

Von Lieblingswörtern und deutscher Seelenbefindlichkeit

Wörter sind nicht nur Wörter: sie tragen ihre Umgebungen mit sich, sie sind ausgezeichnet oder belastet durch die Erfahrungen, die man beim Sprechen und Schreiben, beim Lesen und Hören mit ihnen gemacht hat. Wer danach sucht, was sein schönstes Wort sei, der sucht gleichzeitig danach, welchen Teil des sprachlichen Lebens er besonders schön findet. Genauer gesagt fragt er sich, wo die Schönheit der Erfahrung so mit einem einzelnen Wort verknüpft ist, dass er sagen kann, das sei das schönste unter all den Wörtern, die ihm begegnet sind und ihm zur Verfügung stehen.

Es ist kaum das alltägliche Leben des Einzelnen, das bei dieser Suche ans Licht kommt, vielmehr sind es die Feste des Lebens, sind es die Wünsche und die Ideale, die das gewünschte Licht des Schönen auf unser sprachliches Leben werfen. Man sollte sich nicht wundern, dass sich bei aller Individualität dieser Vorstellungen doch deutliche Häufungen bei den Wörtern ergeben, in denen sich das gespiegelt findet. Das individuell Erfahrene muss mit der kommunizierbaren Form existierender Wörter übereingehen. Die Konventionalität der Sprache setzt hier Grenzen, sofern man sozial vermittelbar bleiben möchte.

Nicht nur das schönste Wort wird gesucht, gefunden werden soll das schönste Wort des Deutschen, »deutsch« in der einen oder anderen Weise soll und wird es also auch sein. Nun kennen die Sprachgemeinschaften durchaus Vorurteile gegenüber anderen, aber auch gegenüber der eigenen Sprache. Für das Deutsche gilt seit seiner endgültigen Festigung gegen Ende des 18. Jahrhunderts, dass seine Trümpfe im europäischen Vergleich der Sprachen und Kulturen in der Natürlichkeit, der empfindsamen Anpassungsfähigkeit liegen. Viele Wörter, die diese Aura der empfindsamen Aufklärung und des natürlichen und gleichzeitig idealen Gefühls mit sich tragen, haben im allgemeinen Bewusstsein einen hohen Wert behalten.

Ganz äußerlich ist das, was man schön finden kann, davon geprägt, was die eigene Sprache kann, was sie an Möglichkeiten mit sich bringt oder wo es ihr schwerer fällt, die Inhalte mit einer ansprechenden Form zu verbinden. Auf dieser Ebene hat das Deutsche die Eigentümlichkeit entwickelt, alles

eigentlich eine Stufe genauer zu sagen, als es vielleicht nötig wäre: Das ideale Mittel dafür sind die zusammengesetzten Wörter, die es uns ermöglichen, so genau zu sein, wie wir wollen. Auch für die systematische Bildung solcher Wörter stellt die bürgerlich werdende Welt zum Ende des 18. und Beginn des 19. Jahrhunderts eine wichtige Phase dar.

Zu viel des Feierlichen, des Guten und des Deutschen sollte das schönste Wort aber auch nicht haben. Offenkundig kann man alle drei genannten Eigenheiten auch übertreiben. Wörter, die zu feierlich oder zu »eigentlich«, zu empfindsam oder zu »romantisch« erscheinen, sind ebenso wie Wörter, die einfach sprachlich zu komplex sind, nicht geeignet, eine Akzeptanz als schönste Wörter zu finden. Wenn schon, dann führt eine solcherart übersteigerte Wahl zu einer Bestimmung des typischsten deutschen Wortes. Solch einer Wahl liegt ja die Karikatur nicht fern, die bekanntlich der Schönheit nicht unbedingt zuträglich ist.

Dennoch: Es sind nicht nur die schönen, wahren und guten Wörter aus der Tradition einer aufgeklärten und romantisch überformten bürgerlichen Öffentlichkeit, die als schönste genannt werden. Es sind auch Wörter darunter, mit deren Wahl man sich von dieser grundsätzlichen positiven Übereinstimmung von der Mitte der Gesellschaft als schön befundener Wörter des Gefühlslebens absetzt. Sei es, was in einem Kant-Gedächtnis-Jahr wie diesem vielleicht besonders nahe liegt, dass rationalistischere Varianten gewählt werden, sei es, dass man verstärkt strukturelle Eigenheiten als Merkmal der schönsten Wörter hervorhebt. Auffallen können dabei typische Merkmale des Deutschen wie eindrucksvolle Komposita, aber auch für die heutige deutsche Gesellschaft typische Weisen, sich auszudrücken – und so können denn auch pedantisch erscheinende Benennungen aus Wissenschaft oder Verwaltung unter die Kandidaten für das schönste deutsche Wort geraten.

Kann ein Wort, das keinen »schönen« Inhalt hat und formal eher als auffällig denn als schön gilt, ein schönstes Wort sein? Was macht überhaupt die Wörter ästhetisch schön? Das ist, wie man sich unschwer denken kann, nicht leicht zu sagen. Am meisten Zustimmung wird man bei Wörtern finden, die formal eine ähnliche positive Ausgeglichenheit signalisieren, wie sie die als positiv angesehenen Gefühlswörter inhaltlich ausstrahlen. Nur, was heißt das? Einfache – aber nicht zu »hart« klingende – oder Wörter aus zwei den genaueren Sinn eines Wortes ausleuchtenden Elementen gelten offenbar als schöner als

mehrgliedrige, prinzipiell unübersichtliche Fügungen, auch die für das Deutsche als typisch geltenden Konsonantenhäufungen, die sich verstärkt bei höherer Komplexität der Wörter finden, steigern offenbar nicht das Schönheitsempfinden – aber sehr genau ist das alles nicht.

Ohne weiteres Überlegen scheint zudem klar zu sein, dass schöne Wörter mit einer hohen Wahrscheinlichkeit Substantive sind. Das eine oder andere Adjektiv mag seinen Platz finden, schon mit Verben ist weniger zu rechnen. Dafür gibt es tatsächlich gute Gründe: Mit den Substantiven wird der inhaltliche Rahmen, um den es gehen soll, doch zumeist viel konkreter angerissen als mit den Verben, die viel mehr Muster umreißen, die sich für viele konkrete Konstellationen eignen sollen. Adjektive stehen in dieser Hinsicht zwischen den beiden »großen« Wortarten. Bei der Schönheit haben sie eine gewisse Chance, weil es so wenig einfache Eigenschaftswörter gibt. Der Bedarf an neuen Adjektiven gibt bildhaften Vergleichen einen Platz, die in der Verkürzung des Einzelwortes reizvoll erscheinen mögen. Derselbe Effekt mag dazu führen, dass bei den Substantiven nicht die Benennungen von – sei es noch so typischen – Klassen von Konkreta dominieren, sondern die von abstrakten Konzeptionen, bei denen dann auch oft die Differenz zwischen den enthaltenen Bildern und der Gebrauchsbedeutung reizvoll wirkt. Auch hier kann man natürlich eine Wahl treffen, die mehr oder minder bewusst von diesen Prinzipien eines im Prinzip positiv gestimmten Mittelstands abweicht. Wovon man damit abweicht, ist weithin klar, wohin bleibt offener und führt so zu verschiedenen Zielen.

Der Reiz eines solchen Wettbewerbs liegt genau darin, dass dieser Effekt in einer Gesellschaft wie der unseren zu erwarten ist – und wie er sich dann auswirkt. Die schönsten Wörter sind die, mit denen man sich in der Öffentlichkeit sehen lassen kann. Womit kann man sich heutzutage sehen lassen? Das kommt ganz darauf an, wie man gesehen werden will. Für größere Teile unserer Gesellschaft lässt sich das, was man als ein Wort empfindet, das so zu einem passt, offenbar durchaus mit einer Aufnahme positiv-freundlicher kultureller Traditionen verbinden. Wie nicht anders zu erwarten, herrscht in kleineren, aber erkennbar meinungsführenden Teilen der Gesellschaft die Tendenz vor, in Differenz dazu zu wählen. Man hat dann je nachdem, welchem Teil der Gesellschaft man sich hier zuweisen will, eher intellektuell-analytische oder erlebnisorientiert-spielerische Optionen. Zwischen *Sinnlichkeit* und *Teufelsbraten* positioniert ja auch der Wettbewerb selbst schon sein Vorhaben.

Vermutlich sind das die hauptsächlichlichen Richtungen der Differenzierung, daneben gibt es sicher auch besonders traditionsbewusste Akzentuierungen, die aber heutzutage weniger die öffentliche Vorstellung vom Deutschen prägen.

An traditionellen Vorstellungen vom Deutschen in der jeweils eigenen Kultur orientiert sich logischerweise die Wahl der Mitspieler um das schönste Wort, deren Muttersprache nicht das Deutsche ist. In der Vielfalt der Brechungen durch die verschiedenen Herkunfts- und Kontaktsprachen werden auch unterschiedliche Sichtweisen auf das Deutsche erkennbar. Die Wahl des schönsten deutschen Worts von außen her sagt immer auch etwas über die Kontaktkultur selbst, und ist so gesehen eher kulturspezifisch.

Drei Dinge kann man dennoch festhalten: Zum Ersten ist insgesamt der geistesgeschichtliche Boden, der wie gezeigt die Eigenwahrnehmung der Deutschen nicht unwesentlich prägt, auch für die Außenwahrnehmung bedeutsam. Daneben spielen Wörter für Konzepte eine Rolle, denen in der jeweils anderen Sprache die genaue Entsprechung fehlt, und zum Dritten spielt der Tatbestand eine Rolle, dass man fremde Sprachen und ihre Ausdrücke notgedrungen wörtlicher versteht, als sie im muttersprachlichen Gebrauch wahrgenommen werden. Gerade der sprechende Charakter deutscher Komposita bietet hier ein hohes Maß an Lesbarkeit, nicht zuletzt für Sprecher von Sprachen, die diesen Typ von Differenzierung nicht oder weniger kennen.

Das *Zauberwort*, in dem alles das vereint wird, kann es daher nicht geben. Das überwältigende Interesse an dem Wettbewerb hat jedoch gezeigt, wie viel Freude bereits darin liegen kann, sich dennoch auf die Suche danach zu machen.

Prof. Dr. Ludwig M. Eichinger
Direktor des Instituts für Deutsche Sprache, Mannheim
Mitglied des Deutschen Sprachrats