

## Look upp för marknadsföringen

Jag har alltid tyckt att det är oanständigt att använda ordet *resurs* om ett företags personal. Hus, kapital och maskiner är resurser. Personal är människor.

Med tilltagande bruk av engelska i svenska företag uppstår en avhumanisering som när personalavdelningar döps om till Human Resources. Mänskliga resurser. Låter omänskligt.

Retar man sig på att engelskan tycks klampa omkring som den vill i svenska språket, kan man gotta sig i *Såld på engelska?* utgiven av Språkförsvaret, en internetföreteelse, som har sitt artilleri riktat mot engelskan. Undertiteln är *Om språkval i reklam och marknadsföring*.

Boken består av arton små uppsatser, från Kjell Albin Abrahamsons förfäran när sonen utbrister

"Hon ockuperar mitt säte!" till Arne Rubenssons essä om ungdomars attityd till engelska och deras kunskaper i detta språk.

Bara nio procent av dem visste vad Bond-filmen med titeln *Quantum of Solace* betydde (en gnutta tröst). Filmen därpå, *Skyfall*, var lättare. Hoppas att nästa heter *Duggregn*.

Förre kultur-

ministern Bengt Göransson jagar engelska i reklamen och finner betydligt mindre än han väntat, medan Gunnar

Lund strövar omkring bland leksaker, chips, kropps- och hårvårdsprodukter utan att finna ett svenskt ord. Jo ett, i hybriden "havre flakes".



**INTRESSANT ÄR OCKSÅ** en uppsats om kampen mot denglish (= en sörja av tyska och engelska), en strid utkämpad av bland andra den tyska motsvarigheten till Språkförsvaret, Verein Deutsche Sprache. Förutom det löjliga i att krydda en vanlig tysk telefonräkning med German Call eller Local Call, visade det sig att tyskarna inte begrep engelska slogans (slogan, ett engelskt ord, nu ersatt av pay-off, två engelska ord): Parfymbutikens *Come in and find out* tolkade tyskarna som "Kom in och hitta ut igen".

Apotekskedjan Schleckers slogan på denglish löd *For You. Vor Ort* vilket skulle betyda "För dig. På plats" (det vill säga där du bor). Den mötte en våg av protester, mot det engelska *For You*. Företaget försvarade sig med att kunderna var obildade. Det blev konkurs. En tidning hade rubriken *For You. Vor bei* (förbi).

Alla möjliga aspekter på det ymniga bruket av engelska i marknadsföring, produktnamn och platsannonser finns i *Såld på engelska?* plus roande exempel på rena felaktigheter, till exempel SL som skrev *Look up* (titta uppåt) när de borde ha skrivit *Look out* (se upp). ■

INGEMAR UNGE är Vi:s språkrönikör och pensionär. Fick Stora Journalistpriset 1992.

## FÖRR VAR DET FRANSKT



"SPRÄTHOKEN smickrade inte utan *flatterade*; man åt inte kvällsmat utan *souperade*. Det bondska ordet dräng utbyttes mot *lacquey*, fjädrar mot *plumage*, verk eller bruk mot *fabriques*, älskarinnor mot *maitresses* och varena svirare och rumlare kallades *bon vivant*."

Så skrev skalden Bergklint på 1700-talet, ilsken över de många franska orden i såväl tal som skrift under Gustav III:s tid.

Hämtat ur Paul Britten Austins bok *Carl Michael Bellman*.

## VARKEN ELLER, ELLER?

**OMMAN** i en svensk tidning skriver "Han lärde sig detta den hårda vägen", då skriver man väl varken svenska eller engelska. *Way* betyder sätt eller väg. *Walk this way* kan betyda "Gå så här, på detta sätt" eller "Ta den vägen". Man lär sig väl på det hårdföra sättet?

"Hur blir man egentligen fabulous old people?"

**JA, DU MUST** stay levande och frisk and vara alert and verksam, and not slöa till, de är vad jag believe.

(Citat ur Svenska Dagbladet.)