

Literatur

## Peru perdu

Vor knapp sechs Jahren kämpfte er um „den gefährlichsten Posten der Welt“. Sein Land litt an Hunger, Arbeitslosigkeit und Terror; er wollte es retten vor Barbarei und wirtschaftlichem Ruin. 1987 wagte sich der Schriftsteller Mario Vargas Llosa in die Politik und kandidierte in Peru sogar fürs Präsidentenamt.

Peru perdu: Vargas Llosa unterlag dem Machiavelisten Alberto Fujimori, der in diesem eher trivialen Drama die Rolle des Schurken und Intriganten spielt. Sein Scheitern erlebt Vargas Llosa als heimlichen Sieg: Der politische Intellektuelle kehrte zurück zu seiner wahren Berufung, der Literatur. Mit der überstürzten Abreise aus Peru wiederholte er seinen Aufbruch ins europäische Exil 1958. Hier hatte er gelebt und geschrieben, lange 16 Jahre, in denen er zum internatio-



Mario Vargas Llosa  
**„Der Fisch im Wasser“**  
 Suhrkamp Verlag  
 Frankfurt am Main  
 78 Mark

nal anerkannten Romancier wurde.

Von Exil und Politik erzählt Vargas Llosa, 59, in seinen Erinnerungen „Der Fisch im Wasser“, die eigentlich keine Autobiographie ergeben, sondern markante Stationen seines Lebens vergegenwärtigen – wobei sich der Autor um die Chronologie nicht schert, sondern die politische Karriere kapitelweise mit der Beschreibung einer geradezu romanhaften Kindheit und Jugend verbindet: Mit 10 lernt er seinen wahren Erzeuger kennen, einen finsternen Tyrannen; mit 19 heiratet er in einer abenteu-

erlichen Aktion seine Tante, später seine Cousine. Das Leitmotiv dieser (von Elke Wehr übersetzten) Memoiren ist Vargas Llosas Überzeugung, daß die literarische Fiktion das wahre Leben ist – weil sie das Bestehende denunziert und dem Romancier erlaubt, „die Welt nach seinem Ebenbild neu zu erschaffen, sie in Übereinstimmung mit seinen geheimen Lüsten umzugestalten“.

Heiraten

## Millionenschwere Nikoläuse

„Irgendwann werden Reiche heiraten – warum nicht dich?“ fragt Ginie Polo Sayles ihre Leser. Ihr Ratgeber „How To Marry The Rich“ ist ein trickreicher Stufenplan für Zusammentreffen mit Millionären, die mit dem gewinnbringenden Gang zum Traualtar enden sollen. Die Umsetzung ihrer Tips ist arbeitsaufwendig und zeitraubend: Man braucht teure Kleider und muß exklusive Restaurants und Fitneßstudios besuchen. Das Einchecken in eine teure Klinik für Alkoholabhängige will ebenso bedacht sein wie der Wechsel des Jobs; auch die zielsichere Auswertung von Todesanzeigen (es bleibt immer ein trostsuchender Witwer übrig) will geübt sein. Wichtigste Regel: Bloß nicht zu nett und zu lieb sein. „Seid mühsam, erfindet Dramen“, rät Sayles



Autorin Sayles

Millionärssuchenden in ihrem Buch und in Kursen, die sie in amerikanischen Großstädten abhält. Zweifel an der Kompetenz der Autorin, die in der kleinen staubigen Texasstadt Big Spring aufwuchs, sind unangebracht: Seit zehn Jahren ist die ehemalige Sozialhilfeempfängerin Gattin des Millionärs Reed Sayles. Der texanische Ölerbe ist, wie er im Vorwort von „How To Marry The Rich“ schreibt, stolz auf die geldbewußten Lebens- und Ehegrundsätze seiner Frau. Nur ein Goldsucher, behaupten Ginie und Reed, sei der richtige Partner für einen Goldbesitzer – „sie sprechen die gleiche Sprache“. Ästhetisch anspruchsvolle Naturen, die Millionen lieben, sich aber vor Millionären mit Spitzbauch oder Glatze gruseln, werden von Sayles mit der glücksbringenden Kraft des Reichtums getröstet. Einen Millionär zu ehelichen, verspricht sie, das bedeute einen Nikolaus zu heiraten und das ganze Jahr in seinem Spielsack zu wühlen.

INTERVIEW

Sprache

## Ein Käfer made in USA

Die Dresdner Linguistin Ingrid Piller, 28, über ihre Dissertation „Amerikanische Automobilnamen“

**SPIEGEL:** Was ist denn linguistisch so ergiebig an amerikanischen Autos?

**Piller:** Ich habe untersucht, welche Namen Autos von der Industrie bekommen und wie sie andererseits in der Familie genannt werden.

**SPIEGEL:** Gibt es da Unterschiede?

**Piller:** Und wie! Die Industrie will mit dem Namen ein positives Image vermitteln und bewirbt immer noch vorwiegend die Männer. Die identifizieren sich am ehesten mit aggressiven Namen wie „Arrow“, also Pfeil, oder „Excalibur“. Besonders prestigeträchtige Marken wie Cadillac heben sich von diesem Muster ab. Die nennen ihre Fahrzeuge dann „Concours“ oder „Coupé DeVille“, womit sie internationales Flair und Exklusivität suggerieren wollen.

**SPIEGEL:** Und wie taufen nun die Autobesitzer ihre Gefährte?

**Piller:** Die wollen eher was Familiäres und nennen ihre Kutschen dann „Schnuckelchen“ oder „Hummelchen“. Ganz berühmte Autos bekommen einen Spitznamen vom ganzen Volk verpaßt. Der VW-Käfer zum Beispiel, den die Amis „Beetle“ nannten.

**SPIEGEL:** Haben die Amerikaner etwa Deutschlands beliebtesten Wagen sprachlich unsterblich gemacht?

**Piller:** Ja. „Käfer“ ist eine Rückübersetzung. VW war erst gar nicht begeistert, bis sie endlich gemerkt haben, wie verkaufsfördernd so ein Kosename ist.



VW-Cabriolet