

GLOBALISIERUNG

You funny me

Die englische Sprache erobert die Welt – und die Welt macht sie sich zum Schrecken der Briten untertan.

Wer in Asiens aufstrebenden Nationen Karriere machen will, braucht dreierlei: Leistungswillen, Ellenbogen und Englischkenntnisse. Legionen junger Chinesen büffeln deshalb die Weltsprache Nummer eins. Sie lernen den Unterschied zwischen „download“ und „down the road“ – und verzweifeln häufig an der Aussprache.

Es hilft aber nichts: In jedem dritten Staat der Erde ist Englisch Amtssprache. Bis zu 75 Prozent aller Internet-Seiten kommen auf Englisch daher. Kaum etwas läuft im internationalen Geschäftsleben ohne das Idiom der Queen oder was daraus geworden ist.

Mit Englischkursen werden weltweit jährlich 2,3 Milliarden Dollar umgesetzt. Pekings Polizisten etwa sind verpflichtet, bis zu den Olympischen Spielen 2008 in ihrer Heimatstadt 600 Vokabeln zu beherrschen, Taxifahrer müssen zumindest

Begriffe wie „Restaurant“ oder „Platz des Himmlischen Friedens“ kennen.

Sogar in Indien, wo Englisch seit Kolonialzeiten gleichberechtigt neben Hindi steht, sind Sprachschulen ein 100-Millionen-Dollar-Markt. Die Ergebnisse klingen leicht kurios. Inder sagen beispielsweise „primmri“ statt „praimer“ (für primary = ursprünglich). Lautbildung und Intonation geben ihrem Englisch ein eigenständiges Gepräge.

Zwar hören sich auch angelsächsische Teutonen recht speziell an, wenn sie das „r“ aus dem Rachen knorzen und am „th“ scheitern. Aber selbst fernöstliche Radiosprecher, die es von Berufs wegen eigentlich besser können müssten, sagen immer öfter „sis“ statt „this“ und „tree“ statt „three“. Das eigentlich Falsche gewinnt auf diese Weise, in Teilen der Welt, allmählich normative Kraft.

Die Wandlungen des „Standard American-British English“ (SABE) betreffen mindestens in gleichem Maße die Semantik. „Japlish“, ein japanisch-englischer Mischmasch, oder „Hinglish“, der Mix aus Hindi und Englisch, sind kreative, in ständigem Fluss befindliche Ausweitungen der Lin-



Königin Elizabeth II.
Fließende Verhunzung

ANWAR HUSSEIN COLLECTION / GETTY IMAGES

gua franca. Wörter ändern ihren Sinn; Deklination, Konjugation und Satzbau werden regionalen Gepflogenheiten angepasst, fallweise aber auch umgekehrt.

„Hungry kya?“ („Hast du Hunger?“), fragt ein südasiatischer Werbeslogan für Domino's Pizza. „You funny me? I funny you!“, warnen junge Malaysier ihre Kumpel und benutzen ein Adjektiv einfach als doppeldeutiges Verb: „Du machst mich an? Ich werd's dir zeigen!“

Der Anpassungsfimmel der Deutschen, die in der Back-„Factory“ ganz selbstverständlich Muffins ordern, outdoor mountainbiken und zum „CallYa“-Tarif durchs Web googeln, ist also nichts Besonderes, sondern eher Ausdruck einer modernen Notwendigkeit, jedenfalls im Kern. Wer in der *einen* Welt verstanden werden und seine Interessen wahren will, der muss die *eine* Sprache können. Irgendwie.

David Crystal, ein britischer Linguistik-Papst und Mitverfasser der „Cambridge Enzyklopädie der Sprache“, zieht eine zwiespältige Bilanz der globalen Anglizierung. Einerseits meldet er ein historisches Allzeithoch, denn die Zahl der Muttersprachler, rund 375 Millionen, wird mitt-

lerweile um das Dreifache von jenen über-
troffen, denen SABE zumindest einiger-
maßen vertraut ist. In einem Jahrzehnt
werden sich vermutlich drei Milliarden
Menschen untereinander verbal verständi-
gen können, fast die halbe heutige Welt-
bevölkerung.

Andererseits sieht Professor Crystal ei-
nen Trend zur Vereinfachung und Verhun-
zung, vor dem es Oxfordianern grausen
muss. Die Weltsprache ist nicht Englisch,
sondern schlechtes Englisch.

Rückkopplungseffekte auf das wahre,
reine SABE sind zu beklagen und Proble-
me durch all die Modifikationen in der
Fremde – dabei reden schon US-Amerika-
ner und Australier manchmal aneinander
vorbei, etwa wenn von „Barbie“ die Rede
ist: Die Amis denken spontan an die rosa
Puppe ihrer Kindheit, die Aussies an ein
Barbecue, ein Grillfest.

Zu alledem verändert auch noch die
anglophone Kulturszene kräftig die eigene
Sprache. Der Straßenjargon von Rappern
und HipHoppern infiziert Nachahmer in
aller Herren Länder. Kürzel wie „4 u“ (for
you) finden besonders schnell Akzeptanz;
sie sind ultimative Vereinfachungen des
ohnehin prägnanten und auch deshalb so
erfolgreichen SABE.

Dass Sprachen sich weiterentwickeln, ist
normal – ein ständiges Update sozusagen.
Beim Welt-Englisch jedoch nimmt dieser



REX FEATURES (L.); ALAMY IMAGES (R.)

Spielzeugpuppen in den USA, Grillvergnügen in Australien: Modifikationen für „Barbie“

Prozess ungekannte Formen an. Es diffe-
renziert sich zu Regionalsprachen wie Pid-
gin (in der Karibik) aus, zu fachbezogenen
Begriffssphären wie dem Computer-Eng-
lisch, zum coolen Code für Youngster, zu
einer Magerversion für Touristen.

Nicht auszuschließen ist insofern, dass
der scheinbar unaufhaltsame Siegeszug
eine paradoxe Langzeitwirkung hat. Dass
das *eine* Englisch mit allerlei Landesspra-
chen sich verselbständigende Amalgame

bildet. Dass sein Basiswortschatz irgend-
wann globales Allgemeingut wird, es aber
viele Englischs gibt. Und dass Geschichte
sich vielleicht doch wiederholt.

Auch die Römer exportierten schließ-
lich ihre Sprache in ein ansehnliches Impe-
rium. Übrig geblieben sind nach zwei
Jahrtausenden das Italienische – und
viele europäische Sprachen, die einen
gemeinsamen lateinischen Fundus ha-
ben.

RÜDIGER FALKSOHN