

Ein Vorstoss zugunsten der Muttersprache

Autor(en): **Meier, Hugo**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Sprachspiegel : Zweimonatsschrift**

Band (Jahr): **24 (1968)**

Heft 3

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-420949>

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.

Ein Vorstoß zugunsten der Muttersprache

Von Dr. Hugo Meier, Zürich

Im folgenden geben wir die Ausführungen und Vorschläge wieder, die Dr. Hugo Meier auf Anregung des Vorstandes der Jahresversammlung des Deutschschweizerischen Sprachvereins am 17. März in Brugg vorgelegt hat. Vorausgegangen war ein Briefwechsel und eine Aussprache mit dem Obmann, und ganz am Anfang stand der Eindruck, der Sprachverein wehre sich zu wenig zielstrebig oder nicht mit den richtigen, zeitgemäßen Mitteln gegen die moderne Bedrohung der Muttersprache.

Vorstand und Schriftleitung hoffen mit dem Verfasser, daß dieser Vorstoß nicht ins Leere gehe, daß sich zu den Sprachfreunden, die im Land umher seit Jahren und Jahrzehnten wirken, weitere tatbereite Frauen und Männer finden und daß sie alle aus fruchtbarem *Gedanken- und Erfahrungsaustausch* neuen Anstoß und neue Kraft gewinnen. Zu diesem Zwecke eröffnen wir in der nächsten Nummer des „Sprachspiegels“ eine *neue, eigene Spalte*. Über Beiträge freuen wir uns; aber fassen Sie sich bitte kurz!
Die Schriftleitung

Der Ruf nach vermehrter Pflege der Muttersprache ergeht heute — zum Glück, muß man leider sagen — längst nicht mehr nur vom Sprachverein aus. An deutschschweizerischen Hochschulen hört man Klagen über die muttersprachliche Unbeholfenheit der Studenten. So müssen an der juristischen Fakultät der Universität Zürich etwa die Hälfte der Dissertationen wegen ihrer sprachlichen Unzulänglichkeit zurückgewiesen werden. Und kürzlich richtete die Erziehungsdirektion des Kantons Zürich an alle Mittelschulen die dringende Bitte, ihre Schüler im deutschsprachlichen Ausdruck besser zu fördern, da ihre Leistungen, bis hinauf zum Maturitätsaufsatz, ein erschreckendes Bild böten. Diese Mahnung richtete sich übrigens an alle, also auch an die nicht Deutsch unterrichtenden Lehrer.

Auf der andern Seite aber schreitet in jener weiteren Umgebung, in der die jungen Generationen ihren sprachlichen Rückhalt finden sollten, die allgemeine Verwilderung beängstigend weiter.

Selbst angesehene Tageszeitungen veröffentlichen heute Artikel, die man kaum mehr als deutsch bezeichnen kann. Da liest man täglich von arrangierten Meetings, von Eskalationen und Regimen, die sich durch ein Engagement oder durch Konzessionen kompromittiert haben. Im Lokalteil ist von Rowdies, Helden des Volants, Happenings, Teenager Parties sowie vom Establishment die Rede, in der Sportspalte von fairen und unfairen Teams, von Goalgettern, Powerplay, Leadern, handicaperten Equipen, transferierten Coachen, auf der Handelsseite von Marketing, Leasing, vom Boom, von Haussen und Baissen, von Shopping Centers usw. Wahrhaftig, die Zeitungsschreiber machen sich heute ihre Aufgabe leicht, denkt man und legt verstimmt das Blatt beiseite, das man leider dennoch täglich lesen muß. Aber auch anderswo begegnet man diesen sprachlichen Ärgernissen, denn auf dem Weg zur Arbeit geht man ja jetzt fast ausschließlich an Läden und Häusern vorbei, die Cleaning Offices, Boutiques, Trendshops, Tea Rooms, Snack Bars und Apartment Houses heißen — bis man schließlich in der City ist. Unzählige biedere Schweizer Firmen tragen heute rein englische Namen: Swiss Boring, Swiss Knitting, Swiss Machine Tool Sales Co. Ltd, Swisspetrol Holding oder Manpower, und im Kaffee tut die Kellnerin, als verstehe sie einen nicht, wenn man einen Fruchtsaft verlangt. Nein, ein Orangenjus muß es sein, ein Wort, das sie dann allerdings mit einem Seldwyler „sch“ ausspricht, bei dem auch einem Romanisten vor Schmerz das Herz im Leibe zuckt.

Dabei vertritt ja, eben in der Frage des Fremdwortgebrauchs, auch der Sprachverein durchaus keine sture Haltung. Wo ein Fremdwort unentbehrlich ist, wie in der Sprache der Wissenschaft, oder wo es bloßes gelegentliches Zitat bleibt, soll ihm das Gastrecht in der deutschen Sprache gewiß nicht verwehrt sein. Wo aber sein übermäßiger Gebrauch allmählich ganz die Muttersprache und mit dieser das eigene Denken verdrängt, ist sicher ein Gefahrenzustand erreicht. Und dies ist in der deutschen Schweiz heute der Fall. „Die Schweiz“, sagte neulich ein Deutscher in Paris zu mir, „reizt mich nicht mehr als Reiseland. Sie hat keine eigene Farbe mehr.“ Und tatsächlich haben wir es in unserem anhaltenden Konjunkturfieber sprachlich so weit gebracht, daß eine Art von *Esperanto* heute keine wissenschaftlich-idealistische Spekulation mehr ist, sondern sich bei uns gleichsam von selbst herausbildet, in seiner ganzen künstlichen Häßlichkeit. Hand in Hand mit der Fremdwortüberflutung geht natür-

lich der ständige Zerfall des grammatikalischen Empfindens, die Gleichgültigkeit gegenüber Rechtschreibung, Satzzeichensetzung usw. Ich verzichte hierzu auf Beispiele, denn ich spreche ja zu Eingeweihten, und zudem ist unsere Zeitung voll davon.

Was ist aber angesichts dieser wachsenden Sprachzerrüttung zu machen? Wie kann namentlich der Sprachverein erfolgreicher als bisher das Seine tun, um dem schleichenden Übel zu begegnen? Seinen bereits überlasteten Leitern noch neue Pflichten aufbürden, wäre ein ganz unmögliches Ansinnen. Auch erwarten Sie hoffentlich nicht, daß *ich* Ihnen nun ein Wundermittel verrate, die geheime Zauberformel, mit der die Krankheit zu heilen wäre. Dagegen sind hier wohl einige allgemeine Überlegungen gestattet, die, selbst wenn sie keinen leichten und unmittelbaren Wandel verheißen, doch neue Möglichkeiten aufzeigen — und einige alte wiederaufgreifen —, durch die unsere Tätigkeit sich entfalten und tiefer ins Bewußtsein der Öffentlichkeit dringen könnte.

Die sogenannten Massenmedien, also Radio, Fernsehen, Kino und Zeitungen anzuklagen, ist leider längst ein Gemeinplatz geworden, und doch sind sie es natürlich, die heute in erster Linie gute und schlechte Sprache vermitteln und damit unter den Empfangenden ein entsprechendes sprachliches Echo wecken. Und sie müssen wir darum, wie schwer es auch hält, immer wieder an ihre Verantwortung gegenüber der Sprache gemahnen. Wenn dies, wie gesagt, nicht dauernd der Vorstand tun kann, so müssen es eben die einzelnen Mitglieder tun, und wenn unsere Zeitschrift nicht gelesen wird, so werden vielleicht direkte Zuschriften gelesen, vor allem, wenn es ihrer viele sind, im Sinne des Sprichwortes: Steter Tropfen höhlt den Stein.

Ähnlich tief wie die genannten Verbreitungsmittel greifen aber auch Werbeagenturen, Reklametexter, Verkaufsberater usw. ins sprachliche Leben ein. Ich sehe keinen andern Weg, als daß wir uns der mühevollen Aufgabe unterziehen, mit diesen Leuten und Stellen Fühlung aufzunehmen und ihnen zu zeigen, daß erfolgreiche Werbung durchaus mit einer gebührenden Achtung vor der Sprache vereinbar ist, zumal diese Forderung ja meist auch die des guten Geschmacks ist, und weil letztlich guter Geschmack, gleich wie Qualität, wohl auch ein wirksames Werbemittel sein kann. Marktforscher und Reklameberater verfügen heute über ein gründliches fachliches Wissen; sie kennen sich aus in Kundenpsychologie, in Bewußtseinsbeeinflussung und ähnlichem. Dar-

um ist es wohl geraten, sich im Umgang mit ihnen so sehr als möglich ihres eigenen Vorgehens zu bedienen. Merken wir uns zum Beispiel, daß Höflichkeit und eine geschickte Darlegung des Problems mehr erwirken als Gereiztheit, herablassender Spott oder betont schulmeisterliche Belehrung. Ich darf Ihnen aus eigener, bescheidener Erfahrung verraten, daß ich, etwa mit angriffigen Briefen an Zeitungen, einzig zuständige Leute verstimmt und damit mehr Schaden als Gutes gestiftet habe. „Snob appeal“ nennt man, mit einem Fremdwort, das ich nun doch nicht zu verdeutschen wüßte, einen neuen Umgangston, mit dem jetzt, dem Vernehmen nach, selbst Amtsstellen, Steuerbehörden usw. oft Ungeahntes erreichen sollen.

Schließlich gibt es noch die unzähligen kleinen Alltagsaufgaben, zum Beispiel die Anschriften in Läden, wo wir vielleicht Kunde sind und wo darum unsere Meinung etwas gilt, oder das Drive-in-Center, wo wir unsern Wagen einstellen. Besonders am Anfang wird man sich mit wenig begnügen müssen. Aber auch eine zunächst unerhörte Bitte ist auf lange Sicht nicht unbedingt verlorene Mühe. Viel ist vielleicht schon erzielt, wenn in Warenhäusern, wo man im Hinblick auf die internationale Kundschaft — die Klienten, wollte ich sagen — auf Bezeichnungen wie Information, Konditionen, Faktur, Etage, Sous-sol und Rayon beharrt, neben diesen Fremdwörtern wenigstens der deutsche Ausdruck ebenfalls angebracht wird, wie dies zum Glück hier und dort doch auch der Fall ist.

All dies zu versuchen ist, wie gesagt, ein Unterfangen, das die zeitlichen und finanziellen Möglichkeiten, aber wohl auch die Nervenkraft eines einzelnen bei weitem übersteigt. Wenn wir uns gutwillig und mit etwas sportlichem Einsatz in die Aufgabe teilen, mag aber einiges zu bewältigen sein. Ferner wäre zu prüfen, ob der Sprachverein, vielleicht mit bescheidener öffentlicher Unterstützung, seinen Werbern gewisse Druckschriften zur Verfügung stellen könnte, um sie so teilweise von der zeitraubenden Aufgabe des Schreibens unzähliger Einzelbriefe zu entlasten. Ich glaube auch, daß wir uns laufend unter uns, im Sinne eines Erfahrungsaustausches, über unsere Erfolge und Mißerfolge unterhalten sollten, und schlage vor, daß der „Sprachspiegel“ uns zu diesem Zweck eine eigene Spalte, vielleicht eine ganze Seite am Schluß jeder Nummer, einräumt. Dort dürften meines Erachtens auch Firmen und Amtsstellen genannt werden, die auf unsere Vorschläge eintreten. Überhaupt wäre an eine kleine Aufmunterung

in Form einer kostenlosen Werbung für verständniswillige Firmen und Unternehmen zu denken, ähnlich wie etwa die Stadt Zürich Auszeichnungen für gute Beispiele moderner Architektur verleiht. Ich schätze es, daß gewisse Zeitungen, zum Teil auf Anregung unserer Vereinsmitglieder, schon dann und wann sprachliche Fragen erörtern. Dieses Gespräch wäre fortzusetzen und auch am Rundfunk zu fördern. Mit der Eröffnung der Sprachdienststelle ist uns ja in manchem eine wertvolle Hilfe geboten.

Ich bin überzeugt, daß wir in Sachen Sprachpflege auch vieles von Frankreich lernen könnten. Wie das Französische, so wird ja auch das Deutsche heute hauptsächlich von immer mehr angelsächsischem Sprachgut durchsetzt. Den Anglizismen und insbesondere den Amerikanismen gegenüber sind in letzter Zeit die Entlehnungen aus dem Französischen zur fast unbeträchtlichen Minderheit zusammengeschrumpft, von Anleihen aus andern Sprachen ganz zu schweigen. So lösen ja bereits englische Lehnwörter wie *sensitiv*, *emotiv* und andere zunehmend ihre französischen Gegenstücke — *sensibel*, *emotionell* — ab. Als bei uns das Modewort „Image“ auftauchte, sprach man es zuerst zaghaft auf französisch aus; heute hat sich fast durchweg die englische bzw. schweizerenglische Aussprache (*imitsch*) durchgesetzt.

Gegen diese fortschreitende Anglisierung des Französischen aber regt sich neuestens wachsender Widerstand. Aufsehen erregte vor einigen Jahren das Buch „Parlez-vous franglais?“ des Sorbonneprofessors Etiemble. Das „Office du Vocabulaire français“ und andere Stellen warnen laufend vor falschen Formen und überflüssigen Anglizismen, die sich in den alltäglichen Sprachgebrauch einschleichen, und ihre Weisungen werden, soweit ich es beurteilen kann, von Presse und Radio weitherum, bis hinein in die welsche Schweiz und nach Belgien, beachtet und auch beherzigt. Während einer besonderen „semaine de la grammaire“ prüfte man in den laufenden Sendungen alle Radio- und Fernsehsprecher genauer auf ihre allfälligen Verstöße gegen die grammatische Richtigkeit.

Ein zur Zeit vielbesprochenes Werk „Le défi américain“ — „Die amerikanische Herausforderung“ — warnt vor allem vor den Gefahren des wachsenden amerikanischen Einflusses im Bereich der Wirtschaft, weist aber damit zugleich auf die tieferen Ursachen der mählichen Sprachverseuchung hin. Es liegt mir fern, Vergleiche zwischen Frankreich und unserem Land auch im wirtschaftlichen Bereich zu ziehen. Mit einer amerikanischen Heraus-

forderung aber haben wir es zweifellos auch bei uns in sprachlichen und kulturellen Belangen zu tun. Wollen wir diese neue Flutwelle fremder Formen tatenlos über uns hinspülen lassen?

Es läßt sich sicher zeigen, daß die andern, aus deren mächtigem Land das Neue stammt, nicht unbedingt böse Eroberer in friedlichem Gewand sind, wie man es in Frankreich wahrhaben will, daß aber sicher wir die Dummen sind, wenn wir all das Neue kritiklos nachäffen und übernehmen, wie die Völker Asiens, Südamerikas und Afrikas einst eine angestammte und zum Teil höhere Kultur glaubten gegen westliche Lebensformen vertauschen zu müssen. In Frankreich wird heute auf diese Gefährdung hingewiesen. Eines Tages, wenn wir unser Bestreben vernünftig aber unermüdlich fortsetzen, wird vielleicht auch bei uns eine breitere Öffentlichkeit diese Bedrohung erkennen, denn was für das Französische recht ist, ist sicher für das Deutsche billig.

Jeremias Gotthelfs Sprache

Von Dr. W. Hodler, Bern

Dem Mundartforscher stellt sich das Problem, für welche der bernischen Mundarten gotthelfische Belege Zeugniswert beanspruchen können. Heinrich Baumgartner geht in seiner Studie „Stadtmundart und Landmundart“ von der Annahme aus, daß Gotthelf die Mundart von Lützelflüh schreibe, wenn er Bauern reden lasse. Das mag auch sehr oft der Fall sein, doch weniger in „Annebäbi Jowäger“. Da dürfte E. Fankhauser in seiner Darstellung der „Berndeutschen Flexion nach Jeremias Gotthelf“ das Richtige treffen mit seiner Annahme, daß Gotthelf die Mundart von Utzenstorf schreibe, da wo er Landmundart gebrauche.

Gotthelfs Mundartgebrauch datiert ja aus seinen Knaben- und Jünglingsjahren her, die er in Utzenstorf, nahe der Grenze der Kantone Bern und Solothurn, verlebte. Das ist die Zeit seiner ersten, frischesten Sprachaufnahme und seiner unmittelbarsten Berührung mit dem Bauernvolk. Dennoch war die Bauernsprache für Gotthelf zunächst eine Fremdsprache. Im Pfarrhaus zu Utzenstorf sprach man sicher nicht die Mundart der Dorfbewoh-