

MINISTERIUM FÜR HOCH- UND FACHSCHULBILDUNG DER REPUBLIK  
USBEKISTAN

USBEKISCHE STAATLICHE WELTSPRACHENUNIVERSITÄT  
FAKULTÄT FÜR DEUTSCHE PHILOLOGIE

Als Manuskript

HAKIMOV MELS G'ULOMOVICH

DIE ANGLIZISMEN IM DEUTSCHEN (AM BEISPIEL DER  
JUGENDSPRACHE)

Spezialität: 5A-120102 – „Linguistik“ (Deutsch)

DISSERTATION

Zur Erlangung des Magistergrades

Die Arbeit ist geprüft und zur Arbeit  
zugelassen:

Lehrstuhlleiter:

Dr. D.Ismatova \_\_\_\_\_

„\_\_\_\_\_“ \_\_\_\_\_ 2013

Wiss. Betreuer:

\_\_\_\_\_ Dr. B.M. Husanhodjayev

„\_\_\_\_\_“ \_\_\_\_\_ 2013

TASCHKENT 2013

## **DISPOSITION**

<b>Einleitung</b> .....	6
-------------------------	---

### **KAPITEL I. ZUR DEFINITION UND GESCHICHTE DES BEGRIFFS**

1. Erklärung der Fachbegriffen .....	7
1.1 Anglizismen in der Geschichte der deutschen Sprache .....	9
1.2 Anglizismen im Mittelalter .....	9
1.3 Anglizismen im Humanismus .....	
1.4 Anglizismen in der Barockzeit .....	9
1.5 Anglizismen im 18. Jahrhundert .....	10
1.6 Anglizismen im 19. Jahrhundert .....	11
1.7 Anglizismen im 20.-21. Jahrhundert .....	11
1.8 Die einzelnen Sprachbereiche .....	12
1.9 Schreibung.....	12
1.10 Phonetik .....	13
1.11 Lexik.....	13
1.12 Herkunftaspekte .....	13
1.13 Evidentes Lehnwort .....	14
1.14 Latentes Lehnwort .....	15
1.15 Morphologie.....	17
1.16 Komposita.....	17
1.17 Kürzung .....	17

1.18 Flexion.....	17
1.19 Nomina .....	18
1.20 Adjektive und Adverbien.....	19
1.21 Verben.....	19
1.22 Affigierung .....	20
1.23 Syntax .....	20

## **KAPITEL II. ZUM BEGRIFF DER JUGENDSPRACHE**

2.1 Jugendsprache.....	20
2.2 Jugendsprache und Medien .....	22
2.3 Substantive in der Jugendsprache .....	26
2.4 Adjektive und Adverbien in der Jugendsprache .....	31
2.5 Verben in der Jugendsprache.....	34
2.6 Interjektionen, Partikeln in der Jugendsprache.....	35
2.7 Slogans in der Jugendsprache .....	36

## **KAPITEL III. EINTEILUNG DER ANGLIZISMEN NACH DEN THEMatischen BEREICHEN UND IHRE ERKLÄRUNG**

3.1 Mode .....	36
3.2 Musik .....	39
3.3 Sport .....	41
3.4 Technik .....	42

<b>ZUSAMMENFASSUNG</b> .....	44
------------------------------	----

<b>LITERATURVERZEICHNIS</b> .....	46
-----------------------------------	----

## **Einleitung**

Die deutsche Sprache ist genauso wie die anderen Sprachen im Laufe der historischen Entwicklung bis heute dem Einfluss von verschiedenen Kultur und Modeerscheinungen ausgesetzt. Nimmt man zurzeit eine Tageszeitung in die Hand oder hört man eine Sendung im Rundfunk oder Fernsehen, bemerkt man auf Schritt und Tritt u.A. einen großen Gebrauch von Fremdwörtern, vor allem von Anglizismen. Die Verwendung von Anglizismen in der deutschen Sprache ist immer noch ein zentrales und sehr heikles Thema. Einige Sprecher suchen diese Wörter bewusst aus und verwenden sie mit großer Vorliebe, die anderen lehnen sie ab und wehren sich mit Händen und Füßen dagegen. Es ist jedoch ganz schwer die Anglizismen zu vermeiden, weil sie in sehr viele Bereiche greifen. Sehr hoch ist der Gebrauch der Anglizismen in den Massenmedien. Aus dieser Quelle gelangen die meisten von diesen Wörtern in die deutsche Gemeinsprache. Am häufigsten wird als Grund der Verwendung in den Massenmedien angeführt, dass die Zeitungstexte abwechslungsreich, aktuell und interessant gestaltet werden sollen. Die Anglizismen zeichnen sich durch ihre Auffälligkeit, ihre Bildhaftigkeit aus und können der effektiven Ausdrucksverstärkung dienen. Außerdem stellen sie eine Möglichkeit zur Wortspielerei dar.

Es gibt viele Bereiche, wo die Anglizismen häufig verwendet werden: Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Technik, Kunst und Kultur, Sport. Bis heute gibt es viele Fachbegriffe, die keine entsprechenden deutschen Termini haben – Joint Venture, Know-how, Marketing, u.a.

Eine große Bedeutung für die Erforschung von Anglizismen spielt die Jugendsprache. Diese Gruppe benutzt die Anglizismen sowohl in der gesprochenen als auch in der geschriebenen Sprache wohl am meisten. Man ersetzt hier die deutschen Wörter nicht nur bei den drei wichtigsten Wortarten Substantiv, Adjektiv und Verb, sondern auch bei den Interjektionen und Gesprächspartikeln. Sehr beliebt sind auch Anreden, Grußformeln und Slogans in Englisch.

2. Erklärung der Fachbegriffe Fremdwort, Lehnwort, Anglizismus, Internationalismus, Neologismus Fremdwort, Lehnwort. Die Grenzen zwischen Fremdwort und Lehnwort sind sehr gering und bei einigen Wörtern ist es schwer zu bestimmen, ob es sich um Fremdwort oder Lehnwort handelt. Es gibt mehrere unterschiedliche Erklärungen dieser Bezeichnungen. „Ein Fremdwort ist ein Wort, das aus einer anderen Sprache (Ursprungssprache) stammt und im heimischen, z.B. deutschen Wortschatz aufgenommen worden ist. Beispiele: Computer, Espresso, beige, reduzieren.“<sup>1</sup> „Unter Fremdwort wird hier ein aus einer fremden Sprache übernommenes Wort verstanden, das Gegenstände, Eigenschaften, Tätigkeiten oder Begriffe bezeichnet, die die eigene Sprache nicht genau genug ausdrücken kann oder nicht kennt oder die sie aufnimmt, obwohl häufig gleichwertige Wörter oder solche mit gleicher oder ähnlicher Bedeutung zur Verfügung stehen. Schreibung und Aussprache bleiben unverändert. Lehnwörter gleichen sich im Gegensatz zum Fremdwort dem Deutschen an.“ „Die Fremdwörter sind solche Entlehnungen, die die fremde graphische, phonetische und oft auch die morphologische Form bewahren, z. B. Cafe, Etage, Computer. Solche Entlehnungen, die dem deutschen Sprachsystem angeglichen sind und nicht mehr als fremd erkannt werden, bezeichnet man als Lehnwörter, z. B. Fenster, Abenteuer, Dame.“ Wandruszka verweist auch auf das Sprachgefühl: „Das Fremdwort empfinde man eben als fremd, beim Lehnwort merke man gar nicht mehr, dass es aus einer fremden Sprache kommt.“ Anglizismus „Der Fachbegriff Fremdwort ist ein Oberbegriff zu Anglizismus. Anglizismen sind die Wörter, die aus dem Englischen stammen und in den Wortschatz einer anderen Sprache eingegangen sind. Anglizismen sind Entlehnungen aus allen Varietäten des

1 <http://www.canoo.net/services/Controller?dispatch=glossary&input=Fremdwort&language=0&project=1> , vom 31. 03. 2008. 2 Vgl. Carstens, B., Galinsky, H. Amerikanismen der deutschen Gegenwartssprache. Heidelberg 1963. S. 3 Vgl. Kuhn, I., Wiktorowicz, J. Lexikologie. Studienbegleitendes Lehrmaterial. Halle (Salle) 1991. S. 40. 4 Vgl. Wandruszka, M. Die europäische

Sprachengemeinschaft. Tübingen 1990. S. 15. 8 Englischen – American-Englisch, Britisch-Englisch, Black-Englisch und Jamaican-Englisch.“<sup>5</sup>Internationalismus

„Ein Internationalismus ist ein Wort (Lehnwort), das in mehreren Sprachen mit gleicher oder zumindest sehr ähnlicher Bedeutung und Herkunft vorhanden ist. Das Wort wird dabei in den verschiedenen Sprachen ähnlich gesprochen und gleich oder ähnlich geschrieben und ist somit in verschiedenen Sprachen verständlich. Viele Internationalismen haben griechischen oder lateinischen Ursprung. Aber auch aus anderen Sprachen können Internationalismen stammen.“<sup>6</sup>

„Internationalismen sind Wörter, deren Referenzbereiche ursprünglich auf Gegenstände außerhalb der betreffenden nationalsprachlichen Erfahrungswelt gerichtet waren und z. B. durch einen internationalen Kulturaustausch allgemein bekannt wurden, z. B.: Whisky (deutsch), Whisky(e)y (englisch), Whisker(e)y (französisch), whisky (italienisch), whiski (spanisch).“<sup>7</sup> Neologismus „Als Neologismen werden neue Wortschatzeinheiten bezeichnet, die Neubildungen genannt werden, wenn sie nach Wortbildungsmodellen entstanden. Als Wortschöpfungen bezeichnet man neue Wörter, die erstmals in der Verbindung von Formativ und Bedeutung stehen. Viele Neologismen gehen nach kurzer Zeit in den Sprachgebrauch über die werden nicht mehr als neue Wörter empfunden. Ein Teil der Neologismen wird nicht usuell und verschwindet wieder aus dem Sprachgebrauch, auch ohne Aufnahme in Wörterbüchern gefunden zu haben.“<sup>8</sup>

Entlehnung Die Bezeichnung „Entlehnung“ gehört u.A. zu der Etymologie, einem Teilbereich der Sprachwissenschaft, der sich insbesondere mit der Herkunft und Geschichte der Wörter einer Sprache beschäftigt. Es wurden verschiedene Formen der Entlehnungen beschrieben. Die Gesamtheit aller Entlehnungen wird als Lehngut bezeichnet. Der <sup>5</sup> <http://www.lars-thielemann.de/heidi/hausarbeiten/Anglizismen2.htm>, vom 31. 03. 2008. <sup>6</sup> [http://de.wikipedia.org/wiki/Internationalismus\\_%28Sprache%29](http://de.wikipedia.org/wiki/Internationalismus_%28Sprache%29), vom 31. 03. 2008. <sup>7</sup> Vgl. Römer A., Metzke, G. Lexikologie: Eine Einführung. Tübingen 2003. S. 43.

8 Vgl. Kuhn, I., Wiktorowicz, J. Lexikologie. Studienbegleitendes Lehrmaterial. Halle (Salle) 1991. S. 94. 9 Gegensatz dazu wird als Erbgut bezeichnet. Es handelt sich um den Grundwortschatz einer Sprache. 9 3. Anglizismen in der Geschichte der deutschen Sprachen 3.1 Mittelalter während der ganzen Epoche des Mittelalters war der englische Einfluss auf die deutsche Sprache sehr gering. Im früheren Mittelalter sind einige entlehnte Wörter dem Einfluss der Kirchensprache zu verdanken. Im späteren Mittelalter entwickelte sich die Fachsprache der Seefahrt. Dank des Mittelmeerhandels beeinflussten die germanischen Wörter vor allem die Lehnwörter aus dem europäischen Süden, z. B. Wörter wie Flotte, Harpune, Havarie, Kapitän, Mole. Im Kirchenbereich bereicherte den deutschen Wortschatz das Latein. Die Wörter hatten oft auch eine zweite Bedeutung: Chor, Kalender, Paternoster, usw. Für die Entwicklung des Wortschatzes der deutschen Sprache waren die Spät mittelalterlichen Mystiker wie Meister Eckhart, Johannes Tauler, Mechthild von Magdeburg u.a. sehr wichtig. 10 3.2 Humanismus Auch in diesem Zeitraum war der Einfluss des Englischen eher geringer. Immer war die Rolle des Lateinischen sehr gro., aus dieser Zeit stammen Familiennamen wie Agricola, Pistorius, Textor, Gryphius u.a. Im Schulbereich wurden viele Wörter übernommen: Abiturient, Aula, Fauna, Flora, Lektion, studieren, interpretieren u. a. für das 16. Jh. sind einige englische Wörter nachgewiesen: Dogge (1571), Gentleman (1575), Mylord, Lord (1599).<sup>11</sup> 3.3 Barockzeit Stark beeinflusst war die deutsche Sprache durch das Französische. Vor allem die höfischen Kreise übernahmen und ahmten die modischen Wörter nach. Diese Zeit 9 <http://www.lars-thielemann.de/heidi/hausarbeiten/Anglizismen2.htm>, vom 31. 03. 2008. 10 Vgl. Uhr Ova, E. Grundlagen der deutschen Lexikologie. Brno 1996. S.78. 11Vgl. Ungeheuer, G., Wiegand, H. E. Handbuche zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. Berlin 1984. In Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung. S. 938. 10 wurde als „altmodische Zeit“ bezeichnet. Diese französische Überflutung griff in viele Bereiche ein: Bekleidung, Mode, Künste, Handwerk, Wohnungs- und

Garteneinrichtung, Kochkunst, Vergnügung , gesellschaftliche Reisen. Es handelt sich um die Wörter, wie z. B.: Statue, Porzellan, Galerie, Balkon, Möbel, Hotel,

Kuriositäten, inkognito, Route, Tour u. a.<sup>12</sup> Seit dem Jahre 1648, als Karl I. hingerichtet wurde, steht England im Mittelpunkt des Interesses. Mit den zahlreichen Flugschriften aus England wurden viele englische Ausdrücke aus der Politik mitgebracht: Unterhaus (1649), Oberhaus (1661), Haus der Gemeinen (1661), Bill (1683, verdeutscht von J.H. Campe 1801 als Gesetzentwurf) und

Hochverrat (1668). Die in Deutschland aufgeführten englischen Komödien hinterließen gelegentlich sprachliche Spuren, den Gebrauch des Akkusativs bei der Interjektion o („oh mich getreu“ nach eng. „oh me“).<sup>13</sup> In Hamburg, einem wichtigen anglophilen Zentrum Deutschlands, erfolgte der erste Druck einer englischen Grammatik auf deutschem Boden. (3. Aufl. Der Grammatica Linguae Anglikanae von John Wallis, 1672). 1679 wurde in Hamburg von einem Engländer das erste deutsche Kaffeehaus unter dem Ausdruck Kaffeehaus eröffnet.<sup>14</sup> Vom 17. Jh. stammen aus dem Englischen Fachausdrücke wie Logarithmus (1652),

centrifugal und centripetal (1687). Im Jahre 1617 wurde in Weimar „Die Fruchtbringende Gesellschaft“ gegründet, die sich als erste für die Reinigung der deutschen Sprache einsetzte. Von den Sprachpuristen Justus Georg Schottel, Georg Philipp Harsdörffer, Phillip von Zessen und dem Dichter Martin Opitz entstanden viele Verdeutschungen, die bis heute benutzt werden.

3.4 18. Jahrhundert Im deutschsprachigen Raum waren vier Zentren des englischen Einflusses: Hamburg, Leipzig, Zürich und Göttingen. In Hamburg erschienen die meisten deutschen Übersetzungen aus dem Englischen. Es entstanden auch Wochenschriften nach englischem Vorbild. Es führte zur ersten namhaften Einwanderung englischen Wortguts in die deutsche Sprache, vor allem auf dem geistig-kulturellen Gebiet. Auf dem <sup>12</sup> Vgl. Uhrova, E. S.80. <sup>13</sup> Vgl. Ungeheuer, G., Wiegand, H. E. S. 939. <sup>14</sup> Vgl. Ungeheuer, G., Wiegand, H. E. S. 939. 11

literarischen Gebiet bürgerten sich viele Wörter ein, als Beispiel können diese Wörter dienen: Bombast (1726), Duns (1727), Robinsonade (1731), die toten Sprachen (1753), sentimental (1753), empfindsam (1751) u. a. Zu den anderen Bereichen, die das Englische beeinflusste, gehören Philosophie: Freidenker (1715), Ideenassoziation (1736), Common Sense (1766), ferner die Naturwissenschaften und Medizin: Spektrum (1791), Barometer (1743), Impfung (1790), Politik: europäisches Gleichgewicht (1702), Koalition (1791), Opposition (1776), Handel und Finanzwesen: Import (1782), exportieren (1787), Banknote (1752) und Seefahrt: Kutter (1782), Brise (1726), Linienschiff (1748).<sup>15</sup> 3.5 19. Jahrhundert

Im 19. Jahrhundert sind durchgreifende gesellschaftliche und technische Veränderungen und v.a. viele Errungenschaften zu beobachten, die neu benannt werden mussten. Es kam zu einer Zunahme deutscher Neuprägungen und zugleich auch zu vielen Übernahmen aus dem Englischen und Französischen. In dieser Zeit war der Englische Einfluss vorherrschend. Viele Wortentlehnungen sind zugleich Sache-Entlehnungen und unterstreichen die führende Rolle Englands auf wirtschaftlichem Gebiet. Diese Zeit brachte viele neue Wörter des Gesellschaftslebens mit: Dandy (um 1830), Lowe (1828), Snob (um 1870), flirten (1890).<sup>16</sup> Auch auf dem Sportgebiet entstanden neue Wörter, selbst das Wort Sport hat englischen Ursprung. In Deutschland bürgerte sich Rudersport, Tennis, Radsport, Fußball u.a. ein Die Sportarten bereicherten den deutschen Wortschatz um andere Ausdrücke, die mit dem Sport zusammenhängen: Club, Jockey, Tattersall, Start, Outsider, Derby, Finnisch, Handikap, Favorit, Tipp u.a.

Viele übernommene Wörter kann man in dem Fachwortschatz des Eisenbahnwesens finden: Lokomotive, Puffer, Tender, Tunnel, Waggon.<sup>17</sup> 3.6 20.-21. Jahrhundert. Das 20. Jahrhundert wird in drei Entlehnungsperioden aufgeteilt, auf die Zeit bis zum Ersten Weltkrieg, die Zwischenkriegszeit und die Zeit nach 1945. Bis 1914 war die „Engländerei“ fast in allen Lebensgebieten sichtbar. In dieser Periode wurden viele Wörter entlehnt. Der Erste Weltkrieg beschränkte diese massenhafte Übernahme der <sup>15</sup> Vgl. Ungeheuer, G., Wiegand, H. E. S. 939.

16 Vgl. Ungeheuer, G., Wiegand, H. E. S. 940. 17 Vgl. Uhrova, E. S.85. 12 Fremdwörter. In der zweiten Periode wurden zum ersten Mal die Wörter aus Amerika entlehnt. Diese Entlehnungen sind zahlreicher als diejenigen aus dem englischen Raum. Dieser Einfluss von American-Englisch wurde begünstigt durch das Übergewicht der USA im politischen, wirtschaftlichen, technischen und wissenschaftlichen Bereich. In dieser Zeit gibt es viele Verdeutschungsbestrebungen: z. B. Schlager statt Racket, Aufschlag statt Service. Seit dieser Zeit wird der Wortschatz durch Rundfunk und später auch das Fernsehen u.a. verbreitet: Musical, Feature, Slogan, Trend, Comeback, mixen, Job, Make-up, Fan u.a. Viele Entlehnungen gehören zu der Mode- und Unterhaltungssprache: Fitnessraum, Hitparade, Showstar, Partykeller, Jeans, Thermohose, College-Look, Sweatshirt usw.<sup>18</sup> Der Einfluss des Englischen auf die deutsche Sprache hat seinen Höhepunkt in den letzten Jahren gefunden. Dieses Phänomen führte zur Gründung einer selbständigen Forschungsrichtung, die im Bereich der internationalen Linguistik ihre Befürworter hat.<sup>19</sup>

#### 4. Die einzelnen Sprachbereiche

Die Entlehnungen aus dem Englischen weisen interessante Besonderheiten in mehreren Sprachbereichen auf. In diesem Kapitel werden die Spezifika einzelner Ebenen in Auswahl veranschaulicht.

##### 4.1 Schreibung Das Wort,

das aus der englischen Sprache übernommen wurde, behält im Allgemeinen seine ursprüngliche Schreibung bei. Die Substantive werden groß geschrieben, sobald sie einen festen Platz im Deutschen eingenommen haben. <sup>20</sup> „Die Großschreibung signalisiert allerdings, dass das Deutsche mit diesem Lexem bereits als mit einem potentiellen Bestandteil seines Wortbestandes rechnet. Diese <sup>18</sup> Vgl. Uhrova, E. S.87. <sup>19</sup> Vgl. Masařík, Z., Kratochvilova, I. Die Entwicklungstendenzen in der deutschen Sprache des XX. Jahrhunderts. Opava 1998. S.95. <sup>20</sup> Vgl. Carstens, B., Galinsky, H. Amerikanismen der deutschen Gegenwartssprache. Heidelberg 1963. S. 15. <sup>13</sup> Erscheinung konnte die erhöhte Aufnahmebereitschaft der deutschen Gegenwartssprache in Richtung Einfluss des Englischen sehr gut demonstrieren.“<sup>21</sup> Die folgenden Beispiele zeigen, wie die Anglizismen im Deutschen geschrieben werden können:<sup>22</sup> Das englische c wird häufig im

Deutschen mit k wiedergegeben, z. B. Kamp, Klipp, Kockpit, Musikal, Kamera. Die Gruppe sh wird häufig mit sch ersetzt, z. B. Schocken, Schocker, schrinken. Englische -p, -t werden im Deutschen -pp, -tt geschrieben, z.B. Tripp, Slipp, Klipp.

4.2 Phonetik 23 In diesem Bereich gibt es zwei verschiedene Herangehensweisen, evidenten Lehnwort (s.u.) wird entweder überwiegend in nahezu korrektem Englisch ausgesprochen oder weitgehend dem deutschen Phoneminventar angepasst. Diese zwei Ansichten haben ihre Vertreter, deren Meinungen unterschiedlich und umstritten sind. Zur Zeit gibt es eine große Anzahl von Anglizismen, die vollständig in das deutsche Lautsystem integriert sind. Laute, die das Deutsche nicht kennt, werden bei wiederholtem Gebrauch durch klangähnliche deutsche Laute ersetzt. Einige (Lehnert, Carstensen)<sup>24</sup> nehmen an, dass die Deutschen sich bemühen, die englischen Wörter englisch auszusprechen, sind dabei jedoch nicht immer erfolgreich, weil sie über entsprechende Englischkenntnisse nicht verfügen. Die Aussprache kann abhängig von Alter, Englischkenntnissen und Geschlecht sein.

4.3 Lexik Die Einflüsse des Englischen auf die deutsche Lexik sind differenziert zu betrachten. Es spielt hier einerseits die Herkunft von Entlehnungen eine Rolle, ferner natürlich die Bedeutung der Einzelwörter. 21 Vgl. Masařík, Z., Kratochvilova, I. S.98. 22 Vgl. Carstens, B., Galinsky, H. S. 15. 23 Vgl. Glahn, R. Der Einfluss des Englischen auf gesprochene deutsche Gegenwartssprache. Frankfurt am Main 2000. S. 32. 24 Vgl. Glahn, R. S. 33. 14

4.4 Herkunftsaspekte Diese Klassifikation der Entlehnungen unter Herkunftsaspekten entwickelte sich ursprünglich zur Erforschung des lateinischen Einflusses auf die deutsche Sprache (von Werner Betz). Den Anforderungen einer Analyse von Entlehnungen aus dem Englischen entspricht ein angepasstes Modell, in dem zwischen evidentem und latentem Lehnwort unterschieden wird.<sup>25</sup>

4.4.1 Evidentes Lehnwort<sup>26</sup> Zu dem evidentem Lehnwort gehören alle sprachlichen Erscheinungen, die vom fremden Wortgut beeinflusst sind. Dieses Lehnwort wird in direkten Entlehnungsarten – Fremdwort und Lehnwort – und in indirekten Entlehnungsarten – Scheinentlehnung und Mischkompositum – unterteilt. Hierarchie des evidenten Lehnwortes: a) Fremdwort – Lehnwort In der Vergangenheit gab es um die

Bezeichnungen Fremdwort und Lehnwort eine umfangreiche Diskussion. Die meisten Wissenschaftler betrachten ein Wort als Fremdwort, das sich in Lautung oder Intonation oder Schreibung nicht in die Nehmersprache eingliedert hat und somit eindeutig als Wort fremder Herkunft zu erkennen ist. Unter Lehnwort versteht man im Allgemeinen jedes Wort, das nicht mehr ohne weiteres als Wort fremder Herkunft identifiziert werden kann. Ein Beispiel für ein Fremdwort ist Freestyle, für ein Lehnwort Sport. 25 Vgl. Glahn, R. S. 35. 26 Vgl. Glahn, R. S. 35-36. Evidentes Lehngut Direkte Entlehnungen Indirekte Entlehnungen Fremdwort Lehnwort Scheinentlehnung Mischkomposition 15 b) Scheinentlehnung Unter Scheinentlehnung versteht man eine Entlehnung aus dem Gut einer fremden Sprache, wobei die Gebersprache den scheinbar entlehnten Wert nicht bereithält. Als lexikalische Scheinentlehnung wird ein Ausdruck bezeichnet, das wie ein englisches Wort aussieht, im Englischen jedoch nicht belegt ist. Z. B. Aus den englischen Lexemen „talk“ und „master“ wurde im Deutschen das im Englischen nicht vorhandene Wort Talkmaster gebildet, das den „game-show-host“ bezeichnet – einen Menschen, der mittels seiner Moderation durch Spiel – und Unterhaltungssendungen führt. Weitere Kategorie der Scheinentlehnungen bilden die semantischen Scheinentlehnungen. Diese Gruppe umfasst Fälle, wo ein Wort aus der Gebersprache, dem in der Nehmersprache ein semantischer Gehalt aufgezwungen wird, der von dem semantischen Gehalt abweicht, den das Wort in der Gebersprache aufweist. Ein aktuelles Beispiel für eine semantische Scheinentlehnung ist das Wort Handy, eine Bezeichnung für ein Mobiltelefon. Im Englischen bezeichnet man ein Mobiltelefon gemeinhin mit den Wörtern „cellular phone“ oder „portable phone“. Das Wort „Handy“ hat im Englischen die Bedeutung, von deutschen Wörtern „handlich“ oder „geschickt“. Die letzte Kategorie von Scheinentlehnungen bilden die sogenannten Lehnveraenderungen. Es sind die Wörter einer Gebersprache, die beim Transfer in eine andere Sprache morphologisch verändert wurden. Es handelt sich z. B. Um die Kurzungen von „Pullover zu Pulli und „professional“ zu Profi. c) Mischkomposition Es sind die Wörter, die zu einem Teil aus fremdem Wortgut bestehen. Man kann zwei Arten

unterscheiden. Die ersten haben kein Vorbild in der Gebersprache. Zu dieser Art gehört beispielsweise das Wort Managerkrankheit, dem im Englischen das Wort „stress disease“ entspricht. Zu der zweiten Art gehören Mischkomposita, die ein gebersprachliches Vorbild haben. Ein Beispiel für diese Art ist Haarspray nach dem englischen „hair spray“. 4.4.2 Latentes Lehnwort<sup>27</sup> Zu dem latentem Lehnwort gehören alle Entlehnungsarten, in denen kein Wortgut der Gebersprache zu finden ist. Es geht um die Lehnbedeutung und die Lehnbildung. Die <sup>27</sup> Vgl. Glahn, S.39.

16 Lehnbildung wird noch in Lehnschöpfung und Lehnformung unterteilt, und die Kategorie Lehnformung lässt sich wiederum in Lehnübersetzungen und Lehnübertragungen einteilen. Hierarchie des latenten Lehnwortes: a) Lehnbedeutung Der semantische Gehalt eines Wortes der Gebersprache übergeht teilweise oder vollständig auf ein in der Nehmersprache bereits vorhandenes gleiches Wort. Dadurch wird der semantische Gehalt vergrößert. Es sind beispielsweise aus dem Englischen entlehnte Bedeutungen des Wortes realisieren. Realisieren wurde vor der Bedeutungserweiterung nur im Sinne von „etwas umsetzen“ verwendet. Heute verwendet man gelegentlich realisieren auch mit der Bedeutung von „etwas einsehen“, „etwas erkennen“ und auch „sich vorstellen“ (vgl. eng. realise). b) Lehnbildung Inhalt eines Wortes der Gebersprache wird mit sprachlichen Zeichen der Nehmersprache wiedergegeben. Nach dem Grad ihrer Übereinstimmungen mit dem gebersprachlichen Vorbild wird diese Kategorie noch in Lehnschöpfungen und Lehnformungen unterteilt. b 1) Lehnschöpfung Es ist eine unabhängige Neubildung zur Bezeichnung des semantischen Gehalts eines Lexems der Gebersprache innerhalb der Nehmersprache. Ein Beispiel dafür Latentes Lehnwort

Lehnbedeutung Lehnbildung

Lehnschöpfung Lehnformung

Lehnübersetzung Lehnübertragung

17 sind Kunststoff für das englische Lexem „plastic“ oder Fertiggericht für das im

englischen Sprachraum verwendete Wort „fast food“. b 2) Lehnformung Unter diese Kategorie gehören mehr oder minder stark abhängige Nachbildungen eines Wortes der Gebersprache innerhalb der Nehmersprache. Diese werden noch in Lehnübersetzung und Lehnuebertragung unterteilt. b 2.1) Lehnübersetzung Als Lehnübersetzung wird nur Wortgut bezeichnet, das ausschließlich aus heimischem Wortgut besteht, denn eine Übersetzung ist eine inhaltliche Wiedergabe mit eigenem Wortgut. Es ist nur auf Komposita beschränkt. Zu dieser Gruppe gehört z. B. Das Wort Gipfelkonferenz, das der englischen Wortgruppe „summit conference“ nachgebildet wurde. b 2.2) Lehnuebertragung Die Lehnuebertragungen sind eng mit den Lehnübersetzungen verwandt. In dieser Kategorie liegt ein dem gebersprachlichen Vorbild mit ausschließlich nehmersprachlichen Zeichen inhaltlich nachgebildeter Ausdruck vor. Dies stellt jedoch keinen Versuch dar, das gebersprachliche Vorbild zu übersetzen. Beispiele für diese Gruppe sind Wörter Wolkenkratzer und Unterhaltungsgeschäft, die dem angloamerikanischen „skyscraper“ und „show business“ nachgebildet sind. 4. 5 Morphologie<sup>28</sup> 4.5.1 Komposita Es gibt zusammengesetzte Wörter, die vollständig aus dem Wortgut der Gebersprache bestehen. Man unterscheidet die Komposita, die in der Gebersprache existieren (Inline-Skate) und die Komposita, die im Lexeminventar der Gebersprache nicht zu finden sind (Talkmaster).

<sup>28</sup> Glahn, R. S. 49-56. 18 4.5.2 Kürzung

Viele Kurzformen, die es im Englischen gibt, wurden auch ins Deutsche entlehnt. Yang<sup>29</sup> stellt eine Unterteilung zwischen Initialwörtern, Kurzwörtern und Kontaminationen dar. Zur ersten Kategorie gehört beispielsweise VHS – „Video Home System. Zur zweiten Kategorie wird als Beispiel der Flop – aus „Fospury-flop“ angeführt. In der Kategorie Kontamination geht es um Verbindung zweier Wörter. So entstand z. B. aus engl. „smoke“ und „fog“ smog. Aus „breakfast“ und „lunch“ wurde brunch, usw. 4.5.3 Flexion Es gibt keinen eindeutigen Nachweis eines Einflusses des Englischen auf das Flexionssystem des Deutschen. Vielmehr ist man der Überzeugung, dass Entlehnungen ausnahmslos dem Flexionssystem

des Deutschen untergeordnet werden.<sup>30</sup> 4.5.4 Nomina a) Genuszuordnung Weil bei den englischen Substantiven das Genus nicht durch den Artikel zu erkennen ist, ist es sehr schwer ihnen die Genera zuzuweisen. Diese Zuweisung ist bereits Gegenstand vieler Forschungsarbeiten gewesen, ich erwähne nur einige von ihnen. Fing behauptet, dass „Genus wurde durch das natürliche Geschlecht, das Geschlecht der deutschen Bedeutungsentsprechung oder durch die Willkür des Senders bestimmt werden“.<sup>31</sup> Schelper kommt zu dem Schluss, dass das Genus durch sechs verschiedene Faktoren bestimmt sein kann. Den ersten Faktor bezeichnet sie als das pragmatische Prinzip, dessen Anwendung die Genuszuordnung nach dem natürlichen Geschlecht zur Folge hat, z. B. die Nanny nach die Frau. Das weitere Prinzip ist das semantische Prinzip, unter dem sie die Zuordnung des Genus nach der nächsten einheimischen lexikalischen Entsprechung versteht, z. B. die City nach die Stadt. Drittes Prinzip ist morphologisches Prinzip. Unter dieser Bezeichnung subsumiert sie alle Grenzenuzuweisungen, die durch Suffixe bestimmt sind, z. B. der Trouble nach der Trubel. Fünfte Einflussmöglichkeit sieht sie in der Homophonie mit einheimischem Wortgut, z. B. in der Schweiz verwendete der Match aus der Matsch. Letzte Einflussmöglichkeit stellt die Silbenlänge dar. So sind etwa die meisten Einsilber englischen Ursprungs im Deutschen maskulin.<sup>32</sup> Schmitt zeigt in seiner Arbeit eine Abhängigkeit der Genuszuordnung vom Bildungsstand des Verwenders auf. Er macht ausführliche Angaben zum Einfluss der Suffixe auf die Genuszuordnung. Dem männlichen Geschlecht werden Nomina mit folgenden Endungen zugeordnet: -er, -or, -down und -out. Dem weiblichen Geschlecht wird das Suffix -ion zugeordnet und dem sachlichen Geschlecht gehören die auf -ing und -ment ausgehenden Wörter.<sup>33</sup> b) Pluralbildung Analog zum Englischen wird der Plural der meisten substantivischen Entlehnungen mittels eines s-Plurals gebildet, z. B. die Airline – die Airlines. Einige Nomina können auch n-Plurale, en-Plurale, e-Plurale oder Nullmorphem-Plurale bilden, aber dies ist nur selten zu beobachten. Es geht zum Beispiel um diese Wörter: Debatten, Astronaut-en, Import-e, Manager-0. Adjektive und Adverbien Die Adjektive werden in zwei

Kategorien unterteilt. Zu der ersten Kategorie gehören solche Adjektive, die ausschließlich prädikativ verwendet werden, z. B. in und okay. Die Adjektive der zweiten Kategorie können sowohl prädikativ als auch attributiv verwendet werden, z. B. fair und cool. Einige Adjektive werden als Adverbien verwendet, z. B. easy, live und top.

4.5.6 Verben Die aus dem Englischen ins Deutsche transferierten Verben, werden nach dem Muster killen, killte, gekillt<sup>34</sup> schwach flektiert. Sie erhalten prinzipiell die Endungen, und wenn es nötig ist, wird der Endkonsonant verdoppelt, z. B. „to scan“ 32 Vgl. Glahn, R. S. 51. 33 Vgl. Glahn, R. S. 52. 34 Vgl. Glahn, R. S. 54. 20 – scannen. Das zweite Partizip kann als Adjektiv verwendet werden – z. B. das geleaste Auto, des geleasten Autos. Im Deutschen gibt es auch aus Substantiven abgeleitete Verben. Beispiele für mögliche Ableitungen sind: Boom – boomen, Coach – coachen, Deal- dealen und Manager – managen.<sup>35</sup>

4.5.7 Affigierung Die Affixe werden in Prafixe, Suffixe und Infixe unterteilt. Die letzteren sind für die Anglizismenforschung nicht von unmittelbarer Bedeutung. Den folgenden Pra- und Suffixen wird in der Anglizismenforschung bezüglich deren genereller oder gehäufiger Verwendung eine Beeinflussung durch das Englische unterstellt: Prafixe: All-, Anti-, auto-, Beinahe-, Co-, Ex-, Fast-, Inter-, Ko-, Marathon-, Mikro-, Mini-, Multi-, Non-, Quasi-, Re-, Sub-, Super-, supra-, ultra-, Suffixe: -ant, -aster, -cid, -er, -esk, -eteria, -ette, -ian, -ical, -ist, -matic, -rama, - - ster, -thon, Der Bereich Affigierung ist voll von Spekulation, ob manche Pra- und Suffixe wirklich vom Englischen oder direkt aus lateinischem Wortgut stammen.

4.6 Syntax Der Einfluss der englischen auf die deutsche Syntax besteht laut Schelper „zum einen in einer Verstärkung sprachimmanenter Tendenzen des Deutschen, wie z.B. Kurze und Nominalisierung, zu anderen in unabhängigen Veränderungen: - Umschreibung des Genitivs mit „von“ - Unterdrückung des Artikels bei Zeitungsuüberschriften - analytische Adjektivsteigerungen mit „mehr“, z.B. das mehr normale Verhalten - Wiederholungen des Komparativs, z.B. es wurde dunkler und dunkler. - Anwendung des Possessivpronomens bei Körperteilen, z.B. Er stutzte seinen Kopf in seinen Arm. - transitiver Gebrauch intransitiver Verben, z.B. einen Wagen

fahren, einen Angriff fliegen 35 Vgl. Glahn, R. S. 55. 21 - Gebrauch von Modalverben, z.B. sie haben nur zu beschließen statt müssen beschließen - Gebrauch der imperfektiven Aktionsart zum Ausdruck der Dauer, z.B. das ist im Werden, er ist beim Schreiben - Präpositionen, z.B. in 1960, in anderen Worten, für 6 Monate, Mitleid für jemanden haben - Stellung der Negation, z. B. alle konnten nicht teilnehmen - Substantivierung von Infinitiven (engl. Gerundium) - höflich ausgedruckte Unbestimmtheit, z.B. ich konnte mir vorstellen, wenn ich so sagen darf, ich mochte meinen Bei allen diesen Fällen kann jedoch nie eindeutig ein englischer Einfluss nachgewiesen, sondern nur vermutet werden Es kann sich auch um Parallelentwicklungen handeln oder um eine Verbindung beider Möglichkeiten. Auch dialektale Varianten des Deutschen sind zu berücksichtigen.“

36 4.7 Redewendungen In diesem Bereich tritt die Bezeichnung Lehnwendung auf. Unter dieser Bezeichnung versteht man eine Übersetzung einer feststehenden Redewendung in eine andere Sprache. Eine Lehnwendung führt nicht zu einem neuen Syntagma in der Nehmersprache, z. B. Zeit ist Geld! – nach dem englischen Vorbild „Time is money!“

5. Jugendsprache Die Definition Jugendsprache ist mit Schwierigkeiten verbunden. Es bietet eine einfache Erklärung an: Jugendsprache ist Sprache der Jugend. Duden definiert die Jugendsprache als Jargon und Sondersprache der Jugendlichen.<sup>37</sup> Gema. Metzler Lexikon Sprache<sup>38</sup> gehört die Jugendsprache nach dem Klassifikationsschema zu den sog. Kontrasprachen. Ein gesamtsprachlich orientiertes Modell von H. Henne unterscheidet vier Dimensionen der Jugendsprache: als Funktion der Jugendsprache die Sprachprofilierung, als Struktur 36 Vgl. Glahn, R. S. 57. 37 Zit. nach DUDEN. Deutsches Universalwoerterbuch. 5. Auflage. Augsburg 2003. S. 860. 38 Vgl. Gluck, H. Metzler Lexikon Sprache. Weimar, Stuttgart 2000. S. 326. Nach Braun, P. Tendenzen in der dt. Gegenwartsspr.: Sprachvarietäten. Stgt. 1987, Henne, H. Jugend und ihre Spr., Bln., N. Y. 1986. 22 den Jugendton, als Praxisbezug die kommunikative Wirklichkeit der Gruppensprache und als Aufgabe der Sprachkritik die Darstellung der Augensicht der Gruppe. Besonders charakteristisch ist für die Jugendsprache der Bereich des Lexikons, weniger die

Syntax. Viele Wörter der Jugendsprache kommen auch in der Standardsprache vor, haben aber dort eine andere Bedeutung. Stilistische Merkmale der Übertreibung und des Rigorismus sind ebenfalls charakteristisch (geile Show, eine riesige Tussi). Jugendsprache fokussiert Konnotationen, kontext- und situationsabhängige emotive Zugriffe und ermöglicht so eine Distanzierung von anderen Sprechweisen.

Einige Forscher (z.B. Gloy, Bucher und Cailleux) zeigen eine kritische Reflexion<sup>39</sup> : - Es gibt nicht die Jugendsprache. - Es gibt nicht die Jugendsprache (im Gegensatz zur Erwachsenensprache). - Es gibt nicht die Jugendsprache, sondern das Sprechen von Jugendlichen. Es ist noch wichtig zu erklären, wer ein Jugendlicher eigentlich ist. Die Psychologie grenzt das Jugendalter als Zeitspanne zwischen dem Beginn der Pubertät, die zwischen 11 und 14 Jahren einsetzt, und der Postadoleszenz ein. In der Perspektive der Psychologie wird auch betont, dass die Jugendlichen häufig in zwei Wertwelten leben, die zum einen durch die Eltern und zum anderen durch die Altersgenossen geprägt werden. Diese zwei Wertwelten konnten großen Einfluss auf die Sprache der Jugendlichen haben. Wie die Jugendlichen sprechen, wird noch von zwei wichtigen Faktoren beeinflusst:<sup>40</sup>

Es handelt sich da um eine soziokulturell bestimmte Lebensphase, in der das Individuum die Voraussetzung für selbständiges Handeln gewinnt, und Subkultur bzw. gesellschaftliche Teilkultur, in der ein eigenständiger Lebensstil entwickelt wird. 5. 1 Jugendsprache und Medien Zwischen der Medienwelt und der Jugendsprache existiert ein enger Zusammenhang. Die Medien haben auf die Jugendsprache einen enormen Einfluss. <sup>39</sup> Vgl. Schobinski, P., Kohl, G., Ludewigt, I. Jugendsprache. Fiktion und Wirklichkeit. Osladen 1993. S. 37. <sup>40</sup> Vgl. Schobinski, P., Kohl, G., Ludewigt, I. S. 37. <sup>23</sup> In der Literatur für Jugendliche spielen die jugendspezifischen Merkmale nur eine untergeordnete Rolle, auch wenn in der Literaturwissenschaft angenommen wird, dass in der Jugendliteratur „der Jargon der Jugend eine bedeutsame Rolle spielt“. <sup>41</sup> Vorwiegend in der sog. Jeansliteratur (Ulrich Plenzdorf, Rolf Schneider, John Donovan) sind jugendsprachliche Merkmale vertreten. Die Jugendsprache ist hier

alltagssprachlich funktional und tritt als Gegensprache zur Erwachsenensprache. Die Jugendsprache wird vor allem von verschiedenen Zeitschriften, Comics und Fernsehsendungen u.a. beeinflusst, die direkt für die Jugendlichen bestimmt sind. Aber auch auf dem Beispiel der Zeitschriften ist es sehr schwer zu bestimmen, was unter der Jugendsprache verstanden wird. Ist die BRAVO-Jugendsprache gleich Jugendsprache oder ist es die Sprache der katholischen Jugendzeitschrift „Junge Zeit“, in der die hier behandelten Merkmale nur vereinzelt auftreten? Ein weiteres Medium, das die Jugendsprache heutzutage sehr stark beeinflusst ist das Internet. Vor allem den Medien wird die Schuld zugeschrieben, dass die Sprache der Jugendlichen immer mehr „verfällt“, eine Frage allerdings ist, wie weit die Medien die Sprache von Jugendlichen in Wirklichkeit prägen. Nicht alle Jugendlichen interessieren sich für die sogenannten Teenagerzeitungen wie BRAVO, Girl, u.a. Viele von den Jugendlichen bevorzugen Fachzeitschriften und einige sogar die Tagespresse. Auch beim Fernsehkonsum gibt es Gruppenunterschiede. Nur 30 % der Jugendlichen verbringen vor dem Fernseher mehr als 4 Stunden pro Tag.<sup>42</sup> Schobinski, Kohl und Ludewigt äußern in diesem Zusammenhang sogar die Ansicht, dass die Medien lediglich dazu beitragen, dass in den Köpfen vieler Eltern, Lehrer, aber auch Jugendlichen, eine Fiktion von Jugendsprache existiert, die mit der sprachlichen Realität wenig zu tun hat.<sup>43</sup> 41 Vgl. Schobinski, P., Kohl, G., Ludewigt, I. S. 36. 42 Vgl. Schobinski, P., Kohl, G., Ludewigt, I. S. 50. 43 Vgl. Vgl. Schobinski, P., Kohl, G., Ludewigt, I. S. 207. 24 6. Verwendung der Anglizismen in der Zeitschrift BRAVO 6.1 Allgemein über die Zeitschrift BRAVO „BRAVO ist 50 Jahre Musikgeschichte, 50 Jahre gelebte Starnahe. Mehr noch: BRAVO macht Stars, weil BRAVO immer die besten Kontakte hat - national wie international!“<sup>44</sup> Die Zeitschrift BRAVO gehört zu den am weitesten verbreiteten Jugendzeitschriften. Die deutsche Version erscheint jede Woche und zur Verfügung steht sie in Deutschland, Österreich, in der Schweiz, in Belgien, Tschechien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Griechenland, Italien, Luxemburg, in den Niederlanden, in Portugal, Schweden, Slowenien, Spanien und Ungarn.

Eigene Ausgaben erscheinen in Tschechien, Ungarn, Polen, Rumänien, Serbien, Russland, Spanien und Portugal, außerhalb Europas zusätzlich in Mexiko. Die erste Ausgabe erschien am 26. August 1956 unter Bezeichnung „Magazin für Film und Fernsehen“.45 Bis heute ist diese Zeitschrift Marktführer und prägte schon mehrere Generationen von Jugendlichen. Keine andere Zeitschrift bedient die Sehnsüchte und Wünsche der jungen Leute so genau und treffsicher wie BRAVO. In Deutschland erreicht BRAVO in seiner Kernzielgruppe knapp ein Drittel aller Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren. Rund 2,2 Millionen Jugendliche kaufen die BRAVO jeden Monat.46 Neben der „Hauptzeitschrift“ erscheinen in Deutschland unter Bezeichnung BRAVO FAMILY noch Mädchenmagazin BRAVO GiRL, Sportmagazin BRAVO Sport, Spielmagazin BRAVO SCREENFUN, Magazin BRAVO HIPHOP SPECIAL, Tontragerreihe BRAVO HITS und BRAVO Black Hits. Jede Woche ist es möglich die Fernsehsendung BRAVO TV zu sehen und einige Live-Events wie BRAVOSUPERSHOW zu besuchen. Noch dazu kann man auch das Handy- Angebot BRAVO Mobile bestellen. Es gibt auch Onlineportal BRAVO.de. Mit dieser Medienwelt präsentiert sich BRAVO als die stärkste Jugendmedienmarke Europas. Jedes Jahr wird der Leserpreis OTTO verliehen. 44

<http://www.bravo.de/online/render.php?render=19728>, vom 13 .04. 2008. 45

<http://www.bravo.de/online/render.php?render=19728>, vom 13 .04. 2008. 46

<http://www.bravo.de/online/render.php?render=19731>, vom 13. 04. 2008. 25

Jede Woche erhält die Redaktion hunderte E-Mails und Briefe. In der taglichen Leserpost spiegeln sich die Wünsche von Jugend wider. Dort findet die Redaktion

Vorschläge, Anregungen und auch Kritik. Leser besuchen BRAVO und diskutieren

mit den Redakteuren über aktuelle Stars und Trends. 6.2 Aufbau der Zeitschrift

BRAVO Drei von vier Ausgaben, die für eine ausführlichere Untersuchung

herangezogen wurden, haben 79 Seiten, eine hat 95 Seiten47. Jede Ausgabe

besteht aus gleichen Rubriken: BRAVO News, BRAVO Titelstory, BRAVO Stars,

BRAVO Fun, BRAVO Life, BRAVO Love und BRAVO Movie. Drei Ausgaben

haben noch dazu die Rubrik BRAVO TV. Am umfangreichsten ist die Rubrik BRAVO Stars, wo die Leser etwas Neues oder Interessantes über ihre Lieblingsgruppen, -sänger, -sängerinnen, -schauspieler oder -schauspielerin erfahren können. Hierher gehören noch die Unterrubriken Newcomer, Fitness, Songbook, Chart News, Action und Exit. Zur Rubrik BRAVO Fun gehört noch die Unterrubrik Crazy Stars. Die Rubrik BRAVO Life ist noch in Unterrubriken Aktion, Extra, Psychotest, Horoskop, Forum, Lovestory, SMS-Voting, Report, Mode und Hot-List unterteilt. Die Rubrik BRAVO Love besteht aus Bodycheck, Dr.-Sommer-Sprechstunde und Dr.Sommer- Test. In den Rubriken BRAVO Aktion, BRAVO Forum, BRAVO Dr.Sommer- Sprechstunde und BRAVO Hot-List schreiben die Leser einige Beiträge in der Form von verschiedenen Fragen über ihre Probleme, eigenen Gedichten oder witzigen Geschichten. Acht Seiten bilden verschiedene Plakate der Stars. Drei Ausgaben enthalten ein Geschenk: Handy-Sticker, Tur-Schilder und Anhänger. In jeder Ausgabe gibt es ca. zehn Anzeigen. Auf jeder Seite befinden sich bunte Fotos der berühmten Personen. Fast jeder Artikel hat unterschiedliche Schattierung. Die Untertitel sind auch bunt und sehr groß. geschrieben, einzelne Buchstaben in einigen hervorgehobenen Wörtern werden oft in wechselnden Farben gedruckt. Die Artikel werden mit sehr kurzen Sätzen im neutralen oder umgangssprachlichen Stilschichten geschrieben. Nur selten findet man längere Satzverbindungen. In den 47 BRAVO, Nr. 12 vom 12. März 2008, BRAVO Nr. 13 vom 18. März 2008, BRAVO Nr. 14 vom 26. März 2008, BRAVO Nr. 15 vom 2. April 2008. 26 Sätzen dominiert hyperbolische Stilfärbung. 48 Es werden viele Neologismen und Modewörter, vor allem in Form der Komposita verwendet: z. B. After-Show-Party, Mega-Stars, Power-Lady, u.a.

6.3 Anglizismen in BRAVO Die Zeitschrift BRAVO ist auf den ersten Blick voll von Anglizismen. Schon in den Rubrikbezeichnungen können wir diese Wörter beobachten. Es werden die englischen Wörter News, Titelstory, Stars, Fun, Life, Love und Movie anstelle der deutschen Äquivalente benutzt. Fast auf jeder Seite kommen die Anglizismen vor. Durchschnittlich handelt es sich um acht Anglizismen pro Seite. Die größte Anzahl ist 34 dieser Wörter auf einer Seite.<sup>49</sup> Am meisten

geht es um Substantive, dann um Adjektive und Adverbien, nur in geringem Maße um Verben. Manchmal werden Slogans und Interjektionen verwendet. 6.3.1 Substantive Wie schon erwähnt wurde, bilden die Substantive einen wesentlichen Teil der verwendeten Anglizismen in den vier analysierten BRAVO-Ausgaben. Die am häufigsten vorkommenden Wörter sind Fan, Look, Style, Outfit, Trend und Star. Diese Wörter sind auch in verschiedenen Wortkombinationen bemerkbar: Frisuren- Trends, HipHop-Fan, Rap-Fan, Pop-Star, Superstar, Kinderstar, Rock-Star, Star- Tattoos, Romantik-Look, Lady-Look, usw. Anstatt Mädchen und Junge werden oft Girl und Boy verwendet. Eine Hälfte von den Substantiven besteht aus Mischkomposita gebildet aus zwei bis drei Wortelementen. Sie stellen einen Ersatz für eine Genitivverbindung oder für das flektierte Attribut. Sie sollen auf die Leser exklusiv wirken. Beispiele von Mischkomposit: Auch sie wollen von One-Night-Stands nichts wissen.<sup>50</sup> = Sie mochten nicht mit jemandem nur eine Nacht verbringen. Als Emma sich nach der After-Show-Party erschöpft ins Auto fallen lie.,...<sup>51</sup> 48 Mala, J. Einführung in die deutsche Stilistik. Brno 2003. S. 24. 49 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 3. 50 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 22. 27 = Party, die nach der Showbeendung stattgefunden hat. Das ist zum Beispiel Gute-Laune-Boy Benjamin, der neben Talent vor allem durch sein großes Mundwerk weiterkam.<sup>52</sup> = Junge, der gut gelaunt ist. Interessant sind Mischkomposita, die aus einem deutschen und einem englischen Wort bestehen, sog. hybriden Zusammensetzungen:<sup>53</sup> z. B. Auch im Reiter-Outfit macht sie eine gute Figur.<sup>54</sup> Das wäre ja mal ein echtes Power-Paar, aber die Große Liebe ist nicht daraus geworden.<sup>55</sup> Leider zu wenig Gänsehaut-Feeling in der Stimme.<sup>56</sup> Schluss mit Schmuddel-Piratenlook!<sup>57</sup> Morphologische Merkmale a) Pluralbildung Fast alle verwendeten Substantive dieser Gruppe wurden im Plural mit der Endung -s gebildet. Z. B.: das Baby – die Babys, die Band – die Bands, die Bar – die Bars, das Casting – die Castings, der Club – die Clubs, der Deal – die Deals, das Event – die Events, der Fan – die Fans, das Girl – die Girls, das Handy – die Handys, das Hobby – die Hobbys, der Check – die Checks, der Jet – die Jets, der Job – die Jobs, die Lady – die Ladys, der Look – die Looks, das Movie – die

Movies, der Newcomer – die Newcomers, der (die) Single – die Singles, die Show – die Shows, der Song – die Songs, der Star – die Stars, die Story – die Storys, das Styling – die Stylings, das Ticket – die Tickets, der Trend – die Trends. Ausnahme: der MP3-Player – die MP3-Player. Das Wort Charts in der Bedeutung Hitliste wird nur im Plural verwendet. 51 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008, S. 5. 52 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008, S. 68. 53 Vgl. Masářík, Z., Kratochvílová, I. Die Entwicklungstendenzen in der deutschen Sprache des XX. Jahrhunderts. Opava 1998. S.109. 54 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 11. 55 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 67.

56 BRAVO. Nr. 14, vom 26. März 2008. S. 34.

57 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 5.

28

#### b) Genuszuordnung

Die Genuszuordnung entspricht fast bei allen verwendeten Substantiven dem semantischen Prinzip, z. B. das Girl – das Mädchen, der Boy – der Junge, der Teenager – der Jugendliche, das Baby – das Kind, die Story – die Geschichte, das Event – das Ereignis, der King – der König, die Power – die Kraft, die Police – die Polizei, die Band – die Gruppe.

Ausnahme: das Movie – der Film, der Job – die Arbeit.

#### c) Kurzung

Alle Kurzungen in den Artikeln gehören zu den Initialwörtern: CD (compact disc), DVD (digital versatile disc), SMS (short message service), VIP (very important person).

Verwendete Nomen

Act

die Action

der Alien

Appeal

das Babe

das Baby

das Baggern

die Band

die Bar

die Beats

die Beauty

das Biskuit

der Body

das Booklet

der Boom

der Boy

der Browser

der Button

der Cap

das Casting

der CD

der Circus

der Clip

der Clown

der Club

der Coach

die Colles

Concealer

die Coolness

Cosmic

die Crocs

der Dad

der Dance

das Date

der Deal

die Demo

das Desaster

der Designer

die Devise

die Disco

der DVD

das Engagements

das Equipment

das Event

der Exit

Eye

der Eyeliner

der Fact

der Fan

die Fanliebe

die Fashion

das Feature

die Fitness

der Flirt

Flirten

der Flirtfaktor

der Flop

Fun

Germany

der Grammy

das Handy

der Hit

das Hobby

der Channel

die Charts

der Check

der Checker

das Image

die Jeans

der Jet

der Job

das Joggen

der King

der Klick

die Lady

der Lifestyle

die Location

der Look

der Loser

Love

der Lover

Luck

das Mobbing

das Model

29

das Monster

Move

Movie

die Mum

die News

das Outfit

die Party

das Partygirl

die Performance

das Picknick

das Piercing

Playback

der Player

der Pool

das Poolbiliar

der Pop

der Popstar

das Poster

die Power

der Profi

das Radio

der Rapper

der Rave

der Recall

der Rock

der Secret

der Set

das Shoppen

das Shopping

die Shorts

die Show

Schock

der Single

die Sneakers

der Softie

der Song

der Sound

der Spot

Stacken

die Stars

das Sticker

die Story

der Style

das Styling

der Sweater

das Tattoo

das Team

der Teddy

der Teenager

der Techno

das Ticket

der Top

die Tracks

der Trend

der Truck

die Twins

die VIP

der Winner

das Workout

Verwendete Komposita

die Action-Games

der Action-Thriller

die After-Show-Party

das Anti-Agresions-Training

die Awardshow

das Babydoll-Outfit

Babydolls

der Babyspeck

die Background-Tanzerin

das Backstage

die Beauty-Tricks

die Biker-Boots

BlackBerry

die Bling-Bling-Initialen

das Bodycheck

die Bodylotion

das Bodypainting

der Boxsack

das Boxtraining

die Boyband

der Boyfriend

der Boy-Tanz

die Call-in-Shows

der Casting-König

der Casting-Papst

die Castingshow

der Catering-Service

der Catwalk

die CD-Checks

das Comeback

der Comec-Held

die Comedy-Serie

der Comedytalent

das Comicvideo

das Countdown

die Cover-Band

die Currywurst

die Digicam

die Digi-Cam

die Digitalkamera

der Disjockey

der Download

Dr.-Sommer-Team

der Drama-King

die Dreadlocks

der DVD-Abend

der DVD-Player

die, das E-Mail

die Empty-Trash-Tour

der Ex-Boyband-Star

Eyeshadow

die Fake-Blumen-Broche

das Family-Business

der Fan-Alarm

der Fashion-Experte

Fashion-Falle

die Fashion-Police

die Film-Crew

der Fische-Boy

das Fitnessstudio

die Fitnesstrainerin

die Flirtattacken

die Flirtkonigin

30

die Flirtzone

das Fotoshooting

die Frauen-Power

der Freestyle

das Ganshaut-Feeling

Ghetto-Chic

die Girl-Power

die Girls-Abende

der Glamour-Look

das Glamour-Outfit

der Good-Charlotte-Star

der Goodlooker

der Grand-Prix-Song

das Haarspray

der Handy-Browser

Handygame

die Handynummer

die Handyrechnung

die Handy-Stickers

die Handytasche

die Handy-Tatoos

der Headliner

die High heels

das Highlight

der HipHip

das HipHip-Duo

die Hippie-Fransen-Tasche

das Hippie-Kleid

der Hippie-Look

die Hit-Chancen

der Hit-Man

die Hotelparty

die Hotline

die Hot-List

die Checkliste

die Cheerleaderin

die Inlineskates

iPod

das It-Girl

die Jeansjacke

die Job-Attacke

der Jogginganzug

der Jungstar

das Keyword

der Kinderstar

die Kino-Charts

der Knochenjob

das Lippenpeeling

die Live-Action

das Live-Debut

die Live-Show

der Longplayer

die Longsleeve

die Lovestory

die Love-Tatoos

die Mailborse

die Mailbox-Ansagen

das Make-up

der Marketingchef

der Mediaplayer

der Medienprofi

das Mega-Event

der Mega-Hit

das Megaposter

das Mega-Rock-Girl

der Megastar

der Millionen-Deal

die Mini-Snacks

das Modedesign-Studium

der Mode-Experte

der MP3-Player

der Musicshop

die Mystery-Serie

Nabelpiercing

der Newcomer

der Newcomer-Check

die Newcomerin

der One-Hit-Wunder

One-Night-Stands

das Online-Banking

die Packetschnur

Panikattack

das Party-Outfit

die Party-Queen

die Party-Tussi

die Peep-Toes

die Pop-Ikone

die Pop-Queen

der Pop-Rock

der Pop-Titan

die Powerstripes

die Power-Twins

der Privatjet

der Proll-Look

der Proll-Style

der Punkrock

das R.n.B-Babe

die Rap-Ballade

die Rap-Performace

der Rapstar

die Reality-Soap

das Reiter-Outfit

die Retro-Songs

der Riesenstar

die Rockband

der Rocker-Look

die Rock-Queen

der Rocksound

das Rollerskaten

der Romantik-Look

die Shopping-Twins

die Showbranche

das Showbusiness

der Schmuddel-Piratenlook

31

der Schock-Rocker

das Schowbiz

das Schutz-Spray

der Sidekick

die Sit-Ups

das Skandal-Girl

der Smoky-Eyes-Look

die SMS

das Songbook

der Songtext

der Songwriter

der Soundcheck

das Speed-Stacking

das Sportset

die Stack-Matte

der Stargast

das Star-Magazin

die Star-Sprüche

die Star-Style-Seiten

die Star-Tatoos

der Strubbel-Look

das Style-Duell

der Style-Experte

das, der Style-o-meter

die Style-Police

die Style-Prinzessin

der Style-Sieger

das Styling-Team

der Superboy

das Supermodel

die Supershow

die Super-Single

der Superstar

die Super-Twins

der Surfer-Look

die Sweatjacke

das Sweatschirt

der Sweetheart

der Swimming-Pool

der Talentenscout

das Tanztraining

der Teamgeist

der Technik-Freak

die Titelstory

die Top-Acts

die Topform

das Topmodel

die Top-Tage

die Trand-Jobs

der Traum Boy

das Traumgirl

der Traum-Look

die Trend-Lady

der Trendsport

die Trend-Tretern

das T-Shirt

die US-Shootingsstars

der Videoclip

der Vollprofi

die Vorband

der Webcode

der Werbeprofi

Wildcard

das Windsurfen

das XL-Poster

XXL-Bag

das Zimmer-Umstylen

die Zwilling-Power

### 6.3.2 Adjektive und Adverbien

In den Artikeln wurden nur einige Adjektive und Adverbien aus dem Bereich der Anglizismen verwendet: back, cool, crazy, easy, fair, fit, happy, hot, in, live, nice, okay, out, stylisch, sweet, trashig, trendy, trendig, wild.

Das Wort cool wurde fast auf jeder Seite verwendet, manchmal vielmals pro Seite.

Es tritt ebenfalls in verschiedenen Wortbildungen auf: supercool, ultracool,

obercool, uncool, z. B.:

Uncool war gestern!<sup>58</sup>

58 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 76.

32

Mit unseren 133 supercoolen Motiven kannst Du ganz easy Dein Lieblings-Tee-Teil

aufhubschen!<sup>59</sup>

Benjamin gab sich vorher obercool.<sup>60</sup>

Sie sind ultracool, ich mag sie echt gern.<sup>61</sup>

Einige von diesen Adjektiven oder Adverbien wurden mit dem Präfix megaverwendet.

Dieses Präfix dient zur Verstärkung des Eindrucks, z.B.:

Diese bunten Gummitierchen sind einfach megatrendy – und leisten Dir in der

Wanne Gesellschaft!<sup>62</sup>

Wir hatten eine fantastische Stimmung, alle waren megahappy und haben sich gut miteinander verstanden.<sup>63</sup>

Morphologische Merkmale

Einige Adjektive und Adverbien werden nur prädikativ verwendet, einige dann auch

attributive. Hot, live, okay, out, fair, back, trashig, trendig und fit sind Wörter, die nur prädikativ benutzt werden.

z. B.:

Ist okay, dass mich die anderen für eigenartig halten!<sup>64</sup>

Ich habe eigentlich nichts davon als unzutreffend oder unfair gesehen.<sup>65</sup>

Sie sind jung, sie sind hot!<sup>66</sup>

Total überdreht und happy!<sup>67</sup>

Wen er hot findet – und wer noch ganz viel lernen muss.<sup>68</sup>

Hummer okay – aber mit Pommes?<sup>69</sup>

Mach dich für den Frühling fit!<sup>70</sup>

Natashas Kleid ist eine Nummer zu klein, die Federweste wirkt trashig und die

Frisur geht gar nicht!<sup>71</sup>

59 BRAVO. Nr. 14, vom 26. März 2008. S. 78.

60 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 68.

61 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 32.

62 BRAVO. Nr. 14, vom 26. März 2008. S. 5.

63 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 17.

64 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März. 2008. S. 67.

65 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 14.

66 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 22.

67 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 31.

68 BRAVO. Nr. 14, vom 26. März 2008. S. 32.

69 BRAVO. Nr. 14, vom 26. März 2008. S. 78.

70 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 66.

Die Kombination aus Turnschuhen und Rohrenjeans ist super-trendig.<sup>72</sup>

Die anderen Adjektive und Adverbien kommen sowohl Prädikativ als auch attributiv

vor, die einigen werden dabei nicht flektiert.

z. B.:

Benni hat eine Vorliebe für crazy Frisuren.<sup>73</sup>

Zusammen mit ihrer besten Freundin, der Tänzerin Mandy, filmte Miley einige crazy Videos.<sup>74</sup>

Deine Eltern verbieten Dir, auf eine coole Party zu gehen!<sup>75</sup>

Ich brauche einen Typen, der verständnisvoll ist, aber auch cool.<sup>76</sup>

Als Erstes bekommt Julia einen trendy Fransenschnitt.<sup>77</sup>

„Heroes“-Star Hayden mixt ein su.es Bustierkleidchen mit trendy Folklore-Stickerei zu schwarzen Peep-Toes!<sup>78</sup>

Vorher: langweilig, nachher: trendy.<sup>79</sup>

Extrem stylisch!<sup>80</sup>

Anuschka ist aber ein total natürlicher und sweeter Typ.<sup>81</sup>

Komparativ und Superlativ kommen lediglich bei dem Ausdruck cool vor.

z. B.:

Er kommt cooler und markanter rüber.<sup>82</sup>

Niemand hat coolere Outfits als ich!<sup>83</sup>

Der schönste Tag in ihrem Leben – die coolste Party aller Zeiten.<sup>84</sup>

Das coolste Fan-Zimmer.<sup>85</sup>

## Die coolste Fashion-Aktion.86

71 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 8.

72 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 61.

73 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 10.

74 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 32.

75 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 64.

76 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 32.

77 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 76.

78 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 8.

79 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 61.

80 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 90.

81 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 61.

82 BRAVO. Nr. 14, vom 26. März 2008. S. 62.

83 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 34.

84 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 16.

85 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 6.

86 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 61.

34

### 6.3.3 Verben

In vorhandenen Artikeln befinden sich diese Verben: checken, flirten, jobben, joggen, mailen, performen, rappen, rocken, schocken, shoppen, surfen, stylen, to be,

trainieren, voten, gewinnen. Zu den häufigsten verwendeten Wörtern gehören shoppen

und stylen.

Beispiele:

Wie kam er nur auf die Idee, sich seine Haare so stylen zu lassen?<sup>87</sup>

Bruce Darnell stylt dich um!<sup>88</sup>

In den folgenden neuen Rubriken kannst Du voten.<sup>89</sup>

Marc steht noch heute auf Aerosmith – 1987 rockte er zu deren Album „Permanent Vacation“.<sup>90</sup>

Die schönsten Models wurden im VIP-Bereich vorgestellt – doch statt zu flirten, checkte er alle paar Sekunden sein BlackBerry.<sup>91</sup>

Ich geh nämlich gar nicht gern shoppen!<sup>92</sup>

Ansonsten trainiere ich jeden zweiten Tag im Fitnessstudio und jobbe auch noch beim einen Catering-Service.<sup>93</sup>

Außerdem liebe ich es zu surfen!<sup>94</sup>

Ich war joggen im Wald, und auf einmal wachst vor mir ein Pilz raus!<sup>95</sup>

Ich rappe mit ihm auf seiner Single „Regen“.<sup>96</sup>

That's me!<sup>97</sup>

Morphologische Merkmale

Alle diese Verben verhalten sich als schwache Verben.

a) Präteritum:

Kandidat Martin Stosch trat in Heidelberg auf und performte seine neue Single

„Geh nicht einfach weg!“<sup>98</sup>

87 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 61.

88 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 76.

89 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 87.

90 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 94.

91 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 32.

92 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 34.

93 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 49.

94 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 67.

95 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 78.

96 BRAVO. Nr. 14, vom 26. März 2008. S. 16.

97 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 48.

35

Die 16-Jährige kam in Begleitung ihrer babyerfahrenen Schwester Britney und shoppte wie wild!<sup>99</sup>

b) Perfektum:

Bruce hat mich neu gestylt!<sup>100</sup>

Alle Kandidaten haben fett abgerockt, toll gesungen und cool gerappt!<sup>101</sup>

c) Passiv:

Die Stimme muss neu trainiert werden.<sup>102</sup>

Die Stil-Ikonen Gwen Stefani und Gavin Rossdale sind immer cool gestylt!<sup>103</sup>

Ich war geschockt!104

I

d) Imperativ:

Bitte mail mir!105

Win!106

Style dich um!107

Be cool!108

#### 6.3.4 Interjektionen, Partikeln

In allen vier Ausgaben wird nur die Interjektion wow und Partikel sorry verwendet.

Beispiele:

Wow!109

Wow – was für eine Freude für Miley Cyrus!110

Wow – Du bist der totale Überflieger!111

Sorry, ich hab's eilig!112

Sorry, ich war ganz in Gedanken, tut mir echt leid!113

98 BRAVO. Nr. 14, vom 26. März 2008. S. 26.

99 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 16.

100 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 60.

101 BRAVO. Nr. 14, vom 26. März 2008. S. 26.

102 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 12..

103 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 92.

104 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 26.

105 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 45.

106 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 45.

107 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 60.

108 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 21.

109 BRAVO. Nr. 14, vom 26. März 2008. S. 20.

110 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 4.

111 BRAVO. Nr. 14, vom 26. März 2008. S. 36.

112 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 51.

36

### 6.3.5 Slogans

In den Artikeln kommen die folgenden Slogans vor:

Last night the DJ saved my life.114

Sorry, aber das ist too much!115

Who are you today?116

That's me!117

Let's rock, baby!118

The black eyed peas.119

Go for it!120

In love with Bollywood!121

That's drama, baby!122

Nobody is perfect!123

Good Luck!124

Top oder Flop?125

Colour me up, baby!126

6.4 Einteilung der verwendeten Anglizismen nach den thematischen Bereichen  
und ihre Erklärung127

6.4.1 Mode

In diesem Bereich werden die Anglizismen in allen vier Ausgaben am häufigsten  
gebraucht. Es kommen durchschnittlich 17 Anglizismen pro jede Seite vor, die der  
Mode gewidmet ist.

113 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 51.

114 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. Titelseite.

115 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 9.

116 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 33.

117 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 48.

118 BRAVO. Nr. 14, vom 26. März 2008. S. 62.

119 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 29.

120 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 31.

121 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 50.

122 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 60.

123 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 77.

124 BRAVO. Nr. 15, vom 2. April 2008. S. 78.

125 BRAVO. Nr. 13, vom 18. März 2008. S. 61.

126 BRAVO. Nr. 12, vom 12. März 2008. S. 79.

127 <http://wortschatz.uni-leipzig.de/>,  
<http://de.wiktionary.org/wiki/Wiktionary:Hauptseite>,

<http://www.vds-ev.de/anglizismenindex/suche2.php>, [http://www.vdsev.](http://www.vdsev.de/anglizismenindex/suche2.php)

[de/anglizismenindex/suche2.php](http://www.vdsev.de/anglizismenindex/suche2.php), vom 16. 04. 2008

37

Verwendete Wörter:

der Alltags-Look = Stil für jeden Tag

das Babydoll-Outfit = Kleidungsstücke mit dem kindisch-süßen Erscheinungsbild

die Bag = Tasche

die Baggy-Jeans = Haengehosen

die Beauty = Schönheit

das Beauty-Choice-Schminkset

die Biker-Boots = Lederstiefel

die Bodylotion = Hautemulsion

der Cap = Schirmmütze

Clutch = schmale Abendhandtasche

Concealer = Abdeckcreme

dirty aussehen = schmutzig aussehen

die Dreadlocks = Art von Frisur, die ungepflegt wirkt

der Eyeliner = Lidstrich, Lidstrichstift, Lidzeichner

Eyeshadow = Lidschatten

die Fashion = Mode; Form, Gestalt

die Fashion-Aktion = Modeaktion

der Fashion-Experte = Modeexperte

die Fashion-Police = Modopolizei

die Fetzen-Jeans = abgepumpte Hosen

Fotoshooting = die Aufnahme von (professionellen) Fotos

der Glamour = Glanz; Schimmer

das Glamour-Make-up = glänzende Gesichtstonungscreme

der Glam-Punkrock-Look = Aussehen im Stil des Punkrockes

der Glam-Rocker

das Glanz-Spray = Glanzsprueh

das Haarspray = Haarsprueh

die High Heels = Stöckelschuhe

die Hippie-Fransen-Tasche = abgepumpte Tasche im Hippiestil

die Hippie-Kleider = Kleider im Hippiestil

der Hippie-Look = Stil, Mode der Hippies

38

das Image = Ansehen, Augenbild, Erscheinungsbild, Ruf, Vorstellung

die Lady = Dame

der Lady-Look = Damenaussehen

die Leggings = Enghosen, Strumpfhose

Longsleeve = Langarmelhemd, Langarmler

der Look = Aussehen, Blick, Erscheinung, Mode, Stil

der Military-Look = Militarmode (Nachahmung von militärischer Bekleidung)

der Mix = Mischung

Muster-Print = Musterbedruckung

das Must-Have (Es ist ein echtes Must-Have!) = Modehit, der jeder besitzen muss

Nabelpiercing = Koerperschmuck im Nabel

das Outfit = Aufmachung, Aussehen, Ausstattung, Kleidung, Kluft

die Peep-Toes = Damenschuhen ohne Spitze, mit Plattform

das Print-Shirt = Hemd mit Motiven

die Rohren-Jeans = enge Hosen

die Romantik-Look = romantisches Aussehen

shoppen = einkaufen

Shoppen = Einkaufen

Shopping = Einkaufen

die Shorts = Kurzhosen, kurze Hosen

sich umstylen = Aussehen verändern

der Sleek-Look = gelecktes Aussehen

die Sneakers = Laufschuhe, Sportschuhe, Turnschuhe

der Style = Ausdrucksmittel, Lebensart

stylen = gestalten, sich schon machen

das Styling = Aufmachung, Gestaltung

der Styling-Expert = Gestaltungsexperte

das Styling-Team = Gestaltungskollektiv

stylish = angesagt, in, modern, trendgema.; dem (modernen) Lebensstil  
entsprechend

das Supermodel = Schönheitsideal

super-stylish = extra modern

super-trendig = supermodisch

39

der Sweater = Pulli

das Sweatshirt = Sporthemd

das Tattoo = Tätowierung

das Topmodel = Schönheitsideal

trashig = kitschig

der Trend = Entwicklung, Neigung, Richtung, Tendenz

die Trendy-Lady = Dame, die der Mode folgt

trendy = dem Zeitgeist folgend, in Mode, modisch, trendig, zeitgema.

die Trendy-Girls = Mädchen, die die Mode folgt

XXL-Bag = sehr große Tasche

6.4.2 Musik

Verwendete Wörter:

die After-Show-Party = Feier nach der Veranstaltung

das Backstage = hinter der Bühne, hinter den Kulissen

die Band = Kapelle, Musikgruppe

die Beats = Rhythmus, Schlag

die Boyband = Kapelle, Musikgruppe, die nur aus Jungen besteht

das Casting = Auswahlverfahren, (Vor-)Sichtung, Vorsprechen, Vorsingen

die Castingshow = Auswahlschau

der Club = Klub

der Dance = tanzen, Tanz

der Discjockey = Musikvorfuehrer, (Platten-)Aufleger

die Disco = Musik-, Tanzlokal

die Discomaus = jemand, der Discomusik hört und Disco besucht, pejorativ

der Empty-Trasch-Sänger = lustloser, kitschiger Sänger

der Fan = Anhänger, Enthusiast

der Flop = Fehlschlag, Misserfolg, Reinfall

der Gangsta-Rapper = Anhänger des Strassenbanderaps

40

der HipHop = Tanz- und Musikrhythmus, Form derzeitiger Jugendkultur

der HipHop-Fan = Anhänger von HipHop

der HipHop-Style = HipHop-Lebensart

der Hit = Schlager

die Hit-Chancen = Chance, dass ein Song zum Hit wird

der Hit-Man = jemand, der Hits schreibt

die Charts = Hitliste

die Live-Clubs = Klubs, wo die Musikgruppen persönlich spielen

die Live-Shows = Direktunterhaltung(sschau)

das Mega-Event = einzigartiges Erlebnis, Geschehen, Spektakel

das Megaposter = sehr großes Plakat

die Music-Branche = Musikbereich

der Musicshop = Geschäft mit den CDs

on Tour = auf (Konzert-, Gastspiel-, Rund-)Reise, unterwegs

One-Hit-Wonder = Popstars, die nur mit einem einzigen „Ohrwurm“ identifiziert werden

das Playback = Gesangsimitation

die Pop-Ikone = populäre Person

die Pop-Prinzessin = Schlagerprinzessin

der Punk = Popmusikstil, auch allg. für: heruntergekommener Typ

R.n.B (Rhythm and Blues) = ein in den 1940er-Jahren vorherrschender Stil

afroamerikanischer Popmusik, eine rhythmisch stark akzentuierte Form des Blues, Form derzeitiger Jugendkultur

der Rap = Musikstil charakterisiert durch Sprechen und Skandieren mit rhythmischer

Begleitung, Form derzeitiger Jugendkultur

rappen = Rap machen

der Rave = Tanzorgie (zu Technomusik)

der Rock = Musikstil

die Show = Aufführung, Ausstellung, Darbietung, Schau, Veranstaltung

das Showbusiness = Schaugeschäft, Unterhaltungs-, Vergnügungsindustrie

Schowbiz = Showbusiness, Schaugeschäft, Unterhaltungs-, Vergnügungsindustrie

die Singel = Eintitelschallplatte

41

der Song = Gesang, Lied

das Songbook = Liederbuch

der Songwriter = Liederautor

der Sound = Klang, Geräusch

der Techno = Musikstil charakterisiert durch sehr schnellen Rhythmus, Form

derzeitiger Jugendkultur

die Tickethotline = Teledienst, wo man Eintrittskarten bestellen kann

der Videoclip = Kurzfilm, Kurzvideo, Videozusammenfassung

der Winner = Gewinner, Sieger

das XL-Poster = sehr großes Plakat

### 6.4.3 Sport

Verwendete Wörter:

das Anti-Aggressions-Training = Übung, die zur Entspannung führt

der Fitness = Leistungsfähigkeit, Wohlbefinden

das Fitnessstudio = Trimmichstätte, Trimmichstudio

die Fitnesstrainerin = Trimmisport-Betreuerin

joggen = dauerlaufen, freizeitlaufen, traben

der Joggings Anzug = Sportanzug

Move = Zug, Bewegung

das Rollerskaten = Rollerschlittschuhelaufen

das Skateboarden = Rollbrett fahren

das Snowboarden = Schneebrettern, Skibrett/Gleitbrett fahren

Speed Stacking = neuer Trendsport aus den USA

Stacken

Stack-Matte

surfen = Wellenreiten

die Topform = beste Form

das Windsurfen = brettsegeln, standsegeln

42

6.4.4 Technik

Verwendete Wörter:

Action-games = Handlungsspiel

BlackBerry = tragbares Gerät zum Lesen und Schreiben von E-Mail

der Browser = Computersoftware zum Betrachten von Webseiten

der CD = Abkürzung, Kurzwort, Akronym für Compact Disc

die Digicam = ein Fotoapparat, der die Aufnahmen nicht auf einem Film, sondern auf

einem digitalen Speichermedium speichert

die Digitalkamera = ein Fotoapparat, der die Aufnahmen nicht auf einem Film,

sondern auf einem digitalen Speichermedium speichert

der DVD = Abkürzung für zuerst "Digital Video Disc", später für "Digital Versatile

Disc"

der DVD-Player = Abspielgerät für digitale Speicherscheiben

die/das E-Mail = elektronische Post

das Handy = Mobiltelefon, eine pseudoenglische Bezeichnung, nur bei

deutschsprachigen Funkern übliche Bezeichnung für das Handmikrofon des

Funkgeräts, von dort entlehnt bei Entwicklung der (deutschen) Ausgangsidee zur

kommerziellen Bereitstellung der modernen Handy-Technologie als Massenprodukt

(1983), Begriffsuebernahme durch die Firma „Philips“ (ursprünglicher Name des

Nachfolgers des Autotelefon „Porty“); vermutlich tatsächlich englischen Ursprungs:

tragbare Funkgerate der amerikanischen Firma Motorola, die „Handie Talkies“ genannt

wurden (1940er Jahre).128

das Handygame = Handy-Spiel

iPod = bekannter MP3-Player der Firma Apple;

Kurzform für verschiedene Modelle des MP3-Players

der Laptop = tragbarer Computer mit Batteriebetrieb

der MP3-Player = ein kleines, tragbares Gerät auf dem man Musikdaten abspeichert.

## **EINLEITUNG**

Die deutsche Sprache ist genauso wie die anderen Sprachen im Laufe der historischen Entwicklung bis heute dem Einfluss von verschiedenen Kultur und Modeerscheinungen ausgesetzt. Nimmt man zurzeit eine Tageszeitung in die Hand oder hört man eine Sendung im Rundfunk oder Fernsehen, bemerkt man auf Schritt und Tritt u.a. einen großen Gebrauch von Fremdwörtern, vor allem von Anglizismen. Die Verwendung von Anglizismen in der deutschen Sprache ist immer noch ein zentrales und sehr heikles Thema. Einige Sprecher suchen diese Wörter bewusst aus und verwenden sie mit großer Vorliebe, die anderen lehnen sie ab und wehren sich mit Händen und Füßen dagegen. Es ist jedoch ganz schwer die Anglizismen zu vermeiden, weil sie in sehr viele Bereiche greifen. Sehr hoch ist der Gebrauch der Anglizismen in den Massenmedien.

Eine große Bedeutung für die Erforschung von Anglizismen spielt die Jugendsprache. Diese Gruppe benutzt die Anglizismen sowohl in der gesprochenen als auch in der geschriebenen Sprache wohl am meisten. Man ersetzt hier die deutschen Wörter nicht nur bei den drei wichtigsten Wortarten Substantiv, Adjektiv und Verb, sondern auch bei den Interjektionen und Gesprächspartikeln. Sehr beliebt sind auch Anreden, Grußformeln und Slogans in Englisch.

**Die Aktualität** unserer Arbeit besteht darin, dass die Sprache ein dynamisches System ist, verändert sich ständig und ziemlich schnell. Fast jeden Tag entstehen in der Jugendsprache neue Wörter, in der letzten Zeit sind es meistens Anglizismen. Englisch ist heute eine Weltsprache, deshalb macht sie einen großen Einfluss sowohl auf Deutsch, als auch auf die anderen Sprachen der Welt. Es ist interessant und ganz wichtig, sich mit dem Erlernen der Jugendsprache und mit dem Gebrauch von Anglizismen zu beschäftigen.

In unserer Magisterarbeit versuchen wir folgende Fragen zu beantworten:

- Was sind Anglizismen?
- Was sind die Kennzeichen der Sprache der sozialen Gruppen: Jugend und Senioren?
- Wie werden die Anglizismen in den Zeitschriften und Zeitungen verwendet?
- Was ist die Funktion und die mögliche Motivation für die Verwendung der 0 0 Anglizismen in den Zeitschriften und Zeitungen
- Wie sind die Unterschiede zu erklären

**Wissenschaftliche Neuheit** unserer Arbeit besteht darin, dass unsere Analyse der deutschen Jugendsprache ganz neu ist, weil die Sprache sich immer verändert, und heutige deutsche Jugendsprache unterscheidet sich von der Jugendsprache, die im vorigen Jahr verwendet wurde. Man kann fast jeden Tag eine neue Änderung in der Jugendsprache hören.

**Hauptziel** unserer Dissertation ist die Anzahl der Anglizismen und die Funktion und Motivation

der Verwendung anhand von drei Arten von Medien zu untersuchen: Jugendzeitschriften,

Zeitschriften für die ältere Generation und Zeitungen. Die Zeitschriften für die ältere

Generation werden ab jetzt in der Untersuchung ‚Seniorenzeitschriften‘ genannt, weil die

Zielgruppe im Vergleich zu der Jugend ein höheres Alter hat.

**Aufgaben** unserer Arbeit sind:

1. Definition der Jugendsprache zu geben.
2. Untersuchung der Merkmale und Bildungsmethode der Anglizismen in der deutschen Jugendsprache durchzuführen.
3. Neue Beispiele der deutschen Jugendwerke zu untersuchen und zu erklären.

4. Vergleich der Kennzeichen der Sprache der sozialen Gruppen: Jugend und Senioren.

**Theoretischer Bedeutungsinhalt** unserer Arbeit ist Analyse der Sprache der Jugend in Deutschland.

**Praktischer Bedeutungsinhalt.** Ergebnisse unserer Arbeit können im Deutschunterricht sowohl in der allgemeinbildenden Mittelschule, als auch in der Hochschule verwendet werden, und auch ein kleiner Teil unserer Arbeit kann bei der Verfassung sowohl eines neuen Wörterbuchs, als auch eines neuen Lehrbuches benutzt werden.

**Stoff** unserer Arbeit sind Zeitschriften für die ältere Generation und Zeitungen für die Jugend.

**Hauptmethode** unserer Arbeit ist die vergleichende Methode. Wir versuchen auch die Analyse der deutschen Jugendsprache und der Seniorensprache und Gebrauch der Anglizismen durchzuführen.

**Objekt** unserer Untersuchung ist die Verwendung der Anglizismen in den deutschen Zeitschriften, Zeitungen.

**Gegenstand** unserer Arbeit ist der Gebrauch der Anglizismen in der deutschen Jugendsprache.

**Thesen**, die zur Verteidigung gestellt werden:

-Die Jugendsprache unterscheidet sich stark nicht nur von der Literatursprache, sondern auch von der Umgangssprache.

-Es ist schwer und manchmal unmöglich für die Erwachsenen, diese Sprache zu verstehen.

Nicht nur deutsche, sondern auch russische und usbekische Sprache hat auch ganz viele Anglizismen. Englische Wörter benutzen schon die Leute, die im Prinzip kein Englisch können.

Wichtig an dieser Stelle zu erwähnen ist, dass der eben genannte Einfluss die Jugend und deren Sprache in der heutigen Zeit in einer zunehmenden Masse beeinträchtigt. Hierbei muss festgehalten werden, dass wir aus persönlicher Erfahrung verschiedene Medien und Werbedarstellungen als Hauptursachen für die Entwicklung der Sprache der Jugend, welche auch Jugendsprache genannt wird, und der Verwendung von Anglizismen, sehen.

Unsere Arbeit besteht aus der Einleitung, 3 Kapiteln, Schlussfolgerung und der Bibliographie.

In der Einleitung werden Aktualität, Ziele und Aufgaben unserer Dissertationsarbeit, Objekt und Gegenstand der Untersuchung, theoretische und praktische Bedeutung angeführt.

Im ersten Kapitel sind Definition und Geschichte der Anglizismen und der englischen Entlehnungen gegeben, im zweiten Kapitel wird selbst die Untersuchung der Jugendsprache, Hauptmerkmale und Bildungsmethode der Jugendsprache erforscht, und im dritten Kapitel wird der Einfluss der Medien auf die Jugendsprache und einige Beispiele und Lexikon der Jugendsprache angeführt.

In der Schlussfolgerung werden die Ergebnisse unserer Dissertationsarbeit erklärt.

## 6. Literaturverzeichnis

### Quellen

*BRAVO* (2010) Nr. 37.

*Brigitte Woman*(2010) Nr. 10.

*Die Welt*. 1.10.2010

*Frankfurter Allgemeine Zeitung*. 1.10.2010

*Freundin Donna* (2010) Nr. 2.

*Hey!* (2010) Nr. 14

*Plus Magazin* (2010) Nr. 10.

*Popcorn*. (2010) Nr. 11.

*Süddeutsche Zeitung*. 1.10.2010

### Literatur

Berns, M., Bot, K. de und Hase Brink U.(Hrsg.) (2007) *In the presence of English: Media and European Youth*. New York: Springer.

Bratschi, R. (2002) „Verbale Xenismen in der Werbung – Formen und Funktionen“. In: Herwig, R. (Hrsg.) *Sprache und die modernen Medien*. Frankfurt am Main etc.: Peter Lang.

Busse, U. (2001) „Typen von Anglizismen: von *der heilago geist* bis *Extremsparing*– aufgezeigt anhand ausgewählter lexikographischer Kategorisierungen. In: Stickel, G.(Hrsg.) *Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz: Aktueller lexikalischer Wandel*. Berlin: De Grüter.

Busse, U. und Görlach, M. (2004) „German“. In: Görlach, M (Hrsg.) *English in Europe*. Oxford: Oxford University Press. [2002]

Crețu, I. (2002) „Bezeichnung, Bedeutung und Sinn in der Mediensprache“. In: Herwig, R. (Hrsg.) *Sprache und die modernen Medien*. Frankfurt am Main etc.: Peter Lang.

Feldes, C. (2005) *Die Deutsche Sprache und ihr Architektur. Aspekte von Vielfalt, Regionalität und Dynamik: variationstheoretische Überlegungen*. URL: <http://www.foeldes.eu/sites/default/files/Variationstheorie.pdf> (Stand: 30.09.2010).

- Groß, N. (2000) *Strukturen der heutigen Jugendsprache: Eine soziolinguistische Untersuchung*. München: Grien.
- Haki-Buchofer, A. (Hrsg.) (2002) *Basler Studien zur deutschen Sprache und Literatur*. Tübingen und Basel: A. Francke Verlag.
- Hofer, L. (2002) „Stadien des Erwerbs pragmatischer Kompetenz: Sprachliche Hypervariabilität bei Teenagern“. In: Haki-Buchofer, A. (Hrsg.) *Basler Studien zur deutschen Sprache und Literatur*. Tübingen und Basel: A. Francke Verlag.
- Holmes, J. (1992) *An introduction to sociolinguistics*. London: Longman.
- Hoppenbrouwers, C. (1991) *Jongerentaal: De tipparade van de omgangstaal*. Hoogezand: Stubeg.
- Jakob, K. (1991) „Naive Techniktheorie und Alltagssprache“. In: Dittman, Kästner, Schwitalla (Hrsg.) *Die Erscheinungsformen der deutschen Sprache : Literatursprache, Alltagssprache, Gruppensprache, Fachsprache*. Freiburg: Erich Schmidt Verlag.
- Kirkness (2001) „Europäismen/Internationalismen im heutigen deutschen Wortschatz. In: Stickel, G.(Hrsg.) *Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz: Aktueller lexikalischer Wandel*. Berlin: De Gruyter.
- Lemnitzer, L und Zinsmeister, H. (2006) *Korpus Linguistik: eine Einführung*. Tübingen: Gunter Narr.
- Renkema, J. (2005) *Schrijfwijzer*. Den Haag: Sdu.
- Schlobinski, P. (2001) „Anglizismen im Internet“. In: Stickel, G.(Hrsg.) *Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz: Aktueller lexikalischer Wandel*. Berlin: De Gruyter.
- Schendel, G. (1991) „Adressatenorientierung in der Interaktion zwischen Kindern und Erwachsenen: eine exemplarische Analyse“. In: Dittman, Kästner, Schwitalla (Hrsg.) *Die Erscheinungsformen der deutschen Sprache : Literatursprache, Alltagssprache, Gruppensprache, Fachsprache*. Freiburg: Erich Schmidt Verlag.
- Scholze-Stubenrecht, W. (Hrsg.) (2006) *Duden: die deutsche Rechtschreibung*. Mannheim: Dudenverlag.
- Sieberg, B. (2003) „„Denglisch“ im Sprachgebrauch der Musik- und Discoszene“. In: *Polifonia. Vol 6: 161-173*.
- Spiekermann, H. (2007) „Standardsprache im DaF-Unterricht: Normstandard – nationale Standardvarietäten – regionale Standardvarietäten“. In: *Linguistik online 32,3*. [http://www.linguistik-online.de/32\\_07/spiekermann.html](http://www.linguistik-online.de/32_07/spiekermann.html) (Stand: 30.09.2010).

Steinig, W. (1976) *Soziolekt und soziale Rolle*. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann.

Wahrig-Burfeind, R. (Hrsg.) (2006) *Wahrig Deutsches Wörterbuch*. Güterslohs/München: Wissen Media Verlag GmbH.

Carstensen, B., Galinsky, H. Amerikanismen der deutschen Gegenwartssprache. Heidelberg 1963.

DUDEN. Deutsches Universalwörterbuch. 5. Auflage. Augsburg 2003.

Glahn, R. (Hrsg.) Der Einfluß des Englischen auf gesprochene deutsche Gegenwartssprache. Frankfurt am Main 2000.

Glück, H. Metzler Lexikonsprache. Stuttgart 2000.

Kühn, I., Wiktorowicz, J. Lexikologie. Studienbegleitendes Lehrmaterial. Halle (Salle) 1991.

Maló, J. Einführung in die deutsche Stilistik. Brno 2003.

Masaňk, Z., Kratochvílová, I. Die Entwicklungstendenzen in der deutschen Sprache des XX. Jahrhunderts. Opava 1998.

Schobinski, P., Kohl, G., Ludewigt, I. Jugendsprache. Fiktion und Wirklichkeit. Osladen 1993.

Römer A., Metzke, G. Lexikologie: Eine Einführung. Tübingen 2003.

Uhrov, E. Grundlagen der deutschen Lexikologie. Brno 1996.

Ungeheuer, G., Wiegand, H. E. Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. In Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung. Berlin 1984.

Wandruszka, M. Die europäische Sprachengemeinschaft. Tübingen  
1990.

## Zeitschriften:

BRAVO. Nr. 12 vom 12. März 2008. BRAVO. Nr. 13 vom 18. März 2008. BRAVO. Nr. 14 vom 26. März 2008. BRAVO. Nr. 15 vom 2. April. 2008.

## Links:

„Anglizismen im Deutschen“:

<http://www.lars-thielemann.de/heidi/hausarbeiten/Anglizismen2.htm>, vom 31. 03. 2008. „Anglicismus – Anglizismen“:

<http://www.anglizismus.de/>, vom 18. 04. 2008.

„BRAVO.de“:

<http://www.bravo.de/online/render.php?render=19728>, vom 13. 04. 2008. „BRAVO.de“:

<http://www.bravo.de/online/render.php?render=19731>, vom 13. 04. 2008. „Deutscher Wortschatz“:

<http://wortschatz.uni-leipzig.de/>, vom 16. 04. 2008.

„Internationalismus (Sprache) – Wikipedia“:

[http://de.wikipedia.org/wiki/Internationalismus\\_%28Sprache%29](http://de.wikipedia.org/wiki/Internationalismus_%28Sprache%29), vom 31. 03. 2008. „Jugendsprache“:

<http://www.linse.uni-due.de/linse/esel/arbeiten/jugendsprache.html>, vom 04.

04. 2008. „Sprachkreis Deutsch“:

<http://www.sprachkreis-deutsch.ch/anglizismenindex.php>, vom 18. 04. 2008. „Terminologie Datenbank“:

<http://www.canoo.net/services/Controller?dispatch=glossary&input=Frei&language=0&project=1>, vom 31. 03. 2008. „Verein deutsche Sprache e.V.“: <http://www.vds-ev.de/anglizismenindex/suche2.php>, vom 16. 04. 2008. „Wiktionary, das freie Wörterbuch“: <http://de.wiktionary.org/wiki/Wiktionary:Hauptseite>, vom 16. 04. 2008.

Ehmann, Herrmann (1992): *Affengeil. Ein Lexikon der Jugendsprache*. München: Verlag C.H. Beck.

Ehmann, Hermann (1996): *Oberaffengeil. Neues Lexikon der Jugendsprache*. München: Verlag C.H. Beck.

Ehmann, Hermann (2001): *Voll konkret. Das neueste Lexikon der Jugendsprache*. München: Verlag C.H. Beck.

Androutsopoulos, Jannis K./Scholz, Arno (Hrsg.) (1998): *Jugendsprache, langue des jeunes, youthlanguage: Linguistische & soziolinguistische Perspektiven*. Frankfurt/Main: P.Lang.

Bartzsch, Rudolf/Pogarell, Reiner/Schröder, Markus (2003): *Wörterbuch überflüssiger Anglizismen*. Paderborn: IFB Verlag.

Fink, Hermann (1970): *Amerikanismen im Wortschatz der deutschen Tagespresse: Dargestellt am Beispiel dreier überregionaler Zeitungen: (Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Welt)*. In: Glahn, Richard (2000): *Der Einfluss des Englischen auf gesprochene deutsche Gegenwartssprache*, Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH – Europäischer Verlag der Wissenschaften.

Fink, Hermann (1980): *Super Hit oder Spitzenschlager: Ein Versuch zur Häufigkeit und Funktion von Anglizismen und „Werbeanglizismen“ in deutschen Jugendzeitschriften*. In: Viereck, Wolfgang (Hrsg.) (1980): *Studien zum Einfluß der englischen Sprache*

*auf das Deutsche . Studies on the Influence of the English Language  
on German.* Tübingen: Gunter Nah Verlag.

Galinsky, Hans (1957): *Amerikanisches und Britisches Englisch: Zwei Studien zum Problem der Einheit und Verschiedenheit einer Weltsprache*. In: Yang, Wenliang (1990). *Anglizismen im Deutschen: Am Beispiel des Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

Gester, Silke (2001): *Anglizismen im Tschechischen und im Deutschen*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH – Europäischer Verlag der Wissenschaften.

Henne, Helmut (1986): *Jugend und ihre Sprache*. Darstellung, Materialien, Kritik. Berlin: de Gruyter.

Plymer, Nicole (2000): *Anglizismus – Purismus – Sprachliche Identität: Eine Untersuchung zu den Anglizismen in der deutschen und französischen Mediensprache*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH – Europäischer Verlag der Wissenschaften.

Schlobinski, Peter/Heins, Niels-Christian (1998): *Jugendliche und ‚ihre‘ Sprache*. Sprachregister, Jugendkulturen und Wertesysteme. Empirische Studien. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Schlobinski, Peter/Kohl, Gaby/Ludewigt, Irmgard (1993): *Jugendsprache – Fiktion und Wirklichkeit*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Yang, Wenliang (1990): *Anglizismen im Deutschen: Am Beispiel des Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

### **Internetquellen**

[http://www.uni-trier.de/uni/fb2/ldv/ldv\\_wiki/index.php/Lexem](http://www.uni-trier.de/uni/fb2/ldv/ldv_wiki/index.php/Lexem), letzter Zugriff: 15.08.07

<http://de.wikipedia.org/wiki/Jugendsprache>, letzter Zugriff: 28.07.07