

Das Schlagwort in der Geschichte

Autor(en): **Wilhelm, Bruno**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Schule**

Band (Jahr): **21 (1935)**

Heft 2: **Vom Geschichtsunterricht**

PDF erstellt am: **22.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-525857>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

wir für die höhere Bildung unserer jungen Leute heute mehr denn je die Forderung auf weitgehende Behandlung der allgemeinen Geschichte stellen.

Die geistige Schicksalsverbundenheit der drei oder vier verschiedenen Völker unserer Eidgenossenschaft wäre rein begrifflicher oder gefühlsmässiger Art, wenn das *V e r s t ä n d n i s* für die anderssprachigen Mitbürger fehlen würde. Zum mindesten die Geschichte unserer Randstaaten und ihrer Kulturen muss immer mehr wirklicher Besitz unserer Gebildeten werden. Sonst ist eine gedeihliche Zusammenarbeit zum Besten des ganzen Vaterlandes fast unmöglich. So wie bei uns das einigende Band nur stark und dauerhaft ist, wenn die individuelle Eigenart des einzelnen Stammes, der jeweiligen Kultur voll bewahrt und bewusst geschützt wird, so kann auch eine wirkliche internationale Zusammenarbeit, auch auf geistigem, sozialem und religiösem Gebiet nur ermöglicht werden, wenn die Eigenwerte der verschiedenen Staaten und Völker anerkannt und geschichtlich verstanden werden.

Damit hängt ein weiteres zusammen. Wer nicht bloss das eigene Volk, sondern auch die Geschichte der andern kennt, wird in der Beurteilung des Heimatvolkes vorsichtiger und weniger anmassend und anspruchsvoll.

Eines der allergrössten Hindernisse für die gegenseitige Verständigung der modernen Kulturvölker ist zweifellos die *U e b e r s c h ä t z u n g* des eigenen Wertes die masslose, unhistorische Ueberheblichkeit, wie sie uns da und dort immer wieder begegnen.

Wir Schweizer insbesondere dienen in eminenter Weise unserem eidgenössischen Nationalgefühl, wenn wir zu *g e r e c h t n e u t r a l e r*, *m ö g l i c h s t a l l g e m e i n e r*, *o b j e k t i v e r* *G e s c h i c h t s b e t r a c h t u n g* erziehen. Unsere Schüler werden immer das Recht freier Wertung beanspruchen dürfen: aber der Lehrer hat mit dem ganzen Ansehen seiner Bildung und seines gereiften Urteils darüber zu wachen, dass die Grenzen wirklich sachlicher Beurteilung nie überschritten werden. Wie in der inneren und äusseren Politik die Sachlichkeit sehr leicht verloren geht, wo der Parteistandpunkt überstark betont wird, so wird auch in der allgemeinen Geschichte die Parteinahme nicht zu intensiv gefordert werden dürfen; sonst läuft der Geschichtsunterricht Gefahr, in die durchaus unsachliche, einseitige und darum ungerechte und unhistorische Betrachtungsweise unseres heutigen Zeitungswesens abzugleiten.

Einsiedeln. P. Leo Helbling O. S. B.

Das Schlagwort in der Geschichte

I.

Man hat nicht ohne Grund *N i e t z s c h e* einen Falschmünzer wider Willen genannt. Die zauberhafte Wirkung seiner Sprache beruht immer auf einer Ausbeutung der Gefühlswerte und der Vieldeutigkeit der Worte. „Mit Meisterschaft versteht er es, die in den Worten schlummernden Geister zu entfesseln und Wirkungen zu erzielen, wie sie sonst nur durch Musik erreichbar sind. Immer entfacht er zahllose, einander widerstrebende, sympathische oder reaktive Affekte“ (Erdmann). In schöpferischer Fülle hat Nietzsche

mit Worten um sich geworfen, die sich in erster Linie nicht an den Verstand, sondern an das Gefühl wenden und die eine ganze Gruppe verschiedener Vorstellungen wecken. Man denke an seine Prägungen: Uebermensch, Herdentiermoral, jenseits von Gut und Böse, Blonde Bestie, fröhliche Wissenschaft, Bildungsphilister usw. Die Beispiele mögen genügen, um Nietzsche als einen der fruchtbarsten Erfinder von Schlagwörtern zu bezeichnen.

Der *N a m e* für diese Art von Wörtern ist eigentlich noch ganz jung. Das Grimmsche

Wörterbuch weist es erst nach bei Treitschkes Deutscher Geschichte II. (1882). Jedenfalls findet sich das Wort noch nicht in deutschen Wörterbüchern zu Beginn des 19. Jahrhunderts, während es sich beim Engländer Murray schon 1812 als „catch-word“ nachweisen lässt. Im ähnlichen Sinn gebraucht Mme de Staël *mot d'ordre*. R. Rolland verwendet dafür *les mots à majuscule*. Gottfried Keller hat im Jahre 1861 einen Aufsatz über das „Schlagwort“ veröffentlicht; doch dabei handelt es sich nur um literarische Schlagwörter. Erst um die Wende des Jahrhunderts haben sich Forscher eingehend mit dem historischen Schlagwort beschäftigt. Wir erwähnen nur einige bekannte Werke. — Rich. M. Meyer bot in einer bahnbrechenden Arbeit „Vierhundert Schlagworte“ (Leipzig 1900), wenn er auch Schlagwort und Modewort nicht scheidet. Sehr wertvoll ist heute noch Otto Ladendorfs „Historisches Schlagwörterbuch“ (Strassburg 1906), das in alphabetischer Reihenfolge die wichtigsten Schlagworte bespricht. Von grösster Bedeutung waren dann die massenpsychologischen Untersuchungen eines Le Bon, Sighele, Hellpach, Gothein u. a., auf die sich die neueren Untersuchungen von Ferd. Tönnies „Zur Theorie der öffentlichen Meinung“ (in Schmollers Jahrbuch Bd. 40) und Wilhelm Bauer „Die öffentliche Meinung in der Weltgeschichte“ (Museum der Weltgeschichte 1930) stützen. Endlich sei hingewiesen auf Theod. Curtis „Schweizer Geflügelte Worte“ (Zürich 1896). Wir folgen vor allem den Ausführungen des Wiener Wilh. Bauer, der auch „Das Schlagwort als sozialpsychologische und geistesgeschichtliche Erscheinung“ (Historische Zeitschrift 122) behandelte.

II.

Natürlich hat es immer Schlagworte gegeben, so lange es eine Geschichte der Menschen gibt. Aus dem Altertum sind uns denn auch eine Menge solcher Worte überliefert. Nicht anders war es im Mittelalter. Wenn von diesen Worten nur wenige mehr

leben, so ist das ja sehr begreiflich, denn das Schlagwort nimmt immer eine Zeitforderung auf; es wendet sich an die Gegenwart, auch wenn es der Vergangenheit entnommen ist; daher verkümmert es, sobald die Ideale verblasst sind, für die es stritt. Schlagworte sind daher immer *Kampfworte*, daher kurz und knapp. Als die Berner Schützen einst in Lausanne erschienen, wurden sie vom Sprecher des Festkomitees in einer langen französischen Rede begrüsst, die der bernische Sprecher, unter grosser Spannung der Weltschen, in lakonischer Kürze erwiderte: „*Mr si bireit, dr Ehrewi in Empfang z'neh.*“ Kurz und gut, aber kein Kampfwort, daher kein Schlagwort. Als man in Bern den edlen Henzi zum Tode führte und der Henker ihn schlecht traf, bemerkte er: „*Tout est corrompu dans cette république, même le bourreau*“, ein Wort, das gewiss aus dem Kampf und für den Kampf um Ideale stammt, dem aber zum Schlagwort die Knappheit fehlt. Bekannte eidgenössische Schlagworte sind etwa „Kantönligeist“ oder „Kantonesen“, „Schneidersouveränität“ (Segesser), „Die Freiherrn von Regensburg“ (Locher gegen die liberalen Parteihäupter), „Eisenbahnbarone“ usw.

Zufälligkeiten führen oft zur Entstehung des Schlagwortes. So werden oft gelegentliche Witz- oder Spottworte aufgegriffen, um die Anhänger einer Bewegung zu benennen. Ausdrücke wie Geusen, Whigs, Tories, Sansculotten sind ursprünglich ebenso wie die meisten Bezeichnungen von Kunst- und Literatur-Strömungen zuerst als Spottnamen von den Gegnern gebraucht worden. In der Erregung des Kampfes werden sie dann von einem geistesgegenwärtigen Führer zum Ehrennamen, obwohl sie mitunter, wie der Ausdruck Geusen, gar nicht ernst gebraucht worden waren. Darin liegt ein bedeutsamer Fingerzeig für die Kennzeichnung des Wesens eines Schlagwortes.

Wann wird ein Wort zum Schlagwort? Man kann ganz allgemein sagen: wenn es die Stimmung einer Menge zum Ausdruck bringt. Den Sinn der Worte berührt es wenig, wenn

der niedere Adel der Niederlande spöttisch als „Geusen“ bezeichnet wird. Im Gegenteil, damit entfernt man das Wort von seiner ursprünglichen Bedeutung. Jedenfalls hat es den Ausdruck „Gueux“ längst gegeben, bevor er zur Bezeichnung einer historischen Gruppe von Menschen verwendet wurde. Ebenso sind die Ausdrücke „Ostelbien“, „Mitteleuropa“ geographische Begriffe und längst bekannt, bevor sie zum Schlagwort für Junkertum oder für das Programm Friedrich Naumanns wurden. Luther verstand unter „Evangelischer Freiheit“ etwas ganz anderes, als wofür die aufständischen Bauern das Wort zum Schlagwort machten. Das Wort, das zum Schlagwort erhoben wird, ändert also seine Bedeutung. Worin diese Aenderung besteht, ergibt sich zur Genüge aus den angeführten Beispielen. Es ist zugleich eine Verengung und eine Erweiterung. Wenn das Wort „Bürger“ als Schlagwort gebraucht wird, im Sinne der Marxisten, dann trifft es nur den kapitalistischen Bürger: der Begriffsinhalt wird erweitert, der Umfang eingeschränkt. Wird damit das Wort an Merkmalen erweitert, so wird es — und das ist ein Wesenszug der Schlagworte — zugleich allgemeiner, das heisst ärmer an logischer Bestimmtheit und Schärfe. Das hat darin seinen Grund, dass es nun nicht mehr sachlich gebraucht wird, sondern emotional, als Träger der gesteigerten Gefühlswerte. Das Wort wendet sich nun nicht mehr in erster Linie an den Verstand, sondern an das Gefühl. Es ist also falsch, wenn Ladendorf unter Schlagworten solche Wendungen verstanden wissen will, die sich durch „eine prägnante Form“ auszeichnen. Das Gegenteil ist richtig. Charakteristisch ist die verschwommene Form, das Schillernde und Halbdunkle, in das nun der ursprüngliche Inhalt getaucht wird.

Das liegt freilich im Wesen unserer Sprache und im Eigentümlichen jeder Wirkung auf die Masse. Was kann alles in das Wort „Heimat“, oder „Liebe“, oder „Freiheit“ usw. hineingelegt werden! Es sind mehr

Reizworte, die eine bestimmte Stimmung erzeugen, als Gedankenworte, die einen sicheren Inhalt vermitteln. Im Lateinischen bedeutet Pax sowohl „Friede“ als den „Umfang der römischen Herrschaft“! Unsere Dichter reden von Himmel und Hölle, von Engeln und Teufeln, auch wenn sie nicht daran glauben, weil sie den Gefühlswert dieser Worte nicht missen können. Darum spricht Hamann vom „Schlangensbetrug der Sprache“ und Maeterlinck meint sogar: „Man muss nicht glauben, dass die Sprache jemals der wirklichen Mitteilung zwischen den Wesen diene. Die Worte können die Seele nur in der gleichen Weise vertreten, wie z. B. eine Ziffer im Kataloge ein Bild bezeichnet; sobald wir uns aber wirklich etwas zu sagen haben, sind wir gezwungen, zu schweigen“. Auch Wundt meint in seiner „Völkerpsychologie“: „Nicht aus intellektuellen Ueberlegungen und willkürlichen Zwecksetzungen, sondern aus dem Affekt und aus den den Affekt begleitenden unwillkürlichen Ausdrucksbewegungen ist sie (die Sprache) hervorgegangen“. Wie verkehrt auch solche Aeusserungen in ihrer Uebertreibung sind, so richtig ist die Feststellung, dass den Affekten im Leben und Weben unserer Sprache eine ungeheure Bedeutung zukommt. Je näher ein Volk der Natur steht, umso stärker wird es durch Gefühle beherrscht. Aehnlich ist ja die Jugend stärker, und ist der gemeine Mann mächtiger durch Affekte zu beeinflussen, vor allem aber Frauen. Kein Wunder, dass sie alle dem Zauber der Schlagworte am ehesten erliegen. Der Vorgang ist ganz ähnlich wie bei der Wirkung der Symbole, wenn einer, hundert, tausend das Leben wegwerfen für ein Stück Tuch, die Fahne, oder in der Reklame. Warum gebrauchen die Firmen für ein Zahnpfutzmittel ganz fremde, den meisten durchaus unverständliche Ausdrücke? Den Akt des Kaufes und der Auswahl bestimmen zum grossen Teil Gefühlseinflüsse, zum Teil Schlussfolgerungen, die auf bloss automatischen Gedankenassoziationen beruhen, de-

nen keineswegs eine absichtliche Erforschung des wahren Sachverhaltes zugrunde liegt. Aufgabe der Reklame, der geschäftlichen wie der politischen Werbetätigkeit ist es, dieses Gedankenräderwerk zu schaffen, in das im Augenblick des Handelns unser Denken selbsttätig eingreift, ohne dass wir hierbei der Logik einen grösseren Spielraum gewähren. Graham Wallas sagt denn auch, „dass die meisten politischen Meinungen der meisten Menschen nicht das Ergebnis eines durch die Erfahrung erprobten Denkens, sondern durch die Gewohnheit fixierter, unbewusster oder halbunbewusster Folgerungen sind“ (Politik und menschliche Natur S. 57). Nebenbei sei erwähnt, dass Fritz Mauthner von der Wissenschaft nicht höher denkt: „Noch weit mehr als im gemeinen Sprachgebrauch wird in den Wissenschaften ein Fetischismus mit Worten getrieben“. Wenn man an den Unfug denkt, der mit Schlagworten wie „Freiheit der Wissenschaft“, oder „Entwicklung“, oder „Naturgesetz“ usw. getrieben wird, ist man versucht, ihm zuzustimmen.

In all diesen Fällen stützt sich die Wirkung des Schlagwortes auf die breiten Wege der *D e n k - G e w o h n h e i t*. Wenn wir an den griechischen Staat denken, dann schwebt uns unwillkürlich *d e r* Staat vor, in dem wir selbst zu leben und zu denken gewohnt sind, und doch sind der moderne Staat und die griechische Polis zwei grundverschiedene Dinge. Wenn wir an „Absolutismus“ denken, so ist für uns massgebend die Vorstellungswelt, die sich in der liberalen Epoche vom Missbrauch der Gewalt, Unterdrückung der persönlichen Freiheit in der Verfallzeit des Absolutismus gebildet hatte, und wir bedenken nicht, dass die grossen Vorzüge jener, von der liberalen Reaktion gelästerten Epoche in ihrer Blütezeit jedermann einleuchteten. Wir denken also unwillkürlich mit unserer Umwelt, wie frei wir uns wähnen mögen von allen Vorurteilen. Daher behauptet Ferdinand Tönnies, dass das, was dem Worte seine Bedeutung gibt, ein Stück sozialen Willens sei, wobei je nachdem das Fühlen

oder Denken überwiegt und jeweils die Geltung des Sozialen oder Individuellen die Oberhand gewinnen kann. Der Einfluss des Gefühls ist naturgemäss dort stärker, wo Herkommen, Brauch und Sitte den Ausschlag geben. Hier wird das Bewusstwerden eines Wollens am meisten verdeckt. Innerhalb der Sitte ist für den Sprechenden seine Sprache eine Welt, über deren Horizont er nicht ernstlich hinausblickt. Er ist hier eingefangen von einem Netz der Selbstverständlichkeiten. (Tönnies, Philosophische Terminologie in psychologisch-soziologischer Ansicht, 10 ff.)

Es gibt kaum eine Frage, wo die Menschen sachlicher denken, als in Wirtschaftsfragen. Und doch, wie ansteckend ist selbst hier ein Run bei einem Banksturz! Besonders auf den Gebieten der Politik, der Religion, bei allen Bewegungen, die sich an die Masse wenden müssen, ist die Zahl derer, die sich durch Vernunft beeinflussen lassen, verschwindend klein, und der einzige Weg, Boden zu fassen, Anhänger zu gewinnen, besteht darin, die andern durch Vorstellungsmassen, denen sie nicht gewachsen sind, mehr oder minder gewaltsam zu überwältigen. Hören wir dazu einen, der es verstand. Adolf Hitler schreibt in seinem „Mein Kampf“: „Jede Propaganda hat sich ewig nur an die Masse zu richten. Für die Intelligenz oder was sich so nennt ist sie nicht da“ (S. 196). „Die Aufgabe der Propaganda ist nicht ein Abwägen verschiedener Rechte, sondern ausschliessliches Betonen des eigenen Rechts. Sie hat nicht objektiv die Wahrheit zu erforschen, sondern ununterbrochen der eigenen (!) zu dienen“ (S. 200). „Alle (?) grossen Bewegungen, mochten sie religiöser oder politischer Natur sein, haben ihre gewaltigen Erfolge nur der Erkenntnis und Anwendung dieser Grundsätze zuzuschreiben“ (S. 657).

Schlagwort ist ein verkürztes Programm, mit starkem Stimmungsgehalt, der vor allem darauf beruht, dass möglichst viel in den Umfang eines Begriffes hineinbezogen werden kann. Man denke an Schlagworte wie

„Oeffentliche Meinung“, von Necker geschaffen, oder an „Nation“. In solchen Worten kann man so ziemlich alles unterbringen. Daher ist die Auffassung ganz verkehrt, dass durch das Schlagwort eine Idee klarer gefasst wird. Im Gegenteil: die Idee wird in einen Nebel von Reizwörtern getaucht. Aber eindrucksvoller wird nun eine Forderung gestellt. Die Masse kann nur in Bildern denken, in Symbolen. Sie braucht eine Z a u b e r f o r m e l, wie denn auch der Wortaberglaube bei den Massen immer eine grosse Rolle spielt. Mit Schlagworten ist es wie mit Zauberformeln: je unverständlicher sie bleiben, desto grösser die Wirkung auf die blinde Masse.

Es wird uns nun klar, worin das Wesen eines Schlagwortes besteht. Wilh. Bauer gibt folgende B e g r i f f s b e s t i m m u n g: „Ich sehe in Schlagwörtern solche Wörter oder Wendungen, die (sofern es sich nicht um sprachliche Neubildungen handelt) ihren ursprünglichen logischen Wortsinn mehr oder weniger abgestreift haben und in der gefühlsbetonten Vereinigung und Heranziehung entsprechender Nachbarbegriffe zu Symbolen bestimmter Gedankenrichtungen geworden sind, mit denen sie, im Kampfe um ihre Geltung geschaffen, auftauchen und vergehen“ (Hist. Zeitschrift a. a. O. S. 229). Eine Verwandtschaft mit ihnen haben die „G e f l ü g e l t e n W o r t e“ und die „M o d e w ö r t e r“. Aber jene sind einfach stilistische Wendungen, Vereinfachungen oder geschickte Ausdrücke, die durch ihre Form Anklang finden, ohne dass das Emotionale, die Umbiegung des eigentlichen Begriffes vorhanden ist. Modewörter sind solche, die sich grosser Beliebtheit erfreuen, also keine Kampfrufe wie die Schlagworte. Erst wenn sich Schlagworte durchgesetzt haben, können sie zu Modewörtern werden. Auch hier tritt dann das Emotionale zurück; man denke an die heutigen Modewörter Aufklärung, Weltbürger, Natur usw.

Der Wert der Schlagworte besteht darin, dass die Blicke aller auf einen Punkt gerichtet werden; ein Schlagwort zwingt alle dazu, sich zu entscheiden. Dass diese Entscheidung gerade durch das Schillernde und Allgemeine erschwert wird, zeigt eben die Eignung des Schlagwortes für die Massenwirkung. Der Einzelne soll nicht denken, sondern er soll durch die Gefühlswerte mitgerissen, er soll g e s c h l a g e n werden durch die K r a f t des Wortes. Damit ist die Bedeutung der Schlagworte für den Historiker angedeutet: Dass ein Wort den Gefühlswert einer Bewegung, die Stimmung weiter Massen einfangen kann, macht es zu einer der wichtigsten Quellen, um das Leben gerade der breiten Massen erforschen zu können.

Das Schlagwort bringt nicht Belehrung, sondern es sucht Macht über die Menschen, „ausschliessliches Betonen des eigenen Rechts“. Es wendet sich nicht bloss an die Massen, sondern meist auch an die niederen Instinkte der Massen. Wo der Propaganda von Schlagworten nicht die Belehrung folgt, ist sie, da sie selbständiges Denken ausschaltet, kulturfeindlich und führt zur Mechanisierung der Gesellschaft. „Die zudringliche Dirne Propaganda droht über das schüchterne Mädchen Wahrheit zu siegen“ (Karl Merker). Das wäre der Untergang unserer Kultur. Doch davor gibt es eine, nur eine Rettung; die der Seher von Patmos kündigt: „Und ich sah den Himmel aufgetan, und siehe, ein weisses Ross, und der darauf sitzt, wird genannt: ‚Treu und wahrhaftig‘, der in Gerechtigkeit richtet und bekämpft. Seine Augen aber sind wie eine Feuerflamme, und auf seinem Haupt hat er viele Diademe und einen Namen aufgeschrieben, den niemand kennt als er. Und bekleidet ist er mit einem Gewände, getaucht in Blut, und sein Name heisst: ‚D a s W o r t G o t t e s‘.“

Sarnen. P. Bruno Wilhelm, O. S. B.