

Modewörter

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Sprachspiegel : Zweimonatsschrift**

Band (Jahr): **40 (1984)**

Heft 3

PDF erstellt am: **21.07.2024**

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.

Etwas steht im Raum

Es gibt nicht nur Frauen, die sich nach der letzten Mode kleiden, es gibt auch Journalisten, die nach der letzten Wortmode schreiben. Irgendeiner findet da einen Ausdruck, der ihm gefällt, und schon *bringt er ihn* in seinem Artikel *ein*. Bald grassiert das Wort im Blätterwald, ohne daß der Leser vorerst weiß, was damit gemeint ist. Weiß er's endlich, ist das Wort für den Journalisten längst abgegriffen wie eine alte Banknote, und der Wechsel hat auch schon stattgefunden. Wie oft aber müssen wir uns von Journalisten bescheinigen lassen, wie ungebildet wir im Grunde sind.

Ich erinnere mich da an einen Ausdruck aus früheren Tagen: *Sightseeing*. Schön, ich ahnte, es hat sicher mit *etwas ansehen* zu tun. Doch eine genauere Übersetzung ins Deutsche lieferte mir auch das „Wörterbuch für Publizistik“ nicht. Oder Sie erinnern sich, lieber Leser, an die berühmte Frage, die, wo Sie lasen und hinhörten, plötzlich *im Raum stand*. Es ging bei mir schließlich so weit, daß ich Artikel, die von Diskussionen berichteten, nur noch auf diese Frage hin las oder an Debatten nur darauf wartete, bis *die Frage im Raum stand* oder am Ende einfach *im Raum stehengelassen wurde*. Wie viele Räume habe ich doch schon verlassen, in denen ich — meist als Rauchzeichen — ein Fragezeichen zurückließ. Schließlich wurde es mir zuviel, und ich begann mich mit Zwischenrufen zu rächen. Entweder rief ich „schon wieder!“, oder ich beendete den vom Sprecher begonnenen Satz „Ich möchte an diesem Punkt“ damit, daß ich „in den Raum stellen“ rief. Die Verblüffung war anfänglich groß. Mit der Zeit durfte ich neben ungehaltenen Blicken auch verständnisvollen Lächeln bezeugen.

Noch immer *stand die Frage im Raum*, während die Journalisten bereits eine neue Entdeckung gemacht hatten: *abdecken*. Bisher *deckte ich mich* nachts *ab*, wenn ich zu heiß hatte. Geschirr auf den Tisch stellen hieß decken, abräumen *abdecken*. Der Sturmwind pflegte bisher die Dächer *abzudecken*. Plötzlich aber wurde ein Loch, in das man hineinfallen könnte, nicht etwa zugedeckt, sondern in völliger Umkehrung des Sinns mit Platten *abgedeckt*. Der Ausdruck wird mir zwar geläufig in Verbindung mit dem Staat, der mit Steuergeldern seine Schulden *abdecken* mußte. Doch nun war das Verb in Mode geraten: was man bisher *zugedeckt* hatte, wurde konsequent *abgedeckt*. Journalisten von heute setzen eben flexible Leser voraus.

Als *die Frage* noch *im Raume stand*, als noch immer *abgedeckt* wurde, überzeugten sich Journalisten von einem Sachverhalt bereits *vor Ort*. Im Libanonkrieg machte sich einer ein Bild *vor Ort*. Feigling, dachte ich mir, warum nicht an Ort und Stelle? Das wäre tapferer gewesen.

Inzwischen weiß ich, daß mit *Sightseeing* die Besichtigung von sehenswerten Dingen gemeint ist, und natürlich weiß ich auch, daß der Journalist kein Feigling war. Ich weiß noch mehr: daß der Ausdruck *vor Ort* vom Kohleabbau stammt: Wer dort einen Stollen vorantreibt, arbeitet also *vor Ort*.

Oder erinnern Sie sich noch an die Epidemie des *Hinterfragens*? Da wurde schlichterding alles und jedes *hinterfragt*; selbst den lieben Gott verschonte man nicht. Dabei sah ich die Leute bildlich hinter einem Problem verschwinden, damit sie dort ungesehen fragen konnten, um mit der Ant-

wort stolz wieder hervorzutreten. Und auch damals ertrug ich lange Sitzungen nur noch in Erwartung des erlösenden Moments, bis *hinterfragt* wurde. Und dann war sie (die Sitzung) für mich *gelaufen*.

Die *sozioökonomischen Verhältnisse* haben sich inzwischen auch etwas gebessert. Unvergeßlich der Tag, als mich ein Interviewer nach den *sozioökonomischen* Hintergründen meines Romans fragte. Ich antwortete mit der Gegenfrage, was *er* darunter verstehe. Worauf zunächst ein längeres Schweigen *im Raum stand*. Nach einer Wortfindungsstörung vermochte er mir begreiflich zu machen, daß er damit „soziale Verhältnisse“ meinte.

Moden, auch Wortmoden, pflegen wiederzukehren. In meiner Jugend fanden wir es lustig, für das schlichte Wort trotzdem *nichtdestotrotz* zu sagen, im Witz, versteht sich. Jetzt taucht dieser Witz tatsächlich allerorten auch noch schriftlich auf. Als ich kürzlich den Witz auch in einem von Marcel Reich-Ranitzki bejubelten Roman eines Schweizers antraf, hörte bei mir der Spaß auf, und ich beschloß, den Roman nicht zu lesen. Und hielt Wort.

Eine Weile vertrug ich es ja, daß Feministinnen schrieben: „Wo *frau* hinschaut, sieht *frau* von Männern besetzte *Herrschaftsstrukturen*.“ *Frau* vergißt aber, daß *Mann* in den meisten indogermanischen Sprachen (*manu* oder *monu*) auch *Mensch* bedeutet. Und Menschen sind wir alle.

Heinrich Wiesner („Nebelspalter“)

Die „unentbehrlichen“ Fremdwörter

Unehrliche Sprache

All you need is love. I'm hers. I'm his. I'm the Boss. Solche Sprüche haben wir gelesen, auf Leibchen, auf Knöpfen, an Wänden. Ja, unsere Jungen, die können Englisch! Zwar, wenn man sie um Übersetzung bittet, dann hapert's. *All you need is love* (Nichts als Liebe brauchst du) wird da zu *Alle haben Liebe nötig*. Daß man sich zwischen *all* und *you* noch das Wörtchen *what* denken muß, wissen nur Eingeweihte. Nun, Hauptsache, man sagt's nicht deutsch! Die fremde Sprache verschleiern manches, auch die Dürftigkeit der Aussage. *No future* soll tiefsinniger sein als *Keine Zukunft? Äkschen* soll kraftvoller tönen als *Akzion?*

Die Werbeleute machen eifrig mit. Deltasegler? Drachenflieger? Nein, *Skyrider!* Segelbrett (*planche à voile*, wie die Franzosen sagen)? Nein, *Surfboard!* Werbung verbindet sich mit Philosophie: *Ride hard* — *die free* (Fahr forsch — stirb frei) — mit 170 km/h leichten Sinnes auf zwei Rädern in den Tod! *Born to fun, loyal to none*, wenn man das deutsch sagte (Zum Spaß geboren, niemandem verpflichtet), so käme unter dem Schleier nackte Ichsucht hervor, der sicherste Weg zu unerfülltem Dasein und zu bodenloser Leere.

Englisch deckt als Schleier manches zu. Ist es am Ende mehr als ein Schleier, ein Netz, worin sie zappeln, das Netz des amerikanischen Kulturimperialismus, gewoben aus dem unverfrorenen Glauben, der Menschheit voranzufahren? Nichts als Liebe brauchst du? Sicher hat man noch anderes nötig, auch *a little bit of intelligence and uprightness*, unverschleiern gesagt: ein bißchen Verstand und Aufrichtigkeit.

Paul Stichel