JaWes digitales Tagebuch

It´s all so English

In ist, wer nur mehr Englisch spricht, glauben die Jungmanager von heute. Aus diesem Grund durchströmen immer öfter Anglizismen unseren Sprachraum. Vor allem in unserer Branche gibt es keinen Tag, an dem man nicht über den einen oder anderen englischen Begriff stolpert. Wobei *Stolpern* das Problem wahrlich beim Namen nennt. Denn die meisten die-hard Anglizismenfetischisten kommen ins Trudeln wenn um Übersetzung gebeten wird. *Internet* ist ja heute schon in den deutschen Sprachgebrauch inkludiert und gar nicht mehr wegzudenken. Aber Ausdrücke wie *Workflow*, *Workmanagement* oder *Burnfactor* sind Wörter die nicht erklärt aber trotzdem benutzt werden. Bewusst wird das aber den Wenigsten.
Erst unlängst ertappte ich mich dabei, wie ich von *Hype* sprach, ohne auch nur eine Sekunde dafür zu verschwenden, um ein passendes österreichisches Äquivalent zu finden. *Pretty sad*. Weil bei genauerer Betrachtung fällt mir nicht einmal nach längerer Nachdenkpause eine plausible Übersetzung ein. Wie wär's mit *Hyper*? Aber genau genommen spiegelt das nur einen Bruchteil der Bedeutung von *Hype* wieder und darüber hinaus ist es ja auch nicht deutsch. Der überstrapazierte *Zeitgeist* ist für mich auch keine befriedigende Lösung. Der muss ohnehin schon für so ziemlich alles herhalten, was modern ist und keine brauchbare Übersetzung im Deutschen findet.
Auch das Wort *Boom* ist überstrapaziert bis zum geht nicht mehr. Warum ist das so? Es gibt doch eine so schöne und ästhetische Übersetzung. Aber nur noch selten ist vom armen *Aufschwung* die Rede. Überall heißt es nur mehr *Boom* hier, *Boom* da. Doch Vorsicht ist geboten: Laut dem Bruce Willis-Film „Last Boy-Ccout", bedeutet *Bom* (mit einem O) auf polnisch etwas gar nicht so nettes.
Mein Lieblingswort ist derzeit aber *Workflow*. Sei es nun im Zusammenhang mit e-*Governmnent*, wo laut Bundeskanzler Schüssel der *Workflow* effektiver gestaltet werden soll, oder in einer kleinen Firma, die ihren *Workflow up-to-date* bringen möchte. Muss man das auf Englisch machen? Es ändert ja sowieso nichts daran, dass die Betroffenen zwar sagen, dass es passieren muss, nur vom *wie* haben sie noch keine Ahnung. Wahrscheinlich klingt *Arbeitsfluss* auch zu anrüchig oder einfach zu banal um noch verwendbar zu sein. Ich denke, dass diejenigen die diese Anglizismen verwenden, einfach nur irrsinnig *smart* und *up-to-date* oder *hype* wirken und davon ablenken wollen, dass ihr *Smalltalk* wie eine *Bubble bursten* wird, wenn man ein wenig nachbohrt. „*As you like it*!"
Jeder, der hochgestochen klingende Anglizismen verwendet, sollte gezwungen werden, den eben getätigten Ausspruch ins Deutsche zu übersetzen. Wäre bestimmt für unterhaltsame Momente gut. Dann würden viel öfter so übertrieben abgebrühte Jungmanager oder Zeitgeistritter mit riesigen Schweißperlen auf der Stirn zu sehen sein, die wie geprügelte Hunde nur noch etwas von *uncool*, „*none of your business*" oder „Ich werde es nie wieder tun" stammeln. Ich werde morgen gleich bei mir damit anfangen. Versprochen!
Vielleicht stellen Sie sich nun die berechtigte Frage, was diese linguistische Abhandlung in einem Branchenmagazin wie X-media verloren hat? Wie Sie unserem Subtitel entnehmen können, behandeln wir auch digitale Kommunikation. Und des Journalisten täglich Brot ist die Sprache, mit der wir Inhalte vermitteln wollen. Ob das nun digital oder konventionell mittels Papier abläuft ist dabei irrelevant. Kommunikation ist und bleibt (hoffentlich) Kommunikation. Vielleicht auch in einer Sprache, die wir verstehen.

In diesem Sinne. C U L8er und Cheers. Ihr JaWe