zuletzt zum Besten gegebenen Einschätzung, die er als wohl bittern Erfahrungswert in den Stand der Erkenntnis erhebt, ist der Textproduzent allerdings – jedenfalls im Rahmen des «Schatzchäschtli» – ziemlich allein.

Denn auch wenn ob soviel Sicherheit im Urteil niemand explizit mit einem Gegentext zu *reagieren* gewagt hat (oder, andere Lesart, die Einsicht eines Frustrierten schlicht ignoriert worden ist): die Fülle an «Suchtexten» beweist, dass der hier öffentlich desavouierte Glaube unzählige «Schatzchäschtli»-Addicts wider besseres Wissen beseelt.

Sind also «Schatzchäschtli»-Texte für die *nicht* direkt beteiligten Rezipienten «alltagsnaher», knapper **Lesestoff,** der – vergleichbar mit den zeitungsüblichen «Vermischten Meldungen» – *kurzzeitig* ihre Neu-Gierde anstacheln und befriedigen, ihre Empathie oder moralische Entrüstung wecken und ihre Fantasie anregen kann, so stillen sie für die *direkt* Beteiligten **kommunikative, soziale Grundbedürfnisse,** wie Ausdrücken und Austauschen von Empfindungen, Formulieren und Entgegennehmen von Sympathie- oder (seltener) Antipathiebekundungen, Bekanntmachen bzw. Zur-Kenntnis-Nehmen von für den Produzenten bzw. einen bestimmten Adressaten oder Adressatenkreis bedeutsamen Informationen, oder Ausführen von sozialen Gesten wie gratulieren, danken oder grüssen.
Anders aber als die Akteure in Sendungen des «reality tv», in «talk shows» oder in andern eindeutig exhibitionistischen bzw. voyeuristischen Veranstaltungen wie «Big Brother» – mit denen das «Schatzchäschtli» überhaupt nicht zu vergleichen ist – laufen die Produzenten und Rezipienten von «Schatzchäschtli»-Texten schon deshalb nicht Gefahr, sich blosszustellen oder von andern blossgestellt zu werden, weil das *Medium Schrift* – im Unterschied zum Medium bewegtes Bild – eo ipso *räumliche und zeitliche Distanz ermöglicht* und «Schatzchäschtli»-Textproduzenten sich und ihre Adressaten, wenn sie es für nötig erachten, durch alle möglichen Arten von zusätzlich *gewollter Anonymisierung* und Verschlüsselung schützen können.

Überdies scheinen Produzenten wie Rezipienten das «Schatzchäschtli» als einen *schützenden,* quasi erweiterten *Familienraum* aufzufassen, in dem nicht nur Freude, sondern auch Sehnsucht, Kummer und Trauer ausgedrückt und geteilt, eben mit-geteilt werden können. Genauer: Die Beteiligten verhalten sich so, als handle es sich um einen familiären, gewissermassen privaten Rahmen, sie **tun als ob**. Und zwar in einem doppelten Sinn: Einmal tun sie, als ob ihre «privaten» Empfindungen gleichsam in einem *privaten* Ambiente geäussert würden; zum andern tun sie *gleichzeitig* so, als ob diese Gefühlsäusserungen, weil sie in der Zeitung stehen, die Öffentlichkeit, in der sie getan werden, auch etwas angingen, für sie *relevant* seien.
Obwohl ich nicht alle Aspekte angemessen habe präsentieren können, zähle ich – im Vertrauen darauf, dass die Umschreibungen ausreichend verständ-

lich sind – die **Erklärungsmodelle,** die sich mir aufgrund der Texte im «Schatzchäschtli» aufgedrängt haben, abschliessend auf. Wer gern einlässlichere Begründungen und weitere Belege hätte oder sich für die verwendeten Text-, Textverstehens- und Textsortenmodelle interessiert, müsste sich an das Buch halten.[1]

Zunächst nochmals die **Hauptthese:** «Ich» werde bzw. der mir nahestehende Mensch wird durch *Erwähnung «in der Zeitung»,* und sei es in einer Anzeige, für deren Veröffentlichung bezahlt werden muss, kurzzeitig *als bekannt* gesetzt. Oder doch mindestens als erwähnenswert. Damit ist die Frage, warum jemand – immer oder doch fast immer *im Schutz der Anonymität* – relativ bis reichlich **Privates** ausgerechnet in einer Zeitung **publiziert,** teilweise beantwortet. (Überdies wüssten wahrscheinlich die meisten Produzenten von «Schatzchäschtli»-Texten gar nicht, was anderes als «Alltägliches» und «Privates» sie denn publizieren sollten.)

Unter der Voraussetzung, dass die These vom (lustvollen) Rollenspielen, die ich hier bloss habe andeuten können, brauchbar erscheint, ist jede «neue» Rolle, auch die traurige, die ich als Textproduzent – oder, im Wechsel, als Adressat – spiele, eine Erweiterung des Rollenrepertoires. Ich nenne diese «Erklärung» das **Bühnenmodell.**

Eng damit verbunden sind das **Teilhabemodell,** nach dem Produzenten und Adressaten von «Schatzchäschtli»-Texten, *weil* sie in der Zeitung stehen, kurzzeitig sozusagen am Glanz der Prominenten partizipieren, und das

Selbstwertgefühlmodell, nach dem Produzenten und Adressaten, *dadurch,* dass sie in der Zeitung stehen oder etwas ihnen Wichtiges, vielleicht sehr Privates, in die Zeitung setzen, eine Steigerung ihres Selbstwertes – oder doch vielleicht eine Entlastung ihres (gegenwärtigen) Unwertempfindens, ihrer aktuellen Not – erfahren können. So jedenfalls würde ich auch die (oftmals repetitiven) anrührend persönlichen Appelle an eine (geliebte) Person «erklären».

Als **Rätselmodell** bezeichne ich die «Erklärung», dass Produzenten und Adressaten offenkundig Spass daran finden, sich über die verschleierte Identität von Produzent und/oder Adressat und/oder den verschlüsselten Text den Kopf zu zerbrechen, bzw. dass sich Produzenten darüber freuen, dass der Adressat – *und* die unbeteiligten Rezipienten – das aufgegebene Rätsel lösen (wollen bzw. müssen).

Den Umstand, dass meine sprachliche Handlung – ob «Gratulation» oder «Liebeserklärung» – durch Veröffentlichung in der Zeitung vermehrtes Gewicht, eine weiterreichende Geltung erhält, fasse ich unter den Terminus **Amplifikationsmodell.** Es «erklärt», meine ich, das Bestehen des grössten Teils der «Schatzchäschtli»-Texte.

Wenn keine andere bzw. keine geeigneter erscheinende Möglichkeit besteht, jemanden zu kontaktieren oder ihm etwas Wichtiges (z.B. mit Bezug auf unsere Beziehung) mitzuteilen, spreche ich erklärend vom **Unumgänglichkeitsmodell.**

Weil mehr oder weniger milde Formen von Exhibitionismus bzw. von Voyeurismus (das braucht man spätestens nach «Big Brother» nicht mehr zu begründen) offensichtlich mit Lustzuwachs verbunden sind, nenne ich diese Erklärung das **Lustgewinnmodell.**

Schliesslich erkläre ich das gar nicht so selten anzutreffende Phänomen, dass ein Produzent seine Worte ganz offensichtlich mit Bedacht und Freude setzt, mit dem **Lust-am-Schreiben-Modell.**

Dessen rezipientenseitiges Pendant nenne ich das **Lust-am-Lesen-Modell.** Genauer: das Lust-am-Lesen-von-«Schatzchäschtli»-Texten-Modell.

Dies Letztere gilt, denke ich, für die Mehrzahl der habituellen oder sporadischen **«Schatzchäschtli»-Leserinnen und -Leser.** Genau wie – allerdings im Sinne der mehr oder minder empathischen Teilnahme an den mannigfaltig zu Ausdruck drängenden Schicksalen der unmittelbar Beteiligten – das **Teilhabemodell,** das **Rätselmodell** und das voyeuristische **Lustgewinnmodell.**

Es versteht sich von selbst, dass die verschiedenen Modelle **nicht exklusiv** gedacht sind, sondern als einander überschneidende und ergänzende. Irgendein Phänomen – und sei es die «Privatheit» und Beliebtheit von «Schatzchäschtli»-Texten – auf einen *einzigen* Faktor zurückführen zu wollen, schiene mir unangemessen borniert.

Anmerkungen

[1] Guy André Mayor: Anonymität und Öffentlichkeit. Eine textlinguistische Untersuchung und Beschreibung der Rubrik «Schatzchäschtli» des Zürcher «Tages-Anzeigers», ihrer Texte und Textsorten von 1978 bis 1998. Luzern (verlag ars pro toto) 2002. ISBN 3-8311-2624-0, Fr. 32.–