

Objektyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur**

Band (Jahr): **90 (2010)**

Heft 979

PDF erstellt am: **16.07.2024**

### **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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*  
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, [www.library.ethz.ch](http://www.library.ethz.ch)

<http://www.e-periodica.ch>

## 5 Hinglish, Spanglish, Globish – Rubbish?



Marco Baschera  
(Hrsg.):  
«Mehrsprachiges  
Denken. Penser en  
langues. Thinking  
in language.»  
Köln, Wien,  
Weimar: Böhlau,  
2009

Vor einigen Jahren fand auf Ischia ein internationaler Hegelkongress statt. Eine Spielregel lautete: Jeder spricht, ausser in den Beiträgen, in der Sprache, die er am zweitbesten beherrscht. So stellte jemand nach einer Intervention in englischer Sprache auf Deutsch eine Frage, worauf der Vortragende auf Französisch antwortete und eine Entgegnung auf Italienisch provozierte. – Ganz anders der gemeine Menschenverstand. Ginge es nach ihm, so spräche die Welt zukünftig am besten in einer Sprache. Wie schön, wie einfach das doch wäre, praktisch und ökonomisch zugleich! Nichts als Vorteile, so heisst es, und die Welt der globalisierten Wirtschaftsbeziehungen, der Menschen- und Warenströme und der technisch-wissenschaftlichen Rationalität scheint dieser Vision zuzuarbeiten. Vielerorts und in mancherlei Hinsicht kommt man tatsächlich auch durch mit Globish. Es ist, als ob die Beschwörung einer solchen *lingua franca* als säkularisiertes Pflingstwunder Babel endgültig vergessen machen sollte.

Welches die sprachphilosophischen Implikationen und die vielfältigen Konsequenzen einer solchen Sicht sind, zeigt der von Marco Basche-

ra herausgegebene neue Figurationen-Band zum Thema «Mehrsprachiges Denken» auf eindrückliche Art und Weise auf. Die durchwegs sehr lesenswerten Beiträge, von denen einzelne auf die Zürcher Tagung mit dem programmatischen Titel «Wider die Einfalt» zurückgehen, versammeln sich – bei aller Verschiedenheit – in dem Anliegen, die Aporien einer solchen Sicht aufzuzeigen und deren Preis in Erinnerung zu rufen. Dabei gilt es nicht nur die Skylla der eingangs skizzierten Monokultur zu meiden, wie sie sowohl die kommunikative Alltagspraxis wie auch weite Teile der analytischen Philosophie beherrscht. Ebenso gefährlich ist die Charybdis eines «ontologischen Naturalismus». Es gibt keine Sprache – nicht Griechisch und nicht Deutsch, wie etwa Heidegger meinte –, die den Zugang zur Welt auf privilegierte Art und Weise erschliessen würde. Auszugehen ist von der einfachen Einsicht: wenn das Denken immer schon sprachlich strukturiert ist, also nicht vorsprachlich gefasste mentale Einsichten in wahlweise zur Disposition stehende Sprachen übersetzt werden, dann ist das vermeintliche «kommunikative Paradies die kogni-

Anzeige

[www.roughbooks.ch](http://www.roughbooks.ch)

z.B. Heiße Fusionen (dichtet Christian Filipps); Dichtung ist *prima philologia* (sagt Werner Hamacher); Swiss Publisher Spurns ISBNs, Opts for Direct to Consumer (sagt die Fachpresse) > alles richtig so!