

Sprechen Sie Neufranzösisch!

Der Larousse sorgt traditionell für Schlagzeilen

150 neue Wörter, zum größten Teil Modebegriffe, haben in der jüngsten *Larousse*-Ausgabe, die jedes Jahr aktualisiert wird, Eingang gefunden. Anders als Konrad Duden hat der Schriftsteller, Lexikograph und Enzyklopädist Pierre Larousse (1817–1875) nicht das bekannte Wörterbuch gegründet, sondern den Verlag *Librairie Larousse et Boyer*, zusammen mit Augustin Boyer (1821–1896). Dieser Verlag gab Schulbücher und Erziehungsschriften heraus. Sein wichtigstes Werk war der *Grand dictionnaire du 19^e siècle* in 15 Bänden (insgesamt 20500 Seiten), der zwischen 1864 und 1876 erschien. Der Verlag *Editions Larousse* wurde erst 1852 von dem Verleger und Romanisten Claude Augé (1854–1924) gegründet, der mit einer Verwandten der Frau von Pierre Larousse verheiratet war. Dieser Verlag gestaltet von 1897 bis 1904 ein neues enzyklopädisches Wörterbuch in sieben großformatigen Bänden, bekannt als *Nouveau Larousse illustré*. Daraus entstand 1905 der bis heute beliebte *Petit Larousse*. Seit 2004 befindet sich der Verlag im Besitz von *Hachette Livre*.

Die jährliche Aktualisierung sorgt traditionell für Schlagzeilen in der Presse. Denn manche Wörter sind zwar einigermaßen bekannt, werden aber nicht immer von einer breiten Schicht der Bevölkerung richtig verstanden, zumal die neuen Begriffe meist aus den Bereichen Politik und Wirtschaft kommen. Die *ubérisation* (als Wirtschaftsmodell für Dienstleistungsunternehmen, die kostengünstiger als die traditionellen Firmen sind) ist nicht mehr auf *Online*-Vermittlungsdienste beschränkt, die die amerikanische Firma *Uber* 2009 für Taxi-Fahrten in vielen Städten einführte. Manche betrachten dieses Modell als *disruptif* – ein beliebter Begriff vieler Politiker im Präsidentschaftswahlkampf 2017, um Unternehmen zu bezeichnen, die ganz neue Konzepte entwickeln, um mit der bisher gängigen Praxis zu brechen.

Sollte eine bestimmte Voraussage das Verhalten (von Bürgern oder Unternehmern) so verändern, dass sie letztendlich bestätigt wird, dann ist plötzlich von *autoréalisateur* die Rede. Nicht immer

werden allerdings Wünsche wahr: Wer aufgrund von Arbeitslosigkeit oder Trennung vom Ehepartner unerwartete Finanzschwierigkeiten hat und deswegen in sein Elternhaus zurückgeht, gehört nunmehr zur *génération boomerang*. Manche besitzen ein *duplex*, also eine Wohnung mit Treppe auf zwei Ebenen. Wenn sich diese zusätzliche Wohnung im Untergeschoss befindet, ist nun von einem *souplex* die Rede. Wer seine heikle Situation nicht wahrhaben will und sämtliche Realitäten und Zwänge des Alltags ignoriert, wird als *hors-sol* bezeichnet – wortwörtlich: weg vom Boden, also nicht mit beiden Füßen auf dem Boden.

Auch neu: Der Schutz der Menschenrechte wird nun als *droit-de-l’hommeisme* definiert. Und ein *matimulier* ist der Moderator einer Fröhensendung in Funk und Fernsehen. Vorsicht: Zu viel Informationen können zu einer neuen Art von Fettleibigkeit (*obésité*) führen – der *infobésité*. Wer ein *Tablet* benutzt, um sich zu informieren und zu telefonieren, verfügt über ein *phablette* (*téléphone + tablette*).

Englische Begriffe sind jedoch weitgehend beliebter: so heißen die Technik der politischen Kommunikation oder Methoden der Produktförderung nunmehr *storytelling* – der *Larousse* hat das Wort übernommen, wie auch regionale Formulierungen: Französische Nörgler zum Beispiel dürfen – dank *Larousse* – das Verb *rouméguer* benutzen, das eigentlich nur im Süd-Westen des Landes benutzt wird, im Sinne von *rous-péter* und zahlreichen weiteren Begriffen der Unmutsäußerung. Es soll auch Franzosen geben, die alles akzeptieren und die Welt naiv ohne Probleme betrachten – sie werden als *bisounours* bezeichnet (etwa: Glücksbärchen) – wie die populären Figuren einer utopischen Welt aus den 1980er-Jahren in Amerika in Form von Teddy-Bären, Comic-Helden und diversen Spielzeugen. Nun gehört das Wörterbuch selbst zu den von *Larousse* anerkannten „*hipstern*“, also zu denjenigen, die besonders modebewusst sind ...

Gérard Fossier