

Lose Blätter

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Sprachspiegel : Zweimonatsschrift**

Band (Jahr): **3 (1947)**

Heft 7-8

PDF erstellt am: **20.09.2024**

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.

Wäggitäl oder Wägital? Von Zeit zu Zeit macht dieſe Frage von ſich reden. Welterſchütternd iſt ſie nicht, aber man ſoll bekanntlich auch im Kleinen gewiſſenhaft und „über wenigem getreu“ ſein. Zu Unrecht iſt kürzlich die Regierung des Eidgenöſſiſchen Standes Schwyz auf eine falſche Agenturmeldung hin in der Preſſe verſpottet worden, weil ſie beſchloſſen habe, man habe Wägital, alſo mit einem g und ohne th, wohl aber für die Wägitaler Gemeinden Vorderthal und Innerthal, alſo mit th, zu ſchreiben. Richtig iſt bloß, daß ſie 1930 beſchloſſen hat, den damals geſchaffenen Stausee Wägitalerſee zu ſchreiben, und daß 1944 die ſchwyzeriſche Flurnamenkommiſſion der Gemeinde Schübelbach beantragte, ihr Gewäſſer als „Wägitaleraa“ zu bezeichnen.

Die Schreibung Wägital liegt in der Tat dem Schweizer näher als die auf den Karten übliche Wäggitäl, aber eindeutig iſt ſie auch nicht; denn es iſt daraus nicht erſichtlich, ob das ä lang ſei wie in Stäfa oder Bäretswil oder kurz wie in Häfelſingen und Ränerkinder. Offenbar um die Kürze zu bezeichnen, iſt ſeinerzeit nach ſchriftdeutſchem Schreibgebrauch das g verdoppelt worden, denn die Doppelschreibung eines Mitlauts deutet in der Regel die Kürze des vorangehenden Selbſtlauts an. Das tt in „Ratte“ iſt nicht ſtärker als das einfache t in „Rate“; es deutet nur an, daß das a kurz ſei. Aber das doppelte g in „Wäggitäl“ hat in den meiſten Schulen zu einer falſchen Verſtärkung des Mitlauts verführt, und

das iſt ſchlimmer als eine allfällige falſche Länge des Selbſtlauts ä, den der Schweizer von ſelbſt kurz ſpricht, ſogar wenn er ſchriftdeutſch zu reden glaubt (z. B. in „wägen“). Wir haben alſo den Fall, daß man die einzig richtige Aussprache ſchriftdeutſch gar nicht eindeutig angeben kann, ſondern ſich auf die mündliche Überlieferung ſtützen muß — wenn man ſie kennt!

Natürlich iſt es ein Widerspruch, wenn das Tal ohne th, ſeine Gemeinden aber mit th geſchrieben werden. Doch Eigennamen gehen oft ihre eigenen Wege. Zwar iſt Wägital auch ein Eigenname, obſchon es ganz vernünftig geſchrieben iſt, aber eben für ein ganzes Tal, eine ganze Landschaft; Gemeinden haben ſchon einen ſtärkern Korpsgeiſt und erlauben ſich deshalb mehr Eigenheiten. Natürlich iſt es eigentlich ein Unſinn, Thalwil, Turbenthal, Feuerthalen uſw. zu ſchreiben, aber es iſt „nun einmal“ amtlich; „man“ ſchreibt ſo, und wer anders ſchreibt, ſetzt ſich dem Verdacht mangelnder Bildung aus, und das lohnt ſich nicht. Vielleicht kommt aber doch einmal eine Zeit, wo man dieſes Zöpfchen abſchneidet.

Reklame, Propaganda, Werbung

Begrifflich ſind die drei Wörter Reklame, Propaganda, Werbung mehr als einmal gegeneinander abgegrenzt worden. Wenigſtens hat man das verſucht. Es kann aber kaum gelingen, einfach weil ſich die Begriffe größtenteils decken.

Sie werden darum auch ſprachlich gern untereinander vermiſcht; ein

Wort wird für das andre gebraucht. Ein Unternehmen, das einen Markenartikel vertreibt und dafür Reklame macht, hat eine Propaganda-Abteilung, der wiederum ein Reklame-Chef vorsteht.

Ein Geschäft macht Reklame. Eine politische Partei, oder sogar die katholische Kirche, macht Propaganda. Die Propaganda bedient sich zum Teil der gleichen Mittel wie die geschäftliche Reklame, vor allem die Wahlpropaganda, aber auch die Werbung für wohltätige Zwecke.

Damit ist das deutsche Wort genannt, das wohl den umfassendsten Begriff ausdrückt. Werbung schließt geschäftliche Reklame wie Propaganda für geistige Werte ein. Es geht sogar noch weiter. Man wirbt Kunden, man wirbt Anhänger, und man wirbt um eine geliebte Frau. Dabei deutet das Wörtchen „um“, das beim Werben als Reklame und Propaganda fehlt, einen sehr bezeichnenden Bedeutungswandel an, den das Wort beim Hinübernehmen

in die Welt der Reklame und der Propaganda durchmacht.

Das Tätigkeitswort „werben“ hat sich in der Schweiz etwas mehr durchgesetzt als das Hauptwort „Werbung“. „Kunden werben“ sagt und schreibt man häufig. Dabei ist Werbung fast unentbehrlich, wo es beispielsweise um einen Werbeplan geht, der außer der üblichen Reklame auch Werbemittel feinerer Art umfaßt.

Werbeplan und Werbemittel haben sich ihre feste Stellung in der Geschäfts- und Fachsprache errungen. Dagegen hat sich der Werbeberater gegenüber dem Reklameberater nur ausnahmsweise durchgesetzt, und noch weniger will man vom Werbeleiter statt Reklamechef etwas hören. Es klingt helvetischen Ohren zu „deutsch“. Woraus man wiederum ersieht, wie politisches Geschehen bis in den täglichen Sprachgebrauch und sogar das Sprachempfinden hinein wirkt. Aber sollte sich nicht gerade das Sprachempfinden von politischem Vorurteil (deutsch: Ressentiment) frei halten?

S. B.

Büchertisch

Das Bodenseebuch 1947. 96 S. Text, 26 Bildtafeln, kart. 7 Fr. Wanderer-Verlag, Zürich.

Nach dem Unterbruch von 1945 hat das Bodenseebuch wieder festen Fuß gefaßt; es ist soeben im 33. Jahrgang erschienen und setzt seine Darstellung der Kulturlandschaft Bodensee in bewährter Fülle und Vielseitigkeit fort. Ein farbiges Umschlagbild weckt schon die Bodenseestimmung; ein zweihun-

dertjähriger Kupferstich gibt sozusagen eine „fromme Landkarte“, und Bilder von Stätten (besonders von Stein am Rhein) oder aus der Hand von Künstlern des Landes (Sturzeneggers „Regenbogen“, Stadelhofers und Grieders Plastiken) unterbrechen anmutig den Text oder begleiten ihn, wie zum Beispiel die Innerrhoder Charakterköpfe des Schleswigers Nolde. Schweizer schreiben über Schweizerisches: Wieder taucht das reizende Städtchen Stein