

# Der Übersetzer

## DISKUSSIONSBEITRÄGE UND INFORMATIONEN

Herausgegeben vom Verband deutschsprachiger Übersetzer literarischer und wissenschaftlicher Werke e.V.

Nr. 4 9. Jahrgang



Neckarems April 1972

Eaghor G. Kostetzky:

### Das Hohelied des Futurismus

*Majakowskij's 'Wirbelsäulenflöte' in dreifacher Übersetzung*

Eine unerbittliche Konkretheit des Ausdrucks, die sich jeder reduzierenden Verallgemeinerung widersetzt, bildet den eigentlichen Nerv der russischen Literatur. Zieht man in Betracht, daß deutsche Übersetzer weithin die Gewohnheit haben, das Aufzunehmende gerade durch Verwendung der gebräuchlichsten Wortgruppen zu systematisieren, so ergibt sich die paradoxe Schlußfolgerung: Im Grunde ist die russische Literatur von der deutschen Sprache noch nicht aufgenommen worden. Ob es sich um die Poetik Tolstois handelt, in der die Wirkung der Verfremdung jeweils durch die Zusammenstellung von ganz üblichen Gesprächsworten erreicht wird, oder um die Diktion Majakowskij's, wo umgekehrt alles auf der sogenannten Offenlegung des Kunstmittels beruht, wo auch das Wort selbst vor den Augen des Lesers geschaffen wird – in beiden Modelfällen steht vor den deutschen Übersetzern eine wahrlich zyklopische Aufgabe.

Mit seiner neuen Übersetzung des frühen Majakowskij-Poems 'Die Wirbelsäulenflöte' aus dem Jahre 1915 hat Karl Dedecius ein gewaltiges Stück Arbeit geleistet. Dedecius, dessen Name durch die Vermittlung neuer polnischer Literatur zum Begriff wurde, ist auch in der Übersetzung russischer Dichtung kein Neuling mehr. Von Majakowskij hat er schon eine Probe vorgelegt, als er vor über zehn Jahren dessen bekannteste Gedichte aus der sowjetischen Periode verdeutschte. Über die neue Arbeit von Dedecius wäre im Hinblick auf ihre Bedeutung eine ganze Abhandlung vonnöten; in dieser Rezension möchte ich die Aufmerksamkeit vor allem auf eine der wichtigsten Komponenten des Originals richten, auf den Reim.

Bei Majakowskij ist er ein unabdingbarer Faktor, er lebt als Klang und als Sinn und darum aktiv, sowohl funktional als auch ästhetisch. Der Reim soll die Wörter einander äußeretymologisch annähern, das heißt, er soll durch die Zusammenstellung von nur akustisch verwandten Wörtern die Aufmerksamkeit für die semantische Bedeutung eines jeden von ihnen neu schärfen. Ferner soll der Reim diese Annäherung wie mit einem Reifen zusammenhalten, damit 'der Vers nicht auseinanderfalle' (so Majakowskij selbst). Zugleich soll der Reim eine handwerkliche Qualität aufweisen; denn für Majakowskij besteht das Ästhetische in der Lebensbrauchbarkeit jedes gut gemachten Dinges.

Nicht von Anfang an hat Dedecius das Wesen von Majakowskij's Reim durchschaut. Im Nachwort zu seinen Übersetzungen von 1959 charakterisierte er ihn unter anderem mit den konventionellen Bezeichnungen 'Assoziationen' und 'Alliterationen', und in einer anderen

Gruppe erblickte er 'gewöhnliche, glatte Reime', dabei variiere der Dichter 'unschematisch ihre Reihenfolge'. Noch in seinen Glossen zur vorliegenden Ausgabe nennt der Übersetzer Majakowskij Art des Reimens 'ausgesucht sorglos'. Diese Unschärfe der theoretischen Vorstellung kann den Eindruck hervorrufen, das Novum Majakowskij lasse absolut alles zu, ohne jegliches System, es komme bei ihm aus der reinen 'jungenhaften Freude bei der Entdeckung neuer Reimmöglichkeiten'. Indessen ist kaum etwas Gesetzmäßigeres vorstellbar als Majakowskij's schöpferische Methode. Sein Reim ist nicht Exotik, sondern Struktur. Die zu reimenden Einheiten werden einander zugeordnet nach dem Prinzip einer ihnen gemeinsamen – nennen wir es – Grundgestalt, und deren tragenden Pfeiler bestimmt der Konsonant. Das Minimum gleicher Konsonanten ist obligatorisch sogar in solchen vermeintlich genauen Reimen wie 'mági ja – bumágje ja' im Original der *'Wirbelsäulenflöte'*. Darum sind auch 'gewöhnliche, glatte Reime' bei diesem Dichter weder gewöhnlich noch glatt, sondern sie entspringen dem gleichen strukturellen Prinzip – und darum ist 'Stunde – Munde' kein Majakowskij-Reim. Darum ist auch 'See – blöd' (aus einer früheren Übersetzung von Dedecius) kein Gleichklang im Sinne Majakowskij's, einfach gesagt: weil in 'See' das 'bl' oder 'bd' fehlt. Gewiß, als 'ausgesucht sorglos' kann der Leser das fertige Arbeitsresultat Majakowskij's empfinden. Aber hier handelt es sich um das sorglose Lächeln eines Künstlers, der soeben am Trapez eine höchst komplizierte Zirkusnummer vorgeführt hat.

Muß man Dedecius somit im Theoretischen ein Nichtzu-Ende-Denken vorwerfen, das sich in einer gewissen Uneinheitlichkeit der Praxis widerspiegelt, so kann man ihm doch keinesfalls die Meisterschaft in der hartnäckigen Ausführung der Aufgabe selbst absprechen. Dort, wo er offenbar spontan auf die genaue Spur stößt, sind die Ergebnisse seiner Arbeit mitunter hervorragend: 'versäumen – Wirbelsäule' (Grundgestalt 'r-sä-u-e'), 'Steppdecke über euch – Schwefelgekoch' ('sch-e-ke-eoich – sch-e-ekoich'), 'töten – Goethe' ('öt – öt'). Es ist außerst wichtig zu zeigen, daß Majakowskij in seiner Reform auf die gleiche Weise wie Schönberg in seinem Zwölfton-System aller Willkür die Organisation, das heißt: die Gesetzmäßigkeit in der Wahl der Mittel, entgegensezte. Und zum zweiten ist es wichtig, bewußt zu machen, daß er das nicht als Spiel um des Spielens willen tat, sondern daß er auch hier vor allem bemüht war, dem Wort eine solche dialektische Fähigkeit zu geben, daß es die Wirklichkeit noch organischer erfäßt – unter dem ständigen Motto: Das Wort sei die Tat.

Zur 'Berufsethik' des vorliegenden Buches gehört es, daß darin auch die beiden früheren deutschen Übersetzungen der 'Wirbelsäulenflöte' – die von Alfred E. Thoss und diejenige des Hauptverfechters von Majakowskij, Hugo Huppert – aufgenommen sind. Der kollegiale Wettbe-

werb wird damit dem Leser vorgeführt. Alle drei Übersetzungen haben eigene Vorzüge und zeigen auf eigene Weise die Problematik des Übersetzens. Eine Vierzeileinheit sei zitiert, bei deren Eindeutschung meines Erachtens der Lorbeer Dedecius zukommt, allerdings im Kopf-an-Kopf-Rennen. Thoss: 'Selbst mir, / dem Entfacher der festlichen Verve, / fehlt heute der Anschluß an Menschen und Götter. / Ich werde mich gleich auf den Boden werfen / und den Schädel am Newski-Pflaster zerschmettern!' Huppert: 'Selbst ich, / sonst Meister, ein Volksfest zu würzen, / find heut keinen Anschluß, muß einsam verkümmern. / Ich könnte mich glatt auf den Newski stürzen / und schläge mein Haupt auf dem Pflaster in Trümmer.' Dedecius: 'Ich / Wundertäter von allem was jubelt / hab selber niemand mit dem ich zum Fest ging / gleich stürz ich mich rücklings in diesen Trubel / den Kopf zu zerschmettern am steinernen Newskij.'

Eben das ist also nahezu vollkommen. Ganz vollkommen wäre es, wenn außer dem Reim hier noch zwei Dinge ihre Entsprechung gefunden hätten. Das erste: Der lyrische Held beabsichtigt, sich den Kopf zu zerschmettern nicht 'am steinernen Newskij', sondern (russisch ausgedrückt durch den Instrumentalfall) 'mit dem steinernen Newskij', das heißt, die Handlung sollte zugleich von ihm und vom Straßenpflaster vollzogen werden. Eine Lösung im Deutschen ist grammatisch schwer zu finden, aber prinzipiell doch wohl denkbar. Der Sinn des Suchens nach dem komplementären Ausdruck wäre hier gewissermaßen analog dem bekannten Beispiel aus der Relativitätstheorie klarzulegen: Der Zug näherte sich dem Bahnhof – der Bahnhof näherte sich dem Zug.

Und das zweite: Dieses 'zerschmettern' – es zeigt ein weiteres Problem beim Majakowskij-Übersetzen, die Schwierigkeit nämlich, seine Neologismen wiederzugeben. Unter den russischen Synonymen für 'den Kopf zerschlagen' gibt es eins, das buchstäblich bedeutet 'zerhirnen', 'das Hirn zerschlagen'. Das ist ein normativer Ausdruck. Der Dichter aktiviert ihn, indem er die Vorsilbe ändert, so, als nähme man im Deutschen statt der Silbe 'zer' das Präfix 'aus'. Wie wäre es im Deutschen mit so etwas wie 'ausschmettern'? Wer sich an die Lösung all der tausendundein Probleme der Majakowskij-Übersetzung wagt, der kann auf den Vorwurf, das Ergebnis eines solch radikalen Übertragungsversuchs sei 'kein Deutsch', nur eines mit Bestimmtheit erwidern: Jene Wortgebilde im Original waren zur Zeit ihrer Entstehung innerhalb des damaligen Milieus auch 'kein Russisch'.

'Man quält sich ab, das Wort zu ersinnen, mit tausend Tonnen toten Inventars' – so kennzeichnete Majakowskij selbst in einem späteren Gedicht jene Art der Arbeit, mit der nun seine deutschen Übersetzer zu tun haben. Daß diese Aufgabe im Bereich der Kräfte eines so ambitionierten Übersetzers wie Karl Dedecius liegt, ist außer Zweifel.

Das Hohelied des russischen Futurismus wird hier in einer zweisprachigen Ausgabe vorgelegt: Der Übersetzung gegenüber wird der originale Text mit den kuriosen Streichungen der zaristischen Zensur wiedergegeben. Außer den erwähnten Glossen des Übersetzers und den früheren deutschen Übersetzungen gibt es auch Text- und Bildillustrationen der Epoche, so Fragmente aus den Zeugnissen von Lilja Brik (die der Anlaß zur Entstehung dieses Poems war) und ihrem Ehemann Ossip, Zeichnungen und Autographen Majakowskij's, Faksimiles von Pasternaks Restaurierung der von der Zensur gestrichenen Stellen, Fotomontagen von Rodtschenko. Die

Veröffentlichung dieses Bandes ist ein künstlerisches Ereignis.

*Wladimir W. Majakowskij:* Die Wirbelsäulenflöte. Übersetzt von Karl Dedecius, Alfred E. Thoss und Hugo Huppert. Insel-Bücherei Nr. 961. 96 Seiten. 6 Mark.

(Nachdruck mit freundlicher Genehmigung  
der Stuttgarter Zeitung)

## Der Übertexter

Lassen sich so komplizierte Gebilde wie Werbemittel überhaupt übersetzen? Durch die tägliche Praxis wird die Frage oft allzu oberflächlich bejaht, wogegen das Gros der Werbung sie als nicht diskutabel verneint.

Fraglos kann landläufiges Übersetzen einem Werbemittel kaum gerecht werden. Wo übersetzt wird, ist das Resultat meist ein unharmonisches Wortgebilde, dem der Geschmack der Übersetzung anhaftet und die werbliche Wirkung mit hoher Wahrscheinlichkeit versagt bleibt. Es besteht aber die Möglichkeit – und dies ist die neue Erkenntnis –, die elementaren Bausteine einer ursprünglichen Konzeption herauszuklauben, vom Mörtel der Sprache X zu befreien und zu einem neuen Gebäude in der Sprache Y zusammenzusetzen. An Stelle der äußerer Form, also des Wortgefüges, müssen bei einer 'Übertextung' der innere Gehalt eines Werbemittels (inklusive des werbepychologischen Gehalts) sowie die idiomatischen Gegebenheiten und Möglichkeiten beider Sprachen maßgeblich sein.

Beider Sprachen, weil mit werblichem Ausdruck sowohl ersichtliche als auch nicht auf der Hand liegende Effekte angestrebt werden, die der Übertexter in der Ursprache zu erkennen und im neuen Medium zur Wirkung zu bringen hat. Er muß wissen, mit welchen Mitteln ein in Sprache X angestrebter Effekt in Sprache Y erzielbar ist und sich zuweilen völlig anderer Ausdrucksformen bedienen, um den allein maßgeblichen Tenor eines Werbemittels zu übertexten.

Ganz allgemein muß der Ton der Ansprache dem in der neuen Fassung üblichen angepaßt werden. So liebt der Amerikaner das Joviale, den Klaps auf die Schulter, während der Europäer dadurch eher abgestoßen wird. Umgekehrt gilt es der z. B. im Deutschen üblichen rein sachlichen Information die amerikanische Würze hinzuzufügen, soll der Amerikaner sich angesprochen fühlen. Hinzu kommen unterschiedliche Reaktionen und Motivierungen in den jeweiligen Verbraucherschichten – alles Dinge, die der Übertexter wissen und berücksichtigen muß ...

Worin liegt angesichts so komplizierter Voraussetzungen die Berechtigung für das Übertexten? Wäre es nicht vorteilhafter, die ohnehin erforderliche Kreativität des Texters für eine Neufassung einzusetzen, und wäre damit nicht auch der Sache besser gedient?

Zuweilen vielleicht. Aber die Übertextung hat Anwendungsmöglichkeiten, die, dem Gros der Werbung bislang unbekannt, Berechtigung und Wert dieses Instruments klar ersichtlich machen. Da ist zunächst die Dokumentation im Auslandskundendienst.

Wie soll die Direktion einer amerikanischen Firma, die einer deutschen Agentur einen Etat anvertraut hat, deren Arbeit beurteilen? Auf Grund von Zeugnissen deutscher Geschäftsfreunde, von Wortgefügeübersetzungen oder gar auf Grund allein des Resultats? Der Übertextung, die dem amerikanischen Kunden das, was hier gemacht wird, so zeigt, wie es amerikanische Werbung für den amerikanischen Markt gemacht hätte, kommt hier große Bedeutung zu.

Die Vorteile der Übertextung gegenüber einer gewöhnlichen Übersetzung liegen hier klar zutage, und es bedarf kaum der Erwähnung, daß die Vorlage einer dem

Ausländer leicht verständlichen Dokumentation den Mehraufwand dieses Service voll rechtfertigt. In Zeiten des verschärften Wettbewerbs um jeden Etat bedeutet zudem jede kleinste Service-Verbesserung einen entscheidenden Vorsprung, und es gibt bereits Agenturen, die das erkannt und sich diesen Vorsprung zunutze gemacht haben.

Aber Übertexten ermöglicht auch die umwälzende weltweite Verwendung einer einzigen Konzeption. Bei den ganz Großen ist das nichts Neues – Kampagnen wie die Tiger- und die Volkswagen-Werbung wurden und werden größtenteils übertextet. Aber auch der Maschinenfabrikant, der Spielwarenhersteller oder die Reederei können mit der im Sprache X vorliegenden, erprobten Werbelinie im Sprachgebiet Y werben. Die jeweilige Autorschaft bleibt dabei global gewahrt, und weltweite Urheberrechte in der Werbung, bisher nur unvollkommen definierbar, rücken einer realistischen Regelung näher.

Gewiß handelt es sich beim Übertexten um eine schwierige, große Kenntnis und Erfahrung voraussetzende Arbeit. Dennoch ist diese Arbeit leichter – und infolgedessen billiger – als die Schaffung eines völlig neuen Werbemittels. Bei der Entstehung eines (guten) Werbemittels ist die Konzeption nun einmal der schwierigste Arbeitsgang, und mit dem Vorhandensein einer Konzeption bleibt dem Übertexter dieser schwerste Arbeitsgang erspart.

Ein Wort der Vorsicht ist geboten. Schon im landläufigen Übersetzerwesen gibt es viel Mißbrauch, um nicht zu sagen Kurpfuscherei. Infolge des verhältnismäßig seltenen Bedarfs und der auf diesem Gebiet schwierigen und zeitraubenden Prüfungsmöglichkeiten werden oft wenig taugliche Übersetzungen an den Mann gebracht, die ihrem Zweck mehr schaden als dienen.

Um dergleichen im schwerer wiegenden Übertextertum zu verhindern, wäre von vornherein eine zentrale, möglichst auf Prüfung beruhende Überwachung zu begrüßen.

Daß auf die Formulierung dabei womöglich viel mehr Sorgfalt und Zeit verwendet werden muß als beim ursprünglichen Texten, tut der Tatsache keinen Abbruch, denn Übertexten, bei aller Schwierigkeit, ist dennoch leichter als Konzeptionstexten. Und der praktischen Einsatzmöglichkeiten sind noch viele. Sie sollten, meine ich, von den Agenturen und den Werbeschulen aufgegriffen werden.

Hans Kaufmann, Düsseldorf

### Christian Morgenstern

#### Der Hecht

Ein Hecht, vom heiligen Anton  
bekehrt, beschloss, samt Frau und Sohn,  
am vegetarischen Gedanken  
moralisch sich emporzuranken.

Er aß seit jenem nur noch dies:  
Seegras, Seerose und Seegries.  
Doch Gries, Gras, Rose floß, o Graus,  
entsetzlich wieder hinten aus.

Der ganze Teich ward angesteckt.  
Fünfhundert Fische sind verreckt.  
Doch Sankt Anton, gerufen eilig,  
sprach nichts als: Heilig! heilig! heilig!

### Man soll es ruhig einmal sagen ...

Auch wir, die wir im stillen Kämmerlein vor uns hin bosseln, tage- und nächtelang am Schreibtisch sitzen, selten ein Lob hören und in Rezensionen gewöhnlich nur erwähnt werden, wenn wir etwas verbockt haben, auch wir können eine Sternstunde erleben. Wenn hier der persönliche Brief eines Lektors zu einem zwar anonymen, doch 'offenen Brief' gemacht wird, dann in der Hoffnung, daß auch andere Lektoren oder Rezensenten sich dadurch angeregt fühlen mögen, Übersetzen einmal eine solche Ermunterung zuteil werden zu lassen:

'Ich habe gerade meine Beschäftigung mit XYZ abgeschlossen. Ich finde, man soll es einem anderen Menschen ruhig einmal sagen, wenn man ganz besonders dankbar ist für eine rundum gelungene Leistung. Seit ich für den Verlag arbeite, ist mir noch keine Übersetzung untergekommen, an der so wenig zu redigieren war wie an Ihrer Übertragung von XYZ.'

Ich habe ungefähr 20 Seiten des Manuskripts meiner Frau vorgelesen, die auch sehr angetan war von dem erzählerischen Schwung, der Frische und dem Aufblitzen des Humors in Ihrem Text.

Noch einmal: herzlichen Dank.'

### Kleine Blütenlese der italienischen Werbesprache

l'intelghiotto – bambino intelligente e ghiotto di marmellata

Il baccalpronto – baccalà in scatola

lo zacdt – zampone già pronto

l'olipak – olive in pacchetto

la ciokolazione – colazione a base di cioccolato

lo staccapensieri – aperitivo

l'ammazzacafè – il bicchierino dopo il caffè

il biancofa' riaccende il bianco spento' (Bayer)

il mangiasporco 'divora lo sporco' (Lever)

il polilucido – prodotto che pulisce e lucida nello stesso tempo

il pyliziotto di casa (Brill)

la pantascienza – scienza dei pantaloni ben tagliati

il tuttostanco – 'non essere un tuttostanco, riposa sul famoso materasso Permaflex'

aranciarsi – bere l'aranciata

cioccolatarsi – mangiare la cioccolata

scappotarsi – togliersi il cappotto

shortizzarsi – portare gli shorts

snackiarsi – mangiare uno snack 'Ferrero'

prinzare – 'prinzihamoci sopra' (Prinz Bräu)

triologico – detergivo più che biologico

(R.M.G. nach einer Sammlung von Guido Guarda)

### Hermien Manger

#### De Snoek

Een snoek, die eens door Sint Antoon  
bekeerd werd, wou met vrouw en zoon  
door 't vegetarische beseffen  
moreel op hoger plan zich heffen.

Al wat hij nog wou eten was:  
zeeanemoon, zeeroos, zeegras.  
Maar anemoon, roos, gras, o pech,  
liep vreselijk van achteren weg.

De vijver werd geïnfecteerd.  
Vijfhonderd vissen – gecrepeerd!  
Maar Sint Antoon, o wat bevangt 'm,  
sprak enkel: Sanctum! sanctum! sanctum!

## Der VDÜ teilt mit:

Spenden zwischen DM 5,- und DM 60,- erhielt der Verband von Frank Auerbach, Hans Boelcke, Helma Drews, Gottfried Feidel, Elizabeth Gilbert, Anna Liese Kornitzky, Wolfgang Küster, Arno Piechorowski, Dr. Hermine Pilder-Klein, Dr. Heddy Pross-Weerth, Dr. Susanne Schaup, Ilse Leonore Schmidt, Dr. Walter Schürenberg, Dr. Kurt Thurmann, Erika Tophoven und Unbenannt.

\*\*\*

Gebrauchsanleitungen einer italienischen Firma für die Verlegung von Fliesen, die u. a. auch in deutsch und englisch gedruckt zusammen mit den nötigen Materialien versandt werden:

Im deutschen Text heißt es zum Beispiel: 'Normen für die Verlegung der fliesen auf weisser scherben: ...'

Zwischen einer Fliese und der anderen, eine kleine Dichte (Messerschneide) lassen und die Verfugung verspäten, um die Trocknung der Mauer und der Verkleidung selbst zu gestalten ... Wenn der Inhalt dieser Verpackung Reklamationen hervorruft, bitten wir Sie, uns einige Muster begleitet mit diesem Kupon zurückzugeben ...

Im englischen Text wird kurz und bündig geraten: 'Put the tiles in a bath of clean water, then let them drop.'

## Die Sprache des Sports

Als der Sport begann, eine Massenbewegung zu werden, mußten jene Männer, die die Regeln aufstellten, der Umgangssprache Wörter und Begriffe entnehmen, um ihre Regelbücher schreiben zu können. Jenen Männern, für die die Berufsbezeichnung Sportjournalist noch nicht erfunden war, ging es nicht anders; sie mußten sich gleichfalls des vorhandenen Sprachschatzes bedienen. Sie adaptierten Worte und Begriffe und, wie man heute sagen würde, funktionierten sie um. Wenn heute, um nur ein Beispiel anzuführen, von einem 'Tor' die Rede ist, so denkt kaum jemand falls es nicht ausdrücklich betont wird, an ein Stadt-, ein Haus- oder ein Gartentor, sondern an ein Tor, das auf einem Sportplatz oder in einer Sporthalle steht. Ein Tor ist heute allemal ein Fußball-, Hockey-, Eishockey-, Handball- oder Wasserballtor, so sehr ist die Sprache des Sports inzwischen Allgemeingut geworden, wurde der ursprüngliche Sinn in den Hintergrund gedrängt.

Die Nutzbarmachung von Wörtern und Begriffen aus der Umgangssprache für den Sport war jedoch nur die erste Phase in der Sportjournalistik. Die zweite Phase bestand in der Prägung, ja, Erfindung von Wörtern, die es bisher noch nicht gegeben hatte. Hier seien nur die Worte Elfmeter, Strafraum, Selbsttor, Befreiungsschlag, Formtief, Ferner liefern, Totes Rennen, Bodenturnen, Stufenbarren, Riesenwelle, Freistoß, Derby, Straßenradrennen, Sechstagerennen – die Liste ließe sich noch erheblich erweitern – genannt. Fand man – man steht hier für die überwiegende Mehrheit auch der Menschen, die am Sport wenig oder gar nicht interessiert waren – die neuen

Wörter zunächst irgendwie seltsam, ja, lächerlich, so gewöhnte man sich mit den Jahren an sie. Je mehr der Sport in das Bewußtsein der Menschen trat, um so mehr bereit waren sie, die neuen Wörter anzunehmen und zu gebrauchen.

Die dritte und vermutlich letzte Phase der Sportsprache haben wir seit einiger Zeit erreicht. Während die neuen Wörter zunächst ausschließlich auf den Sport angewendet wurden, übernahm man sie bald in die Umgangssprache. Waren es zunächst nur die Sportler selber, die sich der sportlichen Termini auch in ihrem privaten Bereich bedienten, so wurden sie bald von jedermann übernommen. Heute ist es nicht mehr die Ausnahme, sondern der Regelfall, daß Politiker, Wirtschaftler und Wissenschaftler ihre Rede und ihre Schreibe mit Begriffen aus dem Sport anschaulich, ja, erst richtig begreifbar machen. Ganz selbstverständlich spricht ein Politiker von einem Selbsttor, wenn die Regierung sich durch die unbedachte Äußerung eines ihrer Minister geschadet hat. Wenn die Chancen der Parteien bei einer Wahl etwa gleich sind, sagen die Meinungsforscher ohne Scheu, es werde ein Kopf-an-Kopf-Rennen geben. In den Wahlkämpfen schreiben die Zeitungsleute, Sportkenntnisse voraussetzend, von Zwischenstarts und vom Endspurt der Wahlkämpfer. Je nachdem, wie die Wahl ausgeht, schreiben die politischen Redakteure von einem knappen Punktsieg, einem K. o. oder einem toten Rennen. Wer sich, um mit Goethe zu reden, strebend bemüht, der bleibt am Ball. Bedient man sich dabei nicht einwandfreier Mittel, so begeht man ein Foul oder landet einen Tiefschlag. Ist ein Vergehen so schwerwiegend, daß jemand vorübergehend matt gesetzt wird (matt, ein Wort aus dem Persischen, esch-schah-mat = Der König ist tot, und Begriff aus dem Schach, das inzwischen ebenfalls dem Sport zugerechnet wird), so sitzt der Betreffende auf der Strafbank. Vermögen zwei Konkurrenten einander nicht zu übertreffen, so gehen sie über die Runden, und es gibt ein Unentschieden oder einen Punktsieg; das Urteil über Sieg und Niederlage sprechen die Punktrichter und der Ringrichter.

Die Übernahme der Wörter und Begriffe aus dem Sport ist ein Beweis dafür, daß der Sport einen bedeutenden Raum in der modernen Gesellschaft einnimmt und aus ihm nicht mehr fortzudenken ist. Und das ist gut so, verdrängen die Sportwörter doch nach und nach jene Wörter und Begriffe, die dem Bereich des Militärischen entlehnt sind. Schüsse sind in einer Zeit, in der der Krieg nicht mehr die ultima ratio ist, allemal Torschüsse. Kanonen werden zu Sportkanonen, der Säbel wird zum Sportgerät, eine vernichtende Niederlage ist nicht länger die Unterwerfung eines Volkes, das einen Krieg verloren hat, sondern, beispielsweise, ein 0:8 verlorenes Länderspiel. Und der Held ist nicht mehr einer, der mit Feuer und Schwert den Sieg an seine 'Fahne heftet', sondern jener, der das entscheidende Tor erzielt oder einen Weltrekord aufgestellt hat.

Ich finde es begrüßenswert, daß die sportlichen Termini mehr und mehr in unsere Sprache eindringen. Denn der Sport ist, von Ausnahmen abgesehen, ein friedlicher Wettkampf, der mit fairen Mitteln und nach Regeln, die überall gelten, ausgetragen wird.

Heinz Rein

(Nachdruck mit freundlicher Genehmigung  
von 'der literat')

DER ÜBERSETZER erscheint monatlich. Einzelpreis 90 Pf zuzüglich Versandkosten. Herausgeber: Verband deutschsprachiger Übersetzer literarischer und wissenschaftlicher Werke e. V. (VDÜ), Präsident Helmut M. Braem, 7141 Neckarrems, Schloß Remseck. – Redaktion Eva Bornemann, A-4612 Scharten, Vitta 7, Oberösterreich, Tel: (00 43) 72 75 1 35 oder (0 72 75) 1 35. Postscheckkonto für die Zeitschrift DER ÜBERSETZER: Stuttgart Nr. 932 68. Konten des VDÜ: Postscheckkonto Hamburg Nr. 6447, Dresdner Bank, Stuttgart, Nr. 480 660. – Für unverlangte Manuskripte keine Haftung. Nachdruck mit Genehmigung der Redaktion und mit Quellenangabe gestattet. – Druck: Belser Verlag, 7000 Stuttgart.