

Text 1

Interview mit der Sprachwissenschaftlerin Lynda Mugglestone: Kekse sind ein sehr sensibles Thema

Alles fürchtet sich vor der Invasion der Anglizismen. Doch wie geht es eigentlich der englischen Sprache?

In Europa gibt es einiges Gerede darüber, dass das Englische unsere heimischen Sprachen infiltrieren, ja zerstören könnte. Im Angesicht vom grammatischen Anglizismen und von Wörtern wie „Servicepoint“ und „Backshop“ entsteht das Bild, wir würden von einem Aggressor überrollt, der selbst eine unveränderliche
5 *Macht darstellt. Dadurch aber gerät aus dem Blick, dass auch das Englische selbst einem Wandel unterworfen ist. Nach dem Zustand der Weltsprache hat die SZ die Oxforder Sprachwissenschaftlerin Lynda Mugglestone gefragt.*

SZ: *Professor Mugglestone, in Deutschland gibt es Unbehagen über den fremden Einfluss auf die Muttersprache. Aber was geschieht eigentlich zurzeit mit der englischen Sprache?*

10 **Lynda Mugglestone:** Natürlich verändert sich auch das Englische ständig. Ich glaube, wir Engländer sind nicht so ängstlich gegenüber lexikalischen Importen. Und das ist nicht deswegen so, weil wir die mächtigere Sprache sprechen – sondern weil wir in unserer Geschichte schon so viele Wörter importiert haben. Die frühe angelsächsische Sprache war noch sehr germanisch: Wenn damals ein Begriff einer anderen Sprache entlehnt werden sollte, wurde er in dieses germanische Englisch übersetzt. Doch dann
15 kam die normannische Eroberung ...

SZ: *... und brachte das Ende der „Reinheit“?*

20 **Mugglestone:** Ja. Zu der Zeit, als Geoffrey Chaucer seine „Canterbury Tales“ schrieb – er starb im Jahr 1400 –, war die englische Sprache zur Hälfte romanisch, zur Hälfte germanisch. Das ist eine riesige Transformation. Und wir haben bekanntlich unsere Flexionsendung verloren, wodurch sich auch die Syntax verändert hat. Die Geschichte des Englischen ist also eine Geschichte des massiven Imports – und der Kreativität. Sogar als man in der Renaissance versuchte, eine Royal Society für die Sprache zu etablieren, also eine Akademie, wurde ebenso sehr über die Notwendigkeit von Lehnwörtern debattiert wie über die Reinhaltung. Man hat das Englische als großen Staubsauger bezeichnet. Generell fürchten wir uns also nicht allzu sehr vor fremdem Einfluss.

25 **SZ:** *Gibt es denn nicht auch im Englischen puristische Reaktionen?*

Mugglestone: Doch. Kekse etwa sind offenbar ein sensibles Thema. So wird in unseren Zeitungen darüber diskutiert, dass unser „fairy cake“ oder „cupcake“ durch den amerikanischen „cookie“ ersetzt wird. Allerdings hat sich „cookie“ parallel zum „biscuit“ etabliert. Der Cookie ist eben ein sehr großer Keks mit sehr großen Schokoladenstückchen ... Meine Kinder sagen „movie“, ich aber sage noch „film“. Nun denn,
30 meine Mutter sagte „pictures“. Wenn sie ins Kino ging, ging sie „to the pictures“. Wir importieren heute im Zuge der Globalisierung viel Amerikanisches.

SZ: *Wird dieser amerikanische Einfluss auf die Sprache kritisch gesehen?*

35 **Mugglestone:** In der populären – im Unterschied zur linguistischen – Debatte gibt es solche Klagen schon seit dem 19. Jahrhundert. Heute wird der Sprachgebrauch von Filmen, Popmusik, Jugendkultur beeinflusst, und manche haben da Angst ums kulturelle Erbe. So gibt es die Internetseite der „Queen’s English Society“. Diese Leute misstrauen jeglichem sprachlichen Wandel. Wir haben in Großbritannien seit jeher keine Sprach-Akademie. So kann eine derartige selbsternannte „Akademie“ entstehen. Auf ihrer Webseite findet man eine Art von umgekehrtem Wörterbuch: eine unfreiwillig komische Liste, die einem mitteilt, was Wörter nicht bedeuten (oder bedeuten sollten). Im Allgemeinen aber haben die Briten nicht die Angst,
40 dass wir bald alle Amerikanisch reden werden.

SZ: *Wie erklären sie sich das?*

Mugglestone: Unsere berühmte Inselmentalität bewahrt uns davor! Die Vorstellung der „Englishness“ ist immer noch wirksam – und wenn sie auch noch so undefinierbar und noch so ironisch gebrochen ist, McDonald’s hat übrigens versucht, dem Oxford English Dictionary (OED) mit einer Unterlassungsklage
45 seine Definition des Wortes „McJob“ zu verbieten – einen McJob nennt man scherzhaft einen Job, der furchtbar ist, bei dem man wenig verdient und den man nur übergangsweise ausübt, bevor man einen „richtigen“ Job bekommt. McDonald’s war der Ansicht, das sei herabsetzend gegenüber der amerikanischen Kultur. Aber so lässt sich Sprache natürlich nicht kontrollieren!

SZ: *Dass man keine zentrale Sprachakademie hat und deshalb selbst organisierte Sprachfreunde zur
50 Verteidigung auf den Plan treten, das hat Großbritannien mit Deutschland gemein. Auch in Deutschland entstanden Wörterbücher zunächst nicht zum Zweck der offiziellen Vorschrift, sondern als Feststellung des üblichen sprachlichen Gebrauchs.*

Mugglestone: Ja, was man die „deskriptive Revolution“ nennen kann, kam ja aus Deutschland, nicht zuletzt von den Brüdern Grimm. Das OED – der erste Band erschien 1884 – war von der deutschen
55 Lexikographie inspiriert. Linguisten beschreiben eben den Sprachwandel, während sonst der Wandel oft mit Niedergang, mit Verlust an Differenzierung gleichgesetzt wird. Es hängt davon ab, ob man die Sprachgeschichte langfristig oder kurzfristig betrachtet.

SZ: *Bei dieser Spannung zwischen Linguistik und Sprachkritik fragt man sich immer: Stimmt es denn
wirklich, dass Linguisten ihr Qualitätsgefühl einfach komplett ausschalten, wenn sie ihrer professionellen
60 Arbeit nachgehen? Und niemals sagen: „Das ist wirklich schlechte, das ist wirklich gute Sprache?“*

Mugglestone: Das ist jedenfalls das Prinzip. Doch wenn man sich das OED genau anschaut, findet man auch dort solche Niedergangsängste, in Formulierungen wie: „ein grässlicher Barbarismus!“ Doch wie schon Samuel Johnson selbst – der an meinem College hier in Oxford studiert hat – sehr gut wusste: Man kann nicht „die Wege der Sprache mit Wachen versperren“. Sie können es versuchen, wenn Sie wollen.
65 Aber es funktioniert nicht. Es gibt, wie Dr. Johnson sagt, kein Elixier für die Unsterblichkeit eines Sprachzustandes. Selbst die Académie française musste mehrere Auflagen ihres Wörterbuchs produzieren.

SZ: *Könnte man aber nicht sagen: Je näher man hinschaut, desto „linguistischer“ wird man? Und dann gibt es deshalb gar kein Richtig und Falsch mehr?*

Mugglestone: Nun, es gibt schon Normen, aber es sind nicht Normen der Korrektheit, sondern Normen der
70 Häufigkeit, des Gebrauchs. Man kann eine dominante Variante beschreiben – einverstanden!

SZ: *Was ist die größte Veränderung, die heute das Englische erfasst?*

Mugglestone: Die moderne Technologie, die internationalisierte englische Sprache der elektronischen Kommunikation. So haben wir die Bedeutung von Begriffen erweitert und verändert: „web“, „mouse“, „screen“, „mobile“, „keyboard“ ... Übrigens, über neu hinzukommende Bedeutungen eines Wortes beklagt
75 sich kein Purist – immer nur über verschwindende Bedeutungen.

SZ: *Welche Wirkung hat die Globalisierung aufs Englische?*

Mugglestone: Komplizierte Frage – weil man auch umgedreht fragen könnte: Welche Wirkung hat das Englische auf die Globalisierung? Englisch wurde in der Ära des Kolonialismus ein weltweiter Export. Und heute sind die Sprache und die weltweite Vernetzung erst recht eng verbundene Phänomene. Mein
80 Mann zum Beispiel ist Däne. In einem kleinen Land wie Dänemark sind sehr viele Menschen praktisch schon zweisprachig englisch-dänisch. Aber es ist schwer, diesen Vorgang als englische Invasion zu betrachten – mal abgesehen davon, dass ursprünglich die Invasion von den Dänen zu uns Engländern ging, der allererste König Englands war ja schließlich ein Däne. Rächen wir uns jetzt dafür? (*lacht*)

SZ: *Wie sieht es heute mit der sozialen Bedeutung von Aussprache und Dialekten im Englischen aus? Kann
85 man wirklich immer noch genau an der Aussprache hören, welche Schule jemand in England besucht hat?*

Mugglestone: Ich fürchte, diese Obsession gibt es tatsächlich immer noch. Aber es hat sich doch einiges geändert. Gebildetes Englisch musste früher von jeglicher regionalen Assoziationen gereinigt sein.

„Received pronunciation“, die Sprache einer privilegierten Minderheit, war absolut zwingend – also das, was man auch „BBC-Englisch“ oder „Oxford-Englisch“ nennt. Dieses Extrem der Nicht-Regionalität ist heute deutlich abgemildert. Regionale Sprache wird in Großbritannien jetzt viel positiver gesehen; glaubwürdige, echte Typen in der Werbung beispielsweise sprechen regional gefärbt. Auch in der BBC hört man viel mehr regionale Stimmen. Auch hat sich die „received pronunciation“ selbst verändert. Sie bleibt aber auf 2 bis 5 Prozent der Bevölkerung beschränkt.

SZ: *Und was sind die Gründe für diese Veränderungen?*

Mugglestone: Die Mobilität und Öffnung der Gesellschaft, die Verbreiterung der Bildungsmöglichkeiten und Ähnliches – es sind keine innersprachlichen Gründe. In Oxford und Cambridge kommen inzwischen viel mehr Studenten von staatlichen Schulen, die exklusive Bedeutung der Privatschulen schwindet. Wenn ich mit meinen Studenten spreche, begegne ich einer großen Varietät in der Aussprache des Englischen – von wegen „Oxford-Englisch“!

SZ: *Das war früher ganz anders?*

Mugglestone: Oh ja. Nehmen Sie die Romane der viktorianischen Zeit: Oliver Twist etwa spricht wie durch Magie perfektes *Standard English*. Aufsteigen, auch zum literarischen Heldentum, hieß früher: seinen lokalen Dialekt ablegen.

SZ: *Und in der britischen Politik geht es heute umgekehrt – wer elitär ausgebildet ist, versucht volksnäher zu sprechen.*

Mugglestone: Absolut. Tony Blair fing damit an – der ultimative linguistische Comedian! Auch David Cameron hat sich im Wahlkampf daran versucht. Ein „pures“ Englisch klingt nach Elite, und das kommt nicht mehr überall so gut an.

SZ: *Während Sie hier in Oxford sozusagen noch im Herzen des alten Englischseins sitzen, wird Englisch ja zum universalen, einfachen Werkzeug der Verständigung in der ganzen Welt. Wenn ein Deutscher mit einem Italiener oder ein Russe mit einem Norweger spricht, tut er es heute meistens auf Englisch. Das ist ein globaler Vorgang. Das Englische hat, trotz der Beliebtheit dieses Vergleichs, eine viel breitere Funktion, als das Lateinische im Mittelalter hatte.*

Mugglestone: Wollen Sie mich jetzt etwa fragen, ob ich eine Art von linguistischer Kollektivschuld verspüre, weil ich an der Unterdrückung kleinerer Sprachen mitwirke?

SZ: *Nun, es gibt offenbar schon die Wahrnehmung, dass das ein neues Empire ist – ein sprachliches Empire, in dem Sinne, dass Englisch einen Druck ausübt, der zur Reduzierung sprachlicher Vielfalt führt, nicht zuletzt auch in Europa. Das muss ja keine Anklage sein, nur eine Feststellung. Auch in den europäischen Geisteswissenschaften gibt es übrigens dieses Gefühl: Englischsprachige Forscher lesen keine deutschen, französischen oder italienischen Bücher mehr.*

Mugglestone: Diese Gefühle mag es geben. Aber es ist natürlich kein Imperialismus, was wir da erleben. Imperialismus hat eine politische Kraft hinter sich, ein Expansionsmotiv. Die Sprache nicht. Die englische Sprache ist ja nicht als solche zu bestimmten Handlungen motiviert – sie ist ein Werkzeug. Man könnte sagen: Das globale Englisch ist eine zufällige Folge einer nicht zufälligen Geschichte.

SZ: *Man muss also keine Truppen mehr schicken – Englisch erobert auch so die Welt.*

Mugglestone: Solche Metaphern von Angriff und Verteidigung ziehen sich durch die gesamte Sprachgeschichte. Engländer fanden früher, sie müssten die Invasion des Französischen abwehren. Die Menschen wollen eben in der Sprache ihre Identität bewahrt sehen, und das ist ja auch verständlich. Und natürlich kann man Sprachvielfalt in einem gewissen Maße fördern oder eben nicht fördern. Das sind politische, gesellschaftliche Entscheidungen.

SZ: *Was ist mit dem Übersetzer-Babylon in Brüssel?*

Mugglestone: Als liberale Linguistin mag ich eigentlich diese Diversität. Aber ich verstehe jeden, der das pragmatisch schwierig findet – und wenn es nur um den Papierverbrauch beim Übersetzen geht!

135 **SZ:** Da Sie Expertin für Lexikographie sind, müssen wir zum Schluss fragen, woher eigentlich Ihr Name „Mugglestone“ stammt. Hat das mit den Muggles bei Harry Potter zu tun oder mit irgendwelchen alten Fabelwesen?

Mugglestone: Da muss ich Sie leider enttäuschen. „Mugglestone“ heißt einfach: großer Stein. Es ist verwandt mit „micel“, was im Altenglischen so viel wie „sehr groß“ bedeutet. Leider nicht sehr poetisch. Aber es ist ein ordentlicher nordischer Name – nichts Importiertes!

140 *Interview: Johan Schloemann*

– (Süddeutsche Zeitung vom 29./30. Mai 2005, Nr. 121)

Aufgaben

1. Fassen Sie zusammen, welche Einflüsse sich auf das britische Englisch auswirken.
2. Beschreiben Sie die Reaktionen auf diese Einflüsse. Vergleichen Sie damit die deutsche Diskussion über „Denglish“ und Anglizismen.
3. Englisch ist die Sprache der Globalisierung. Überlegen Sie, welche Vorteile sich daraus ergeben und welche möglichen Nachteile.
4. Beschreiben Sie, welche soziale Bedeutung der Aussprache und dem Dialekt in Großbritannien heute im Vergleich zu früher zukommt. Vergleichen Sie die britischen Verhältnisse mit denen in der Bundesrepublik Deutschland.

Text 2

Norbert Walleit: Man spricht Deutsch

Unternehmen verzichten zunehmend darauf, sich auf Englisch an ihre Kunden zu wenden. Sie wollen schließlich, dass ihre Botschaften verstanden werden. Die Deutsche Bahn geht mit gutem Beispiel voran.

5 Kleiner Test: Wo befinden wir uns, wenn der Lautsprecher auf Angebote im „Service Store“ hinweist, wir am „Counter“ anstehen, am „Meeting Point“ auf Freunde warten oder Wegweiser uns zu den „Kiss-and-ride-Plätzen“ leiten? Vielleicht in der Central Station von New York oder bei Harrods in London? Nicht doch. Eher in einem beliebigen kleinen deutschen Provinzbahnhof.

10 Die Deutsche Bahn hat in der Vergangenheit keine Gelegenheit ausgelassen, die Fahrgäste mit aufgeblasenen Anglizismen zu verwirren. Da wurde noch aus dem letzten Handzettel ein „Flyer“ und aus jeder Kundenrufnummer eine „Hotline“. Das soll anders werden. Die Bahn will wieder Deutsch sprechen. In einer neuen Kommunikationsrichtlinie hat Bahnchef Rüdiger Grube die „möglichst durchgängige Verwendung der deutschen Sprache“ verfügt. Englische Begriffe dürfen nur noch dann verwendet werden, „wenn wir uns zielgerichtet an Kunden mit internationalem Hintergrund richten oder an solche, die grenzüberschreitend in unseren Zügen unterwegs sind“, teilte ein Bahn-Sprecher mit. Also wird aus dem
15 „Counter“ bald wieder der gute alte Schalter und aus dem „Meeting Point“ der Treffpunkt.

Aus dem „Meeting-Point“ wird wieder der Treffpunkt

In der Politik ist die Nachricht auf große Zustimmung gestoßen. Peter Bleser, verbraucherpolitischer Sprecher der Unionsfraktion im Bundestag, fordert andere Konzerne auf, dem Beispiel zu folgen – „die Telekom zum Beispiel“. Dort aber behauptet man, längst auf den Trichter gekommen zu sein. Tatsächlich tritt das Unternehmen jetzt einheitlich mit dem Erkennungsmotto „Erleben, was verbindet“ auf. Früher hieß es bei T-mobile etwa „Get more“ oder bei T-Systems „Business flexibility“. Es sollen nur Begriffe verwendet werden, die „allgemeinverständlich, im Sprachgebrauch üblich oder Zielgruppen-spezifisch sind“, teilt ein Sprecher mit. Da gibt es Grenzfälle. Eingedeutschte Verben wie „downloaden“ aus dem Internet werden weiterhin benutzt, weil sie in der Netzgemeinde eben längst eingeführt seien.

Aber immerhin zeichnet sich da ein Wandel im Sprachgebrauch ab, hin zu mehr Verständlichkeit, weg von überflüssigen oder dummen Anglizismen? „Ja, auf jeden Fall“, sagt Volker Nickel, Sprecher des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft. „Diejenigen, die etwas falsch gemacht haben, korrigieren das jetzt.“ Nickel kann beachtliche Beispiele aufführen. C&A habe vom seltsamen „Fashion for living“ auf das gedanklich überschaubare „Preise gut, alles gut“ umgestellt. Bei Douglas heißt es nicht mehr „Come in and find out“, jetzt lautet die Botschaft „Douglas macht das Leben schöner“. Während McDonald's in der Blütezeit der Globalisierung mit „Every time a good time“ warb, entwickelten 2003 deutsche Werber den einfachen Spruch „Ich liebe es“.

Wer wissen will, woher diese Besinnung auf klare, verständliche – und deutsche Werbesprüche kommt, findet in Köln eine Antwort. Dort sitzt Endmark. Das ist eine Agentur, die Markennamen entwickelt. In regelmäßigen Studien untersucht sie die Wirksamkeit von Werbesprüchen. Mit erschütternden Ergebnissen für manchen scheinbar „coolen“ Werbespruch. So verstanden gerade mal 18 Prozent der Befragten den Spruch eines Bierbrauers „Welcome to the Beck's Experience“ richtig, nämlich als „Willkommen beim Becks-Erlebnis“. Viele dachten, es handle sich um die Begrüßung für ein „Becks-Experiment“. So geht das weiter. 42 Prozent der 14- bis 29-Jährigen verstanden einigermaßen, was die Werbung für den Opel Antara meint: „Explore the city limits“. Bei den 30- bis 49-Jährigen waren es bereits weniger als ein Drittel.

Gemeint ist wohl so etwas wie „Erkunde die Grenzen der Stadt“. Aber es gab groteske Missverständnisse. So wurden etwa „Explosionen an der Stadtgrenze“ vermutet. Quer durch alle Studien, sagt Endmark-Chef Bernd Samland, ließ sich feststellen, „dass im Schnitt nur wenig mehr als ein Viertel der Befragten die untersuchten englischen Sprüche im Sinne ihrer Absender verstand“.

Tatsächlich reagiert die Branche auf solche Befunde. Bei Kodak heißt es nicht mehr „Take Pictures. Further“, sondern stabreimend „Kenner kaufen Kodak-Filme“. Und Burger King formuliert nicht mehr kryptisch „Have it your way“, sondern markig „Geschmack ist King“ – auch mit englischem Restbestand, aber verständlich. Für Christoph Fasel, Professor für Verbraucherjournalismus an der Hochschule Calw, drückt sich in diesem Umgang der Geist der neuen Zeit aus. Spätestens seit dem 11. September 2001 sei „der Glaube an die guten Seiten der Globalisierung erschüttert“. Deglobalisierung „steht auf der Agenda der Verbraucher“. Die Werbebranche vollzieht diese Entwicklung nach.

Deglobalisierung ist das Verbrauchsgebot der Stunde

Offenbar nicht nur die. Im Bundesverkehrsministerium gibt es kein „Travel Management“ mehr, sondern wieder die gute alte Reisestelle. Besprechungen heißen nicht mehr „Meeting“ und eine simple Arbeitsgruppe nicht mehr „Task Force“. Ressortchef Peter Ramsauer (CDU) hatte sich geärgert, als er in seinem Haus die Ankündigung für ein „Inhouse-Seminar for Outsourcing“ las. Das hat ihm gereicht. Das „Hinterherhecheln nach dem neuesten Stand der Sprachmode“ werde sein Haus jedenfalls nicht mehr mitmachen.

Also wirklich eine Wende? Die sieht Samland noch nicht. Es gibt Rückfälle. So ersetzte Sat 1 zwar sein seltsames Motiv „Powered by emotion“ durch „Sat 1 zeigt's allen“. Inzwischen aber spricht der Sender seine Kunden wieder englisch an: „Colour your life.“

– (Sonntag Aktuell vom 28. Februar 2010)

Aufgabe

1. Sammeln Sie weitere Beispiele für Anglizismen in der Werbung. Entwerfen Sie dann eine Gegenanzeige, die auf englische Ausdrücke verzichtet.

Text 3

Eike Christian Hirsch: Wie es sich anfühlt

Die Familienfreundin hat schon zu viele Soap Operas in schlechter Übersetzung erlebt. Als wir uns begrüßten, muss ich ihr gestehen, dass mir gerade einiges misslungen ist. „Ich weiß, wie sich das anfühlt (how it feels)“, sagt sie mitfühlend.

Nun soll ich davon erzählen. Und sie, mit innigem Blick, ganz amerikanisch: „Was macht das mit dir (what does this do to you)?“ Klingt wie eine Standardfrage aus der Psychologie, ich kann daher nur schlecht antworten. Sie hilft mir ein: „Ich glaube zu wissen, was es bedeutet (what it means), sich wie ein Verlierer zu fühlen (to feel like a loser).“ Ihre Anteilnahme tut gut, und ich freue mich auch, dass sie „bedeutet“ gesagt hat und nicht „was es meint“. Früher sagte man übrigens: „Ich weiß, was es heißt“

„Ja, der Beruf!“, sage ich. „Du zahlst einen hohen Preis“, meint sie verständnisvoll, „und – haben sie dich gegrillt?“ Nun ja, was soll ich sagen. Sie weiß, wie das in den Soaps läuft: „Ich fühle, du solltest einen Doktor sehen. Richtig?“ Auf amerikanisch „fühlt“ man manches, was man bei uns „meint“ oder „glaubt“. Den Vorschlag muss ich leider ablehnen, kein Doktor.

„O, mein Gott!“, ruft sie daher empört aus, genau im Singsang aller amerikanischen Hausfrauen aus den Vorstädten mit ihrem: Oh my god! In alten Zeiten hatten wir ja im Deutschen zur Auswahl „Mein Gott!“ oder „O, Gott!“. Doch die Amerikaner sind nun einmal die Kombination aus beidem gewohnt. Und das müssen die deutschen Synchronsprecherinnen so übernehmen, sonst stimmt die Silbenzahl nicht mehr mit den Lippenbewegungen überein. Seitdem heißt das auch bei uns dreigliedrig: „O, mein Gott!“

Um mich zu bestärken, sagt sie nun: „Du musst dich nicht mehr beweisen (you don’t have to prove yourself anymore)!“ Ich murmele, doch, ich hätte das durchaus nötig. „Aber das ist nicht die Realität!“, höre ich. Und ich denke, einst sagte man wohl: „Das entspricht nicht der Wirklichkeit“. Vorbei.

Diesmal kommentiere *ich* das auf Amerikanisch: „Klingt gut (sounds good)“. Sie erzählt mir, dass sie neuerdings gerne fotografiert und damit in die Öffentlichkeit geht. „Sie machen es heute so leicht (they make it easy), Fotos ins Netz zu stellen“, schwärmt sie und versichert mir: „Ich möchte sie mit meinen Freunden teilen.“ Ja, gewiss, man soll alles mit seinen Freunden teilen, aber „teilt“ man Fotos, indem man sie einfach nur zugänglich macht? Im Amerikanischen durchaus: Share your pictures! *Teilen* kann man seitdem auch bei uns Erinnerungen, Gefühle und Gedanken – indem man sie mitteilt. (Bislang konnte man das nur auf umgekehrtem Weg, indem man Anteil nahm: Ich teile deine Gefühle.)

„Alle können“, sagt sie, „die Bilder dort sehen. Wir sprechen von (we are talking about) der Hälfte der Menschheit!“ Neuerdings heißt das auch bei uns so, wo wir bislang „es geht um die Hälfte der Menschheit“ sagten. Ob mit den Bildern da etwas passieren kann, will ich wissen. „Ich wähle eine Plattform“, entgegnet sie, „da bin ich auf der sicheren Seite (on the safe side).“ Nun lacht sie und schüttelt den Kopf: „Amateurin wird öffentlich (amateur goes public) oder Künstlerin trifft ihre Fans (meets her fans), nein, das ist nicht mein Ding (isn’t my thing), nicht wirklich (not really).“

Offenbar habe ich endlich entspannt gestrahlt. „Nimm’s leicht (take it easy)“, ermuntert sie mich trotzdem noch. Zwar wird sie mich jetzt stehen lassen, tut es aber nicht ohne eine abschließende Phrase, die nach viel klingt, aber wenig bedeutet: „Pass gut auf dich auf (take care of yourself)!“

Eine Floskel nur, obwohl sie wie ein säkularer Segensspruch klingt. So murmelte ich ebenfalls etwas Nichtssagendes: „Mach’s auch gut.“

— (Aus: Eike Christian Hirsch, *Deutsch kommt gut. Sprachvergnügen für Besserwisser*, München: C.H. Beck Verlag 2008, S. 77)

Aufgabe

1. Sammeln Sie weitere Beispiele für sprachliche Wendungen und Satzmuster, die dem amerikanischen Englisch entlehnt sind.