

Karl Riha

## Reda, T.U.: Moderne Anzeigen (1908)

1986

<https://doi.org/10.17192/ep1986.2.6963>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Riha, Karl: Reda, T.U.: Moderne Anzeigen (1908). In: *medienwissenschaft: rezeptionen*, Jg. 3 (1986), Nr. 2. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1986.2.6963>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

## XI FUNDSTÜCKE AUS DER MEDIENGESCHICHTE

Er sei imstande, schrieb Karl Kraus 1912 unterm Titel 'Ich pfeife auf den Text' in der August-September-Nummer seiner 'Fackel', sich das "Antlitz der heutigen Welt" aus dem "hintern Annoncenteil" einer Zeitung zusammenzustellen: "Paßt auf! wie sie leben, wie sie lieben, hier steht es geschrieben. Hier sprechen sie alle aus dem Schlaf". Entsprechend entwickeln sich Annoncen zu einem zentralen Blickfang seiner auf Zeitungen fixierten Kritik und geben - mit der Preisgabe 'letzter' gesellschaftlicher 'Wahrheiten' - einen aufschlußreichen satirischen Zitattypus ab. Der nachfolgend abgedruckte Text von T.U. Reda formuliert eine ähnliche These, steht aber in keinem ersichtlichen Zusammenhang mit Karl Kraus; er ist auch vier Jahre früher gedruckt als der herausgestellte 'Fackel'-Beleg. Karl Büchers Definition für 'Zeitung' als 'mediale Institution' lautet: "Erwerbsunternehmen, das Annoncenraum als Ware erzeugt, die nur durch einen redaktionellen Teil verkäuflich wird" (Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde, Tübingen 1926, S. 377). Folgt man dieser Festlegung, ist die Aufmerksamkeit für Annoncen mehr als ein Jokus: ein notwendiges Moment der Zeitungsanalyse, die nicht nur die 'Oberfläche' des Mediums, sondern auch seine 'tieferen Strukturen' reflektiert.

Karl Riha

### T.U. Reda: Moderne Anzeigen (1908)

Moderne Inserate! Wie viel kann man nicht darunter verstehen und wie viel bergen diese beiden doch ganz unscheinbaren Worte in sich: Ein Inserat von wenigen Zeilen spricht oft so viel Bände und wer einigermaßen Geschick dazu hat, der kann aus dem Anzeigenteil heutzutage mehr lernen und mehr Rückschlüsse, selbst von hoher wissenschaftlicher Bedeutung, aus ihnen ziehen, als aus dickleibigen Folianten und wohldurchdachten Büchern.

Dabei ist das Studium dieses Teiles der Zeitung nicht nur nicht weniger lehrreich, sondern manchmal auch interessanter als dasjenige aller übrigen zusammengenommen.

Freilich, die großen über mehrere Spalten oder gar über ganze Seiten laufenden Inserate modernen Stils mit ihren verschnörkelten vielfältigen Schriften, ihren Verzierungen, ihren Schlagworten und Überschriften, kurz mit ihrer ganzen Aufmachung, sind mehr lehrreich und bezeichnend für unser Zeitalter, als interessant.

Wer sich dahinter setzt und gerade sie zu seinem Spezialstudium erklären wollte, der könnte allerdings schon an ihnen allein fast ohne viel Mühe manches für die Beurteilung unserer kulturellen Entwicklung nachweisen, so z.B. wie der Zug ins Große, die Sehnsucht nach dem Gefälligen und Schönen, die Sucht nach dem Wichtigen, nach dem weit Hinaustragenden, durch alle Schichten des deutschen Volkes geht.

Dies Inserieren ist denn auch eine Kunst geworden und große Betriebe haben ihre besonderen Angestellten, denen nichts weiteres obliegt, als

geschickte Anpreisungen zu ersinnen und auszuarbeiten und diese Angestellten sind weder die schlechtest besoldeten, noch die mindest geachteten.

Aber auch unter den kunstvollen großen Inseraten findet man verhältnismäßig oft solche, die nicht nur lehrreich, sondern auch interessant sind, an denen also auch der keine inseratenstudientreibende Laie nicht interessellos vorübergehen sollte. Bei ihrem Anblick müßte er sich von seiner Gewohnheit, Inserate immer nur flüchtig an seinem Auge vorüberziehen, und nur ohne daß er es eigentlich merkt, sie auf sich einwirken zu lassen, frei machen. Sicherlich kommt er dabei auf die Kosten, teils weil sie wirklich den Blick schärft und das Urteil reift, die gelegentliche Beschäftigung mit diesen "modernen" - oder setze ich lieber gleich richtiger "modernsten" - Anzeigen, teils weils recht oft doch auch Vergnügen macht. (...)

Ja, wahrlich, sie sind lehrreich, diese modernen Annoncen. Auf alle Gebiete werfen sie ihre Schlaglichter, alles kennzeichnen sie und halten es fest, als Merkzeichen in ihren Spalten. (...)

Leuchten aber schon die großen Anzeigen hinein in unser modernes Leben, wie viel mehr noch die äußerlich so unscheinbaren "kleinen Anzeigen", die aber trotz der wenig ansprechenden Aufmachung gerade erst recht m o d e r n e Inserate sind, wenn man den Begriff nicht gar zu engherzig an eine kurze Spanne Zeit bindet. Die kleine Anzeige ist ein Produkt, und zwar ein typisches unseres modernen Lebens. Allein, nicht genug daran: gerade innerhalb dieser modernen kleinen Anzeigen finden sich die h y p e r m o d e r n s t e n , wie man sie nennen möchte, jene Anpreisungen und Anfragen, die durch ihre ganze Art und gerade in einer bestimmten Epoche denkbar sind und mit scharfen Schlaglichtern gerade diesen einen und nur diesen Zeitabschnitt charakterisieren.

T.U. Reda, Moderne Anzeigen. Plauderei zur Beleuchtung der Sittengeschichte unserer Zeit.- Berlin, Leipzig 1908 (Zur Psychologie unserer Zeit, Heft 6)