

**Die beste Werbung  
für die Presse:**

# Die Massen ansprechen- wahrhaft« einfach und verständlich schreiben!

Referat des Genossen Fred Oelßner vor Redakteuren und Arbeitern von Parteidruckereien auf einer Konferenz in Leipzig

Wir haben auf dem 7. Plenum festgestellt, daß das ideologische Bewußtsein nicht in dem Maße wie die politische und wirtschaftliche Entwicklung gewachsen ist. Wir müssen sehr viel nachholen und den ideologischen und politischen Kampf verstärken. Wir müssen mehr Kräfte an die ideologische Front werfen, unsere Positionen verstärken und müssen die Qualität unserer ideologischen Arbeit verbessern. Ich brauche euch nicht zu sagen, daß in dieser Arbeit das gedruckte Wort die entscheidende Aufgabe hat. Ein Agitator kann überzeugend reden, dies wird aber sehr rasch wieder vergessen. Aber was gedruckt ist, hat man vor sich, kann man immer wieder anschauen, darüber nachgrübeln und es studieren. Das gedruckte Wort ist unsere entscheidende Waffe sowohl in der Propaganda als auch in der Agitationsarbeit. Darum ist es notwendig, das gedruckte Wort an die Massen heranzuführen, und zwar in einer Weise, daß sie nicht nur pflichtgemäß unsere Zeitungen abonnieren, sondern daß ihnen unsere Zeitung wirklich zu einem intellektuellen Bedürfnis wird, weil sie ihnen etwas sagt, etwas bringt, was sie notwendig brauchen. Hierbei darf man nicht an den Nöten der Massen vorbeireden, sondern muß unmittelbar darauf eingehen. Unsere Agitationsabteilung hat eine Analyse des Zustandes unserer Presse gemacht. Dabei hat sich herausgestellt, daß die Auflagen unserer Zeitungen dort wachsen, wo wir gute Kreisredaktionen haben. Und das ist kein Zufall! Denn in den Kreiszeitungen wird das behandelt, was die Menschen unmittelbar angeht. Den Bauer interessiert in erster Linie, was in seinem Ort und seinem Kreis vorgeht, und es ist die Kunst des Redakteurs, den Bauer damit zu fesseln und ihn dann in die politischen Fragen hinüberzuleiten. Denn zu guter Letzt steht auch der Aufbau einer Schule in seinem Ort, die Einrichtung von Lesestuben usw. unmittelbar in engem Zusammenhang mit den großen politischen Fragen, dem Frieden, der Einheit Deutschlands. Es muß deshalb von allen Redaktionskollegien verlangt werden, daß den Kreisseiten viel größere Aufmerksamkeit entgegengebracht wird. Es kann nicht angehen, daß man zweite, dritte oder vierte Kategorien Redakteure hinausschickt in die Kreise. Wer etwas von Redaktionsarbeit versteht, der weiß, daß man oben viel besser mit Schere und Kleister arbeiten kann als unten im Kreis. Die Kreisseiten müssen im ständigen Blickfeld des Chefredakteurs liegen, er muß Wettbewerbe organisieren, die besten Kreisredakteure durch Prämien auszeichnen und der ganzen Partei als Muster darstellen, damit wir überall zu guten Kreisseiten kommen, die die Dinge bringen, für die sich die Massen unmittelbar interessieren. Wenn die Bauern und Hausfrauen sehen, daß die Dinge, die sie unmittelbar angehen, interessant und lebhaft gebracht werden, dann werden sie auch die anderen Seiten mit Interesse verfolgen, und es liegt dann an uns, dieses Interesse nicht wieder erlöschen zu lassen.

Die Kreisseiten erlangen besondere Wichtigkeit im Zusammenhang mit der geforderten größeren Initiative in den Kreisen selbst. Um diese Initiative auszulösen, muß der Kreisredakteur wissen, was in den Orten seines Kreises vorgeht, wo eine Schule repariert werden muß, wo eine Lesestube eingerichtet werden kann usw. Diese Aufgabe ist eine der wichtigsten.

Zum zweiten muß gesagt werden, daß die Presse wahrhaft schreiben muß. Die Massen müssen die Überzeugung gewinnen, was in der Zeitung steht, ist wahr und richtig. Die Überzeugung kommt in Gefahr, wenn etwas abgedruckt ist, was den Tatsachen widerspricht. Ferner sollen die Zeitungen konkret sein und dürfen nicht an den Dingen vorbeireden, es muß auch mit der Praxis Schluß gemacht werden, sich um unliebsame Fragen herumzudrücken, obwohl sie die Bevölkerung außerordentlich interessieren. Unsere Zeitungen müssen diese Fragen aufgreifen, vorhandene Mißstände geißeln und für Abhilfe Sorge tragen.

Drittens müssen unsere Zeitungen eine verständliche Sprache schreiben. Jeder Redakteur sollte sich immer vorstellen, für wen er schreibt. Einen Artikel für eine Fachzeitschrift schreiben oder etwas für die breiten Massen schreiben, das sind zwei verschiedene Sachen. Es ist nicht richtig, wenn in den Zeitungen geschwollene Artikel stehen, die die Leser dann nicht verstehen. Solche Artikel kommen bei den Massen nicht an. Befleißigt euch einer einfachen Sprache, wie sie das deutsche Volk versteht, vermeidet Fremdwörter oder erklärt sie in einem Nebensatz.

Und nun noch eine Sache. Macht endlich Schluß mit den zahllosen Abkürzungen, die keiner versteht. Mich fragte neulich ein Genosse in Berlin, was die Abkürzung „EKO“ bedeute? Er meinte, er wisse von früher her, was das EK erster und EK zweiter Klasse sei, nämlich das eiserne Kreuz. Aber „EKO“, da wisse er nicht weiter. Ich konnte ihm erklären, daß es sich beim EKO um das Eisenhüttenkombinat Ost handelt. Also, wird er schlußfolgern, EK heißt bei uns jetzt Eisenhüttenkombinat. Da findet er plötzlich die Abkürzung EKM. Seine Schlußfolgerung war, daß das nichts anderes als Eisenhüttenkombinat Mitte sein könne. Seine Überlegung ging natürlich daneben, denn diese Abkürzung bedeutet Energie- und Kraftmaschinenbau. Aber auch diese Erkenntnis hilft nicht weiter, wenn man schließlich die Abkürzung EKB findet, was nicht anderes bedeutet als Elektrochemisches Kombinat Bitterfeld. Wie sollen sich die Leser bei diesen Abkürzungen zurechtfinden? Das ist eine solche Seuche geworden, daß sich bei diesen vielen Hieroglyphen nur eine kleine Fachgruppe zurechtfindet, aber nicht die große Masse. Und oft werden die Abkürzungen sogar für die Fachleute zu einem Rätsel.