ANGELIKA LINKE

„Amerikanisierung“: Kulturelle Nutzung fremder Zeichen

Die nachfolgenden (knappen) Überlegungen dazu, ob und wie sich das Phänomen der „Amerikanisierung“ des deutschen Wortschatzes kulturwissenschaftlich deuten lässt, möchte ich an ein Beispiel früher Sprachkritik anbinden, welches Andreas Gardt im Rahmen seines Vortrags „Das Fremde und das Eigene. Zur Geschichte des Fremdwortbegriffs im Deutschen“ an dieser Tagung dargelegt hat. Das Beispiel betrifft die Kritik am französischen Lehnwort *tranchieren*, welches – so der von Gardt zitierte Sprachkritiker aus dem 16. Jahrhundert – ja doch nichts anderes bedeute als „zerteilen“ oder „zerschneiden“ und folglich völlig überflüssig sei. Denn ob man nun ein Huhn *tranchiere* oder *zerteile* – das Ergebnis sei in beiden Fällen dasselbe, nämlich ein Huhn in Stücken.

Nun kann man, mit Blick auf den historischen Kontext, zunächst einmal konstatieren, dass diese Kritik am kulturellen Wesen der Sache, um die es geht – eben den Ausdruck „tranchieren“ – vorbeizielt, insofern sich dieser Ausdruck gerade nicht auf den einfachen instrumentellen Vorgang des Zerschneidens von Geflügel (oder von anderem Fleisch) zur Vorbereitung schicklichen Verzehrs bezieht, sondern auf den repräsentativen Akt, der mit diesem Vorgang verbunden ist.

Denn das Tranchieren ist – im 16. Jahrhundert – im weiteren Sinn zu den adligen Körperkünsten zu rechnen, es steht, als eine der minderen Künste, neben den hohen Künsten des Tanzes, des Fechtens, des Voltigierens und des Ballspiels, und zu seiner Ausübung sollte man folglich auch – so will es die historische Etikette – nach Möglichkeit einen Höfling von ästhetisch befriedigender Gestalt erwählen.³

Die Wahl von *tranchieren* anstatt *zerteilen* ist also nicht einfach alamodische Geziertheit, überflüssige Französisiererei, sondern ist verbunden mit einem nicht zuletzt durch die „fremde“ Aura des Wortes erzeugten *semantischen* Mehrwert, der dem *sozialsymbolischen* Mehrwert der Handlung entspricht.

³ Vgl. etwa „Neu Vermehrt-Nützlichs Trenchier=Buch/darinnen zu befinden. Wie man nach itziger Art und Manierlichen Gebrauch/allerhand Speisen ordentlich auff die Tafel setzen / zierlich zerschneiden und vorlegen/auch in guter Ordnung wieder abheben soll (...)“ Gedruckt zu Kunstburg. In diesem Jahr [Erstdruck 1657, Nachdrucke im 18. Jh., Neudruck Leipzig 1984], wo als *Trenchicant* „einer von Adel/ oder sonsten eine qvalifizierte Person/ geraden und proportionirten Leibes“ gefordert wird.

Nun dürfte der zeitgenössische Kritiker dies alles natürlich gewusst haben. Was er vorbringt, ist deshalb nicht einfach unsinnige Kritik an einem falsch verstandenen Sprachgebrauch, sondern ist eine Form der Adelskritik im Mantel der Sprachkritik: Was er angreift, ist nicht der französische Ausdruck, die sprachliche *Form*, sondern die in dieser Form repräsentierte kulturelle Überhöhung einer alltagsfunktionalen Handlung im Dienste der *Selbstinszenierung höfischer Kultur*. Man schlägt den Sack und meint den Esel.

Und damit bleibt nun die Frage, welchen Esel man heute meint, wenn man die Anglizismen schlägt.

Ich möchte hierzu zwei Vermutungen anstellen und daran anschliessend eine Schlussfolgerung wagen:

1. Im Gegensatz zu den stilistischen Markierungen, wie sie französischen Lehnwörtern häufig zugeordnet wurden (und werden), wie etwa „elegant“ oder „vornehm“, und wie sie auch für als solche erkennbare lateinische oder griechische Fremdwörter gelten – nicht umsonst spricht man in diesem Zusammenhang oft von „Bildungswortschatz“ – signalisieren Amerikanismen nicht dieselben sozialstilistischen Unterschiede.

Was Amerikanismen stereotyp unterstellt wird, ist vielmehr eine gewisse Modernität, Lockerheit und Jugendlichkeit, allenfalls auch eine Aura von Kompetenz und Professionalität. Die soziale Ordnung, die in den fremden Zeichen gespiegelt wird, ist nicht mehr in erster Linie eine *vertikale*, die sich auf die hierarchische Schichtung von oben nach unten bezieht, sondern vielmehr eine *horizontale*, die verschiedene gesellschaftliche Gruppierungen und hier v.a. die „Insider“ von den „Outsidern“ unterscheidet. Was Amerikanismen anstössig macht, ist ihr „Szene“-Charakter, der eine kulturell neue, dynamische Fraktionalisierung der Gesellschaft im Medium der Sprache deutlich werden lässt.

2. In kritischen Stellungnahmen gegenüber Anglizismen wird häufig deren „Überflüssigkeit“ moniert, als akzeptabel erscheinen vielen Sprachbenutzern und Sprachkritikern nur solche Lehnwörter, die ein ausgewiesenes semantisches Bedürfnis abdecken. Solche Argumentationen heben auf ein Sprachverständnis ab, das die Darstellungsfunktion von Sprachzeichen in den Vordergrund rückt und dem *signifié* den Primat vor dem *signifiant* einräumt.

Vielleicht ist es aber gerade die Lust am *signifiant*, die zählt:

Formale sprachliche Innovativität wird heute – besonders im Medienkontext – teuer bezahlt und erhält damit *Warencharakter*. Eng verbunden damit ist die Wahrnehmung sprachlicher Produkte als Konsumgegenstand. Die sprachliche Form erscheint auch im Alltagskontext immer weniger als blosses Instrument der Kommunikation, sondern wird selbst zum Objekt ästhetischer Aufmerksamkeit, zum Gegenstand *ästhetischen Konsums*.

Amerikanismen erscheinen – gerade so lange sie noch als „fremde Zeichen“ markiert bzw. erkennbar sind – unter dieser Perspektive als besonders attraktiv, und die Amerikanisierung des Deutschen wird in diesen Fällen zum Instrument der *Inszenierung* der Rede – im kommerziellen Zusammenhang der Werbung ebenso wie in alltäglichen ad-hoc-Bildungen einzelner Sprecherinnen und Sprecher. Das in der poststrukturalistischen Diskussion so oft beschworene Primat des Signifikanten hat in der gegenwärtigen Ubiquität von Amerikanismen vielleicht seinen alltagskulturellen Ort gefunden.

Beide ganz andeutungshaft skizzierte Entwicklungen könnte man nun, wenn man wollte, als Elemente in einem umfassenderen kulturellen Veränderungsprozess verstehen. Sowohl die Ersetzung einer hierarchisch-vertikalen durch eine stärker auf Ausschluss und Einschluss hin orientierte horizontale Ordnung – im Symbolsystem der Sprache – als auch die zunehmende Tendenz zur selbstreflexiven Inszenierung des Mediums Sprache sind Phänomene, die als konstitutiv für *popular culture* bzw. für die „Popularisierung“ von Kultur gelten (wobei die Führungszeichen einem folkloristischen Verständnis des Begriffs entgegenstehen sollen).

Die sogenannte Amerikanisierung des Deutschen lässt sich aus kulturwissenschaftlicher Perspektive also (unter anderem) als Teil und Medium eines sprachlichen Popularisierungsprozesses deuten, der die traditionelle Ordnung der Diskurse und die in dieser Ordnung symbolisierten kulturellen Strukturen in Frage stellt. Dass sich die Kritiker dieses Prozesses nicht mehr – wie lange Zeit der Fall – bestimmten politischen oder kulturellen „Lagern“ zuordnen lassen, sondern sich aus den unterschiedlichsten sozialen und kulturellen Gruppierungen rekrutieren, verweist auf eine entsprechende Verunsicherung weiter Kreise der Sprachgemeinschaft. Dass schliesslich die fremden Zeichen, die in diesem Prozess das Material bilden, aus dem Land von Coca Cola und McDonalds kommen und damit selbst wieder mit der Aura des Populären umgeben sind, ist kein Zufall und fördert den hier angesprochenen Effekt.