

Cornelia Sittel
 Ringstr. 1
 6915 Dossenheim

Das Schlagwort in der politischen Sprache¹

1. Bedeutung und Funktionen

Das Schlagwort wird allgemein als die auffälligste lexikalisch-semantische Erscheinung der Propaganda betrachtet. *Alles nur Schlagworte* sagt man oft und meint damit, die öffentlichen Stellungnahmen der Politiker seien unreflektiert, sinnentleert und verschwommen.

Es hat sich nicht nur ein Beigeschmack von Volksverdummung und Demagogie eingebürgert. In Bezug auf das Schlagwort feiert auch der Mythos von der Macht des Wortes wahre Triumphe. Es genügt, einmal einen Blick auf die Ersatzbezeichnungen für den Begriff *Schlagwort* zu werfen. In der einschlägigen Literatur finden sich u.a. die Ausdrücke *Begriffsdämonie*, *Wortfetische* (beide Schlapp 1985) und *Zauberformeln* (Schneider 1976).

Inhaltliche Entleerung, Befrachtung mit Affekten und eine obskure Kraft werden also dem Schlagwort allgemein zugesprochen. Die Klage über das Schlagwort ist dabei so alt wie das Schlagwort selbst. Schon in der Antike meinte man, im Gebrauch von Schlagwörtern einen Mißbrauch der Sprache und eine unlautere politische Waffe sehen zu müssen. Die Produktion von Schlagwörtern und das Wehgeschrei der Sprachkritiker über ihre verheerende Wirkung auf Sprache und Kultur sind also keineswegs ein Phänomen des 19. und 20. Jahrhunderts.

Angesichts der erstaunlich verbreiteten Kritik an Schlagwörtern seitens der Publizistik ist eigentlich nicht zu verstehen, warum die Schlagwortforschung ein Stiefkind der Linguistik geblieben ist. In keinem Wörterbuch der Linguistik und in keiner sprachwissenschaftlichen Einführung findet das

¹ Bei dem vorliegenden Artikel handelt es sich um einen Auszug aus meiner Diplomarbeit *"Die Sprache der Propaganda. Prinzipien und Methoden unter besonderer Berücksichtigung von Schlagwort und Slogan sowie der Textsorte Wahlplakat"*, die im Jahr 1987 am Institut für Übersetzen und Dolmetschen der Universität Heidelberg bei Herrn Prof. Dr. Christian Schmitt entstanden ist.

Schlagwort eine ausreichende Berücksichtigung, oft fehlt der Begriff ganz. Dennoch handelt es sich um ein vielfach eingesetztes rhetorisches Sprachmittel, das schon aufgrund seiner enormen Verbreitung das Interesse der Linguistik wecken sollte.

Bevor wir nun daran gehen, das Schlagwort zu verwandten Erscheinungen abzugrenzen und seine Charakteristika und Wirkungsbedingungen zu beschreiben, sei folgende Arbeitsdefinition des Schlagwortes festgehalten:

Schlagwörter sind politisch-gesellschaftliche Ausdrücke, die im Meinungs- oder Ideologiestreit gebraucht, eine Tendenz, einen Standpunkt, ein Problem, einen Lösungsvorschlag oder eine sonstige politische Gegebenheit schlaglichtartig bezeichnen und bewerten; ihre inhaltliche Unschärfe und ihr emotionaler Appell sind dabei für ihre mobilisierende und provozierende Funktion verantwortlich.

2. Begriffsabgrenzung

Dabei kann man in formaler Hinsicht als potentiellen Schlagwortkandidaten ein Einzelwort (meist ein Substantiv, seltener ein Adjektiv) oder ein Substantiv mit adjektivischem oder genitivischem Attribut auffassen, z.B. *Lebensqualität, Gelbe Gefahr, Steigerung der Arbeitsproduktivität*. Adjektivische Attribute können dabei zur näheren Bestimmung des Schlagwortes dienen, z.B. *westliche Demokratie, marxistische Ideologie*, also zur Monosemierung des Substantivs, oder auch obligatorischer Bestandteil des Schlagwortes sein, z.B. *sozialistische Staatengemeinschaft, kalter Krieg, friedliche Koexistenz*. Im ersten Fall kann der Kontext sie ersetzen, im zweiten Fall bedeutet ihr Wegfall, den Charakter als Schlagwort aufs Spiel zu setzen.

Bei Zusammensetzungen steht meist das eigentliche Schlagwort an erster Stelle und das neutrale Wort an zweiter, z.B. *Friedenswirtschaft, Neuerertätigkeit, Abrüstungskonferenz*. Häufig sind Wörter, die sich im politischen Sprachgebrauch durch eine besondere Produktivität hinsichtlich der Kompositabildung auszeichnen, Schlagwörter. Freitag nennt hier die in der DDR sehr häufigen Zusammensetzungen mit *Frieden-, Neuerer-, Aufbau-, Kultur-, Jugend- und Klasse-* (vgl. Freitag 1977: 125).

Nach dieser Abgrenzung des Schlagwortes als lexikalische Einheit seien im folgenden die wesentlichen Unterschiede zu Terminus, Modewort, geflügeltem Wort, Leitwort und Schlüsselwort aufgezeigt.

2.1. Schlagwort vs. Terminus

Der Terminus hat im Gegensatz zum Schlagwort mehr deskriptiven als expressiven Charakter und zeichnet sich durch das Fehlen eines emotionalen Appells aus. Der Terminus ist begrifflich eindeutig fixiert, während das Schlagwort durch inhaltliche Unschärfe gekennzeichnet ist. Geht es beim Gebrauch eines Terminus darum, die Dinge lediglich zu beschreiben und zu benennen, so soll mit Schlagwörtern an die Zuhörer appelliert werden.

Dabei ist aber zu beachten, daß ein und dasselbe Wort sowohl Schlagwort als auch Terminus sein kann. Was im konkreten Einzelfall vorliegt, ist nur anhand des Kontextes zu unterscheiden.

Wenn auch als Regel anzusehen ist, daß ein Terminus zum Schlagwort wird, bzw. als solches gebraucht wird, so ist auch der umgekehrte Weg denkbar: Wörter, die zunächst Schlagwörter waren, können zu Termini einer Ideologiesprache werden, z.B. *friedliche Koexistenz*, *Kalter Krieg*.

2.2. Schlagwort vs. Modewort

Modewörter zeichnen sich durch weite Verbreitung, häufige Verwendung und Kurzlebigkeit aus, aber auch durch eine nicht zu unterschätzende Prestigebedeutung: Wer Modewörter verwendet, will genauso, als würde er sich modisch kleiden, die Aufmerksamkeit der anderen auf sich lenken, will imponieren und modern erscheinen.

Das alles mag auch für Schlagwörter gelten, es gibt jedoch auch klare Unterschiede: Modewörter sind grundsätzlich nicht politisch-ideologisch markiert und ihr Anwendungsbereich ist daher weitaus größer.

Ferner sind als Schlagwörter eigentlich nur Substantivverbindungen anzusehen, wohingegen als Modewörter auch Adjektive, Verben und Adverbien fungieren können, z.B. heute *absolut*, *Look*, *Must*, *sondieren*, *im Vorfeld* etc. Sehr oft handelt es sich um Wörter mit auffälliger Form, z.B. Fremdwörter.

2.3. Schlagwort vs. geflügeltes Wort

Geflügelte Worte werden zwar auch wie Schlagwörter sehr häufig gebraucht, wirken aber eher durch ihre Expressivität als durch inhaltliche Unschärfe und emotionalen Appell wie die Schlagwörter.

Geflügelte Worte wie z.B. *Silberstreif am Horizont* nennt W.Bauer (1920) sehr treffend einen "*stilistischen Aufputz*".

Sie haben Zitatcharakter und ihnen haftet stets etwas Literarisches an. Es handelt sich dabei um besonders schöne und beeindruckende Redewendungen mit hohem Prestigewert für den Sprecher. Im Gegensatz zum Schlagwort fehlen ihnen die Bindung an politisch-ideologisches Sprechen und die Kennzeichen Wertung und inhaltliche Unschärfe.

2.4. Schlagwort und Leitwort

Unter Leitwort versteht man in der Literatur allgemein eine positive Spielart des Schlagwortes.

Zur näheren Differenzierung scheint mir der Vorschlag von G.Strauß sehr nützlich. Strauß verwendet den Begriff Leitwort für die gruppenübergreifenden, allgemein positiv wertenden und übergeordnete Ideale der Menschheit bezeichnenden Schlagwörter. Es handelt sich um allgemeine politische Integrationsbegriffe.

2.5. Schlagwort und Schlüsselwort

Wir wollen als Schlüsselwort ein Schlagwort einer spezifischen Gruppe oder Ideologie auffassen.

Schlüsselwörter einer Bewegung sind also die positiv und negativ wertenden Termini der Ideologie, die Fahnen- und Stigmawörter in der Terminologie von Strauß. Sie lassen sich in ein System von Beziehungen bringen und erlauben einen Zugang zur Ideologie der jeweiligen Gruppe über dieses Begriffssystem. Mit anderen Worten, Fahnen- und Stigmawörter sind die Schlüssel zum Verständnis der jeweiligen Ideologie. Schlüsselwort ist somit ein Oberbegriff für positiv und negativ wertende Schlagworte bestimmter politischer Bewegungen.

3. Charakteristika

Es gilt nun die zentralen Eigenschaften des Schlagwortes näher zu untersuchen. Dabei handelt es sich zunächst darum, die allgemeinen, für alle Arten von Schlagworten kennzeichnenden Merkmale auf-

zuzählen, während diejenigen Eigenschaften, die als Ansatzpunkte für eine Schlagworttypologie dienen, am Schluß gesondert betrachtet werden sollen.

3.1. Komprimierung

Schlagwörter dienen zur Komprimierung ganzer Programme, ganzer Ideologien. Sie verallgemeinern und verkürzen, um dieses Programm einer heterogenen Öffentlichkeit nahezubringen.

Schlagwörter kondensieren also eine bestimmte Tendenz, ein Ziel, eine Forderung, ein Programm und bringen komplexe Sachverhalte auf eine einprägsame Formel.

3.2. Scheinbare Klarheit und Prägnanz

Schlagwörter scheinen daher oft besonders treffend und prägnant zu sein. W.Bauer stellt jedoch fest:

"Uns scheint es freilich heute bei dem Aufkommen eines neuen Schlagwortes, als ob uns damit in einem bestimmten Falle erst die Zunge gelöst worden sei, als ob uns die damit zugeführten Begriffe erst jetzt zu klarem Bewußtsein kämen. Ganz mit Unrecht. Wir verwechseln klar mit eindrucksvoll. Die Vorstellungsmassen, die in dem Schlagwort auf uns eindringen, sind nicht an Durchsichtigkeit und Unterscheidbarkeit gewachsen, wohl aber an Aktualität und Lebenskraft und haben sich damit in unserem Bewußtsein stärker eingegraben." (Bauer 1920: 223/224)

Die scheinbare Klarheit und vermeintliche Prägnanz sind also eigentlich nichts anderes als die Einprägsamkeit des Schlagwortes. Zwar werden diffuse Forderungen, Wünsche, Ideale, Programme etc. auf ein Wort verkürzt, das bedeutet jedoch nicht, daß dieses Wort alles klar und treffend auf einen Nenner bringt. Vielmehr ist das Wort einprägsam aber inhaltlich unbestimmt.

3.3. Inhaltliche Unschärfe

Die Verkürzung und Verallgemeinerung ergeben eine Unbestimmtheit des Denotats, die als auffälligstes Merkmal des Schlagwortes gelten darf. Schlagwörter leben geradezu von dieser inhaltlichen Unschärfe. Wären Intension und Extension genau festgelegt, so würde kein Schlagwort vorliegen.

Gerade die inhaltliche Unbestimmtheit ermöglicht es, das Wort so häufig und in den verschiedensten Situationen und Kontexten zu verwenden.

Und W.Schneider sagt über den Reiz eines großen Schlagwortes daher:

"1. Es muß geeignet sein, erhabene Assoziationen auf sich zu ziehen, die alle Gegner entmutigen.

2. Es muß so unbestimmt sein, daß alle, die es hören, diejenige Bedeutung hineinlegen können, die ihnen am meisten zusagt.

3. Es muß unbestimmt genug sein, um die, die es in Umlauf setzen, zu allem zu berechtigen und zu nichts zu verpflichten.

4. Es muß so elastisch sein, daß Jahrzehnt um Jahrzehnt mehr, Umfassenderes, Radikaleres aus ihm herausgelesen werden kann." (Schneider 1976: 139/140)

Ein Hauptcharakteristikum der Schlagwörter ist also die inhaltliche Unschärfe und der weite Anwendungsbereich.

3.4. Emotionale Aufladung

Durch ihren emotionalen Appell sind Schlagwörter oft als Reizwörter bezeichnet worden: Sie reizen den Hörer, zuzustimmen oder abzulehnen, sie provozieren und verlangen eine Bewertung des Bezeichneten.

Oft machen die Begleitgefühle erst den Gebrauchswert des Schlagwortes aus, dennoch wäre es verfehlt, in Schlagwörtern nur Emotionshülsen für beliebig variable Inhalte zu sehen. Neben den angelagerten Begleitgefühlen hat jedes Schlagwort auch seine logisch-sachliche Seite, wenn auch der Inhalt diffus und gering sein mag.

Schlagwörter sind also sprachliche Ausdrücke, mit denen die Ratio von der Affektivität verdrängt wird. Sie lösen nicht kritische Reflexion aus, sondern der Hörer springt auf ihre emotionalen Aussagegehalte spontan an: Mitfühlen ersetzt Mitdenken.

3.5. Polarisierung

Die emotionale Ladung der Schlagwörter hat jeweils eine bestimmte Richtung. Sie dienen entweder der eigenen Aufwertung oder der Abwertung des Gegners. Wie ideologische Termini können auch

Schlagwörter so oft in bipolaren Beziehungen stehen. Sie haben pro-contra-Charakter und fördern die Freund-Feind-Abgrenzung.

3.6. Hohe Frequenz

Schlagwörter zeichnen sich ferner durch eine ständige Wiederholung aus. So schreibt W.Barner:

"Ein zweites, mit der Publizität (= Entstehung durch und Verwendung im öffentlichen Sprachgebrauch - C.S.) funktional eng zusammenhängendes Merkmal des Schlagworts ist die F r e q u e n z seiner Verwendung, Frequenz im Sinne von Rekurrenz. Erst von einer bestimmten Häufigkeit des Auftauchens an, bei einem Sprecher, einer Sprechergruppe, einem Text, einem Textcorpus, wird ein Schlagwort überhaupt 'als' Schlagwort empfunden." (Barner 1977: 108)

Von Schlagwörtern ist also erst dann zu sprechen, wenn das Wort sehr häufig und in den verschiedensten Kontexten von den verschiedensten Gruppen verwendet wird, wobei jeder Sprecher seine eigenen Vorstellungen von Inhalt und oft auch von Wertung des jeweiligen Schlagwortes hat.

Fassen wir das Gesagte noch einmal zusammen: Schlagwörter werden sehr häufig verwendet und nutzen sich dadurch sehr schnell ab. Diese Abnutzung betrifft vornehmlich die begrifflich-rationale, deskriptive Bedeutungskomponente. Sie wird durch die Breite der Anwendung des Schlagwortes immer verschwommener, wodurch die Gefühlskomponente an Bedeutung gewinnt. Im Gegensatz dazu erwecken Schlagwörter den Eindruck, gelungene Kondensate ganzer Ideologien und Programme zu sein, komplexe Sachverhalte auf eine eingängige Formel zusammenschmelzen zu können. Diese Prägnanz und Klarheit ist jedoch nur scheinbar vorhanden. Jeder verknüpft mit Schlagwörtern gruppenspezifische, aber doch recht vage Vorstellungen. Schlagwörter zielen daher nicht auf kritische Reflexion, sondern spontane Assoziation und blinde Emotion.

Die beschriebenen sechs Hauptmerkmale des Schlagwortes gelten allgemein. Anhand der drei weiteren Eigenschaften - vor allem Reichweite und Transitorik - lassen sich jedoch verschiedene Schlagworttypen unterscheiden.

4. Entstehung

Das Schlagwort ist eine Erscheinung der Öffentlichkeit bzw. des öffentlich ausgetragenen politischen Meinungsstreits. Es ist Resultat der Konkurrenz der gesellschaftlich-politischen Gruppen und Meinungen und es gibt Schlagwörter überall da, wo die Massen umworben werden. Besonders in Zeiten politisch-sozialer Gärung, Umwälzung und Krisen treten sie gehäuft auf.

Für die Entstehung eines Schlagwortes ist aber nicht nur eine Erscheinung oder Entwicklung des gesellschaftlichen Lebens notwendig, die die Zeitgenossen zur Stellungnahme zwingt, sondern das Schlagwort muß auch von exponierter Stelle lanciert werden.

Oft haben Schlagwörter keinen bestimmten Urheber, sondern werden einfach häufiger von exponierten Personen gebraucht. Andererseits sind viele Schlagwörter wohl überlegte Programmworte einer politischen Gruppe oder auch Augenblicksbildungen, die im rechten Moment und am rechten Ort von einer Person des öffentlichen Lebens geprägt werden.

Oft handelt es sich um Neologismen, aber auch Fremdwörter (*Koexistenz*), Fachwörter (*nivellierte Mittelstandsgesellschaft*), Lehnwörter, Metaphern, Euphemismen, Buchtitel (*Untergang des Abendlandes*) etc. können als Schlagwörter gebraucht werden.

Neben den Wörtern, die erst durch den Sprachgebrauch zu Schlagwörtern werden - seien es Neubildungen, Zusammensetzungen oder lediglich Bedeutungsveränderungen vorhandener Wörter - gibt es aber auch Wörter, die kaum jemals in ihrer langen Geschichte als Nicht-Schlagwörter verwendet wurden. Es sind dies die Leitwörter und Anti-Miranda, wie z.B. *Frieden, Glück, Gerechtigkeit, Ehre, Freiheit, Wohlstand, Menschlichkeit* und andererseits *Unterdrückung, Erniedrigung, Krieg* etc. Sie gehören zum kulturellen Erbe und werden in der Politik seit jeher als Schlagwörter gebraucht. Schlagwörter entstehen also nicht nur, einige *Weltschlagworte* (Dieckmann 1964: 78) sind bereits mit der politischen Sprache und Kultur vorgegeben, d.h. sie sind in der *Langue* vorhanden, während die anderen Schlagwörter erst im Sprachgebrauch, also in der *Parole*, zu solchen werden.

5. Geographische und soziale Reichweite

Die Reichweite von Schlagwörtern ist nicht ohne weiteres zu bestimmen. Sie hängt davon ab, wie viel Geltung sich die dahinterstehende geistige Tendenz oder politische Strömung verschaffen kann, bzw. wie brennend das benannte Problem ist.

So sind beispielsweise die soeben genannten Schlagworte wie *Menschenrechte*, *Frieden*, *Freiheit* u.a. international und es ist kaum vorstellbar, daß auch nur eine politische Bewegung auf der Welt auf diese sozial wirksamen Leitwörter verzichtet, weshalb Dieckmanns Begriff Weltschlagworte auch äußerst treffend ist.

Viele Schlagwörter sind aber auch ohne zu den positiven oder negativen Weltschlagwörtern zu gehören international weit verbreitet, wie z.B. *Ostpolitik*, *Yuppie*, *Reagonomics*, *Finnlandisierung*, *Glasnost*, *Perestroika* etc. Sie werden von den verschiedensten sozialen und politischen Gruppen häufig gebraucht und beziehen sich auf aktuelle Phänomene. Sehr oft handelt es sich um Lehnübersetzungen und Fremdwörter. (Viele Schlagwörter, die aktuelle Phänomene und Probleme bezeichnen, können aber auch nur auf ein Land beschränkt gebraucht werden, z.B. *Berufsverbot*, *Vernummungsverbot*, *Wende* in der Bundesrepublik und *cohabitation* in Frankreich, *Neuererbewegung* etc. in der DDR.)

Ferner gibt es Schlagwörter, die nur von bestimmten politischen Gruppen verwendet werden, sei es positiv wertend auf sich selbst, sei es negativ wertend auf andere Gruppen bezogen, z.B. *Klassenkampf*.

6. Lebensdauer

Es wurde bereits festgestellt, daß eine bestimmte politisch-soziale Situation, eine psychologische Bereitschaft und eine geistige Strömung notwendig sind für die Entstehung eines Schlagwortes. Verändern sich die bedürfniserregenden Bedingungen, also die politische, soziale, psychische und geistige Ausgangslage, so kommen Schlagwörter meist schnell außer Gebrauch. Sie verlieren ihren Reiz und ihre scheinbare Prägnanz. Statt einprägsam und treffend erscheinen sie allmählich leer und abgegriffen. Nach Aufstieg und Blüte kommt der Verfall.

Die zeitliche Gebundenheit des Schlagwortes gilt allerdings nicht für die Weltschlagworte: Während die Schlüsselwörter der Ideologien meist in ihrer Lebensdauer an die der Ideologie gebunden

7. Zusammenfassung: Versuch einer Schlagworttypologie

Die vorangegangenen Ausführungen lassen sich in folgendem Schema zusammenfassen:

TYPEN	LEBENSDAUER	VERBREITUNG	WERTUNG
aktuelles Schlagwort Schlüsselwörter	sehr kurz	groß	+/-
Fahnenwort	einige Jahre/ Jahrzehnte	ideologie-/ gruppenspezif.	+
Stigmawort	"	"	-
Weltschlagwörter			
Leitwort	zeitlos	ideologie- übergreifend	+
Anti-Mirandum	"	"	-

Wie bereits erwähnt, wurden die Weltschlagwörter seit den Anfängen unserer politischen Kultur von den unterschiedlichsten politischen Bewegungen aufgegriffen, wobei jede versucht, die Leitwörter wie *Frieden, Glück, Freiheit, Wohlstand, Gerechtigkeit, Menschlichkeit* für sich zu monopolisieren trachtet und den Gegner mit Anti-Miranda wie *Unterdrückung, Ungerechtigkeit, Krieg, Armut, Elend* in Verbindung zu bringen. Durch ihre stark positiven oder negativen Assoziationen und ihre inhaltliche Abstraktheit und Unbestimmtheit sind sie geeignet, Anhänger zu bestärken, Gegner zu beschwichtigen und Neutrale zu werben.

In Lebensdauer und Reichweite weitaus begrenzter sind demgegenüber die Fahnen- und Stigmawörter, die die Kernwörter der Doktrin politischer Gruppen darstellen. Da sie über das zwischen ihnen ausgebildete Beziehungssystem den Schlüssel zum Verständnis einer Ideologie darstellen, können sie wie gesagt auch als Schlüsselwörter bezeichnet werden. Ihre Reichweite und ihre Lebensdauer sind von der Durchsetzungskraft der betreffenden Ideologie bestimmt, d.h. sie tauchen mit den Ideologien auf und verschwinden mit ihnen. So haben sich viele Schlagwörter des Liberalismus und des Kommunismus bis heute gehalten (z.B. *Marktwirtschaft; Klassenkampf, Kapitalist, Diktatur des Proletariats*), während viele

Begriffe der Anti-Establishment-Ideologie, die von Studentenbewegung und Neuer Linke vertreten wurde (wie z.B. *Konsumterror*, *Establishment*, *Entfremdung*, *militärisch-industrieller Komplex*, *Freiraum*, *autoritäre Gesellschaft*) weniger aktuell scheinen.

Als dritte Gruppe von Schlagwörtern könnte man solche aktuellen Schlagwörter auffassen, die eine Zeitlang in aller Munde sind und im Meinungsstreit je nach Standort des Hörers positive oder negative Affekte hervorrufen. Dieses *eine Zeitlang* zu bestimmen, fällt dabei äußerst schwer, kann es sich dabei doch um einige Jahrzehnte (wie bei *Eiserner Vorhang*, *freie Welt* etc. seit 1945), einige Jahre (wie bei *Antifaschistische Einheitsfront*, *Neubürger* in der heutigen DDR in den Jahren 1945/46) oder noch kürzere Zeitabschnitte handeln. Sie können eine ganze Epoche prägen oder nach einer Weile sang- und klanglos im Meer neu aufsteigender Schlagwörter untergehen.

Man sieht also bereits an dieser Stelle, daß die vorliegende Übersicht lediglich als Ansatz zu einer Systematisierung verschiedener Schlagwortarten, nicht jedoch als endgültige Klärung des Phänomens zu gelten hat. Die Bestimmung von Reichweite und Lebensdauer ist aus mehreren Gründen äußerst schwierig:

- (1) Ein ideologiespezifisches Schlagwort kann als aktuelles Schlagwort gebraucht werden, wenn eine aktuelle Auseinandersetzung mit dem Bezeichneten dies erfordert.
- (2) Ein Wort kann aktuelles Schlagwort sein, und schließlich von einer Ideologie aufgegriffen und integriert werden oder eine Ideologie entsteht um dieses Schlagwort herum.
- (3) Ein gruppenspezifisches Schlagwort kann von mehreren Ideologien mit unterschiedlicher Bewertung verwendet werden, d.h. ein Fahnenwort ist gleichzeitig Stigmawort.

Dennoch bietet die hier vorgeschlagene Typologie die Möglichkeit, durch die Zuordnung zu einem Typus auf die jeweilige kommunikative Funktion in der propagandistischen Sprachanwendung zu schließen:

- Aktuelle Schlagwörter sind Ausdruck des Zeitgeistes und des die Gesellschaft bestimmenden Meinungsstreits zu aktuellen Problemen.
- Leitwörter und Anti-Miranda erlauben, eine allgemeine Zustimmungsbereitschaft zu wecken und fungieren als einheitsstiftende Symbole. Sie sollen vor allem legitimieren und integrieren.
- Fahnenwörter und Stigmawörter bewerten ein Phänomen aus der Sicht einer spezifischen Gruppe. Sie wirken mobilisierend und simplifizierend.

Bibliographie:

- Bahner, W., *Zum Charakter des Schlagwortes in Sprache und Gesellschaft*, in: *Beiträge zur romanischen Philologie* 2 (1963), 139-149.
- Barner, W., *Rhetorische Aspekte der Schlagwortanalyse, an Texten der Aufklärung*, in: *Linguistische und literaturwissenschaftliche Analysen von deutschen Gebrauchstexten. Referate des textlinguistischen Symposions, Kopenhagen 15.-18. September 1975*, Kopenhagen, 1977, 104-127.
- Bauer, W., *Das Schlagwort als sozialpsychische und geistesgeschichtliche Erscheinung*, in: *Historische Zeitschrift* 122 (1920), 189-240.
- Dieckmann, W., *Information oder Überredung. Zum Sprachgebrauch der politischen Werbung in Deutschland seit der Französischen Revolution*, Marburg, 1964.
- Dieckmann, W., *Sprache in der Politik. Einführung in die Pragmatik und Semantik der politischen Sprache*, Heidelberg, 1969.
- Freitag, R., *Zum Wesen des Schlagwortes und verwandter sprachlicher Erscheinungen*, in: *Wissenschaftliche Zeitschrift der Karl-Marx-Universität Leipzig, Gesellschafts- und sprachwissenschaftliche Reihe* 2 (1974), 119-139.
- Freitag, R., *Aktuelle Probleme einer synchronen Schlagwortforschung*, in: Fleischer, W. (ed.), *Linguistische Untersuchungen zur Sprache der Gesellschaftswissenschaften*, Leipzig, 1977, 84-135.
- Kahane, H./Kahane, R., *Linguistic Aspects of sociopolitical keywords*, in: *Language problems and language planning* 8 (1984), 143-160.
- Kaltenbrunner, G.-K. (ed.), *Weltkrieg der Propagandisten. Verdummung durch Wort, Bild und Werbung*, Freiburg, 1985.
- Klaus, G., *Sprache der Politik*, Berlin (Ost), 1971.
- Mackensen, L., *Verführung durch Sprache. Manipulation als Versuchung*, München, 1973.
- Pelster, T., *Zur Semantik politischer Leitwörter*, in: *Praxis Deutsch* 17 (1976), 53-56.
- Schlapp, M., *Wider die Herrschaft von Begriffsdämonen*, in: Kaltenbrunner (ed.) 1985, 138-145.
- Schneider, W., *Wörter machen Leute: Magie und Macht der Sprache*, München/Zürich, 1976.
- Stave, J., *Mit Schlagwörtern leben*, in: *Wirkendes Wort* 15 (1965), 333-342.
- Strauß, G., *Der politische Wortschatz. Zur Kommunikations- und Textsortenspezifität*, Tübingen, 1986.

