

Geschichte intellektuell

Theoriegeschichtliche Perspektiven

Herausgegeben von

Friedrich Wilhelm Graf, Edith Hanke und
Barbara Picht

Sonderdruck aus

Mohr Siebeck

2015

Inhaltsübersicht

Friedrich Wilhelm Graf

Einleitung: Problemgeschichte(n) denken. Zu Gangolf Hübingers impliziter Historik 1

I. Zur Theorie der Geschichte: Selbstreflexion und Impulse

Karl Schlögel

Chronotop – Überlegungen zur Räumlichkeit von Geschichte nach dem „spatial turn“ 19

Reinhard Blänkner

Geschichte und Geschehen. Zur Historizität der „Geschichte“ als Wissensform 38

Barbara Picht

Moderne denken. Zeittheorien bei Bauman, Braudel und Koselleck 56

Walter Erhart

Literaturgeschichte denken 66

Lutz Raphael

„Gescheiterte Krisen“. Geschichtswissenschaftliche Krisensemantiken in Zeiten postmoderner Risikoerwartung und Fortschrittskepsis 78

Dieter Langewiesche

Laien-Historiographie mit hohem Anspruch. Naturwissenschaftler erklären Geschichte: Emil du Bois-Reymond und Justus von Liebig 93

II. Geschichtsdenker und Geschichtsinтеллектуelle

Wolfgang Hardtwig

„Die Geschichte des Revolutionszeitalters“. Ein neues Hauptwerk von Jacob Burckhardt 115

Edith Hanke

Max Weber und die historische Empirie 137

Guenther Roth

Archivrecherchen im Umfeld von Max Weber 154

Max Spohn

Eine frühe Form der historischen Soziologie: Stefan Czarnowski 165

Benedikt Stuchtay

Eric Hobsbawm und Victor Kiernan über Revolution und Expansion..... 184

Sérgio da Mata

Geschichts-Intellektuelle in der Krise. Das Unbehagen in der heutigen
brasilianischen Geschichtswissenschaft 202

III. Geschichtsdenken interdisziplinär

Wolf Feuerhahn

Was ist ein Streitbegriff? Über den „Prozeß der Zivilisation“ bei
Norbert Elias 219

Wolfgang Schwentker

„Karisuma“ in Japan? Übersetzung, Deutung und Anwendung
einer fremdkulturellen Kategorie 238

Christian Hörnlein

Abgrenzungen und politische Konversionen. Anmerkungen zum Konzept
sozialmoralischer Milieus bei M. Rainer Lepsius 257

Beate Henn-Memmesheimer

Geschichte als Wortgeschichte denken. Eine linguistische Perspektive auf
Kult..... 275

Bożena Chotuj

Vergessen aus Mangel an Beweisen? Die *Solidarność*-Frauen im toten
Winkel von Denkgewohnheit und Methodentradiation der polnischen
historischen Forschung 297

Dittmar Dahlmann

Peter Simon Pallas' wissenschaftliches Werk und die Entfaltung der
Wissenschaften an der Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert 314

Klaus Weber

Von der Plantage zum „working prison“. Ein kurzer Überblick zur
Historiographie der Sklaverei 335

Hinnerk Bruhns

Über die Ökonomie der Historiker und die Historie der Ökonomen.
Streiflichter vom Beginn des 20. Jahrhunderts 356

Barbara Beßlich

Von der „Alchemie der Zukunft“ zum Glauben der Väter. Hermann Bahrs
Erlösungshoffnung und Geschichtsdenken zwischen Nationalökonomie
und Katholizismus 373

IV. Europa als Schauplatz und Problem der Historiographie

Christoph Cornelißen

Transnationale Geschichte als Herausforderung an die
Europa-Historiographie 389

Christof Dipper

Die Vielfalt der Moderne. Darmstadt um 1900 405

Roger Chickering

Thomas Mann auf Hamsterfahrt. Selbstisolierung und Deutungsansprüche
des Intellektuellen im Krieg 1914-1918 427

Friedrich Lenger

Krieg, Nation und Kapitalismus 1914-1918. Werner Sombart, seine
Freunde, Kollegen und das *Archiv für Sozialwissenschaft und*
Sozialpolitik 446

Meike G. Werner

Freideutsche Jugend und Politik. Rudolf Carnaps *Politische Rundbriefe*
1918 465

Nikolai Wehrs

Ernst Troeltschs politische Auslandskontakte nach 1918 487

| | |
|--|-----|
| Kurzbiographien der Autorinnen und Autoren | 513 |
| Abkürzungen | 521 |
| Personenregister | 523 |

Geschichte als Wortgeschichte denken. Eine linguistische Perspektive auf *Kult*

Beate Henn-Memmesheimer

1. Thema und Methode

Eine pragmatische Bedeutungstheorie Wittgensteinscher Provenienz voraussetzend soll eine Wortgeschichte skizziert werden, die mit lebensstilistischen Differenzierungen einher geht und an mediale Entwicklungen gebunden ist. Zentral sind die Neukontextualisierungen des Wortes *Kult*, der Übergang von sakralen in säkulare Kontexte, von *Kultus* und *Kult* zu *kultig*, bei der die junge Soziologie Anfang des 20. Jahrhunderts eine gewichtige Rolle spielt. Die Perspektive ist eine sprachwissenschaftliche.

Semantiken von Wörtern werden innerhalb von Diskursen¹ differenzierend fortgeschrieben. Diskursanalytische Methoden² gehen aus von Texten, die thematisch oder formal miteinander verbunden sind, d.h. von Sprechern mit unterschiedlichen Mitteln aufeinander bezogen werden oder von Rezipienten als aufeinander bezogen wahrgenommen werden. Um diskursive Zusammenhänge über Jahrzehnte hinweg zu rekonstruieren, bedarf es des Zugriffs auf große Textkorpora. Diese stehen derzeit in unterschiedlichen Zuschnitten und

¹ Zum hier verwendeten Diskursbegriff: Eine der frühen und fundiertesten Darstellungen des Foucaultschen Diskursbegriffs ist Manfred Frank, „Was ist ein Diskurs“, in: Ders., *Das Sagbare und das Unsagbare. Studien zur neuesten französischen Hermeneutik und Texttheorie*, Frankfurt am Main 1990, 408–426. Zur Verbindung von Diskursanalysen und sozialwissenschaftlichen Wissensanalysen vgl. Reiner Keller, *Wissenssoziologische Diskursanalyse. Grundlegung eines Forschungsprogramms*, Wiesbaden 2011, zu Wissenssoziologie und kritischer Diskursanalyse vgl. z.B. Hermann Kocyba, „Die Disziplinierung Foucaults. Diskursanalyse als Wissenssoziologie“, in: Dirk Tänzler/Hubert Knoblauch/Hans-Georg Soeffner (Hg.), *Neue Perspektiven der Wissenssoziologie*, (Erfahrung, Wissen, Imagination 8), Konstanz 2006, 137–156. Der spezifische Diskursbegriff von Jürgen Habermas, wo *Diskurs* eine Bezeichnung für Geltungsansprüche thematisierende Rede ist (vgl. Jürgen Habermas, „Aspekte der Handlungs rationalität (1977)“, in: Ders., *Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns*, Frankfurt am Main 1995, 441–472, bes. 443 und 468 f.), wird hier nicht weiter verfolgt.

² Zur Auseinandersetzung um begriffsgeschichtliche und diskursorientierte semantische Beschreibungen vgl. Hans Joas und Peter Vogt, „Einleitung“, in: Dies. (Hg.), *Begriffene Geschichte. Beiträge zum Werk Reinhart Kosellecks*, Berlin 2011, 9–57, 27.

zeitlich geordnet zur Verfügung. Mit quantitativen Analysen lassen sich Spuren von Diskursen ausmachen, anhand derer man saliente Texte finden kann, bei denen dichte semantische Beschreibungen ansetzen können. Im Gegensatz zu den an kanonischen, institutionell legitimierten und kontrollierten Texten orientierten Bedeutungsbeschreibungen, z.B. in wissenschaftsinternen Diskussionen, in etymologischen und begriffsgeschichtlichen Wörterbüchern, können hier unterschiedliche Textsorten aus unterschiedlichen Handlungszusammenhängen relevant gesetzt werden.

2. Kodifizierte Bedeutungsbeschreibung – gedruckt

Gedruckte einsprachig deutsche Wörterbücher liefern Kodifikationen, die buchwissenschaftlich kontrolliert sind, und deshalb präskriptiv gelesen werden. Das Lemma *Kult* wird meist sehr kurz abgehandelt, auch wenn auseinander liegende Bedeutungen gesehen werden wie in *Duden-Universal-Wörterbuch* von 2001:

„*Kult*, der: [...] 1. an feste Formen, Riten, Orte, Zeiten gebundene religiöse Verehrung einer Gottheit durch eine Gemeinschaft: *ein heidnischer, der christliche K; der K. des Dionysos; jmdn. in einen K. einweihen*. 2. a) übertriebene Verehrung, die jmdm., einer Sache zuteil [sic!] wird: *der Kult mit dem Star ist geradezu lächerlich* [...]. b) besondere, übertrieben sorgfältige Form des Umgangs mit einer Sache: *ein K. der Schönheit; der K. mit Krawatten, Hemden; aus etw. einen K. machen*.“³

Zu *Kultus* findet sich lediglich der Verweis auf das Lemma *Kult* und die Kennzeichnungen „bildungssprachlich“ bzw. „amtssprachlich“. ⁴ Im *Etymologischen Wörterbuch des Deutschen* spielt der Bezug auf lat. *colere* eine Rolle:

„*Kult* m. ‘nach festen Riten geregelte Verehrung einer Gottheit, übertriebene Verehrung einer Person bzw. übertriebene Pflege einer Sache’, Entlehnung (17. Jh.) aus lat. *cultus* ‘Anbau und Pflege von Pflanzen, Pflege von Kunst und Unterricht, Verehrung, Anbetung’, einer Bildung zu lat. *colere* (*cultum*) ‘bebauen, (be)wohnen, pflegen, (religiös) verehren’. Vgl. *Kultusministerium*, auch *Kultministerium* ‘Staatsbehörde für Wissenschaft, Kunst und Bildung’ (19. Jh.).“⁵

³ Duden, *Deutsches Universalwörterbuch*, 4., neu bearbeitete und erw. Aufl., Mannheim 2001, s.v. *Kult*; Kursivsetzungen im Zitat geändert.

⁴ Ebd., s.v. *Kultus*.

⁵ Wolfgang Pfeifer u.a., *Etymologisches Wörterbuch des Deutschen*, 2. Aufl. Berlin 1993, s.v. *Kult*. Übernommen wurde dieser Text in: *Das Digitale Wörterbuch der Deutschen Sprache*, hg. von der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften (2001 ff.), Etymologie von Wolfgang Pfeifer: <http://www.dwds.de/?view=1&qu=Kult> (Version: 1.0.115), zur Struktur der etymologischen Artikel: <http://www.dwds.de/hilfe/panel/etymwb/> (21.3.2015). Online verfügbar unter <http://www.dwds.de/> (4.4.2015) (Kurztitel: DWDS), mit Suchwort *Kult*: <http://www.dwds.de/?qu=Kult> (5.4.2015).

Die fachwissenschaftliche Kodifikation in *Die Religion in Geschichte und Gegenwart*⁶ enthält nur die sakrale Bedeutung und eine Ausdifferenzierung des lateinischen *colere*:

„1. K. kann definiert werden als die sichtbaren, gesellschaftlich festgesetzten und geordneten, wirkungskräftigen Formen, durch die das religiöse Erleben der Gemeinschaft zwischen Gottheit und ‚Gemeinde‘ verwirklicht wird und ihre Wirkungen ausübt. K. ist somit kein Sondergebiet der Religion, sondern ein Hauptaspekt derselben, in Relation zu dem alle ihre Phänomene betrachtet werden können.

2. Sowohl lat. *colere*, *cultus* als auch hebr. ‚abad, ‚aboda drücken das praktische Verhältnis zu den hl. Mächten aus, von denen der Mensch sich existentiell abhängig weiß. Beide Wörter schließen die Bedeutung ‚dienen‘ und ‚warten, pflegen‘ ein und können z.B. den Ackerboden u. dgl. als Objekt haben. [...]“⁷

3. Quantitative Spuren von Wortverwendungen in Printmedien

Um differenziert Wortentwicklungen über größere Zeiträume zu beschreiben, kann man, soweit große Korpora vorliegen, mit quantitativen Recherchen beginnen.⁸ Google bietet mit Google-books-Ngram-Viewer ein Werkzeug an, das Vorkommenshäufigkeiten von Wörtern und Wortkombinationen (N-Grammen) über alle deutschsprachigen für Google gescannten Bücher liefert.⁹

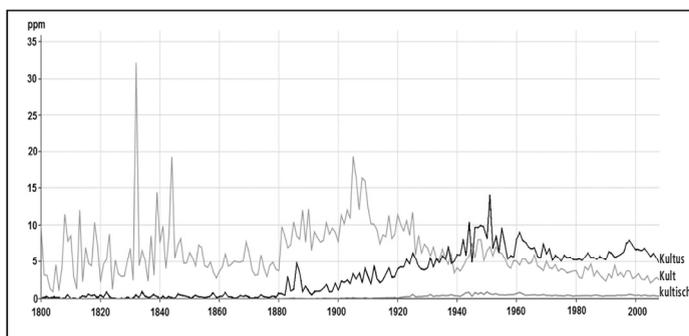


Abb. 1: Anteile von *Kultus*, *Kult*, *kultisch* nach Google-books-Ngram-Viewer.

⁶ *Die Religion in Geschichte und Gegenwart. Handwörterbuch für Theologie und Religionswissenschaft*, 3. Aufl., 7 Bde., Tübingen 1957–1965.

⁷ Ebd., Bd. 4, 120.

⁸ Vgl. die Anwendung quantitativer Verfahren zur Diskursanalyse in: Beate Henne-Memmesheimer, Ernst Eggers, Barbara Hoch, Kuanyong Qiu, „Wahrnehmung und Leugnung von Historizität in Diskursen über *romantisch* im Kontext von *Liebe*“, in: Heidrun Kämper/Daniel Schmidt-Brücken/Ingo H. Warnke (Hg.), *Textuelle Historizität. Interdisziplinäre Perspektiven auf das diskursive Apriori*, (Diskursmuster – Discourse Patterns, 8), Berlin/Boston 2015, 11–44.

⁹ <https://books.google.com/ngrams> (5.2.2015). Zur Beschreibung des Korpus vgl. <http://storage.googleapis.com/books/ngrams/books/datasetsv2.html>.

Rekonstruktionen von sprachlichen und soziokulturellen Entwicklungen – darauf weisen Pechenick et al.¹⁰ hin – sind mit Einschränkung möglich: der Schwerpunkt des Korpus liegt auf „professional books“. Das ist für die vorliegende Studie allerdings kein Nachteil. Bedenklicher ist, dass auffällige Häufigkeiten auch dort entstehen, wo lediglich ein und derselbe Text in mehreren Varianten aufgenommen ist, oder wo lebende Kolumnen, die den Suchbegriff enthalten, mitgezählt werden. Fehler ergeben sich auch daraus, dass die meisten Texterkennungsprogramme nicht mit Fraktur-Schriften umgehen können. Der Vorteil von Google-Books: Es ist ein sehr großes Korpus und ausgehend von der N-Gramm-Graphik kann man von jeder Stelle leicht auf die Titel und auf Volltexte zugreifen.

Deutlich wird die Vorgängigkeit der Wortform *Kultus* mit der lateinischen Endung (Abb. 1). Bei Einsicht in die Titel bestätigt sich außerdem die ausschließlich sakrale Verwendung vor 1900. Der Peak 1831/1832 für *Kultus* in (Abb. 1) verdankt sich der Edition von Hegels *Vorlesungen über die Philosophie der Religion* (1832)¹¹ mit mehreren Exemplaren, von denen offenbar jedes gezählt wird.¹²

Inhaltliche Verschiebungen werden nahe gelegt durch das veränderte Interesse wissenschaftlicher Fächer¹³ an Kult und Kulten (Abb. 2-4). Basis der fachbezogenen Recherche ist das Korpus „Zeitschriften/Jahrbücher“, das der Verlag De Gruyter in einer „erweiterten Suche“¹⁴ bei IBZ-Online (Internationale Bibliographie der geistes- und sozialwissenschaftlichen Zeitschriftenliteratur) anbietet.¹⁵

¹⁰ Eitan Adam Pechenick, Christopher M. Danforth, Peter Sheridan Dodds, „Characterizing the Google Books corpus: Strong limits to inferences of socio-cultural and linguistic evolution“, arXiv:1501.00960 [physics.soc-ph] (5.1.2015), <http://arxiv.org/pdf/1501.00960> (16.3.2015).

¹¹ Georg Wilhelm Friedrich Hegel, *Vorlesungen über die Philosophie der Religion nebst einer Schrift über die Beweise vom Dasein Gottes*, hg. von D. Philipp Marheineke, (Georg Friedrich Hegel's Werke, XVI), Berlin 1832 (Kurztitel: Hegel, Vorlesungen).

¹² https://books.google.de/books?id=_IYU6-VUL_sC&printsec=frontcover&dq=%22+kultus%22&hl=de&sa=X&ei=UPzhVKT4DMv9UPu_gaAI&ved=0CCUQuwUwAA#v=onepage&q=Kultus&f=false (15.2.2015). Hier zeigen sich weitere Probleme der Google-books-Analysen: Zu einem der Exemplare wird angegeben, im Text werde 15mal das Wort *Kultus* genannt, bei einem zweiten Aufruf, werden 10 Vorkommen genannt. Die Zahl der Vorkommen ist erheblich höher: Zumindest werden Vorkommen in Inhaltsverzeichnis, Register, Überschriften und lebenden Kolumnen (ein Abschnitt des ersten Teiles (136–181) hat den Titel und durchgängig die rechte Kopfzeile: „Der Kultus“), nur teilweise aufgezählt.

¹³ Die Fächerbenennungen folgen De Gruyter: IBZ.online und „erweiterte Suche“, <http://www.degruyter.com/dg/advancedsearch> (5.2.2015).

¹⁴ <http://www.degruyter.com/dg/advancedsearch> (5.2.2015).

¹⁵ <http://www.degruyter.com/view/db/ibz> (5.2.2015). Nach Auskunft der Webseite zur Produktinformation sind „derzeit über 3.2 Millionen Zeitschriftenaufsätze aus 11.500 Zeitschriften der Jahre 1983ff.“ aufgenommen, wobei jährlich „über 120.000 Eintragungen“ hin-

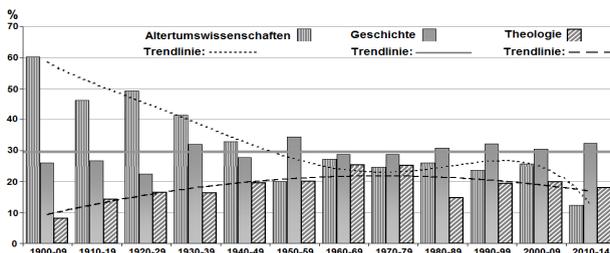


Abb. 2: Anteil der den Fächern Altertumswissenschaften, Geschichte und Theologie zugeordneten Artikel, in denen *Kult* vorkommt (in Dekaden). Zuordnungen eines Artikels zu mehreren Fächern kommen vor. Eingezeichnet sind Trendkurven. (Korpus: De Gruyter „Zeitschriften/Jahrbüchern“).

Deutlich geringere Anteile haben die Fächer Linguistik/Semiotik, Literaturwissenschaften und Philosophie:

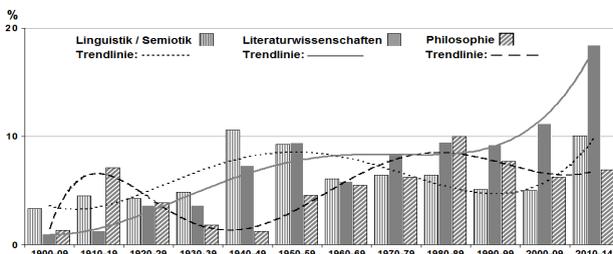


Abb. 3: Anteil der den Fächern Linguistik/Semiotik, Literaturwissenschaften und Philosophie zugeordneten Artikel, in denen *Kult* vorkommt (in Dekaden). (Korpus: De Gruyter „Zeitschriften/Jahrbücher“).

Die Entwicklung im Fach Soziologie:

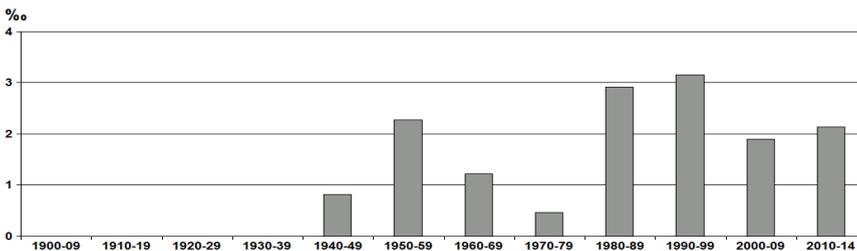


Abb. 4: Anteil der dem Fach Soziologie zugeordneten Artikel, in denen *Kult* vorkommt (in Dekaden). (Korpus: De Gruyter „Zeitschriften/Jahrbücher“).

zukommen: www.degruyter.com/databasecontent?dbid=ibz&dbsource=%2Fdb%2Fibz (5. 2. 2015), am 26.3.2015 wird bereits die Zahl von 3.7 Millionen Titel angegeben. Recherche und Modellierung: Ernst Eggers.

4. Kultus, Kult und kultisch

4.1. Sakrale Kontexte und Semantik

Die Häufigkeit von *Kultus*, *Kult* und *kultisch* in Altertumswissenschaft, Geschichte und Theologie ist ein deutlicher Hinweis auf sakrale Kontexte. Das wird durch den Blick in ein weiteres Korpus bestätigt: Auch die Belege aus dem „Deutschen Textarchiv“ in *Das digitale Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS)*¹⁶ in der Textsorte „Wissenschaft“ zeigen ausschließlich sakrale Verwendung. Inhaltlich wird das Thema mit wechselnden Interessen in den Fächern angegangen.¹⁷ Zwischen 1910 und 1925 ist *Kultus* vor allem deshalb häufig, weil in Google-books viele Abhandlungen und Verordnungen zu Unterricht und Unterrichtsfächern aufgenommen sind (Abb. 1). Der Peak von *Kult* 1950 und 1951 verdankt sich ausschließlich der Verwendung in religionswissenschaftlichen und ethnologischen Studien und didaktischen Zeitschriften.

Für die hier dargestellten Entwicklungen relevant ist das in der Hegelschen Systematik (1832) betonte Verständnis von Kultus als einer „praktischen Beziehung“ „auf den Gegenstand, der Gott ist“¹⁸, ebenso der persönliche Bezug: Kultus ist

„nicht bloß Verhältniß, Wissen, sondern Thun, Handeln, sich die Vergewisserung zu geben, dass der Mensch von Gott aufgenommen, zu Gnaden angenommen ist. Die einfache Form des Kultus, der innere Kultus ist die Andacht, dieses Mystische, unio mystica.“¹⁹

Synkretismus von Kulturen, vergleichbar mit heutigen Formen von Bricolage, zeigt Hugo Hepding für Zeiten „des Niedergangs der antiken Religionen und des Vordringens des Christentums“.²⁰

¹⁶ DWDS; online verfügbar unter <http://www.dwds.de/> (4.4.2015), mit Suchwort *Kult*: <http://www.dwds.de/?qu=Kult> (5.4.2015).

¹⁷ Grundlegend zur Entwicklung von Kulturen in sakralen Kontexten: Georg Wissowa, *Religion und Kultus der Römer*, (Handbuch der klassischen Altertumswissenschaft, Bd. 5, Abt. 4), München 1912; Wilhelm Wundt, *Völkerpsychologie. Eine Untersuchung der Entwicklungsgesetze von Sprache, Mythos und Sitte*, 10 Bde., Leipzig 1900–1920. In der Theologie geht es um Lehre und Kultus im Rahmen der Kirchenverfassung. Mit sehr vielen Vorkommen schlagen in Google-Books z.B. Ernst Troeltschs vielbändige Schriften zu Buche. Vor 1900: Ludwig Hüffell, *Ueber das Wesen und den Beruf des evangelisch-christlichen Geistlichen: Ein Handbuch der praktischen Theologie in ihrem ganzen Umfange*, 3. vermehrte und verbesserte Aufl., Giessen 1835.

¹⁸ Hegel, Vorlesungen, 142.

¹⁹ Ebd., 37.

²⁰ Hugo Hepding, *Attis – seine Mythen und sein Kult*, Gieszen 1903.

4.2 Frühe säkulare Verwendung von Kult: Metapher

Verwendungen des Wortes *Kult*, bezogen auf Verhaltensweisen in säkularen Situationen, sind literarisch (in der Textsortenklassifikation des DWDS: „belletristisch“), bereits 1899 mit zwei Fontane-Stellen belegt:

„Die Treue, die der Verstorbene noch in seinen letzten Augenblicken ihr nachgerühmt hatte, steigerte sich mehr und mehr zum Kult. Die Vormittagsstunden jedes Tages gehörten dem hohen Palisanderschrank an, drin die Jubiläumsgeschenke wohlgeordnet standen.“²¹

Im selben Text ist ebenfalls säkular vom „Kult vor dem goldenen Kalbe“ die Rede, es handelt sich um ein geflügeltes Wort, eine Kategorisierung unter Anspielung auf die biblische Erzählung.

Marianne Weber verwendet *Ich-Kult*: „Wir können sehr weite Strecken mit Georges Jüngern gehen: mit ihrer Sehnsucht nach Einordnung des Einzelnen in ein Ganzes, nach Erlösung vom Ich-Kult“.²² Der Kontext stellt mit „Erlösung“, „Vergottung“ und „Religionsstiftung“ eine Anbindung an sakrale Szenarien her:

„Vergottung irdischer Menschen und die Religionsstiftung auf George – und das ist, wie Gundolf einfließen ließ, jetzt schon die Absicht des Kreises – erscheint uns als Selbsttäuschung von Menschen, die dem Gegenwartsleben nicht ganz gewachsen sind.“²³

Ich-Kult hat säkularen Bezug, ist literarisches Thema²⁴ mindestens seit den 1880er Jahren. Die Verwendung von *Kult* wird aus Kontexten heraus entwickelt, in denen permanent religiöse Kulte in ihrer Funktion mitreflektiert werden.²⁵

Max Webers Verwendungen von *Kult* als Kategorie in wissenschaftlichen Texten, bezogen auf säkulare Praxis, können vor dem Hintergrund von Webers Analysen sakraler Kulte unter soziologischer Perspektive gesehen werden. In „Wissenschaft als Beruf“ wird *Kult* pointiert eingesetzt.

„Nun: ob jemand wissenschaftliche Eingebungen hat, das hängt ab von uns verborgenen Schicksalen, außerdem aber von ‚Gabe‘. Nicht zuletzt auf Grund jener zweifellosen Wahrheit hat nun eine ganz begreiflicher Weise gerade bei der Jugend sehr populäre Einstellung sich in den Dienst einiger Götzen gestellt, deren *Kult* wir heute an allen Straßenecken und in allen Zeitschriften sich breit machen finden. Jene *Götzen* sind: die ‚*Persönlichkeit*‘ und

²¹ Theodor Fontane, *Der Stechlin*, Berlin 1899 (ohne Seitenzahl in der DWDS-Konkordanz).

²² Marianne Weber, *Max Weber. Ein Lebensbild*, 3. Aufl. Tübingen 1984, 470.

²³ Ebd., 470.

²⁴ Vgl. Maurice Barrès, *Le Culte du moi. Examen des trois idéologies* (Roman-Trilogie), Paris 1888–1893.

²⁵ Voraus gehen offenbar weitere Attribuierungen des George-Kreises mit sakralen Bezügen. Weber befasst sich im religionssoziologischen Kapitel von *Wirtschaft und Gesellschaft* mit der Analyse von Kulturen. Seine Kategorien ermöglichen es, den George-Kreis bereits 1910 als „Sekte“ zu bezeichnen, nach einer Mitteilung von Edith Hanke.

das ‚*Erleben*‘. Beide sind eng verbunden: die Vorstellung herrscht, das letztere mache die erstere aus und gehöre zu ihr. Man quält sich ab, zu ‚erleben‘, – denn das gehört ja zur standesgemäßen Lebensführung einer Persönlichkeit, – und gelingt es nicht, dann muß man wenigstens so tun, als habe man diese Gnadengabe. Früher nannte man dies ‚*Erlebnis*‘ auf deutsch: ‚*Sensation*‘. Und von dem, was ‚*Persönlichkeit*‘ sei und bedeute, hatte man eine – ich glaube – zutreffendere Vorstellung.

Verehrte Anwesende! ‚*Persönlichkeit*‘ auf wissenschaftlichem Gebiet hat nur der, der rein der Sache dient. Und nicht nur auf wissenschaftlichem Gebiet ist es so. Wir kennen keinen großen Künstler, der je etwas anderes getan hätte, als seiner Sache und nur ihr zu dienen.²⁶

Diese Verwendung von *Kult* zeigt Charakteristika metaphorischer Wortverwendung:²⁷ Ausgehend von Erfahrungen²⁸ – und das sind hier Erfahrungen mit der Analyse sakraler Kulte – rekonstruiert Weber säkulare Verhaltensweisen als Kulte.

Die Metapher ist erweiterbar: Der Kult erfordert „unvermeidlich“ „das ‚Opfer des Intellektes‘ zu bringen, so oder so“.²⁹

Der säkulare wie der sakrale Kult evoziert „*Erlebnisse*“, konstituiert die „*Persönlichkeit*“. Dies wird, kritisch gewendet,³⁰ in unterschiedlichen Texten eingesetzt. In „*Der Sinn der ‚Wertfreiheit‘ der soziologischen und ökonomischen Wissenschaften*“ ist *Erlebnis* ein „Modewert“, damit verbunden sind subjektives Wichtignehmen „*eigene[r] Lebensäußerungen*“ und zunehmende Differenzierung von „*Gefühlsnuancen*“.³¹

²⁶ Max Weber, „Wissenschaft als Beruf“, in: Ders., *Wissenschaft als Beruf 1917/1919 – Politik als Beruf 1919*, hg. von Wolfgang J. Mommsen und Wolfgang Schluchter in Zusammenarbeit mit Birgitt Morgenbrod (*MWG I/17*), Tübingen 1992 (Kurztitel: *MWG I/17*), 71–111 (Kurztitel: Weber, *Wissenschaft als Beruf*), zitiert: 84. (Hervorhebungen der Autorin, H.-M.; ohne die Hervorhebungen im Original). – In einem ersten Schritt wurde das Vorkommen von *Kult* in den Schriften von Max Weber mit der digitalen Weber-Ausgabe recherchiert: Max Weber, *Gesammelte Werke. Mit der Biographie „Max Weber. Ein Lebensbild“* von Marianne Weber, (Digitale Bibliothek 58), Berlin 2001. Zur Vereinheitlichung der Zitation in diesem Band wurde auf die Max Weber-Gesamtausgabe umgestellt.

²⁷ Zum Metapherbegriff: Beate Henn-Memmesheimer, „Metapher“, in: *Der Deutschunterricht* 43.5 (1991), 21–39. Karl Bühler, *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache*, (Ungekürzter Neudr. der Ausgabe Jena 1934), 3. Aufl. Stuttgart 1999; Umberto Eco, *Semiotik und Philosophie der Sprache*, (Supplemente 4), München 1985; Hans Blumenberg, *Paradigmen zu einer Metaphorologie*, 3. Aufl. Frankfurt am Main 2005.

²⁸ Vgl. ebd., 77.

²⁹ Weber, *Wissenschaft als Beruf*, *MWG I/17*, 110.

³⁰ Bernhard Lang, „Prophet, Priester, Virtuose“, in: Hans G. Kippenberg/Martin Riesebrodt (Hg.): *Max Webers „Religionssystematik“*, Tübingen 2001 (Kurztitel: Kippenberg/Riesebrodt (Hg.), *Webers Religionssystematik*), hier 167–192.

³¹ Max Weber, „*Der Sinn der ‚Wertfreiheit‘ der soziologischen und ökonomischen Wissenschaften*“, in: Ders., *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, 7. Aufl., hg. von Johannes Winckelmann, Tübingen 1988, 489–540 (Kurztitel: Weber, *Wertfreiheit*), hier 518 f.

„Die alten vielen Götter, entzaubert und daher in Gestalt unpersönlicher Mächte, entsteinen ihren Gräbern, streben nach Gewalt über unser Leben und beginnen untereinander wieder ihren ewigen Kampf. Das aber, was gerade dem modernen Menschen so schwer wird, und der jungen Generation am schwersten, ist: einem solchen Alltag gewachsen zu sein. Alles *Jagen nach dem ‚Erlebnis‘* stammt aus dieser Schwäche. Denn Schwäche ist es: dem Schicksal der Zeit nicht in sein ernstes Antlitz blicken zu können.“³²

„Auf dem Gebiet der Wissenschaft aber ist derjenige ganz gewiß keine ‚*Persönlichkeit*‘, der als Impresario der Sache, der er sich hingeben sollte, mit auf die Bühne tritt, sich durch ‚*Erleben*‘ legitimieren möchte.“³³

„Es ist stilwidrig, in sachliche Facherörterungen persönliche Angelegenheiten zu mischen. Und es heißt, den ‚*Beruf*‘ seines einzigen heute wirklich noch bedeutsam gebliebenen Sinnes entkleiden, wenn man diejenige spezifische Art von Selbstbegrenzung, die er verlangt, nicht vollzieht. Ob aber der modische *Persönlichkeitskult* auf dem Thron, in der Amtsstube oder auf dem Katheder sich auszuleben trachtet, – er wirkt äußerlich fast immer effektiv, im innerlichsten Sinn aber überall gleich kleinlich, und er schädigt überall die Sache. Nun hoffe ich, nicht besonders sagen zu müssen: daß mit dieser Art von *Kultus des Persönlichen*, nur weil es ‚*persönlich*‘ ist, gerade die Gegner, mit denen sich diese Darlegungen befassen, ganz gewiß am allerwenigsten zu schaffen haben. Sie sehen teils die Kathederaufgabe in anderem Lichte, teils haben sie andere Erziehungsideale, die ich achte, aber nicht teile. Indessen nicht nur, was sie wollen, sondern wie das, was sie mit ihrer Autorität legitimieren, auf eine Generation mit einer ohnehin unvermeidlich stark entwickelten Prädisposition zum Sichwichtignehmen wirken muß, ist zu erwägen.“³⁴

„Der bloße ‚*Machtpolitiker*‘, wie ihn ein auch bei uns eifrig betriebener *Kult* zu verklären sucht, mag stark wirken, aber er wirkt in der Tat ins Leere und Sinnlose. Darin haben die Kritiker der ‚*Machtpolitik*‘ vollkommen recht.“³⁵

Kult ist negativ. Wo hochgewertete Erlebnisse genannt werden, wird selbstverständlich kein *Kult* diagnostiziert. Positiv, aber exklusiv ist z.B. das, „was man das ‚*Erlebnis*‘ der Wissenschaft nennen kann [...] diesen seltsamen, von jedem Draußenstehenden belächelten Rausch, diese Leidenschaft“.³⁶ Projiziert wird dies auf die „Schüler des Sokrates“:

„Die leidenschaftliche Begeisterung Platons in der Politeia erklärt sich letztlich daraus, daß damals zuerst der Sinn eines der großen Mittel allen wissenschaftlichen Erkennens bewußt gefunden war: des Begriffs. Von Sokrates ist er in seiner Tragweite entdeckt. [...] Hier zum erstenmal schien ein Mittel zur Hand, womit man jemanden in den logischen Schraubstock setzen konnte, so daß er nicht herauskam, ohne zuzugeben: entweder daß er nichts wisse; oder daß dies und nichts anderes die Wahrheit sei, die ewige Wahrheit, die nie

³² Weber, *Wissenschaft als Beruf*, MWG I/17, 101 (Hervorhebungen von H.-M.).

³³ Ebd., 84 (Hervorhebung von H.-M.).

³⁴ Weber, *Wertfreiheit*, 494 (Hervorhebungen von H.-M.).

³⁵ Max Weber, „*Politik als Beruf*“, in: MWG I/17, 157–252, hier 229 (Hervorhebung von H.-M.).

³⁶ Weber, *Wissenschaft als Beruf*, MWG I/17, 81.

vergehen würde, wie das Tun und Treiben der blinden Menschen. Das war das ungeheure Erlebnis, das den Schülern des Sokrates aufging.“³⁷

An anderen Stellen der Schriften herausgearbeitete positive Funktionen von sakralen Kulturen werden im Rahmen der metaphorischen Verwendung ausgeklammert. Dazu gehören die gemeinschaftsstiftende Funktion, die von Weber in *Wirtschaft und Gesellschaft* in dem Kapitel „Ethnische Gemeinschaften“³⁸ abgehandelt wird, und die Rationalität von Kulturen, die in Webers Religions-systematik gezeigt werden kann. So weist Edith Hanke darauf hin, dass Etablierung von Kulturen als „Betrieb“ mit einem Priestertum als „Berufsstand“ bereits eine Rationalisierung von Religion gegenüber Zauber und Magie darstellt.³⁹ Dass die *Kult*-Metapher verwendet wird, um gerade als irrational attribuierte Einstellungen und Verhaltensweisen distanziert zu beschreiben, ist eine wesentliche Bedeutungsveränderung im Übergang von der sakralen zur säkularen Verwendung.

4.3 Anschließbarkeit der Diskurse und Metaphorik

Im Diskurs der Weber-Exegese finden sich dichte Anschlüsse an diese gezeigten Wortverwendungen. So setzt Wolfgang Mommsen *Kult des Irrationalismus und des bloßen Erlebens* nicht zitierend in Anführungszeichen, sondern gebraucht den Ausdruck terminologisch⁴⁰:

„Max Weber hatte die säkularen Gefahren des Prozesses der Rationalisierung und Bürokratisierung [...] mit großer Schärfe diagnostiziert. Die geistige Situation der Gegenwart sah er bestimmt durch die fortschreitende ‚Entzauberung‘ aller traditionellen religiösen Werthaltungen und Weltbilder. Jedoch hielt Weber es nicht für möglich, hinter diesen Stand der Dinge zurückzukehren und sich neuen Mythen, wenn auch säkularisierter Art, oder politischen Religionen anheimzugeben. [...] Vielmehr machte Weber gegen den Kult des Irrationalismus und des bloßen Erlebens, wie er ihn in intellektuellen Kreisen seit 1916 immer mehr vordringen sah, mit ungewöhnlicher Entschiedenheit Front. [...] Im Frühjahr 1917 führte der Verleger Eugen Diederichs eine große Tagung durch [...]. Bei dieser Gelegenheit polemisiert Max Weber mit äußerster Schärfe gegen den neuen nationalistischen Mythos [...].“⁴¹

³⁷ Ebd., 89.

³⁸ Max Weber, „Ethnische Gemeinschaften“, in: Ders., *Wirtschaft und Gesellschaft. Die Wirtschaft und die gesellschaftlichen Ordnungen und Mächte. Nachlaß, Teilband 1: Gemeinschaften*, hg. von Wolfgang J. Mommsen in Zusammenarbeit mit Michael Meyer (MWG I/22-1), Tübingen 2001, 168–190 (Kurztitel: Weber, Ethnische Gemeinschaften).

³⁹ Edith Hanke, „Erlösungsreligionen“, in: Kippenberg/Riesebrodt (Hg.), *Webers Religions-systematik*, 209–226.

⁴⁰ Wolfgang J. Mommsen, „Max Weber. Ein politischer Intellektueller im Deutschen Kaiserreich“, in: Gangolf Hübinger/Wolfgang J. Mommsen (Hg.): *Intellektuelle im Deutschen Kaiserreich*, Frankfurt am Main 1993 (Kurztitel: Hübinger/Mommsen (Hg.), *Intellektuelle*), 33–61, hier 54.

⁴¹ Ebd., 54 mit Bezug auf MWG I/15, 701 ff. – korrekt wäre: 702 ff.

Diese Bedeutung von *Kult* führt Mommsen weiter mit „Kultivierung“: „Das ‚Jagen nach dem Erlebnis‘ bzw. die Kultivierung ästhetischer Lebensideale“.⁴² Im selben Text wird Webers mythologisierende Götter-Metaphorik zitiert.⁴³

In gleicher Weise kritisch und spezifisch mit Bezug auf das Programm des Eugen-Diederichs-Verlags verwendet Gangolf Hübinger *Kult*: „Ebenso fest zum Programm gehört schon das Religiös-Völkische mit dem Kult um Paul de Lagarde, auf das sich die Verlagspolitik nach 1920 verengen wird“.⁴⁴ *Kult* kontrastiert das von Max Weber verfochtene „Pathos der Sachlichkeit“ und die „Rationalitätsstandards sachlicher Gegenwarts kritik“.⁴⁵

Joachim Radkau verwendet in seiner 2005 und verändert 2013 erschienenen Max-Weber-Biographie⁴⁶ *Kult* mindestens 27mal in ähnlichen Zusammenhängen wie Weber selber.

Einstellungen werden in kritischer Absicht als Kulte bezeichnet. Ein „Kultbuch der Decadence“ wird in den Kontext von *Stirnrune* und *Humbig* (309) gestellt, „Heimatkult“ zusammen mit „wohligem Gemeinschaftsgefühl“ ist ein „Anachronismus“ (352), der „klimatische Kult des Nordischen“ ist „nicht nach[zu]vollziehen“ (356), „der Kult der individuellen Autonomie und des Erlebnisses ist das Einfallstor der Erotik in die bildungsbürgerliche Welt“ (590).⁴⁷

Personenkulte, z.B. *Nietzschekult* (187), werden kritisch in den Kontext von *Hypnose*, *Besessenheit* und *Neurasthenie* gestellt, der „neuerliche Otto-Gross-Kult“ will dessen „extreme Egozentrik und Kommunikationsunfähigkeit nicht wahrhaben“ (485), „Guru-Allüren“ werden ihm zugeschrieben (485), Weber-Kulte im Zusammenhang mit Weberkritik dargestellt. „[Theodor] Mommsens ‚Es sprudelt, aber es fließt nicht‘ wurde unter Insidern, denen der Weber-Kult dubios war, zum geflügelten Wort“ (187). In diesem Kontext zitiert Radkau weitere Metaphern der Weber-Kritiker, die ebenfalls einen Mangel an formaler und inhaltlicher Konsistenz illustrieren: *Urgermanische Barbarei*, *Trümmerfeld*, *Lavabrocken*, *Vulkanausbruch*, *toben*, *alle Hüllen sprengend*, *Strohhäckselstil* (187).

⁴² Ebd., 55, in spitzen Klammern Zitate aus MWG I/17, 99 und 106.

⁴³ Ebd., 55, mit Verweis auf MWG I/17, 99 – korrekt wäre: MWG I/17, 101.

⁴⁴ Gangolf Hübinger, „Journalist“ und „Literat“. Vom Bildungsbürger zum Intellektuellen“, in: Hübinger/Mommsen (Hg.), *Intellektuelle*, 95–110, hier 105.

⁴⁵ Ebd., 108.

⁴⁶ Joachim Radkau, *Max Weber. Die Leidenschaft des Denkens*, München 2005, und überarb., aktualisierte, leicht gekürzte Ausgabe München 2013 (Kurztitel: Radkau, Weber 2013). Zitiert wird die Ausgabe 2005 (mit Angabe der Seitenzahlen im Text), soweit nichts anderes angegeben.

⁴⁷ Zur *Negativwertung* von *Erlebnis* bei Weber vgl. auch Gangolf Hübinger, „Intellektuelle, Intellektualismus“, in: Kippenberg/Riesebrodt (Hg.), *Webers Religionssystematik*, 297–313, hier 309.

Säkular, der Zeit und der seit den 90er Jahren virulenten Theater-Metaphorik angepasst, ist dagegen: „Marcuse trug dazu bei, dass der 1964 mit einer großen Ouvertüre inszenierte Weber-Kult durch die 68er Revolte jahrelang unterbrochen wurde und seinen Höhepunkt erst in den 70er Jahren erreichte“ (838), ein Dictum, das in den neueren Ausgaben fehlt.

Positiv gezeichnet sind nur sakrale Kulte wie der Sonnenkult des Echnaton (356). Positiv gesehen und in die Nähe religiöser Kulte bringt Radkau in der Ausgabe von 2005 Karl Jaspers Weber-Verehrung: „Für Jaspers wurde jener Weber, der mit seinem Geist sein Leiden überwand, gerade in finsternen Zeiten zu einem Bild, zu dem er sich aufrichtete. Sein Weber-Kult bekam Züge einer Jenseitsreligion“ (854 f.). Dieser Passus fehlt – soweit ich sehe – in der Ausgabe von 2013. Zur dramatischen Darstellung der Auseinandersetzung mit der Person Max Weber, die Jaspers brieflich bis 1967 fortsetzte, und mit der Radkau die Weber-Biographie abschließt⁴⁸, passt keine Kult-Metaphorik.

Die Bezeichnung *Kult* für Inszenierungen von Verehrung, von denen man sich als heutiger Autor distanziert, hat sich offensichtlich für historische Abhandlungen durchgesetzt, z.B. nennt Hubertus Büschel 2006, was zeitgenössisch als „Untertanenliebe“ bezeichnet wird, „Kult um deutsche Monarchen“⁴⁹, Dominik Petzold zeigt „monarchischen Kult“ im Kino⁵⁰ – eine Liste, die sich fortsetzen ließe. In historisch-soziologischen Diskursen ist sie zur unverzichtbaren Metapher geworden.

Noch stärker distanzierend ist der Neologismus *Polit-Kult*. „Die Vorstellung, man könne zwischen genuin ‚Christlichem‘ oder ‚Religiösem‘ und nationalsozialistischem Polit-Kult prägnant unterscheiden, wird den komplexen religiösen Verhältnissen im ‚Dritten Reich‘ nicht gerecht“. *Nationalsozialistischer Polit-Kult* von Graf und Grosse Kracht⁵¹ ist ein Beispiel für pointierende Mischung von Diskursen und gleichzeitig ein Weiterführen der Metaphorik.

⁴⁸ Radkau, Weber 2013, 791–795.

⁴⁹ Hubertus Büschel, *Untertanenliebe. Der Kult um deutsche Monarchen 1770–1830*, Göttingen 2006, 14 und im Titel.

⁵⁰ Dominik Petzold, „Monarchischer Kult in der Moderne. Zur Herrschaftsinszenierung Kaiser Wilhelms II. im Kino“, in: Thomas Biskup/Martin Kohlrausch (Hg.), *Das Erbe der Monarchie*, Frankfurt am Main 2008, 117–137.

⁵¹ Friedrich Wilhelm Graf/Klaus Grosse Kracht (Hg.), *Religion und Gesellschaft: Europa im 20. Jahrhundert*, Wien/Köln/Weimar 2007, 35.

5. Loslösung aus dem religiösen Bezug: „Kult ist, was kultig ist“⁵²

5.1 Neue Wortformen, Distributionen und Kontexte

Indikator für die Institutionalisierung von Wortverwendungen sind Ausbau und Verfestigung von Kollokationen und Wortbildungen.

Eine sprachliche Formel für Personenkulte ist die Kollokation *Kult um* (Abb. 5). Sie wird – soweit dies mit den zur Verfügung stehenden Verfahren eruierbar und stichprobenartig prüfbar ist – selten in sakralen Kontexten verwendet und wenn, dann nur zur Konstruktion einer Außenperspektive. Bezeichnenderweise kommt sie auch in Fontanes Personenkultdarstellung 1899 nicht vor (s. oben 4.2).

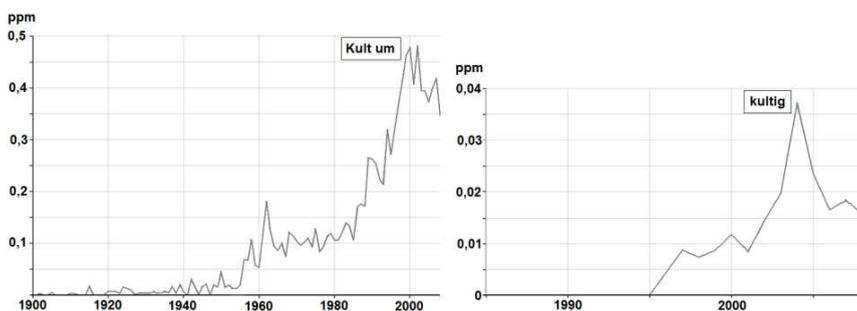


Abb. 5: *Kult um* recherchiert mit Google-books-Ngram-Viewer. Die Belege bis 1932 sind alle syntaktisch anders strukturiert (*Kult, um zu ...; Kult, um den ...; Kult um 400*), spätestens ab den 1980er Jahren findet sich fast zu 100% *Kult um* mit *um* als Präposition und anschließender Nennung des Kultobjektes. *Kultig* ebenfalls recherchiert mit Google-books-Ngram-Viewer, nicht geglättet.

Eine weitere neue Kollokation ist *Kult sein*. Sie ist im Neologismenwörterbuch des Instituts für Deutsche Sprache und des Europäischen Zentrums für Sprachwissenschaften⁵³ für die 90er Jahre gut belegt. Als „Bedeutungsangabe“ steht die Paraphrase ‘in bestimmten Kreisen Kultstatus haben, sehr beliebt sein’, als „typische Verwendungen“ werden: *die Lindenstraße ist Kult, Harald Schmidt ist Kult*⁵⁴ angegeben.

⁵² *Fachdienst Germanistik* 25 (2007), 5.

⁵³ <http://www.ezs-online.de/linguistik-im-kontext-des-ezs/forschung-am-ids/106-neologismen-woerterbuch> (4.4.2015).

⁵⁴ Belege für *kult sein*: <http://www.owid.de/artikel/401168/Kultstatus%20haben?module=neo> (4.4.2015)

⁵⁵ Diese Zeitungen sind unterschiedlich lange im Korpus, auf dem die Untersuchung basierte.

Nach unseren eigenen Untersuchungen gehört – basierend auf einem Korpus aus den Zeitungen TAZ (1993–2014), WELT (1999–2014) und ZEIT (2007–2014)⁵⁵ – die Kollokation *ist Kult* zu den 10 häufigsten Bi-Grammen mit *Kult* als Kernwort; die Bi-Gramme: *sind Kult*, *war Kult*, *längst Kult* und *schon Kult* gehören zu den 20 häufigsten.

Komposita belegen die Verbreitung in neuen Feldern z.B.: *Personenkult* mit 55 Vorkommen in verschiedenen Rubriken, im Feuilleton *Kultserie* mit der Schreibvariante *Kult-Serie* (mit zusammen 73 Vorkommen), *Kultautor/ Kult-Autor* (zusammen 44 Vorkommen).

Kultig ist die jüngste hier behandelte Entwicklung. Dies lässt sich bei allen Vorbehalten gegen Google-books-Ngram-Viewer aus Abb. 5 klar ablesen. Im Neologismenwörterbuch findet sich ein Diagramm mit relationalen Frequenzangaben auf der Basis eines Korpus⁵⁶, das das Auftauchen des Wortes im Jahr 1993, höchste Frequenz im Jahr 2006 und weitere hohe Frequenzen in den Jahren 2012 und 2013 zeigt.⁵⁷

Kollokation wie *Kult sein* bzw. *ist Kult* und weitere Formen sind in Google-books nicht zu recherchieren. Die Auswertung⁵⁸ eines auf der Basis des *Spiegel-Archivs* erstellten *Kult-Korpus* ergab einen – im Vergleich zu anderen Zeitungen und Zeitschriften – ungewöhnlich frühen Höhepunkt in der Verwendung von *Kult*:

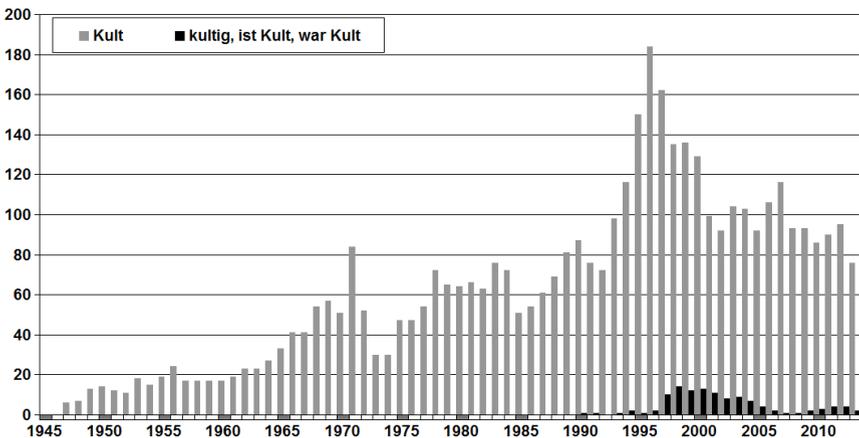


Abb. 6: Verwendungen von *Kult*, Kollokationen und Derivation in Der Spiegel.

⁵⁶ <http://www1.ids-mannheim.de/kl/projekte/methoden/mdca/zvgs> (26.2.2015) zur Korpus- und Projektbeschreibung des Instituts für Deutsche Sprache.

⁵⁷ <http://www.owid.de/nav/gehezu/kultig?module=neo> (4.4.2015) und <http://www.idsmannheim.de/kl/neoplots/owid/134066.html> (4.4.2015).

⁵⁸ Benutzt wurde AntConc, ein Werkzeug für Korpusanalysen: <http://www.Laurenceanthony.net/software/antconc/> (30.11.2014).

Der Spiegel hat nicht nur diese sprachliche Neuerung früher als andere Zeitungen und Magazine.

Das *Digitale Wörterbuch der Deutschen Sprache (DWDS)*⁵⁹ belegt deutlich, dass es sich bei *kultig* um ein Phänomen der Medien (hier beschränkt auf Printmedien) handelt:

| Korpus | Treffersätze | Treffersätze pro Mio. lfd. Wörter | Korpusgröße (in Mio. lfd. Wörter) |
|--------------------------|--------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| ddc2 Berliner Zeitung | 131 | 0.646 | 202.692 |
| ddc2 Bild | 293 | 3.005 | 97.501 |
| ddc2 DIE ZEIT NEU | 79 | 0.227 | 348.661 |
| ddc2 Kernkorpus 20 | 2 | 0.019 | 103.432 |
| ddc2 Kernkorpus 21 | 0 | 0.000 | 1.547 |
| ddc2 Potsdamer NN | 19 | 1.422 | 13.364 |
| ddc2 Süddeutsche Zeitung | 209 | 0.541 | 386.315 |
| ddc2 Tagesspiegel | 122 | 0.879 | 138.863 |
| ddc2 Welt | 185 | 0.907 | 204.019 |

Tabelle 1: Belegzahlen in DWDS.

Im „Kernkorpus“ des 20. und 21. Jahrhunderts, das nur zu etwa 27% aus Zeitungstexten besteht und sonst „Belletristik (ca. 26%)“, „wissenschaftliche Texte (ca. 22%)“, „Gebrauchsliteratur (ca. 20%)“ und „(transkribierte) Texte gesprochener Sprache (ca. 5%)“⁶⁰ enthält, finden sich praktisch keine Belege.

In diesem Wörterbuch werden zwei „Synonymgruppen“ für *Kult* genannt.⁶¹

1. Synonymgruppe: (*der*) *letzte Heuler* (ironisch) (umgangssprachlich), (*der*) *letzte Schrei* (umgangssprachlich), *Konjunktur haben(d)* (mediensprachlich), *Kult* (umgangssprachlich), *aktuell*, *angesagt* (umgangssprachlich), *en vogue*, *gefragt*, *hip* (umgangssprachlich), *hoch im Kurs stehen* (umgangssprachlich), *im Trend*, *in* (betont, Emphase) (umgangssprachlich), *kultig* (umgangssprachlich), *trendig* (umgangssprachlich), *trendy* (umgangssprachlich), *voll im Trend* (umgangssprachlich)

2. Synonymgruppe: *Kult*, *Kultus*

Unterbegriffe: *Ahnenkult*, *Ahnenverehrung*, *Manismus*.⁶²

⁵⁹ DWDS. Die Korpora, auf denen dieses mit der Retrodigitalisierung großer Lexika des Deutschen – unter anderem des Grimmschen Wörterbuches – begonnene Wörterbuch basiert, werden seit 2001 ständig ergänzt. Vgl. <http://www.dwds.de/ressourcen/korpora/> (4.4.2015).

⁶⁰ <http://www.dwds.de/ressourcen/kernkorpus/> (4.4.2015). In der Selbstbeschreibung ist „das Kernkorpus des 20. Jahrhunderts [...] ein zeitlich und nach Textsorten (Belletristik, Gebrauchsliteratur, Wissenschaft, Journalistische Prosa) ausgewogenes Korpus des gesamten 20. Jahrhunderts“. Das Kernkorpus des 21. Jahrhunderts wird entsprechend aufgebaut. http://www.dwds.de/ressourcen/korpora/#part_1 (4.4.2015).

⁶¹ <https://www.openthesaurus.de/> (21.3.2015) Die Verwendung des Terminus „Synonymgruppen“ sei dahingestellt.

⁶² <http://www.dwds.de/?view=1&qu=Kult> (21.3.2015), Version: 2014-07-07, Quelle: OpenThesaurus, vgl. <https://www.openthesaurus.de/synonyme/kult> (21.3.2015).

Zu *kultig* werden ebenfalls die „Synonyme“ der ersten Gruppe angegeben.⁶³ Die zweite Gruppe spielt offenbar unter den Benutzern der Seite kaum eine Rolle. Quelle ist OpenThesaurus, „ein freies deutsches Wörterbuch für Synonyme, bei dem jeder mitmachen kann“. Die „Synonyme“, die die Benutzer vorgeschlagen haben, werden von den Moderatoren der Seite offensichtlich als stilistisch ähnlich, aber recht undifferenziert als „umgangssprachlich“ eingestuft.

5.2. *Kult, kultig: Kulte in Statu nascendi*

Dass sich Kulte zur sozialen Distinktion eignen, lässt sich an der Verwendung des salienten Wortes *kultig* mit wenigen Beispielen skizzieren.

Von Eva Neuland wird *kultig* als Wertungsausdruck wie *geil* und *cool* genannt, deren Verwendungen „aufschlußreiche Unterschiede zwischen [...] Jugendlichen vermuten“ lassen.⁶⁴ Ihre Studie, der eine Umfrage aus den frühen 90er Jahren zugrunde liegt, belegt eine damals regionale Differenzierung: in Leipzig und Rostock wird *kultig* zu 100% gekannt, in Stuttgart und Wuppertal gar nicht.⁶⁵ Derartige Sprachgrenzen sind inzwischen obsolet. Die Adressaten für Kultiges sind überregional verbreitet: verspielte Kinder wie erziehungsbeflissene Eltern. „Die Hitliste der Edutainmenttitel für Kinder“ wird unter der Überschrift „Kultig und virtuell“⁶⁶ verbreitet, Autoren in Printmedien setzen das Wort allerdings häufig spitzfingrig in Anführungszeichen.

Die Omnipräsenz des Kultigen nötigt zu „Folgerungen für Gesang und Musik in der Liturgie (nicht nur) der Tagzeiten“. Es werden „Positionierungen skizziert [...], wie Musik für die christliche Liturgie geartet sein soll, nämlich: [...] festlich, nicht ‚kultig‘; denn wo postmoderner Event- und Erlebniskult beinahe lückenlos den Alltag prägen, also alles ‚kultig‘ zu sein hat, besteht das Ausseralltägliche der christlichen Botschaft gerade in der Lauterkeit der Normalität: Im Leben“.⁶⁷ Die Tragfähigkeit von Kategorien wie *Lauterkeit*, *Normalität* und *Leben* sei dahingestellt.

Der Soziologe Dieter Prokop kontrastiert *kultig* mit *kritisch*, wenn er seinem Fach in dessen Umgang mit „Action und Gewalt“ in den Medien vorwirft: „Wir glauben, das müsse so sein. Wir denken, das sei der ‚Massenge-

⁶³ <https://www.openthesaurus.de/synonyme/kultig> (21.3.2015).

⁶⁴ Eva Neuland, „Vergleichende Beobachtungen zum Sprachgebrauch von Jugendlichen verschiedener regionaler Herkunft“, in: Jannis K. Androutsopoulos/Arno Scholz (Hg.), *Jugend Sprache. Langue des jeunes. Youth language. Linguistische und soziolinguistische Perspektiven*, (VarioLingua 7), Frankfurt am Main 1998, 71–90, 78 f.

⁶⁵ Ebd., 79.

⁶⁶ [o. Autor], „Kultig und virtuell“, in: *GamesMarkt* 6 (2006), Nr. 9–16, 68.

⁶⁷ Martin Hobi, *Im Klangraum der Kirche. Aspekte – Positionen – Positionierungen in Kirchenmusik und Liturgie*, Zürich 2007, 126.

schmack‘ oder der ‚Zeitgeist‘ oder das ‚Kollektivbewusstsein‘. Auch die Sozialwissenschaft denkt also ‚kultig‘, wenn sie das ‚Institutionalisierte‘ als solches hinnimmt oder, noch schlimmer, wenn sie sich mit mystischen Erklärungen [wie] ‚Massengeschmack‘ abfindet.⁶⁸

Jo Reichertz stellt dem Kultigen das visuell und habituell Überdimensionierte, das in einer traditionellen Ethik Verankerte gegenüber und legitimiert seine Interpretation mit einem Bezug zur Buchwissenschaft, einer Adorno-Umkehrung:

„Marlboro erzählt von der Bedeutung des Einzelnen – dem Mann in der freien Natur des amerikanischen Westens. Er ist ungebunden und frei, wenn auch in der (Männer)Gruppe geborgen. Er ist stark, auf sich gestellt und stets wachsam. Er ist bereit, gegen Sturm und Unruhe anzutreten. Er ist hilfreich, aber immer stark. Er ist der Kämpfer am Rande der Kultur – allein, aber nicht einsam – einfühlsam, aber nicht ‚sensibel‘ – naturverbunden, aber nicht ökologisch: der Held der zivilisierten Großstädter. Marlboro verzichtet darauf, einzelne Modelle ‚kultig‘ aufzuladen. Stattdessen erzählen überlebensgroße Darstellungen des Marlboro-Mannes an den Eingängen von Großstädten, dass es auch ein ‚richtiges Leben im Falschen‘ gibt.“⁶⁹

In den genannten Beispielen werden legitimierte Praktiken, seien es sakrale oder säkulare, dem Kultigen, d.h. dem Kult in *Statu nascendi* entgegengesetzt.⁷⁰

6. Kult und Kommerz: Erlebnis alter und neuer Mythen

Das bereits bei Weber explizit mit säkularen Kulturen verbundene „Erlebnis“ und das Zelebrieren von „Persönlichkeit“ wird heute mit beliebig ausdifferenzierbaren Konsumangeboten⁷¹ und Marketingstrategien ausgebaut. Im renommierten Gabler Wirtschaftslexikon ist dies so formuliert:

„Emotionale Werbung ist Teil erlebnisbezogener Marketingmaßnahmen (Erlebnismarketing) und übernimmt die Aufgabe, das Angebot in der emotionalen Erfahrungs- und Erlebniswelt der Konsumenten zu verankern. [...] Ziel erlebnisbetonter Werbung: Vermittlung präferenzprägender Erlebnisse zum Aufbau eines erlebnisbezogenen Marken- bzw. Unternehmensimages.“⁷²

⁶⁸ Dieter Prokop, *Gegen Medien-Lügen: das neue Lexikon der Kulturindustrie*, Hamburg 2004.

⁶⁹ Jo Reichertz, *Die Macht der Worte und der Medien*, Wiesbaden 2010, 200.

⁷⁰ *Kult und kultig* können auch Produkte werden, die „eher marginal bleiben“. Frank Illing, *Kitsch, Kommerz und Kult. Soziologie des schlechten Geschmacks*, Konstanz 2006 (Kurztitel: Illing, Kitsch, Kommerz, Kult), 214.

⁷¹ Systematisch dazu: Gerhard Schulze, *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt am Main 1993 (Kurztitel: Schulze, Erlebnisgesellschaft).

⁷² Franz-Rudolf Esch, „Emotionale Werbung“, in: *Gabler Wirtschaftslexikon*, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/82283/emotionale-werbung-v6.html> (16.3.2015).

Mit dem Suchwortwort *Erlebnis* erreicht man das Lemma *Erlebnismarketing*. Erlebnismarketing ist:

„Marketing unter Einsatz von erlebnisvermittelnden Maßnahmen, wie z.B. Schaffung von Einkaufsatmosphäre. Dabei wird der potenzielle Käufer auf emotionaler Ebene angesprochen. Im Handel von zunehmender Bedeutung (sog. Erlebnishandel).“⁷³

Die Funktion der Kultmarke wird davon insofern unterschieden, als es hierbei nicht um kurzfristiges Erleben, sondern um die Entwicklung von Persönlichkeitsmerkmalen der Konsumenten geht:

„[Die Kultmarke ist] ein Markenprodukt mit starkem symbolischem Zusatznutzen durch die Marke, dessen Status weniger aus physischen als aus psychischen Produkteigenschaften entsteht. Im Gegensatz zum kurzzeitigen und erlebnisorientierten Konsum kommt dem Konsum bei Kultmarken eine höhere und längerwährende Wertigkeit zu. Kultmarken bieten Orientierungs- und Identifikationsmöglichkeiten (bis hin zur Verehrung und Ikonisierung) für den Käufer aufgrund ihres Bezugs zu Lebensstilen (Lifestyle-Marketing) und/oder Werten. Der Kunde ist eher bereit weitere Produkte derselben Marke oder Zubehör und Erweiterungen zu kaufen. MINI, Apple oder Red Bull können als Beispiele für Kultmarken genannt werden.“⁷⁴

Sakrale wie säkulare Kulte bieten Orientierung und Identifizierung. Geliefert wird der kultragenden Gemeinschaft⁷⁵ ein Zeichensystem.⁷⁶ Während es sich bei klassischen Kulturen um sozial streng kontrollierte, verbindliche Zeichensätze handelt⁷⁷, hebt Max Weber im Kapitel „Ethnische Gemeinschaften“ auf „einerseits [...] ästhetisch auffällige Unterschiede des nach außen hervortretenden Habitus, andererseits [...] in die Augen fallende Unterschiede in der *Lebensführung des Alltags*“⁷⁸ ab und darauf, dass Kleidung, Wohn- und Ernährungsweisen und Arbeitsteilung⁷⁹ typisierend gedeutet werden ebenso wie „ökonomische und politische Existenzbedingungen“.⁸⁰ Demgegenüber werden heute in den Strategien des Kultmarketings wohlfeile, aber dennoch differenzielle Zeichen angeboten, die trotz ihrer raschen Fluktuation so mit einer sozialen Semantik aufgeladen werden, dass sie geeignet sind, Lebensstile zu zeigen, d.h. anderen zu vermitteln, was man – mit diesen anderen – genießt, wovon man sich – gemeinsam mit den einen und gegen andere – distinguiert

⁷³ Manfred Kirchgeorg, „Erlebnismarketing“, in: *Gabler Wirtschaftslexikon*, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/7565/erlebnismarketing-v7.html> (16.3.2015).

⁷⁴ Daniel Markgraf, „Kultmarke“, in: *Gabler Wirtschaftslexikon*, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/135586/kultmarke-v5.html> (25.2.2015).

⁷⁵ Zur Gemeinsamkeit des Kult-Erlebens, vgl. Illing, Kitsch, Kommerz, Kult, 228.

⁷⁶ Vgl. Weber, *Ethnische Gemeinschaften*, MWG I/22-1, 185f (über die Bedeutung von „Sprachgemeinschaften“).

⁷⁷ Dirk Steuernagel, *Kult und Alltag in römischen Hafenstädten: soziale Prozesse in archäologischer Perspektive*, Stuttgart 2004, 15.

⁷⁸ Weber, *Ethnische Gemeinschaften*, MWG I/22-1, 177.

⁷⁹ Ebd., 178 f.

⁸⁰ Ebd., 180.

und welche Lebensphilosophien man teilt⁸¹ und wie situativ flexibel man zwischen Stilen wechseln kann, z.B. wenn es um die Verwendung sprachlicher Zeichen, Kleidung, Essen, Musik geht.⁸² Das Kultige kann durchaus etwas situativ Geschätztes, in anderer Situation Vernachlässigtes sein, es kann das bereits Obsolete⁸³ oder etwas Neues sein.

Während sich Personen Stile beliebig kleinteilig zusammenbasteln können, müssen die Erzählungen in einem Kultangebot aus kommerziellen Gründen möglichst breit anschlussfähig sein: Mythen, beispielsweise im Sinne alter Erzählungen und Betrachtungsweisen der Welt, sind rudimentär bekannt, Mythen im Sinne von Roland Barthes greifen vorhandene sprachliche, bildliche, oder gegenständliche Elemente auf und schaffen daraus „Aussagen“. ⁸⁴ In Werbekommunikaten sind Mythen mit antiken Motiven verbreitet: „OkCupid“⁸⁵ ist eine Website, die eine Kontaktbörse anbietet, „Anthaeus“ ein Parfum von Chanel, das Gedicht „Ithaka“ von Konstantinos Kavafis ist in die Seat-Werbung⁸⁶ einbezogen. Die in der katechetischen Tradition der katholischen Kirche definierten 7 Todsünden sind in der sakralen Lesart Sünden gegen Gott. Aus säkularer Sicht bringen sie „eine Glücks- und Menschenfeindschaft auf den Begriff, die alles verflucht, was zum Projekt des schönen Lebens gehört“. ⁸⁷ Opulent werden im „Magnum“-Werbespot (Abb. 7) Attribute eben dieses schönen Lebens inszeniert. Die glücksfeindlichen, tödlichen Gefühle Habgier und Neid werden gebändigt in kultivierten Gesten, bezogen auf ein in dieser Lesart nicht mehr triviales, sondern Kult gewordenes Objekt.



⁸¹ Vgl. Schulze, Erlebnisgesellschaft, bes. Kap. 2 „Hermeneutik der Stile“ und Kap. 3.10 „Der Bedeutungswandel des Schönen“, mit der Tabelle „Alltagsästhetische Schemata im Überblick“, 163 und Kap. 9.6 „Rationalität der Erlebnisauffrage“.

⁸² Bernard Lahire, *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris 1998.

⁸³ Vgl. die Angebote: Drafi Deutscher/Vicky Leandros/Wolfgang Petry, *Echt kultig: die besten deutschen Schlager der 60'er und 70'er*, (Kult 1), BMG Ariola-Miller (1-2), 1997; Dschinghis Khan/Chris Roberts, *Echt kultig: die besten deutschen Schlager der 60'er und 70'er*, (Kult 3), BMG Ariola-Miller (2-3).

⁸⁴ Roland Barthes, *Mythen des Alltags*, Frankfurt am Main 1964, bes. 85–87 und 93–96.

⁸⁵ <https://www.okcupid.com/> (20.3.2014)

⁸⁶ Text: [https://www.youtube.com/watch?v=BurKVPpA9Ag](https://www.youtube.com/watch?v=BurKVPpA9Ag;); <https://www.youtube.com/watch?v=VWbqdfPnlzE> (20.3.2014).

⁸⁷ Gerhard Schulze, *Die Sünde. Das schöne Leben und seine Feinde*, Frankfurt am Main 2008, 11.



Abb. 7: Videostills aus Werbespots zu „Magnum 7 Sünden“.

Die Anerkennung der limitierten Eiskrem-Edition „Magnum 7 Sünden“ als „Kulteis“ ist nachlesbar in Internetkommunikationen, in Postings und auf YouTube hochgeladenen Spots. Kult-Eis wurden in der Folge weitere Sorten, insbesondere ältere derselben Firma. Zum vorerst letzten Mal findet sich die Bezeichnung 2014 in Spiegelonline.⁸⁸

7. Dynamik der Kulte und Flüchtigkeit der Wörter

Die Neukontextualisierung des Wortes *Kult* passiert in alltäglichen Zusammenhängen. Hier wird – wie Boris Groys es nennt – ein „innovativer Tausch“ vollzogen.⁸⁹ Ohne die ökonomisch basierte Terminologie von Groys weiter zu bemühen: die Innovation besteht darin, dass ein in sakralen Kontexten definierter und den alltäglichen Handlungsbezügen weitgehend entrückter Terminus aus dem sakralen Diskursuniversum losgelöst in alltägliche Zusammenhänge eingebracht wird. Die Loslösung ist eine vollständige.

In der Verwendung in wissenschaftlichen Kontexten, insbesondere in geschichtswissenschaftlichen, ist offenbar der Bezug zum sakralen Kult präsent. Auch in Beschreibungen säkularer Sachverhalte mit Neologismen bleibt der terminologische Zusammenhang bestehen. Die Verwendung des Terminus ist eine metaphorische. Dies bringt – wie alle Metaphern – neue Perspektiven, erhält jedoch die reflexive Anbindung an Geschichtswissen, an theologisches Wissen, generell an Wissen über kulturelle Entwicklungen.

Relevante Aspekte des säkularen Kultes und des Kultigen sind: Verehrung und Praxisbezug, das oben zitierte Hegelsche „nicht bloß Verhältniß, Wissen, sondern Thun, Handeln, sich Vergewisserung zu geben“, Orientierung und Vergemeinschaftungen. In ihrer neuen Offenheit erfordern Kulte permanent

⁸⁸ <http://www.spiegel.de/wirtschaft/service/magnum-eiserfinder-heinz-leopold-im-interview-a-964830.html> (9.3.2015), Spiegel online, Wirtschaft, 9.4.2014. Zur Marke: <http://www.langnese.de/home>, zu den Videostills: Horizont: Magnum Sieben Sünden Limited Edition (2003 und 2004). http://www.horizont.net/kreation/tv/pages/protected/Magnum-Sieben-Sunden-Limited-Edition_39595.html (2.4.2014).

⁸⁹ Boris Groys, *Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie*, München 2007 (Kurztitel: Groys, Das Neue).

neue Definitionen des „Erlebnisses“ und der „Persönlichkeit“ und neue Anlässe der Vergemeinschaftung (Netzwerke, Lebensstilgruppen). Märkte und Medien machen entsprechend Angebote. Dieses Szenarium, die Angewiesenheit auf die Angebote, „flüchtiges“ Umgehen damit und die Flexibilität von Netzwerken beschreibt Zygmunt Bauman⁹⁰, Wolfgang Hardtwig⁹¹ analysiert das geforderte „Histotainment“ und Gangolf Hübinger entwickelt angesichts des Bruchs des Kontinuitätsgefühls, der „Geschichtsvergessenheit“⁹², der Unterhaltungserwartungen und der Moralisierungsbereitschaft „die Aufgaben des Historikers“.

In dieser kulturellen Situation ist „das Neue unausweichlich, unvermeidlich, unverzichtbar“⁹³, und dies trifft selbst die Verwendungen von *Kult/kultig*. Der flexibel verwendbare Terminus, der sich durchaus bis 2000 etablieren konnte, verliert seinen Reiz in den um Erlebnisstiftung und Persönlichkeitskonstitution bemühten Thematiken der Medien. Seine Frequenz nimmt ab (Abb. 8).

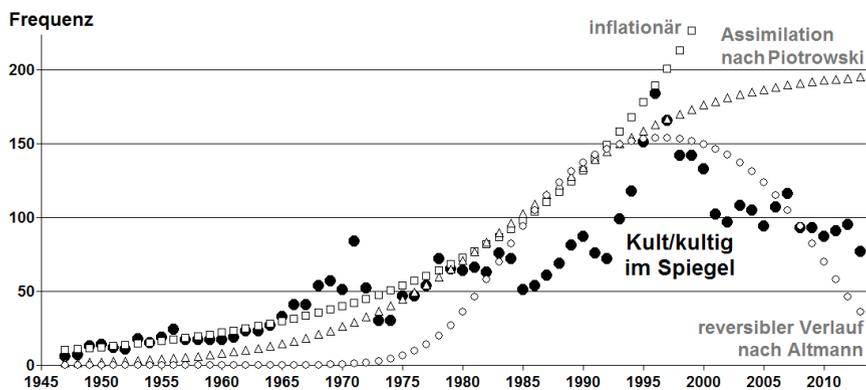


Abb. 8: Entwicklung von *Kult/kultig* in *Der Spiegel* im Vergleich zu Modellen inflationären Wachstums, etablierender Entwicklung (Gesetz des Sprachwandels, Piotrowski-Gesetz) und Moden (Gesetz des reversiblen Sprachwandels).⁹⁴

⁹⁰ Zygmunt Bauman, *Flüchtige Moderne*, Frankfurt am Main 2003, darin: „Individualität als Fetisch“, 109–144, und „Schneller leben: Lernen und vergessen in der Flüchtigen Moderne“, 145–208.

⁹¹ Wolfgang Hardtwig, *Verlust der Geschichte oder wie unterhaltsam ist die Vergangenheit?*, (Pamphletliteratur 1), Berlin 2010.

⁹² Gangolf Hübinger, *Über die Aufgaben des Historikers*, (Pamphletliteratur 3), Berlin 2012, 20

⁹³ Groys, *Das Neue*, 12.

⁹⁴ Edda Leopold, „Das Piotrowski-Gesetz“, in: Reinhard Köhler/Gabriel Altmann/Raïmond Genrikhovich Piotrovskij (Hg.), *Quantitative Linguistik. Ein internationales Handbuch*, (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 27), Berlin/New York 2005, 627–633.

Wenn Wörter Werkzeuge im Sinne Richard Rortys sind, anhand derer Praxis konstituiert wird, und wenn Wörter in der gezeigten Weise ihre Anwendungsfelder verändern, dann lässt sich über die Beobachtung der Dynamik semantischer Entwicklungen kulturelle Dynamik beobachten. In der Entwicklung der Semantik von *Kult* haben wir es, solange Kult ein wissenschaftlicher Terminus ist, mit einer buchwissenschaftlich kontrollierten Kategorie zu tun. In der jüngeren alltagssprachlichen Entwicklung sehen wir die Dynamik einer modisch multimedial fluktuierenden Benennung. Und dies sollte mit dieser Wortgeschichte gezeigt werden.