

lose — Abwehr gedrängt wird und noch einmal wirbt, ehe er stirbt. Werbearbeit ist schon der politische Leitartikel. In der Tat sind ja auch sowohl die Politik, die Parteipolitik wie die nationale Macht- oder Kulturpolitik, als auch die Zeitung in höchstem Grade auf Werbearbeit gestellt. Luther's Bibelübersetzung war Werbung — in dem Sinne, daß die Bibel dem Volke zugänglich gemacht werden sollte, die selbst etwa als Werbemittel anzusprechen natürlich vollkommen abwegig wäre. Die Aufsätze über Einstein's Relativitätstheorie werben, indem sie für das Verständnis der neuen Gedankenwelt arbeiten, zugleich für seine Anerkennung. Das haben seine Gegner herausgeföhlt, als sie von der Reklame für Einstein sprachen. Hier zeigt sich aber besonders deutlich, wie falsch es ist, bei der Werbung für geistige Werte die fatale Nebenbedeutung mitschwingen zu lassen, die dem Wort Reklame, wenn auch längst nicht mehr mit Recht, noch immer anhaftet.

Mit Rücksicht auf diese Nebenbedeutung pflegt man die Werbung für allgemeine und geistige Werte gern schamhaft

Aufklärung zu nennen. Der Umworbene, der Andersdenkende oder Gleichgiltige wird damit als nicht oder als falsch Unterrichteter hingestellt, der nun über seinen Irrtum aufgeklärt werden muß — wobei dann, wenn die Aufklärung nicht nur von hüben nach drüben, sondern auch umgekehrt vor sich geht, die merkwürdigsten Folgen sich ergeben können. Aufklärung bedeutet Belehrung. Sie setzt einen voraus, der mehr weiß als der andere, einen Wissenden und einen Unwissenden, einen Vertreter des Wertes und einen des Unwertes. Wir sind aber doch heute zur Erkenntnis gekommen, daß selbst die Aufklärung des 18. Jahrhunderts, die der heutigen Werbung der hier behandelten Art den Namen gegeben hat, so wertvolles geistiges Gut sie auch verbreitet hat, doch auch andere Werte verdrängte, die uns heute nicht gering erscheinen. Seien wir also gegen das Wort Aufklärung vorsichtig und scheuen wir uns nicht, die Werbung für geistige und gemeinnützige Ziele beim rechten Namen zu nennen; wir vergeben uns damit nichts.

## Deutsche Werbearbeit in französischer Sprache

Von Maurice Rambert, Genf.

Der nachstehende Beitrag ist uns von einem Schweizer französischer Zunge zur Verfügung gestellt worden, dem eine bessere Kenntnis deutschen Wesens in der Welt und eine Annäherung zwischen Deutschland und Frankreich am Herzen liegt.

Der Krieg hat uns klar gemacht, wie notwendig eine innigere Verständigung der Völker untereinander ist; denn die gegenwärtige Not ist die unvermeidliche Folge des Abbruchs der wirtschaftlichen Beziehungen unter den Völkern.

Eine der größten Schwierigkeiten der Verständigung ist aber zweifelsohne die Verschiedenheit der Sprachen. Diese Verschiedenheit zeigte sich ganz augenfällig bei den Verhandlungen der Völkerbundsversammlung Ende letzten Jahres in Genf, wo zwei amtliche Sprachen zugelassen waren, nämlich Französisch und Englisch. Jede französische Rede mußte sofort englisch übersetzt werden und umgekehrt. Was das für Zeitkosten und wie das die Verhandlungen zerreißen mußte, liegt auf der Hand. Kurz vorher hatte in Bern ein Sozialistenkongreß stattgefunden, wo alle Reden sogar in drei Sprachen, Deutsch, Französisch und Englisch, übersetzt werden mußten was natürlich zu noch viel größeren Unzuträglichkeiten führte.

Sicher wird sich einmal eine allgemeine, amtliche Weltsprache durchsetzen, sei es das Französische, das Englische (die verbreitetste Sprache) oder das Esperanto, und man wird sich dann dazu verstehen, diese Sprache in allen Schulen der

Welt zu lehren, bei allen anderssprachigen Versammlungen anzuwenden. Bis ein solcher Fortschritt erreicht ist, müssen wir aber auf anderem Wege den Gedankenaustausch zwischen Volk und Volk, in erster Linie zwischen Deutschen und Franzosen, erleichtern; denn man darf kühn behaupten, daß wenn 1914 dieselbe Sprache zu beiden Seiten der Vogesen gesprochen worden wäre, der Krieg sich vielleicht hätte verhindern lassen, weil die eine Seite besser über die andere Seite unterrichtet gewesen wäre und die Öffentlichkeit sicher eine friedlichere Haltung eingenommen hätte, als die Regierungen.

Fast jeder gebildete Deutsche spricht oder liest geläufig französisch, während nur ganz wenige Franzosen deutsch lesen oder sprechen. Daraus folgt, daß sich Deutschland immer viel mehr um das französische Geistesleben gekümmert hat, als die Franzosen um das deutsche, und daß die französische Presse einen viel größeren Einfluß auf die deutschen leitenden Kreise besitzt, als die deutsche ihrerseits auf die entsprechenden französischen Schichten. Man kann sagen, daß fast alle deutschen Staatsmänner die französische Presse verfolgen und daher genau unterrichtet sind, was Frankreich spricht oder denkt; in Frankreich kann man die Staatsbeamten, die eine deutsche Zeitung zu lesen vermögen, an den Fingern abzählen. Infolgedessen beurteilt die französische Öffentlichkeit die deut-