

NATIONALE LINGUISTISCHE UNIVERSITÄT KYJIW
LEHRSTUHL FÜR DEUTSCHE PHILOLOGIE

Qualifikationsarbeit

in Sprachwissenschaft zum Thema:

“Kognitiv-pragmatische Charakteristiken von Anglizismen in der modernen deutschen Sprache”

von der **Studentin**

des 2. Studienjahres

des 2. Masterniveaus

der Seminargruppe MLnim 56-18

Aryna SYVKOVA

Wissenschaftliche Betreuerin:

Doz., Dr. **Oksana PETROCHUK**

Nationale Bewertungsskala _____

Punktzahl _____

EKTS-Note _____

Kommissionsmitglieder:

INHALT

EINLEITUNG	4
KAPITEL 1. ENTLEHNUNGSPROZESSE IN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE.....	7
1.1. Entlehnung aus dem Englischen im Deutschen.....	7
1.2. Assimilierung des englischen Wortguts ins Deutsche.....	11
1.2.1. Semantische Integration.....	11
1.2.2. Grammatische Integration.....	15
1.2.3. Orthografische Integration.....	19
1.2.4. Phonetische Integration.....	21
1.3. Klassifikationen der Entlehnungen in der modernen Sprachwissenschaft.....	22
1.3.1 Klassifikation nach der Art der Entlehnung.....	22
1.3.2. Äußeres und inneres Lehngut.....	24
Schlussfolgerungen zum Kapitel 1.....	35
KAPITEL 2. KOGNITIVE BESONDERHEITEN DER ANGLIZISMEN IN DER DEUTSCHEN SPRACHE.....	36
2.1. Die Ursachen für Anglizismen im modernen Deutschen.....	36
2.2. Funktionen der englischen Entlehnungen im modernen Deutschen.....	42
Schlussfolgerungen zum Kapitel 2.....	51
KAPITEL 3. PRAGMATISCHE BESONDERHEITEN DER ANGLIZISMEN IN DER DEUTSCHEN SPRACHE.....	52
3.1. Bewertende Möglichkeiten der englischen Lehnwörter.....	52
3.2. Frequenz von Anglizismen in der modernen deutschen Sprache.....	58
3.2.1. Sport.....	61
3.2.2. Musik.....	64
3.2.3. Computer/Medizin/Wissenschaft.....	65
3.2.4. Mode.....	67
3.2.5. Nahrungsmittel.....	69
3.2.6. Wirtschaft/Marketing.....	70
3.2.7. Politik.....	73

Schlussfolgerungen zum Kapitel 3.....	76
SCHLUSSFOLGERUNGEN.....	77
PE3IOME	80
RESÜMEE.....	81
LITERATURVERZEICHNIS.....	82

EINLEITUNG

Die vorliegende Qualifikationsarbeit befasst sich mit den kognitiven und pragmatischen Charakteristiken von Anglizismen in der modernen deutschen Sprache.

Die Aktualität des Themas besteht darin, dass der Einfluss der englischen Sprache auf das Deutsche in den letzten Jahrzehnten zugenommen hat. Die Verwendung von Anglizismen in der deutschen Sprache bleibt immer noch ein zentrales und sehr aktuelles Thema. Es ist ganz schwer die Anglizismen zu vermeiden, weil sie in sehr viele Bereiche greifen. Die englischen Entlehnungen zeichnen sich durch ihre Auffälligkeit und Bildhaftigkeit aus, verleihen eine besondere Ausdruckskraft, dienen zur Sprachmode, identifizieren den Sprecher und signalisieren über seine Herkunft, Alter und Interessen.

Sehr oft verwendet man heute “trendy” Wörter, ohne ihre phonetische, grammatische Form, Schreibweise und Semantik zu verändern, aber in der Regel werden sie in die in die Sprache integriert, sowohl grammatisch, als auch phonetisch, orthografisch und semantisch. Dieser Prozess ist nicht abgeschlossen, weil die englischen Entlehnungen verschiedene Veränderungen erleben können und ihre Form oder Bedeutung absolut wechseln.

Das Problem wurde vorher von vielen Wissenschaftlern erforscht, z.B. von B. Carstensen, W. Yang, H. Fink, K. Heller, W. Betz, S. Bohmann. Es gibt aber immer mehr neue Anglizismen, die vor kurzem entlehnt wurden und untersucht werden sollen. Diese Arbeit befasst sich auch mit den Fragen, die noch wenig erforscht waren, z.B. die Bewertungsmöglichkeiten von Anglizismen.

Das Untersuchungsziel besteht darin, die kognitiven und pragmatischen Charakteristiken der Anglizismen in der modernen deutschen Sprache an den konkreten Beispielen zu erforschen, klassifizieren und auch im Kontext zu analysieren.

Die Erreichung dieses Zieles hat die Lösung der folgenden speziellen Aufgaben vor:

- Die Funktionen der Anglizismen in der modernen deutschen Sprache zu erforschen;

► Ihre semantische, grammatische, orthografische und phonetische Integration zu untersuchen;

► Die Klassifikation der Anglizismen darzustellen und zu analysieren;

► Die Wege der Integration von Anglizismen zu bestimmen;

► Die Bewertungsmöglichkeiten der Anglizismen zu untersuchen;

► Die Verwendungsbereiche von Anglizismen zu recherchieren;

► Die Ursachen für die englischen Entlehnungen zu erforschen.

Das Objekt des Forschungsvorhabens bilden die Anglizismen in der modernen deutschen Sprache.

Den Gegenstand des Forschungsvorhabens bilden ihre kognitiven und pragmatischen Charakteristiken.

Das Material des Forschungsvorhabens bilden die Anglizismen, die neue Gegenstände und Begriffe bezeichnen, oder diejenige, die vor kurzem aus dem Englischen in die deutsche Sprache entlehnt wurden. Die Beispiele werden meistens aus verschiedenen modernen Zeitungen, Zeitschriften und Blogs entnommen und analysiert.

Der theoretische Wert der Arbeit besteht darin, die einschlägige Literatur zu verallgemeinern und auf dem Grunde von gesammelten Materialien die Funktionen und Klassifikationen der Anglizismen zu sammeln und ihre Integration, Bewertungsmöglichkeiten und häufige Verwendungsbereiche und zu untersuchen.

Der praktische Wert der Arbeit vergibt die Möglichkeit, die Methoden der Integration von Anglizismen zu ermitteln und ihre derzeitige richtige Verwendung festzulegen, um sie in der Rede korrekt zu gebrauchen.

Das Ziel und die Aufgaben der Qualifikationsarbeit bestimmen die Wahl der **Forschungsmethoden**. Das sind Beschreibungsmethode, strukturelle Methode, Deduktion, Induktion, semantisch-funktionelle Analyse und axiologische Analyse.

Diese Methoden helfen, die Anglizismen nach den Klassifikationen zu analysieren, ihre Struktur und Wege der Integration zu erforschen, ihre

Bewertungsmöglichkeiten festzustellen und die Verwendungsbereiche zu sammeln und zu untersuchen.

Die vorliegende Arbeit besteht aus der Einleitung, drei Kapiteln, Schlussfolgerungen zu jedem Kapitel, Schlussfolgerungen zur ganzen Arbeit, dem Resümee auf Ukrainisch und Deutsch und dem Literaturverzeichnis.

KAPITEL I. ENTLEHNUNGSPROZESSE IN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE

1.1. Entlehnung aus dem Englischen im Deutschen

Die Entlehnung ist heute der produktivste Weg der Bereicherung des deutschen Wortschatzes. Sie sind die Ergebnisse der Kontakte mit anderen Völkern, kulturellen Veränderungen und Beziehungen mit anderen Ländern. Die berühmte deutsche Sprachforscherin Thea Schippan schrieb über die deutsche Sprache: „Im Laufe ihrer Entwicklung ist die deutsche Sprache durch andere Sprachen bereichert und verändert wurde...“ [59].

Der Wortschatz jeder Sprache keine stabile Struktur. Die Veränderungen auf diesem Niveau kommen immer vor, da sich der Wortschatz ständig entwickelt. Die Hauptwege der Bereicherung des deutschen Wortschatzes sind [59]:

- die Wortbildung (die Bildung neuer Wörter durch Ableitung, Komposita u.a. Methoden);
- die Wortentlehnung (die Entlehnung neuer Wörter aus anderen Sprachen);
- Bedeutungswandel (die Änderung der Bedeutung bereits existierender Wörter);
- Bildung von phraseologischen Verbindungen (die Entstehung neuer Phraseologismen).

In dieser Arbeit werden die Lehnwörter aus dem Englischen als eine produktive Methode in der Gegenwartssprache erforscht, die immer den deutschen Wortschatz durch neue Wörter bereichert.

Eine Entlehnung ist „ein Wort, das aus einem fremden geistigen oder kulturellen Gebiet genommen und verändert ist, dass es in das eigene passt.“ [89] Die russische Sprachwissenschaftlerin M.D. Stepanova schlägt die folgende Definition der Entlehnung vor: „Unter dem Terminus Entlehnung versteht man das entlehnte fremde Sprachgut selbst“. [65]

Man zeichnet auch die folgenden Wege der Übernahme des fremden Wortgutes aus: „Der Hauptweg der Übernahme in germanischer Zeit und im Mittelalter war der

direkte Kontakt zwischen den Sprachträgern. Später jedoch wirkte die literarische Entlehnung stärker. Heute ist sie der Hauptweg der Übernahme fremden Wortgutes” [59].

Zwischen allen Entlehnungen im Deutschen bilden die Mehrheit die Entlehnungen aus Englischem, auch die Anglizismen genannt. Der Anglizismus ist ein Wort aus dem britischen oder amerikanischen Englisch im Deutschen oder jede Art der Veränderung einer deutschen Wortbedeutung oder Wortverwendung (Lehnbedeutung, Lehnübersetzung, Lehnübertragung, Lehnschöpfung, Frequenzsteigerung, Wiederbelebung) nach britischem oder amerikanischem Vorbild [74]. Solche Wörter gehören zu den Entlehnungen, sogar wenn sie aus dem Morphemmaterial der deutschen Sprache gebildet sind. In diesem Fall geht es um die Bedeutungen und Konstruktionen, die übernommen wurden.

Diese Definition hat durch Broder Carstensen eine Erweiterung im Hinblick auf die Laut-, Satz- und Textebene sowie die Differenzierung zwischen Britizismen und Amerikanismen bekommen [19]. Der Anglizismus dient als Oberbegriff für beide Termini, zu denen die Entlehnungen aus anderen Variationen der englischen Sprache gehören, wie Kanadismen usw.

Der Begriff „Anglizismus“ wird auch auf folgende Weise definiert: ein Anglizismus ist der „Oberbegriff von Entlehnungen aus dem amerikanischen Englisch, dem britischen Englisch sowie den übrigen englischen Sprachbereichen wie Kanada, Australien, Südafrika u. a.“ [72].

Der Anglizismus wird auch definiert als „ein sprachliches Zeichen, dessen äußere Form aus englischen Morphemen oder aus einer Verbindung von englischen Morphemen und solchen der Replikasprache besteht, wobei die Bedeutung dieser Morpheme in der Gastsprache und im englischen gleich ist” [42].

In vielen Definitionen wird der Unterschied zwischen den amerikanischen und britischen Entlehnungen betrachtet. In diesen Fällen entsteht die Frage der Herkunft des Wortes, weil es sich nicht eindeutig bestimmen lässt, ob ein britisches Wort über das Amerikanische oder das amerikanische Wort über das Britische ins Deutsche

gekommen ist. Manchmal ist es sogar nicht möglich festzustellen, ob es ein amerikanisches oder ein britisches Wort ist.

Das bedeutet, die amerikanische oder britische Herkunft der ins Deutsche entlehnten englischen Lexemen oder Lexemverbindungen ist in vielen Fällen nicht eindeutig und einwandfrei festzustellen [72]. Oft lässt sich die Scheidung zwischen *American English* und *British English* nur mit den Schwierigkeiten aufrechterhalten, und die philologische Exaktheit wäre hier nicht gewährleistet, wenn man mehr als „Englisch“ sagte [19].

Deshalb sieht man manchmal auch keinen Unterschied zwischen den amerikanischen und britischen Entlehnungen. Dann verzichtet man auf solche Unterscheidung und die Definition wird nur mit dem Bezug auf die Morphologie formuliert: “Unsere Definition des Anglizismus spricht von der Übernahme ‚englischer‘ bzw. einer Kombination "englischer“ und deutscher Morpheme, deren Inhalt auch eine im ‚Englischen‘ übliche widerspiegelt” [55, S. 13].

Ähnliche Definition führt Dagmar Schütte an. “Der Anglizismus ist ein sprachliches Zeichen, das ganz oder teilweise aus englischen Morphemen besteht, unabhängig davon, ob es mit einer im englischen Sprachgebrauch üblichen Bedeutung verbunden ist oder nicht.” [61, S. 38]

Also kann man zusammenfassen, dass der Anglizismus ein Wort ist, das aus den englischsprachigen Ländern in die deutsche Sprache entlehnt wird und während der Übernahme in die deutsche Sprache phonologisch, orthografisch und morphologisch angepasst wird [74].

Die Anglizismen werden oft auf die Britizismen und Amerikanismen weiter geteilt und als einzelne Gruppe der Lexeme angesehen. Diese Scheidung ist formel und basiert sich nicht nur auf dem Weg der Entlehnung. Die Herkunft eines Lexems und seine Verbreitung in verschiedenen Regionen von englischsprachigen Ländern sind wichtig.

Unter dem Begriff Britizismus wird eine Entlehnung aus dem britischen Englisch ins Deutsche gemeint [86]. Ein Amerikanismus ist dagegen in eine andere Sprache übernommene amerikanische Spracheigentümlichkeit [83].

So wird das Wort *das Flat* ein Britizismus, weil das in dem britisch-englischen Sprachraum bevorzugt wird, und *das Apartment* ist ein Amerikanismus, der Frequenz seines Gebrauchs ausgehen. Verständlicherweise, ist diese Teilung auch nicht ultimativ.

Wenn man von diesen Entlehnungen spricht, ist es relevant die Teilung auf die Sach- und Wortentlehnung und Wortentlehnung zu erwähnen. Bei der Sach- und Wortentlehnung werden Denotate, also die Gegenstände und Erscheinungen der Wirklichkeit, die für das übernehmende Land noch unbekannt sind, zusammen mit den Wörtern, Lautkörpern (auch Formativen genannt), die diesen Begriff bezeichnen, entlehnt. Nicht nur die Wörter, sondern auch die Gegenstände werden übernommen. Besonders produktiv ist diese Art bei den neuen Erfindungen.

Unter den Wortentlehnungen versteht man die Wörter, die alleine ohne Gegenstände entlehnt wurden, weil ihre Denotate für die übernehmende Gesellschaft schon bekannt sind. Die entlehrende Sprache besitzt schon eigene Wörter, die dieses Denotat bezeichnen oder die bekannten Begriffe nennen. Die zusätzlichen Wörter werden entlehnt, um die Sprache zu variieren. Manchmal verdrängen sie die Entsprechungen aus der übernehmenden Sprache, aber oft bleiben beide Variationen. In diesem Fall geht es um Dubletten, d.h. die Wörter verschiedener Herkunft, die einen Begriff nennen [59].

In diesem Aspekt sind die Sach- und Wortentlehnungen wichtiger, denn sie zeigen die Überlegenheit des Landes auf Basis der Sprache. Die neuen Gegenstände, die meistens in den USA erfunden werden, kommen in die Länder in der ganzen Welt zusammen mit ihren Benennungen. Als Beispiele können viele Wörter aus dem Computergebiet gelten, wie *der PC, der oder das Laptop, die Hardware, die Software* usw.

Was die Wortentlehnungen angeht, sind in diesem Aspekt auch wichtig die regional unterscheidenden Variationen der englischen Sprache. Andere Beispiele zu den regional-geprägten Wörter, die als Amerikanischen bezeichnet werden, sind auch *der Appetizer, de Cocktail, der oder das Cookie, die Downtown* usw. Zu den

Britizismen gehören auch *das oder der Biskuit, die Queen, der Anorak, die Aubergine, der Indianer usw.*

Man spricht auch über Kanadismen, z.B. *der Chesterfield* oder *der Wapiti* und Indianismen, z.B. *der Kaguar, der Kolibri* oder *die Maracuja*. Aus dem Afrikaans gibt es kaum die Entlehnungen im Deutschen, aber es gibt viele deutsche Wörter in dem. Der Kontakt mit Australien oder Neuseeland ist auch kaum zu erforschen.

Also sind die Lehnwörter die Wörter, die in der deutschen Sprache aus einer anderen Sprache übernommen sind. Die Entlehnungen sind als Resultat von Kontakten eines Landes mit anderen Staaten erschienen. Der Anglizismus ist ein Wort, das aus dem Englischen in eine andere Sprache übernommen wurde. Wenn der Anglizismus vom britischen Englisch geprägt ist, wird er auch als Britizismus bezeichnet; wenn er aus dem Amerikanischen übernommen wird, nennt man solche Wörter Amerikanismen. In dieser Arbeit wird der Begriff Anglizismus benutzt, wenn es keine regionalen Unterschiede betrifft.

1.2. Assimilierung des englischen Wortguts ins Deutsche

1.2.1. Semantische Integration

Starke Integration der Entlehnungen in das bestehende deutsche Wortschatzsystem zeigen die zahlreichen Bedeutungsänderungen oder – Reduzierungen (semantische Integration), die mit der Entlehnung verbunden sind. Dem deutschen *Keks* entspricht im Englischen nicht *cakes*, sondern *biscuit*. Sehr viele Lehnwörter im Deutschen haben eine etwas andere Bedeutung als im Englischen: u.a. *City, kicken, Slip, Oldtimer, Boiler* und andere. Dabei entsteht das Problem der semantischen Integration der Anglizismen und der Veränderung von ihrer Bedeutung.

Die Anglizismen werden entweder mit ihrem vollständigen Bedeutungsumfang (selten) oder nur mit einem Teil ihrer Sememe (häufig) ins Deutsche entlehnt. Nur wenige Anglizismen haben eine Bedeutungsveränderung erfahren. Es handelt sich hier um die Lexeme oder Lexemverbindungen, deren Bedeutungen durch semantischen Wandel (Erweiterung, Verengung, Verschiebung u.a.) entstehen. Dabei beschränkt sich dieser Wandel nur auf den deutschen Sprachraum [72]

Man nennt fünf Stufen des Bedeutungswandels [59]:

1. individuelle Abweichung von der Norm;
2. Aufnahme durch die Sprachgemeinschaft im Sinne einer Abweichung von der Norm;
3. Zunahme der Häufigkeit und Festigung dieser Variante;
4. Inkorporierung in das System;
5. Auswirkung auf die Systemgliederung.

Man gliedert die Bedeutungsveränderung in drei Typen, nämlich [72]:

1. Bedeutungserweiterung,
2. Bedeutungsverengung,
3. Bedeutungsverschiebung.

Die Bedeutungserweiterung entsteht entweder durch die Vermehrung der im englischen nicht vorhandenen Teilbedeutungen, oder durch die Erweiterung einer Teilbedeutung. [72] Das bedeutet, im Deutschen hat das Lexem mehr Bedeutungen oder eine, die mehrdeutig ist.

Das Wort kann dabei sein deutsches Synonym haben, das nur eine Bedeutung enthält, während der Anglizismus polysemisch ist. So entsteht der Unterschied zwischen den Wörtern. In einigen Situationen wird das eindeutige Wort bevorzugt und für die Werbung, die Wortspielerei oder zu den literarischen Zwecken braucht man oft das mehrdeutige Wort.

Es gibt viele Beispiele zum Begriff Bedeutungserweiterung. Der Anglizismus *Dancing* ist in der relativ letzten Zeit ins Deutsche übernommen worden. Das Wort fehlt im Duden-Wörterbuch 1966 und wird erst im Duden-Wörterbuch 1982 als „Tanz(Veranstaltung)“ erklärt, dies entspricht der im Englischen vorhandenen Bedeutung. *Dancing* im Sinne von „Tanzlokal“ oder „Tanzbar“ ist jedoch eine semantische Entwicklung im Deutschen. Diese Bedeutung drückt man in der Ursprungssprache mit *dance hall* oder *dance palais* aus [20, S. 92].

Dress ist in der Ausgangssprache vor allem eine Bezeichnung für „Kleid“, aber auch für „Bekleidung“ (wie *evening dress*, *full dress*, *morning dress* u.a.). In der übernehmenden Sprache hat das Wort eine neue Bedeutung angenommen, die der

Ausgangssprache fremd ist, nämlich "Anzug, Kleidung für einen bestimmten Zweck, bes. Sportkleidung" [84].

Das Wort *Highlife* ist etwa seit der Mitte des 19. Jahrhunderts belegt. Im Englischen ist *high-life* heute als "an extravagant social life as enjoyed by the wealthy." definiert [87]. Diese Bedeutung wird im Duden-Wörterbuch als ähnliches "exklusives Leben neureicher Gesellschaftskreise" wiedergegeben. Eine "eingedeutschte" Bedeutungserweiterung zeigt *Highlife* jedoch in der Bedeutung von "vornehme Welt, Lebewelt". Ebenfalls kennt das Englische *Highlife* im Sinne von "Hochstimmung, Ausgelassenheit" [84] nicht [20, S. 91].

Das Wort *Start* bezeichnet z.B. im Englischen den Start eines Flugzeugs, einer Rakete oder die Abfahrt eines Zugs. Im Deutschen kann *der Start* auch den Beginn einer Saison oder Premiere eines neuen Films repräsentieren [64, S. 53].

Die Zahl der Fälle von der Bedeutungsverengung ist geringer. Es handelt sich um die Einschränkung des Bedeutungsumfangs der Anglizismen, die zum völligen Verlust der „Grundbedeutung“ führen kann.

Die Bedeutungsverengung erfolgt durch Aufnahme zusätzlicher Seme in die Wortbedeutung oder Reduktion der Sememe. Als Beispiel für die Bedeutungsverengung kann *Swimming-pool* dienen. Im Englischen ist *swimming-pool* eine allgemeine Bezeichnung für alle Schwimmbecken und Freibäder, während es im Deutschen nur „(auf einem Privatgrundstück befindliches) Schwimmbecken innerhalb od. außerhalb eines Gebäudes“ [84] bezeichnet. Diese Bedeutung wird im Englischen mit *private swimming pool* beschrieben [20, S. 90]

Bei der neuen Bedeutung erscheint die Spezialisierung der Bedeutung. Dabei wird die Intension des Wortes erweitert und die Extension verengt [72]

Eine Bedeutungsverengung lässt sich auch die *Band* [bent] feststellen. Eine Band ist im Englischen "a small group of musicians and vocalists who play pop, jazz, or rock music" [87], also „die kleine Gruppe von Musikern und Sänger, die Pop-, Jazz- oder Rockmusik spielen“. Im Deutschen blieb *Band* auf Tanzkapellen und Popmusikgruppen beschränkt, während *band* im Englischen auch für deutsches

Orchester oder überhaupt Bande (im Deutschen mehrere Bedeutungen) stehen kann [72].

Ein anderes Beispiel dazu ist das Wort *Party*. Im Englischen steht dieser Begriff nicht nur für ein „zwangloses Fest“ wie im Deutschen, sondern auch für eine politische Partei, einen Beteiligten oder eine militärische Abteilung [64, S. 52].

Bei der Bedeutungsverschiebung handelt es sich um die Anglizismen, deren Bedeutungen im Deutschen mit denen im Englischen nicht übereinstimmen. Dabei ist keine ursprüngliche Bedeutung ins Deutsche übernommen worden. Als ein instruktives Beispiel für die Bedeutungsverschiebung kann der Anglizismus *Slip* dienen. *Slip* ist im Deutschen "kleinerer Schlüpfer für Damen, Herren und Kinder, der eng anliegt und dessen Beinteil in der Schenkelbeuge endet" [84], während es im Englischen „Unterrock, Unterkleid“ bedeutet [72].

Button ist erst in der letzten Zeit ins Deutsche entlehnt worden. In der Ausgangssprache besitzt *button* mehrere Nebenbedeutungen, wie „Knopf“, „junger Champignon“, „Hotelpage“ [87] u.a. Diese Sememe sind jedoch der übernehmenden Sprache fremd. Ebenfalls kennt die Herkunftssprache die Bedeutung nicht, die im Duden-Wörterbuch folgenderweise definiert wird: „runde Plastikplakette mit Inschrift, die die Meinung des Trägers zu bestimmten Fragen kennzeichnen soll“ [84].

Ein gutes Beispiel dafür ist auch der Ausdruck „*handy*“ – im Deutschen ein Substantiv: *Handy*, das; -s, -s; ein drahtloses Telefon [84]; im Englischen ein Adjektiv mit einer unterschiedlichen Bedeutung: *handy*; 1. *useful: a handy electronic diary*; 2. *close to you and therefore easy to reach or get to*; 3. *good at doing or making things with your hands*. [88] Duden Wörterbuch erklärt die Herkunft des Wortes: “zu englisch *handy* = griffbereit, greifbar; praktisch, zu: *hand* = Hand” [84]. Das heißt, ist *handy* im Englischen etwas nützliches, erreichbar, aber kein Gerät.

Man führt noch andere Aspekte. Für viele Anglizismen gibt es in der deutschen Sprache eine Entsprechung, dann spricht man über Anglizismen mit deutscher Entsprechung. Es handelt sich nur selten um Wörter mit völlig gleicher Bedeutung, z.B. *Computer* – *Rechner*.

Einige Anglizismen haben im Deutschen kein Äquivalent (Anglizismen ohne deutsche Entsprechung), z.B. *aerobic*, *DJ*, *piercing*, *drive-in restaurant*, *Halloween*, *bestseller*, *prime time*, *yuppie* [31, S. 131].

Also kann das entlehnte Wortgut kann verschiedenartig integriert werden, indem seine Bedeutung sehr oft nicht gleich bleibt. Dabei erfahren einige Anglizismen eine Bedeutungsveränderung erfahren. Die Bedeutungsveränderungen werden in drei Typen gegliedert. Das sind Bedeutungserweiterung, die die Vermehrung der Bedeutungen ausdrückt, die Bedeutungsverengung, die die Einschränkung des Bedeutungsumfangs zeigt, und die Bedeutungsverschiebung, bei der die Bedeutungen im Deutschen mit denen im Englischen nicht übereinstimmen.

1.2.2. Grammatische Integration

Die Wortarten, die als Anglizismen am häufigsten vorkommen, sind Substantiv, Verb und Adjektiv. Etwa 50-60 % des deutschen Wortschatzes Substantive. Wird ein Substantiv entlehnt, erhält es sofort eine Genuszuweisung, ein Verb meistens die deutsche Infinitivendung bzw. die jeweilige Personalendung [16]. Sie bilden also den größten Teil des Wortschatzes.

Der deutschen Sprache ist das Vorhandensein des Geschlechts bei jedem Substantiv eigen, während Englisch kein solches Merkmal besitzt. Das Genus ist eine der verschiedenen Klassen (nämlich männlich, weiblich, sächlich), in die die Substantive eingeteilt sind; grammatikalische Kategorie beim Nomen [84].

Das heißt, wenn ein englisches Substantiv entlehnt wird, soll es ein Genus erhalten. Dieser Prozess ist nicht einheitlich und wird auf verschiedene Weise realisiert. Es gibt bestimmte Prinzipien, nach denen das Genus gegeben werden kann. Das sind:

1. Die lexikalische Ähnlichkeit,
2. Die lexikalische Differenzierung,
3. Das natürliche Geschlecht,
4. Die Zahl der Silben,
5. Die morphologische Analogie,

Erstens kann das Genus nach dem Prinzip der lexikalischen Ähnlichkeit gegeben werden. In diesem Fall richtet sich das Genus der entlehnten Substantive nach ihrem deutschen Korrelat oder ihrer nächsten deutschen lexikalischen Entsprechung [21]. Es ist z.B. der *Dance* ein Maskulinum wie der *Tanz*, die *Fashion* ein Femininum wie die deutsche *Mode* und das *Business* ein Neutrum wie das *Geschäft*.

Z.B gibt es im Deutschen die Wörter:

1. Maskulina: *Der Hit (der Schlager), der Boss (der Chef), der Club (der Verein), der Job (der Beruf), der Start (der Anfang, der Beginn), der Star (der Stern, der Erfolgreiche/auch: die Erfolgreiche), der Style (der Stil)*.
2. Feminina: *Die City (die Stadt), die Crew (die Mannschaft), die Hotline (die Linie), die Memory (die Erinnerung), die Nineties (die Neunziger), die Bag (die Tasche), die Performance (die Aufführung), die Power (die Kraft), die Show (die Schau), die Society (die Gesellschaft), die Story (die Geschichte)*.
3. Neutra: *Das Event (das Ereignis), das Baby (das Kleinkind), das Shirt (das Hemd), das Feeling (das Gefühl), das Girl (das Mädchen), das Happening (das Geschehen), das Outfit (das Erscheinungsbild), das Set (das Deckchen) usw.*

Es kann auch eine latente oder semantische Analogie zu einem bestimmten Wort vorliegen, z.B. der *Intercitytrain*, -zug -> der *Intercity*, der *Scotchwhisky* -> der *Scotch* [72]

Trotzdem ist die Genusbestimmung nicht so einfach, wie es aussehen kann. Mehrere Anglizismen (*Rap, Casting, iPad*) haben keine Entsprechungen und Korrelate, und noch viele folgen diese Regel nicht. Dann gilt das nächste Prinzip — der lexikalischen Differenzierung [16].

Im Gegensatz zur lexikalischen Ähnlichkeit sind diese englischen Substantive mit einem Genus ausgezeichnet, das von seiner deutschen wörtlichen Entsprechung differiert und auch unter den noch folgenden Kategorien nicht einzuordnen ist.

Als Beispiele dafür stehen *das Break*, das für die Unterbrechung oder die Pause stehen kann, oder *das Team*, dessen semantische Entsprechung die Gruppe oder die

Mannschaft wäre, im Deutschen jedoch ein Neutrum ist. *Der Support* wird mit *die Unterstützung* übersetzt und auch in diesem Sinn verwendet, dennoch ist Support in der deutschen Sprache maskulin [16].

Weitere Beispiele für die lexikalische Differenzierung sind: *Der Swimmingpool* (das Schwimmbad), *der Talk* (das Gespräch, die Gesprächsrunde, die Unterhaltung), *die/das Online* (der Bildschirm, aber auch: die Verbindungslinie, die Leitung), *das Handling* (die Handhabung/- die Behandlung), *das Outfit* (die Ausrüstung), *das/der Pub* (die Kneipe), *die Party* (das Fest, auch: die Feier) usw.

Bei einigen Beispielen werden auch zwei (manchmal sogar drei) verschiedene Genera zugelassen, z.B. *die/das Online*, *das/der Pub*. Sowohl junge als auch ältere Entlehnungen schwanken in der Genuszuweisung bzw. erhalten sofort ein einziges Genus [16]. So, besitzt auf solche Weise das Substantiv *Joghurt* sogar drei Genera [85].

Einige englische Substantive, die zwei Genera besitzen, haben aber andere Bedeutung. So, *der Pony* – auf die Stirn fallender vorderer Teil einer Damenfrisur; *das Pony* – kleines Pferd; *das Service* – Aufschlag im Tennis; *der Service* – Maßnahmen, Leistungen, Angebote.

Das nächste Prinzip ist das natürliche Geschlecht. Bei den substantivischen Anglizismen, die eine männliche oder weibliche Person bezeichnen, stimmt das Genus im Deutschen mit dem natürlichen Geschlecht (Sexus) der Person überein [21].

Die Anglizismen, die die Personen in ihrer Kindheit bezeichnen, sind im Deutschen in der Regel Neutra. “Das natürliche Geschlecht” überschneidet sich mit der “lexikalischen Ähnlichkeit” [16] Z.B., *der Boy* (der Junge), *der Chairman* (der Vorsitzende), *der Dad* (der Vater), *der King* (der König), *die Lady* (die Dame), *der Mister* (der Herr), *die Queen* (die Königin) usw.

Die Zahl der Silben kann das Genus der Anglizismen bestimmen, z.B. *der Fan*, *der Club*, *der Hit* — einsilbige Wörter erhalten allermeisten das männliche Geschlecht. Die mehrsilbigen Substantive gehören öfter zu dem weiblichen Geschlecht. (*Die Eyeshadow*, *die Beauty*, *die Fashion*). Allerdings gehört die Mehrheit der einsilbigen substantivischen Anglizismen zu den Maskulina und Neutra [16]

Eine Reihe englischer Wörter werden nach dem Prinzip der morphologischen Analogie bestimmt, d.h., Anglizismen mit bestimmten Endungen haben ein bestimmtes Genus [21].

Diese Analogien lassen sich in verschiedene Kategorien einteilen [16]:

1. Die substantivischen Anglizismen mit den Suffixen -er, -or, -ist, und -master haben ein maskulines Geschlecht: *Gangster, Moderator, Economist, Showmaster, Aktivist, Sponsor, Webmaster, Player*.
2. Die Anglizismen, die auf -in, -ity oder -(n)ess enden, bilden in der Regel Feminina: *Automation, Brokerin, Publicity, Fairness, Fitness, City, Babylon-Lotion, Leasingnehmerin*.
3. Englische Fremdwörter mit dem Suffix -ment und Anglizismen auf -ing, die eine Handlung bezeichnen und von einem Verb abgeleitet sind, sind Neutra, z.B. *Dancing, Feeling, Apartment, Entertainment, Layout, Management, Establishment, Bodybuilding*.

Eine Besonderheit des Deutschen stellt das Genus der substantivischen Komposita dar, das vom Zweitglied bzw. Grundwort bestimmt wird [76]. Die folgenden Beispiele beweisen die Anlehnung der Mischkomposita an die deutschen Komposita: der *Ladyshave*, die *Underwear*, das *Mode-Shooting* usw [16].

Das Genus der entlehnten Anglizismen ist daher auch nur in vage Regeln zu ordnen, die jedoch von ständigen Ausnahmen begleitet werden. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass etwa drei Viertel aller substantivischen Anglizismen dem neutralen und maskulinen Geschlecht zugeordnet werden, während auf das feminine Geschlecht lediglich ein Viertel der Substantive entfällt [16].

Bei der Bildung der Präsens- und Präteritumformen weisen die verbalen Anglizismen das normale Flexionsverhalten der schwachen Verben des Kernwortschatzes auf. Das Verb wird im Präsens als das schwache Verb konjugiert, z.B. *she starts, he chills*. Wie beim schwachen Verb wird auch die Präteritumform gebildet, z.B. *fouled, trainierten*.

Beide Partizipialformen werden auch nach dem Prinzip der schwachen Verben gebildet, z.B.

1. Partizip I: *boomend, likend, twitternd, relaxend, chillend, testend, tindernd* usw.
2. Partizip II: *relaxt, gesprintet, gestoppt, durchgestylt, getestet, gechartet, computerisiert, gefoult, gekidnappt, geleast, gemanagt*.

Beim Verb *relaxt* entfällt die Präfigierung *ge-* im Partizip II, weil die erste Silbe unbetont ist [24, S. 255], wie bei den Verben *ersetzen* oder *besprechen*.

Die Anpassung der verbalen Anglizismen an das verbale Paradigma erfolgt durch Infinitivbildung auf *-(e)n*. Bei der geschlossenen Endsilbe entstehen keine Probleme: *scannen, shoppen, recyceln, relaxen, starten, talken, boxen, floppen, chipen, jetten, jobben, mailen, modeln, foulern, stoppen, boomen, stylen, testen, sprinten, charten, kidnappen, leasen, managen*. Anders ist es bei offenen Endsilben, z.B. *sightseen* [17].

Einige Verben können auch mehrere Formen haben. Die Präfixe verschiedener Art wechseln die Bedeutung des Anglizismus wie bei deutschen Wörtern, z.B. *an-clipsen* (= anmachen, anschalten), *aus-clipsen* (= ausschalten), *ein-checken* (= abfertigen), *durch-checken* (= kontrollieren, nachsehen) [16, S. 134–138]

Die adjektivischen Anglizismen werden generell in die deutsche Flexion eingeordnet, z.B. *der smarte Typ*. Diese Anglizismen sind ganz unselbständig und deshalb kann man aus denen nur wenige neue Wörter bilden [16, S. 23, 41, 154] Die entlehnten Adjektive werden generell dekliniert, wenn sie:

1. als Attribute ein Substantiv bezeichnen, z.B. *der cleane Look*;
2. als Gleichsetzungsglied gebraucht werden, z.B. *dieses Medikament ist ein getestetes*;
3. substantiviert sind, z.B. *der Coole, der Versnobte*.

Es gibt also viele Möglichkeiten, wie die Anglizismen grammatisch integriert werden können. Da die meisten entlehnten Anglizismen die Substantive sind, steht die Frage des Geschlechts am häufigsten. Das Geschlecht bei den englischen Entlehnungen ist nicht immer eindeutig, deshalb bekommen viele Substantive zwei oder sogar drei Geschlechter. Die anderen Wortarten, wie Verben und Adjektive, werden in der Regel problemlos integriert.

1.2.3. Orthografische Integration

Die entlehnten Substantive bekommen in der deutschen Sprache eine bestimmte Plural- oder Singularendung. Die deutsche Sprache kennt es fünf Deklinationstypen: e-Plural (Tag-Tage), (e)n-Plural (Mensch-Menschen), Null-Plural (Segel-Segel), er-Plural (Bild-Bilder) und s-Plural (Oma-Omas). Einige Formen werden auch mit dem Umlaut gebildet (Apfel-Äpfel). [38, 90-92]

In der Pluralbildung der substantivischen Anglizismen ist die englische Pluralendung -s bevorzugt, z.B. *Break-Breaks, Cocktail-Cocktails, Show-Shows*. Einige substantivische Anglizismen erhalten die deutsche Pluralendung -e bzw. -en, z.B. *der Typ -> die Typen*. Es gibt auch eine kleine Gruppe von Anglizismen, die sowohl eine englische als auch eine deutsche Pluralendung haben, z.B. *Start (-e, -s), Test(-e, -s)* [16]. Die meisten Anglizismen werden im Deutschen dekliniert. Die Deklination wird durchgeführt, wie bei meisten deutschen Substantiven [72].

Im Deutschen werden die englischen Substantive großgeschrieben: *Jackpot, Download, Meeting, Mindmap*. In den meisten Fällen können zusammengesetzte Substantive zusammengeschrieben werden: *Crosstrainer, Fastfood, Kidnapper, Motherboard, Mountainbike, Webmaster Bluescreen, Teleshopping, Endboss*. Die mehrsilbigen Wörtern kann man auch mit den Bindestrichen schreiben, um sie lesbarere zu machen: *Meeting-Point, City-Guide, Stunt-Woman, Trekking-Bike, Solid-State-Drive* [72].

Die Zusammensetzungen von Substantiv und anderen Wortarten werden meistens auch zusammengeschrieben: *computergestützt* (aber: *Computer-gestützt*), *teamfähig, babysitten, Copyright*. Zusammensetzungen, die Abkürzungen enthalten, werden mit Bindestrich geschrieben. *FAQ-Datenbank, LED-Display, JPG-Attachment, Word-DOC (Word-Doc)*. Wenn das englische Original getrennt geschrieben wird, dann muss auch im Deutschen getrennt geschrieben werden, z.B. *Boot Sequence, Digital Rights Management, Computer Games, Texas Rangers, One Way Ticket, Freestyle Rap* [85].

Da die englische und deutsche Sprachen die gleiche Schrift haben, entsteht bei der orthografischen Integration keine wirkliche Schwierigkeiten. In der Regel wird die englische Schreibweise behalten, aber manchmal wird es auch verändert, um ins deutsche Sprachsystem besser integriert zu sein. Am häufigsten passiert das mit den Anglizismen, die schon seit langer Zeit entlehnt wurden. Die Anglizismen, die in den letzten Jahrzehnten entlehnt wurden, behalten in der Regel die englische Schreibweise.

1.2.4. Phonetische Integration

Die Aussprache hat sich im Laufe der Zeit verändert. Noch im 19. Jahrhundert gab es die eigenwillig deutsche Lautsubstitution [œ] für [ʌ], so noch heute in *Curry, Cut, Pumps*. In den 20-er und 30-er Jahren sprach man *Jazz* als [jats]. Solche älteren verdeutschten Aussprachen haben sich bis heute gehalten in *lynchen*: [lynçən] statt [lintʃən], USA: [u:ɛs´a:]. [56, S. 403-404]

Es gibt aber bis heute Lautsubstitutionen, die wegen des deutschen Phonemsystems noch vorkommen: [ʃ] statt [s] vor Konsonant (*stop, Spleen, Spray* usw.), wobei die korrekte englische Aussprache [st, sp, sn] als elitäres Sprachsymptom fungiert, stimmlose Verschlusslaute [p, t, k] statt [b, d, g] im Auslaut (*Job, Trend, Gag* usw.), Monophthong [o:, e:] statt Diphthong (*Toast, Spray*) [56].

Wegen der großen Schwierigkeiten, englische [θ] und [ð] richtig auszusprechen und nicht durch [s] oder [ʃ] zu substituieren, ist lange Zeit kein englisches Wort mit *th* entlehnt worden, bis in der Nachkriegszeit *Thriller* üblich wurde“ [77].

Besonders heute werden die Anglizismen in der Regel in die deutsche Sprache übernommen, ohne ihre Aussprache stark zu wechseln. Bei den Lauten, die für die deutschen Sprecher schwierig sein können, entsteht eine Substitution. Die Aussprache der einigen Anglizismen kann aber vom Sprecher und von der Region abhängen und sich wechseln.

Zusammenfassend haben viele Anglizismen seit ihrer Übernahme einen Prozess der semantischen, grammatischen, orthografischen und phonetischen Angleichung durchgelaufen. Die semantische Integration bedingt den Bedeutungswandel und

verursacht die Veränderungen in der lexikalischen Bedeutung des Wortes. Durch die grammatische Integration erhalten die Substantive die Genera, und die Verben werden schwach konjugiert.

Zur orthografischen Integration dient die Großschreibung der Substantive, die werden auch dekliniert und bekommen meistens die Pluralendung -(e)s. In der Regel sind die Komposita zusammengeschrieben, aber manchmal bekommen sie einen Bindestrich. Die Adjektive werden generell in die deutsche Flexion eingeordnet. Die Aussprache und die Aussprachenormen bei den Anglizismen haben sich im Laufe der Zeit auch gewechselt. Einige Laute werden zusammen mit den Wörtern entlehnt, die anderen werden mit den deutschen Ersätzen ausgesprochen.

1.3. Klassifikationen der Entlehnungen in der modernen Sprachwissenschaft

Die Entlehnungen werden nach den zwei Klassifikationen klassifiziert: Nach der Art der Entlehnung und nach dem äußeren/inneren Lehngut. Die erste Klassifikation bestimmt, ob das entlehnte Wort zusammen mit dem Gegenstand übernommen wird oder nicht. Die zweite Klassifikation analysiert die entlehnten Wörter im Sprachsystem nach ihrer Morphologie und Wege der Entlehnung.

1.3.1 Klassifikation nach der Art der Entlehnung

Nach der Art der Entlehnung sind zu unterscheiden:

1. Sach- und Wort-entlehnung;
2. Wortentlehnung.

Bei der Sach- und Wortentlehnung werden fremde Formative übernommen, deren Sachverhalte in der betreffenden Sprache neu oder unbekannt sind. Denotate, d.h. die Gegenstände und Erscheinungen der Wirklichkeit, werden zusammen mit den Formativen entlehnt. Sach- und Wortentlehnungen sind gleichzeitige Entlehnungen des Sinnes und der Lautgestalt (des Formativs) [59].

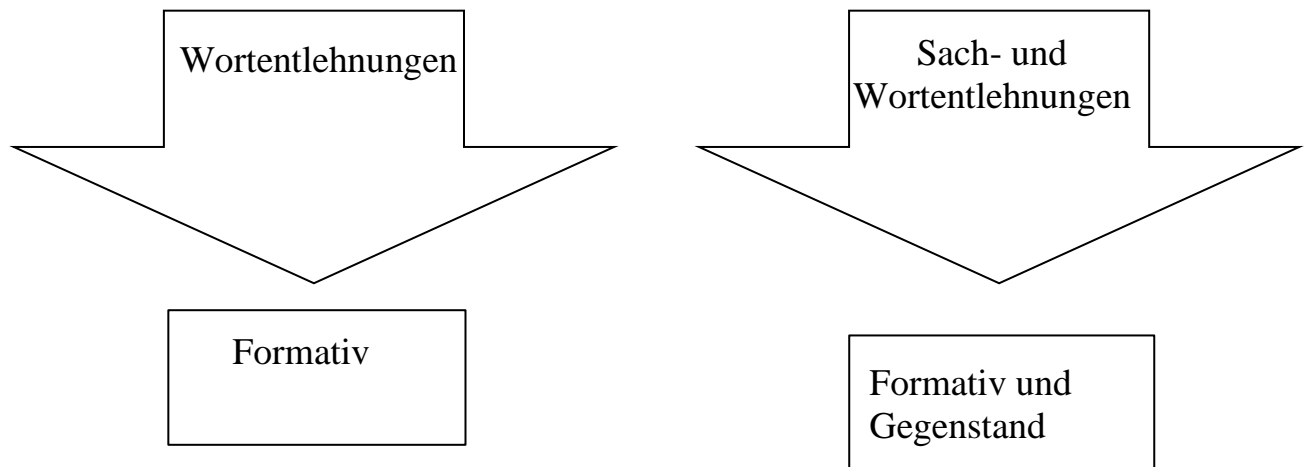


Abbildung 1. Art der Entlehnungen

Das Ergebnis von solchen Entlehnungen ist z.B. im Deutschen die lateinischen Wörter, die von den germanischen Stämmen bei ihren Kontakten mit den Römern entlehnt wurden. Die Sach- und Wortentlehnungen aus dem amerikanisch-englischen sind *das Motel*, das Hotel an großen Autostraßen, das besonders für die Unterbringung von motorisierten Reisenden bestimmt ist, *das Camping* — das Leben im Freien (auf Campingplätzen), im Zelt oder Wohnwagen während der Ferien oder am Wochenende.

Weitere Beispiele dafür sind Amerikanismen wie *die E-Mail*, *das HTML*, *die Jeans*, *der Joystick*, *der PC*, *der oder das Laptop*, *die Hardware*, *die Software* usw. Die Gegenstände waren in den USA erfunden und aus diesem Land in die deutsche Sprache entlehnt.

Bei Wortentlehnungen werden fremde Formative übernommen, deren Sachverhalte in der entlehnenden Sprache mit den eigenen Wörtern bezeichnet werden. Es handelt sich hier also primär um die Entlehnung von Dubletten [59]. Eine große Gruppe von solchen Entlehnungen bilden die Wörter aus dem Französischen, z.B. *das Pläsier* für Genuss oder *das Porträt* für Bildnis. Aus dem Englischen sind z.B. *das Apartment* für „Kleinwohnung“, *der Swimmingpool* für „luxuriös ausgestattetes Schwimmbad“, *der Appetizer* für „kleines Appetithäppchen“, *der Boss* für „Leiter“ *der (das) Cookie* für die Kekse, *die Mailbox* für „Briefkasten“, *der Sneaker* für „Sportschuh“ entlehnt [85].

Die Wortentlehnungen zeigen die regional unterscheidenden Variationen der englischen Sprache. Einige englische Lexeme bezeichnen die gleichen Denotate, aber die Formative unterscheiden sich regional, ähnlich wie deutsche, österreichische und schweizerische Varianten eines Lexems [59].

So wird das oben genannte Wort *das Flat* ein Britizismus, weil das in dem britisch-englischen Sprachraum gebräuchlicher ist, und *das Apartment* ist ein Amerikanismus, weil man es in den USA eher benutzen wird. Für den Amerikanismus *der Appetizer* gibt es die britische Entsprechung *a starter*, die in der deutschen Sprache nicht vorkommt. *Der* oder *das Cookie* bezeichnet den amerikanischen Keks und wird in der britischen Variante *a biscuit* genannt. Das deutsche Wort *das* oder *der Bis-kuit* kommt aber aus Französischem und bezeichnet nicht Keks, sondern eine Art von Kuchen. Der Amerikanismus *die Downtown* bedeutet das Stadtzentrum und wird nur im amerikanisch-englischen gebraucht. Die britische Variante *a city centre* wird nicht entlehnt [85, 17].

Diese regionalen Varianten der Sprache zeigen oft die kulturelle Identität und dienen zur Ab- und Ausgrenzung von den anderen Sprechern. Dazu gehören nicht nur ganz verschiedene Formative, sondern auch orthografische und phonetische Unterschiede. Diese sind oft in der Zielsprache nicht mehr zu finden.

1.3.2. Äußeres und inneres Lehngut

Mit der Gliederung des sprachlichen Lehngutes haben sich viele Sprachwissenschaftler auseinandergesetzt [16, 18, 32, 72, 74]. Es gibt viele Meinungen zum Thema, wie die Entlenungsarten benannt werden sollen. Deshalb gibt es eine Menge von Klassifikationen, die verschiedenen Aspekten von Entlehnungsprozessen gewidmet sind.

Eine Klassifikation teilt das Lehnwort in das in Fremdwort und assimiliertes Lehnwort. Lehnprägung ist die Kategorie des Lehnwortes. Unter dem Oberbegriff „Lehnprägung“ versteht man Lehnbildung, Lehnbedeutung, Lehnwendung und Lehnsyntax. Nach dem Grad der Übereinstimmung mit dem herkunftssprachlichen Vorbild unterscheidet man in Bezug auf die Lehnbildung zwischen Lehnübersetzung,

Lehnübertragung und Lehnschöpfung [13]. Die andere Klassifikation lässt sich das sprachliche Lehnwort zwischen „evidenten“ („äußeren“) und „latenten“ („inneren“) Einflüssen unterscheiden [21].

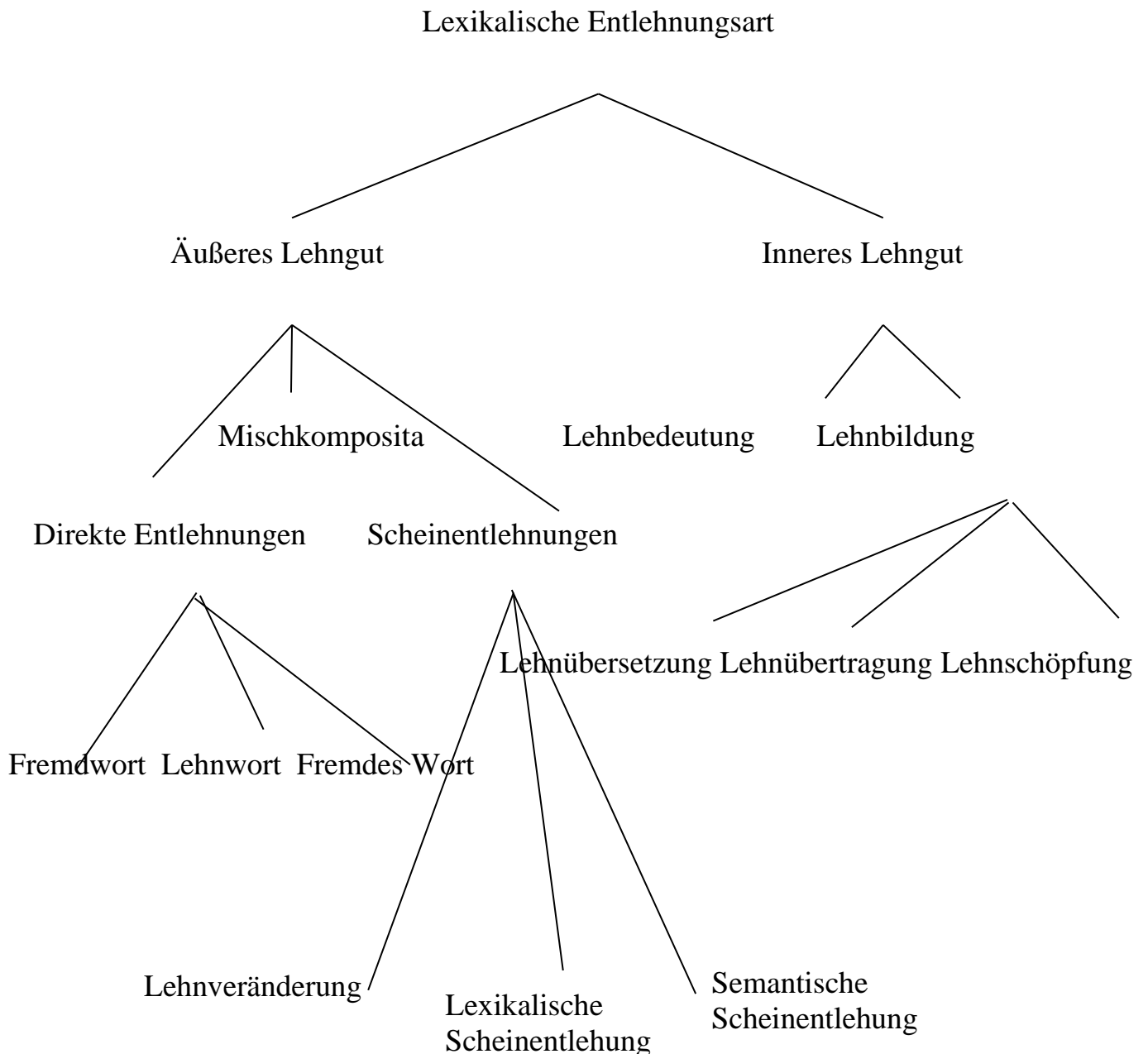


Abbildung 2. Lexikalische Entlehnungsart nach Yang W., [72, S. 16]

Für diese Untersuchung wird als Grundlage die Klassifikation von W. Yang [72] gewählt, die die Grundsätze der lexikalischen Entlehnungsart beschreibt und analysiert. Diese Klassifikation differenziert zwei Unterbegriffe der lexikalischen

Entlehnungsart und nennt sie äußeres Lehnwort und inneres Lehnwort. Als äußeres Lehnwort betrachtet man Fremdwort, Lehnwort, Fremdes Wort, die zu den direkten Entlehnungen gehören, Scheinentlehnung und Mischkompositum [72].

Das Fremdwort und das Lehnwort bilden innerhalb des englischen Lehngutes die größte Gruppe. Das Fremdwort ist ein Wort, das aus einer Fremdsprache in die Zielsprache entlehnt wird und in einer unveränderten Form vorkommt, d.h. es gibt im Vergleich zur ursprünglichen Form keine Veränderungen in Morphologie, Phonologie und Orthografie.

Das Begriffspaar "Fremdwort" und "Lehnwort" bezeichnet den Eindeutschungsgrad eines Lexems in die deutsche Sprache. Unter dem Begriff "Fremdwort" versteht man Lexeme oder Lexemverbindungen, die aus einer Fremdsprache übernommen und im Deutschen ohne phonologische, orthografische, morphologische und semantische Veränderung gebraucht werden. Die fremde Herkunft lässt sich deutlich und leicht erkennen, wie z. B. *Callgirl, Cowboy, Playboy, Jeans, Quizmaster, Show* und viele andere Beispiele [72].

Während das Fremdwort ohne Veränderungen entlehnt wird, wird ein Lehnwort dagegen phonologisch, morphologisch und/oder orthografisch assimiliert, wie deutsches Infinitivmorphem -e(n) bei den Verben, z.B. *campen* für *to camp*, *starten* für *to start*, *stoppen* für *to stop* und andere [85].

Eine Anzahl von substantivischen Anglizismen erhalten deutsche Pluralform, wie *der Manager — die Manager, der Boss — die Bosse, die Stewardess — die Stewardessen* u. a. Man schreibt auch *Törn* nach *turn* oder *Nonsens* nach *nonsense*. Beispiele für assimilierte Flexion wären Pluralformen wie *Computer* (englisch *computers*) oder *Sponsoren* (englisch *sponsors*) [85].

Eine Reihe von Anglizismen hat sich ohne große Veränderungen in die deutsche Sprache eingepasst, da sie ähnliche, schon vorhandenen deutschen Buchstabenfolgen entsprechende Orthografiemuster haben.

Zu solchen Wörtern zählen unter anderem die im Deutschen verwendeten Lexeme *clever, Doping, Film, Killer, Partner, Smart, Trend, Trick und Video*. Dabei

werden die Grapheme <c> für [k] und <v> für [v] als ins Deutsche integriert betrachtet. Diese Gruppe von Anglizismen ist der Kategorie der Lehnwörter zuzuordnen [9].

Auch gibt es die Situationen, wo die deutsche Schreibweise statt der englischen Schreibung gebraucht wird. Der Buchstabe *c-* wird z. B. *k-*, wie in dem entlehnten Wort *Klub* (*Club*) oder *ch-* verändert sich zu *sch-*, wie das englische Lexem *check* zum deutschen Wort *Scheck*; *Streik*. Der Buchstabe *-i-* des englischen Wortes *strike* ist durch die Buchstabenkombination *-ei-* ersetzt, die für diese Lautung typisch ist [72]. Auf solche Weise gehören orthografisch veränderte Lexeme auch zu den Lehnwörtern.

Dem phonologischen Merkmal nach, werden Lexeme *Klub*, *Sport* und *Tank* u.ä. den deutschen Ausspracheregeln angeglichen. Solche eindeutig nachweisbaren Abweichungen von der Aussprache des englischen Originals (*Klub* [ʊ], *Sport* [ʃp] und *Tank* [a]) kennzeichnen diese Lexeme als Lehnwörter. Andere Anglizismen, deren Aussprache mit den deutschen Regeln im Wesentlichen nicht übereinstimmt (z.B. *T-Shirt*, *Surfing*, *Callgirl*, *Jeans* u.a.), werden auch als Lehnwörter bezeichnet [85].

Das Großteil der deutschen Bevölkerung würde alle hier als Fremdwörter betrachtete Beispiele abweichend von der englischen Aussprachenorm artikulieren [9]. Demzufolge sollten alle direkten Entlehnungen als Lehnwörter betrachtet werden, aber die Wörter mit einem im Deutschen unüblichen Graphem-Phonem-Verhältnis (z. B. *Beat*, *E-Mail*, *Service* und *shoppen*) werden trotzdem zu den Fremdwörtern zugerechnet. Die Lautung von Anglizismen wie *Hit*, *Slip*, *Test* u.a. ist gleich oder ähnlich. z.B. [hit], [test], [slip]. [85] Das markiert sie als Fremdwörter.

Aus der Kategorie „Fremd- und Lehnwort“ sind sogenannte fremde Wörter oder Exotismen auszusondern. Fremde Wörter bezeichnen „die Gegenstände, Einrichtungen, Erscheinungen, Personen oder Vorgänge [...], die innerhalb der deutschen Sprachgrenzen nicht vorkommen und deshalb die Bezeichnung behalten, die sie dort tragen, wo sie existieren“ [39, S. 47] Z.B. *die High School* („die amerikanische höhere Schule“ [85]), *die US-Armee*, *das College* (im Sinne Universität) und andere. In stilistischer Hinsicht eignen sich fremde Wörter besonders dazu, Lokalkolorit zu erzeugen [72].

Fremde Wörter werden nach der oben gegebenen Definition als eine Gruppe für sich behandelt, unabhängig davon, ob sie in einer übertragenen oder der eigentlichen Bedeutung ihre Verwendung finden. Die Abgrenzung der Exotismen von den englischen Eigennamen ist in manchen Fällen schwierig. Insbesondere Bezeichnungen für Institutionen, Behörden und Parteien wie beispielsweise *FBI*, *CIA* und *Pentagon* lassen sich nur schwer von Eigennamen trennen, sind aber als Exotismen zu betrachten [9].

Die Bezeichnungen, die eindeutig im englischen Sprachraum verortet sind, gehören zu den Entlehnungen nicht. Dazu gehören Namen englischstämmiger Personen, englischstämmiger Firmen und Künstlergruppen, geographische Bezeichnungen sowie Bezeichnungen für Institutionen, Organisationen o.Ä. aus dem englischen Sprachraum, rechtlich geschützte Markennamen („registered trademarks“) und Titel englischsprachiger Kunstwerke, auch Bücher und Filme. Dasselbe gilt für *www* in Internet- und *@* in E-Mail-Adressen. Man kann sie nicht übersetzen, verändern oder umschreiben, deshalb gehören sie zu den Entlehnungen nicht [37].

Als fremde Wörter können aber seit langem sprachlich integrierte Wörter wie *Commander*, *Dollar*, *Dschungel*, *Quarterback* und *Unionist* als auch nicht angepasste Entlehnungen wie zum Beispiel *First Lady*, *High Court*, *Marshal* nachgewiesen werden.

Die verwendeten Lexeme *Robocop* (halb Roboter und halb Polizist) und *Rollercop* (Polizist auf Rollerskates) sind ursprünglich amerikanische Wortschöpfungen, die als Grundwort die umgangssprachliche amerikanische Bezeichnung für einen Polizisten in sich tragen und als Bezeichnungen nichtheimischer Berufsgruppen im weitesten Sinne betrachtet werden [9].

Anderes gilt für Film-, Theater-, Musical- und sonstige Kunsttitel, wenn die mit ihnen bezeichneten Werke deutschsprachig sind. Auch wenn die Werke aus dem US-amerikanischen Sprachraum stammen, nicht nur die Texte übersetzt werden, sondern auch die Titel im Deutschen umbenannt werden.

Die Beispiele dazu sind Shakespeares Komödie *Twelfth Night*, die im Deutschen den Titel *Was Ihr wollt* trägt; oder an die deutsche Benennung *Endstation Sehnsucht*

des ursprünglich englischen Films *A Streetcar Named Desire*. Geschieht bei einer Übertragung ins Deutsche keine solche Umbenennung, sind diese Titel Amerikanismen und somit in die Untersuchung einzubeziehen [37].

Mit dem Begriff Scheinentlehnung werden Lexeme oder Lexemverbindungen gemeint, die man als „Neubildungen der deutschen Sprache mit englischem Sprachmaterial“ bezeichnet [22]. Die Scheinentlehnungen kann man in drei sekundäre Kategorien unterteilen, nämlich Lehnveränderungen, lexikalische Scheinentlehnungen und semantische Scheinentlehnungen.

Im Falle der Lehnveränderungen handelt es sich um die morphologisch veränderte Übernahme der englischen Sprachzeichen. Typisches Beispiel dafür ist *Pulli*, die im Deutschen gebildete und gebrauchte Kurzform für *Pullover*. *Smoking* ist eine deutsche Kurzform für die scheinbar englische Zusammensetzung *smoking-jacket*; englisches *discount store* ist zu dt. *Discount* verkürzt worden [21].

Die Form kann auch morphologisch verändert werden, z.B. auch *Gentleman Agreement* nach engl. *gentleman's agreement*, *Mixpickles* nach engl. *mixed pickles*, auch *Happy End* (engl. *happy ending*), *Lok* (engl. *locomotive*), *Profi* (engl. *professional*) [85].

Die Lexeme oder die Lexemverbindungen, die mit englischem Morphemmaterial gebildet werden, aber existieren als Wörter in der englischen Sprache nicht, werden lexikalische Scheinentlehnung genannt [72, S. 14]. Meistens werden die lexikalischen Scheinentlehnungen „in Analogie zu im Englischen existierenden ähnlichen Begriffen“ gebildet [20, S. 77]. Solche Wörter können den englischen ähnlich sein, aber diese Begriffe werden im Englischen anders genannt.

Beispiele dafür sind *Dressman*, *Longseller*, *Talk-Lady*, *Coverboy* (in Analogie zu *Cover-Girl*) und *Showmaster* (Analogiebildung zu *Quizmaster*), *Twen* (engl. *someone in his or her twenties*) in Anlehnung an *Teen* und *Youngtimer* als Antonym zu *Oldtimer* [72, S. 14; 31, S. 64-65; 32, S. 54].

Unter der semantischen Scheinentlehnung versteht man die Fälle gemeint, in welchen ein englisches Wort in seiner Originalform ins Deutsche übernommen wird, dabei es aber eine oder mehrere Bedeutungen bekommt, die im Englischen nicht

existieren [20, S. 77]. Das Wort *Flirt* ist im Englischen eine Bezeichnung für die “*Person, die flirtet*”, während es im Deutschen “*die Handlung der Person*” bedeutet [85].

Dazu gehören auch schon erwähntes Lexem *Oldtimer* (hier engl. *veteran car*; auch *veteran plane, historic train*), sowie die Wörter *Keks* (brit. *biscuit*/ amerik. *cookie*) und *Outing* (engl. *coming-out*). Dabei können Entlehnungen dieser Kategorie auch phonologische oder orthografische Veränderungen aufweisen.

Die Mischkomposita sind Zusammensetzungen aus englischen, deutschen oder älteren fremdsprachlichen Lexemen, z.B. lateinischen, griechischen oder französischen [33]. Man unterscheidet zwei Bildungsarten der Mischkomposita [72]. Das sind die folgenden:

1. Die erste Möglichkeit ist, n das Kompositum nach einem englischen Vorbild zu bilden, z.B. *Jetfing* nach engl. *jetflight*, *Haarspray* nach engl. *hair spray*, *Nachtclub* nach engl. *nightclub*.
2. Die zweite Möglichkeit ist, dass es keine englische Vorlage dabei hat. Solche Fälle sind häufiger. Das bekannteste Beispiel dafür ist *Managerkrankheit*, die der englischen Lexemverbindung *stress disease* entspricht.

Zur Gruppe der Mischkomposita sind daher Zusammensetzungen aus Fremdwörtern (z. B. *Bodybuilding-Model*), aus Lehnwörtern (z.B. *Hitradio, Copytest*), aus einem Lehn- und einem Fremdwort (z. B. *Juroren-Job*), aus einer Scheinentlehnung und einem Fremdwort (z. B. *Promi-Chat*), aus einer Scheinentlehnung und einem Lehnwort (z. B. *Boxenstopp*), aus einer Lehnableitung (siehe unten) und einem Fremdwort (z. B. *Supereasy-Slang*), aus einem Lehnwort und einer Lehnableitung (z. B. *TVReporterin*), aus einer Scheinentlehnung und einer Lehnableitung (z. B. *Profisportler*), aus einem Exotismus und einem Fremdwort (z. B. *Cowboy-Look*), aus einem Lehnwort und einem Lehnkompositum (z. B. *US-Profi-Klub*) sowie aus einer englischen Phrase und einem Fremdwort (z. B. *I love you-E-Mail*) gebildete Komposita zu zählen.

Mischkomposita sind im heutigen Deutsch besonders produktiv und liefern einen wichtigen Beitrag zur Bildung neuer Lexemverbindungen und daher zur Bereicherung des deutschen Wortschatzes.

Man sondert auch Lehnableitung [34, S. 110]. Dabei handelt es sich zum einen um Präfigierungen englischer Entlehnungen mit nicht englischen Morphemen wie unter anderem *abhotten*, *außerparlamentarisch* (aus *parlamentarisch*), *durchchecken*, *Ex-Profi*, *Nichtsportler*, *Pseudo-Parlament*, *unfair*, *untertunneln*, *verfilmen* und *Vorband*. Zum anderen zählen hierzu Suffigierungen wie *autoscooter-mäßig*, *cross-over-fähig*, *filmisch*, *filmreif*, *Interviewerin*, *jazzig*, *jobarm*, *leistungssportlich* (aus *Leistungssport*), *parlamentarisch*, *Partnerschaft*, *Patentierbarkeit*, *rockig*, *stressfrei*, *Tourismus*, *Verfilmung* (aus *verfilmen*) und die Verbableitung *pokern* (aus *Poker*).

Auch mit englischen Affixen, speziell Präfixen, nachträglich abgeleitete Entlehnungen aus dem Englischen (z. B. *Rekordjackpot*) sind als Lehnableitungen zu betrachten [9].

Außerdem mit einbezogen werden in diese Kategorie Konversionen wie das *Kicken* („*Körperbehinderter*“), die durch Wortartwechsel mit Hilfe eines Null-Morphems entstanden sind, und Rückbildungen durch Suffigierung wie im Fall *Photograph* (aus dt. *Photographie* bzw. engl. *photography*) [85].

Diese Art von Entlehnungen ist auch sehr produktiv und gibt die Möglichkeit, manche Variationen der Bedeutungen mit Hilfe von deutschen Affixen zu bilden.

Unter dem Begriff inneres Lehnwort (oder laut [32, S. 39] latentes Lehnwort), werden diejenigen Entlehnungen verstanden, die „ausdrucksseitig kein englisches Morphemmaterial enthalten“ [72, S. 15]. Es handelt sich um die vollständige Ersetzung des fremden Wortmaterials durch deutsche Wörter. Als Oberbegriff für „inneres Lehnwort“ wird auch „Lehnprägung“ benutzt, die aus „Lehnbedeutung“, „Lehnbildung“ sowie „Lehnwendung“ und „Lehnsyntax“ besteht [13, S. 27]

Inneres Lehnwort nachzuweisen kann oft problematisch sein. So wird es zu den Schwierigkeiten bei der Feststellung der englischen Herkunft betont: „Anglizismen dieser Art [des inneren Lehnwortes] nachzuweisen, ist schwierig“ [18].

Das Problem der Klärung der Herkunftsfrage von Entlehnungen ist darauf zurückzuführen, dass der aktuelle Entwicklungszustand der Sprachen das Ergebnis eines jahrhundertelangen ständigen gegenseitigen Austausches von lexikalischen und anderen Elementen ist. In einer Sprache können Elemente unter eigensprachlichem Einfluss entstehen, die strukturell den entsprechenden Elementen einer anderen Sprache ähneln [17].

Das ist der Grund, warum im Vergleich zum „äußeren Lehngut“ die Quantität der Lexeme aus dieser Gruppe sehr gering ist. Es gibt nur einige Beispiele dazu. Das Wort *realisieren* z. B., die ursprünglich aus dem Latein stammt, bedeutet „etwas umsetzen“. Weil die Form des Worts sehr nah an dem englischen Wort *realize* liegt, hat sie dadurch auch im Deutschen eine neue Bedeutung angenommen: „etwas einsehen“ oder „etwas erkennen“. In diesem Beispiel geht es um die Lehnbedeutung [32, S. 40; 51, S. 19-20].

Unter Lehnbedeutung versteht man „die Übernahme der Bedeutung eines fremdsprachigen Ausdrucks in ein bereits vorhandenes Wort der Nehmersprache“ [36, S. 374]. Dabei kann es keine formelle Gleichheit in der Struktur oder im Morphemmaterial entstehen: *Herausforderung* beispielsweise hat sich nach dem Vorbild *challenge* von einem Fachwort der Kampfes- oder Kriegssprache zu einem multifunktional einsetzbaren Ausdrucksbaustein gewandelt [45, S. 11].

Der andere Typ des inneren Wortgutes heißt die Lehnbildung. Die wird in Lehnübersetzung, Lehnübertragung und Lehnschöpfung gegliedert. (Yang) Ein Beispiel dafür ist das Wort *Wolkenkratzer*, das teilweise von dem englischen Wort *skyscraper* lehnübersetzt worden ist, weil eine direkte Lehnübersetzung nämlich *Himmelskratzer* wäre.

Die anderen Beispiele der Lehnübersetzung sind *Herzattacke* (*heart attack*), *Gerhirnwäsche* (*brain washing*), *Flaschenhals* (*bottle neck*). Eine Lehnübersetzung ist also die „genaue Glied-für-Glied-Übersetzung“ [14, S. 27] einer englischen Zusammensetzung.

Beispiele für Lehnübersetzung sind *Teilzeitarbeit* nach *part time work*, *Gipfeltreffen* nach *summit meeting*. Die Lehnübersetzungen sind auch recht häufig

verwendet, um im englischen Sprachraum entstandene Produkte zu benennen, wie der Film- und Romantitel *Die Farbe Lila* nach *The Color Purple*.

Man urteilt über Lehnübersetzungen, die kein Anglizismus-Synonym neben sich haben: „Solche Fälle können in Bezug auf die Integration fremden Wortschatzes als Idealfall angesehen werden.“ [54]

Die Lehnübertragung ist eine freiere Teilübersetzung eines Wortes. Z.B., das englische Wort *airlift* wird dem deutschen *Luftbrücke*, obwohl *lift* nicht als *Brücke* übersetzt wird. Ein anderes Beispiel dazu ist das Wort *Untertreibung* (*understatement*). Lehnübertragungen können entstehen, wenn die Übersetzung eines englischen Kompositums nicht realisierbar ist: Ein Teil des englischen Vorbilds wird übersetzt, der nicht übersetzbare frei übertragen [40] Man zeigt am Beispiel des nicht existenten **Himmelskratzer* wortfeldbezogene Ursachen auf.

Man führt Beispiele wie *Cocktail*, *Cowboy* und *Evergreen* an [48, S. 118], die nicht zu **Hahenschwanz*, **Kuhjunge* und **Immergrün* werden können [47, S. 23]. Eine Lehnübertragung ist z.B. *Freizeitpark* nach *amusement park*.

Die Lehn schöpfung bezeichnet eine formal unabhängige Neubildung. Sie ist als losgelöste Bezeichnung, für die das Englische, so argumentieren einige, nur die Vorlage bietet, als Anglizismus umstritten. Z.B. *Autokino* (*drive-in*) oder *Direktübertragung* (*live broadcast*). [85] „Eine Lehn schöpfung ist eine vom Zeicheninventar der Gebersprache vollkommen unabhängige Neubildung zur Bezeichnung des semantischen Gehalts eines Lexems der Gebersprache innerhalb der Nehmersprache“, definiert man und nennt Beispiele wie *Kunststoff* für *plastic* oder *Fertiggericht* für *fast food* [32, S. 40]

Anzumerken ist jedoch, dass sich das Denotat des englischen *fast food* von dem deutschen *Fertiggericht* unterscheidet. Schwerwiegend sind die formulierten Bedenken: „Es fehlt eine linguistische Beziehung zwischen den Monemen der beiden Sprachen, sowie auch zwischen Inhalt und Ausdruck. Es handelt sich vielmehr um einen monolingualistischen Vorgang.“ [Schelper, 1995, S. 13] Aus diesen Gründen wird hier die Kategorie Lehn schöpfung aufgegeben.

Die Anglizismen als die Entlehnungen können nach der Art der Entlehnung in Sach- und Wortentlehnungen und dann in äußeres und inneres Wortgut gegliedert werden. Die Sach- und Wortentlehnungen geben mehr Information über das Land der Ausgangssprache und bringen einige kulturelle Besonderheiten.

Zu dem äußeren Wortgut gehören das Fremdwort, das Lehnwort, fremdes Wort, die auch die direkten Entlehnungen genannt werden, Scheinentlehnung und Mischkompositum. Zu dem inneren Wortgut gehören Lehnübersetzungen, Lehnübertragungen und Lehnschöpfungen. Äußeres Lehngut enthält lexikalische Einheiten, die fremdes Morphemmaterial enthalten. Inneres Lehngut umfasst lexikalische Einheiten, die Morphemmaterial enthalten, das der eigenen Sprache zugehörig ist.

Schlussfolgerungen zum Kapitel 1

Die Entlehnung ist das Wort, das aus einer Sprache in eine andere übernommen und verändert wurde, um in andere Sprache zu integrieren. Die Entlehnungen aus der englischen Sprache, oder die Anglizismen, kommen in der modernen deutschen Sprache am häufigsten vor. Die Anglizismen teilt man in Britizismen und Amerikanismen. Das Grund dafür ist das Herkunftsland des Wortes, aber nur in wenigen Fällen lässt es sich eindeutig feststellen.

Die Anglizismen werden semantisch, grammatisch, orthografisch und phonetisch in die deutsche moderne Sprache integriert. Sie sind ins deutsche Sprachsystem nach bestimmten Prinzipien eingepasst. Einige Anglizismen, besonders in der letzten Zeit übernommene, werden noch nicht integriert und werden oft mit der Erklärung vorgesehen.

Man teilt die Entlehnungen nach ihrer Art in die Sach- und Wortentlehnung und die Wortentlehnungen. Bei den Sach- und Wortentlehnungen werden die fremden Formative übernommen, die Gegenstände bezeichnen, die für die übernehmende Sprache neu sind. Bei den Wortentlehnungen werden die Formative entlehnt. Die Klassifikation nach der Entlehnungsart erklärt das System der Entlehnungen in einer beliebigen Sprache. Diese Klassifikation differenziert äußeres und inneres Wortgut, das weitergeteilt sind. Zum äußeren Wortgut gehören direkte Entlehnungen, Mischkomposita und Scheinentlehnungen, während inneres Wortgut wird in Lehnbedeutungen und Lehnbildungen ausgeteilt. Bei den direkten Entlehnungen unterscheidet man Fremdwort, Lehnwort und fremdes Wort. Zu den Scheinentlehnungen gehören Lehnveränderungen, lexikalische Scheinentlehnungen und semantische Scheinentlehnungen. Die Lehnbildungen werden in die Lehnübersetzung, Lehnübertragung und Lehnschöpfung gegliedert.

KAPITEL II. KOGNITIVE BESONDERHEITEN DER ANGLIZISMEN IN DER DEUTSCHEN SPRACHE

2.1. Die Ursachen für Anglizismen im modernen Deutschen

Infolge vielfältiger Beziehungen zwischen den Sprachträgern, direkter Berührungen und kultureller Verbindungen, internationaler Zusammenarbeit auf ökonomischem, politischem, kulturellem, sportlichem und touristischem Gebiet kommt es auch zu sprachlichen Annäherungen, zu Sprachkontakten, zu wechselseitiger Beeinflussung der Sprachen und in erster Linie zu Entlehnungen im Wortschatz. Im Laufe ihrer Entwicklung ist die deutsche Sprache auf vielfältige Art durch andere Sprachen bereichert worden, wie auch deutsches Wortgut von anderen Völkern aufgenommen wurde.

Die Entlehnung kann extern oder intern bedingt sein. Daher gliedert man die Entlehnungsursachen in Bezug auf Sprache in außer- und innersprachliche. Diese Ursachen sind bei L.P. Krysin [46], L.V. Vasil'eva [68,] V.M. Aristova [11], U. Weinreich [69, S. 79], B. Engels [25], V. Béchet-Tsarnos [12, S. 139] voll untersucht.

Außersprachliche Ursachen:

- sozialpsychologischer Faktor
- kulturgeschichtliche Aspekte
- Fremdsprachenkompetenz
- demographische Faktor
- Sprachkontakt

Innersprachliche Ursachen:

- etymologischer Faktor
- Ähnlichkeit im System und Form
- stilistischer Faktor
- semantische Differenzierung
- Nominationsbedarf
- semantische Lakunen

Abbildung 3. Ursachen von Entlehnungen

Die außersprachlichen Ursachen der Entlehnungen sind: sozialpsychologischer Faktor, kulturgeschichtliche Aspekte, Fremdsprachenkompetenz, demographische Faktor, Sprachkontakt [17].

Als erste Ursache wird der sozialpsychologische Faktor genannt [12]. Das bedeutet positive Bewertung des Englischen, das die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe bzw. Schicht zeigt oder auch die Sprachmode. Die internationale Zusammenarbeit auf allen Gebieten führte in dieser Zeit zur Entstehung des international gebräuchlichen Wortgutes, der Internationalismen, die auch die Bestandteile der Terminologien der Naturwissenschaften und Technik waren.

Der Prozess der Sprachmode nahm noch früher den Platz, als viele Wörter aus dem Französischen entlehnt waren. Da sich die soziale und politische Situation, kommen mit der Dominanz der USA nach dem 20 Jh. immer mehr Entlehnungen aus der englischen Sprache in allen Sprachen der Welt vor [17].

Zu den kulturgeschichtlichen Aspekten gehören historische Ereignisse sowie politische, soziale und andere Umwälzungen, z.B. industrielle Spitzenstellung und internationale Sprachpolitik Englands. Sie haben den Entlehnungstrieb nach dem Zweiten Weltkrieg um einiges verstärkt, indem fremde Wörter auf Grund von Schuldgefühlen und mangelndem Patriotismus leichter Eingang ins Deutsche fanden und schneller akzeptiert wurden. „Das Jahr des Zusammenbruchs, 1945, brachte uns neue Sprachverhältnisse. Dem Minderwertigkeitsgefühl der Besiegten erschien alles, was aus dem Westen kam, als besser“ [28, S. 19]]

Zu den außersprachlichen Faktoren wird weiter Fremdsprachenkompetenz gezählt [47, S. 43]. Die englische Sprache hat nicht nur die meisten Sprecher weltweit, sondern wird von allen Weltsprachen auch am meisten in Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft eingesetzt. Über 80% aller weltweit elektronisch gespeicherten Informationen sind in englischer Sprache. [79] Englisch wird an vielen Schulen weltweit als erste Fremdsprache unterrichtet. Dies untermauert folgendes Zitat: Was die aktuelle Situation in Deutschland anbetrifft, so verfügt ein großer Teil der erwachsenen Bevölkerung über zumindest rudimentäre Englischkenntnisse. Diese Englischkenntnisse sind die Grundlage dafür, dass viele Anglizismen unübersetzt adoptiert werden [34, S. 110].

Bei dem kommunikativen Faktor geht es um die Situation, wo durch die Entwicklung der modernen Massenmedien sowie technische Innovationen die Grenzen

zwischen Sprachgemeinschaften verschwimmen. Viele Medien und Internetseiten benutzen Englisch, um die Information für mehr Empfänger zugänglich zu machen.

Die Informationen werden wegen ihrer hohen Konzentration nicht mehr kritisch wahrgenommen, geschätzt und ausgelesen, was viele Entlehnungen zur Folge haben kann. So erscheinen immer mehr Anglizismen in der Rede, die aus den englischsprachigen Medien ausgenommen sind und dann von den Deutschen gezwungen sind.

Bei der Verbreitung des amerikanischen Einflusses spielt der demographische Faktor auch eine wichtige Rolle. Weiter zunehmende Mobilität zwischen den Ländern fördert weltweit Zwei- und Mehrsprachigkeit [66, S. 8]. Bei der Erweiterung der Europäischen Union kann man diesen Prozess sehr deutlich beobachten, wo Mehrsprachigkeit im Rahmen des einheitlichen europäischen Raums durch viele verschiedene Bildungsprogramme für Jugendliche und junge Erwachsene unterstützt wird (ERASMUS, LINGUA, Jugend für Europa usw.).

Schließlich geht es um den Sprachkontakt zwischen den Völkern. Besonders nach den Ereignissen von 1945, als der Streit zwischen den Siegermächten um die Kontrolle über das besiegte Deutschland zu dessen Spaltung in einen West- und Ostteil führte, begann für die Bevölkerung Westdeutschlands die Zeit der Kontakte zu den westlichen Staaten, vor allem zu Großbritannien und zu den USA [17].

Zurzeit erschienen viele neue Gegenstände, die es früher im Staat nicht gab, und mit ihnen kamen auch ihre Benennungen, vor allem zu den Bereichen „Handel“, „Wirtschaft“, „Technik“, „Politik“, „Mode“, „Tourismus“ u.a.m. Der Bereich „Musik“ war z.B. in den 50-er Jahren besonders wichtig, denn „in den 50er Jahren hatte der Jazz in Deutschland seine große Zeit“ Ausgestrahlt wurde diese Musik durch einen britischen und einen amerikanischen Radiosender [35, S. 91]. Zudem wollte man die nationalsozialistischen bzw. angestammten „preußischen Terminologien“ abschaffen [35, S. 90]. Wegen der Stationierung britischer und amerikanischer Soldaten in Westdeutschland sowie dank der zahlreichen Austauschprogramme wächst die Zahl der direkten Sprachkontakte. In dieser Zeit kommen auch einige deutsche Wörter in die englische Sprache, z.B. *blitzkrieg*, *flak/flack* (nach dem *das Flakfeuer*) oder

Anschluss. Die Anglizismen im Deutschen kommen viel öfter vor, was die Dominanz von der USA und England damals bestätigt.

Die andere große Gruppe von den Ursachen der Entlehnungen bilden die internen, oder innersprachlichen (linguistischen) Faktoren. Das sind etymologischer Faktor, Ähnlichkeit im System und Form, stilistischer Faktor, semantische Differenzierung, Nominationsbedarf und semantische Lakunen [17].

Für viele Deutsche ist Englisch relativ leicht zu lernen. Ein Grund dafür ist der etymologische Faktor, d.h. die enge Verwandtschaft zwischen den beiden Sprachen. Die Angels, nach denen die englische Sprache ihren Namen hat, waren immerhin ein germanischer Stamm. Als diese im 5. Jahrhundert zusammen mit einigen anderen Stämmen nach Britannien übersiedelten, nahmen sie ihre Sprache mit.

Eine andere Seite dieses Faktors ist der gemeinsame Erbe von den griechischen, lateinischen und französischen Sprachen. Die dazu gehörigen Wörter sind meistens Internationalismen, deren Bedeutung auf den Entlehnungswegen vielen Wandlungen unterliegen kann. Ein Beispiel illustriert dies deutlich: *Service* ist im Deutschen eine Mehrfachentlehnung. Das Wort stammt aus dem Französischen und wurde durch das britische Englisch in der Bedeutung „1. Geschirr, 2. Bedienung“ in Hotels und Gaststätten entlehnt. Im britischen Englisch erfuhr es eine Bedeutungserweiterung „3. Aufschlag im Tennis“ und wurde zurück an das Französische und weiter an das Deutsche gegeben. Unter dem Einfluss des amerikanischen Englisch kam eine weitere Bedeutung „4. Kundendienst“. In dieser Bedeutung fand das Wort eine weite Verbreitung in vielen Sprachen der Welt [25, S. 79]

Da die Sprachen etymologisch verwandt sind, sind sie auch ähnlich im System und in der Form. Die englischen Wörter, die nah zu den deutschen klingen, brauchen keine massive Eindeutschung und können leicht bei den Deutschsprechern ausgesprochen sein [17].

Einige Wörter, wie *Sport* oder *Start*, werden phonetisch assimiliert. Die anderen werden fast so, wie in der Ausgangssprache, ausgesprochen [85]. Wenn es keinen rasanten Unterschied in Sprachstrukturen gibt, ist es für die Wörter leichter sich in eine Sprache zu integrieren.

Zu den stilistischen Faktoren gehört vor allem der Bedarf nach den präzisen, kürzeren und eindeutigen Wörtern, die in der Zielsprache oft nicht gibt. Zu diesem Zweck werden die Anglizismen entlehnt, die allen genannten Anforderungen entsprechen und in der Zielsprache erfolgreich funktionieren [29]. Dazu kann auch die semantische Differenzierung gehören, weil das entlehnte Wort und seine deutsche Entsprechung sehr oft verschiedene semantische Untertöne, Schattierungen und Nebenbedeutungen haben.

Der Nominationsbedarf ist bei den Sach- und Wortentlehnungen besonders wichtig. Wenn es ein neuer Gegenstand erfunden oder entdeckt wird, braucht man den irgendwie nennen. Da sehr viele Innovationen, besonders in den Technik- und Computerbereichen in den USA erscheinen, kommen die Benennungen auch daher. Dazu kommen noch die semantischen Lücken, oder Lakunen, sie eng mit der inneren Struktur der Sprache, mit der Kultur und Mentalität des Volkes verbunden sind [25].

Der Begriff Lakune wurde in der Sprachwissenschaft in den 1970er Jahren erstmalig im Rahmen der russischen Ethnopsycholinguistik von Jurij Sorokin eingeführt. Der russische Begriff *lakuna* (von *lat: lacuna*) besitzt neben der Bedeutung „Lücke“ auch solche Konnotationen wie „Loch“, „Vertiefung“ und „Abgrund“ [52].

Die Kategorie der Lakune steht für Bedeutungsunterschiede, die in der Situation des interkulturellen Kontaktes in Texten oder in der mündlichen Kommunikation zum Vorschein kommen [53, S. 14]. Lakune bezeichnet nicht nur nicht-äquivalente Lexik, sondern auch andere nationalkulturelle Spezifika eines Textes [60].

Die Interpretation der Lakune richtet sich immer auf die Ausgangskultur, d.h. die Bedeutung der Ausgangskultur wird zum Maß des Vergleiches mit der Bedeutung der Zielkultur und der semantischen Bewertung einer möglichen Lakune. Lakunen sind daher Ausgangspunkte der Semiose. Die Lakune bestimmt folglich das Verhältnis zwischen der ausgangs- und zielkulturellen Bedeutung [26]. Die Lakunen bedeuten also nicht nur das fehlende Wort, sondern auch den fehlenden Begriff. Lakunen können in der Sprache *explizit* bzw. *implizit* vorkommen: Explizite Lakunen sind diejenigen, die von dem Sprecher als etwas Fremdes erkannt werden, das einer Interpretation

bedarf. Implizite Lakunen liegen dann vor, wenn sie für den Sprecher unbemerkt bleiben [60]. Dazu nennt man noch *linguistische* und *kulturelle* Lakunen [26]

Es gibt eine Menge kultureller Lakunen [26]. Sie beeinflussen die Wahrnehmung von Angehörigen einer fremden Kultur (Charakterlakunen, Stereotype), Emotionen und deren Äußerung (Kulturemotive Lakunen), Verhalten bei gesellschaftlichen Ritualen (Etikette-Lakunen), Routinen (Routine- und Gewohnheitslakunen) und Näheverhalten (Kinetik-Lakunen, ähnlich Proxemik).

Zu unterscheiden sind diese von den kulturreaumbezogenen Lakunen [26], zu denen die Raum- und Distanzwahrnehmung (Perzeptive Lakunen) und gesellschaftsspezifische Dinge (ethnografische Lakunen) gehören.

Diese Lakunen entstehen auch in der Sprache selbst. Oft lassen sie sich kulturell erklären. Z.B. im Englischen gibt es deutsche Entlehnung *schadenfreude*. Davor fehlte im Englischen ein präziser sprachlicher Ausdruck für diesen Inhalt, wie der zweite Beleg im OED-Supplement (1933:194) schon bezeugt: "There is no English word for *schadenfreude*, because there is no such feeling here" [79]. (Es gibt kein englisches Wort für Schadenfreude, weil es kein solches Gefühl gibt). Ob es richtig ist, kann man genau nicht sagen, aber das stimmt genau, dass die entlehnten Wörter die Kultur der beiden Völker zeigen.

Ins Deutsche werden oft die Wörter entlehnt, die keine wirklichen Entsprechungen haben, z.B. *die Schokolade* oder neueres *tindern*, aber diese tragen keine kultur-gesellschaftliche Information über das Ausgangsland. Viel wichtiger sind zu diesem Thema die Anglizismen wie *Low Carb* oder *Fake News*. Diese Beispiele sollen präziser angesehen werden.

Bei dem Anglizismus *Low Carb*, oder das als *niedrig an Kohlenhydraten* übersetzt werden kann, geht es nicht um einen Gegenstand, sondern um eine Tendenz und einem Trend in den Medien und im sozialen Leben. Dieser Begriff wurde zuerst in den USA popularisiert, und davon aus diesem Land in die anderen Länder gekommen ist. Mit dem Trend zusammen kommt auch das Wort, weil der Anglizismus *Low Carb* kürzer und präziser ist. Sehr wichtig ist dabei die Komponente der

Sprachmode. Das wird mit dem gesunden *Lifestyle* verbunden und also wird gerne ins Deutsche übernommen.

Anders ist mit dem Anglizismus *Fake News*. Zu dieser Entlehnung gibt es eine deutsche Entsprechung, *Alternative Fakten*, das aus wie Unwort des Jahres 2017 gewählt wurde [78]. Der Begriff *Fake News* stammt aber aus den USA und wiederstrahlt die Spannung in der politischen Situation im Land. Mit diesem Anglizismus sind die wichtigen politischen und sozialen Ereignissen verbunden und den Gebrauch dieses Wortes trägt alle diese Konnotationen und die kulturelle Information über das Ausgangsland. *Alternative Fakten* aber nicht. Obwohl es den Inhalt des Wortes wiedergibt, das wichtigste Element der Kultur fehlt. Man braucht den Anglizismus, weil es geht nicht nur um Gegenstand oder sogar nicht um Begriff, sondern um ein Phänomen mit allen seinen Charakteristiken.

Es ist also nicht möglich um die Ursachen für Anglizismen zu sprechen, ohne wichtige politische, soziale und kulturelle Faktoren in Betracht zu nehmen. Es gibt sowohl außersprachliche, als auch innersprachlichen Faktoren, die die Übernahme von Anglizismen erklären und begründen.

2.2. Funktionen der englischen Entlehnungen im modernen Deutschen

Es ist schon bestätigt, dass die Anglizismen semantische Lakunen in der Sprache ausfüllen können, um die Sprache mit neuen, bisher unbekanntem Wörtern und Begriffen zu bereichern. Am produktivsten ist dieser Prozess bei den Sach- und Wortentlehnungen. Wenn aber ein neues Wort in der Sprache erscheint und füllt dabei keine semantische Lakune, gibt es schon zwei oder mehrere Wörter, die Entlehnung und das deutsche Wort. Der Sprecher soll selbst wählen, welches Wort zu bevorzugen.

Diese Wahl kann vielfältig geprägt sein. In einigen Fällen entsteht der semantische Unterschied zwischen dem Anglizismus und dem deutschen Wort. In anderen spielt der Alter, die Ausbildung und die Nationalität eine wichtige Rolle. Die Jugendlichen tendieren mehr Anglizismen in der Rede zu gebrauchen, während die älteren Menschen den einheimischen Lexemen den Vorzug geben.

Zu den Faktoren, die den Gebrauch bestimmen, gehören auch das Aussageziel, der Kontext und der Sprechpartner. Für die Wahl eines Wortes ist im Grunde nicht seine Herkunft interessant, sondern die Leistung, die es im Satz zu vollbringen vermag. So haben Anglizismen in der deutschen Sprache spezifische Funktionen, die die deutschen Entsprechungen oft nicht leisten können.

Von diesen Funktionen kann nur dann gesprochen werden, wenn ein Wort in der aufnehmenden Sprache semantisch selbständig geworden ist. Solange das Wort Leerstellen im lexikalischen System besetzt, d. h., die einzige Benennung für ein Denotat ist, hat es keine über die spezifischen Funktionen der Lexik hinausgehenden Aufgaben. Es erhält sie erst in der Konkurrenz mit anderen Benennungen. Lediglich kann man die Bevorzugung fremden Wortgutes für den Aufbau von Terminologien und Fachwortschätzen als eine Besonderheit fremden Wortgutes und vor allem der Internationalismen ansehen.

In terminologischer Funktion haben Fremdwörter gegenüber einheimischem Wortgut den Vorzug, dass sie meist monosem und nicht mit Gefühlswert und Nebensinn „belastet“ sind [59]. Z.B., bei dem Wort *die CD* gibt es kein direktes Synonym, d.h. das ist die einzige Benennung für das Denotat.

Man kann nicht über spezifische Funktionen dieses Wortes sprechen, weil es in dieser Situation kein alternatives deutsches Wort mit der gleichen Bedeutung gibt. Bei dem Wort *der Job* aber gibt es eine direkte Entsprechung. Das deutsche Wort *die Arbeit* oder der Anglizismus *der Job* werden nach verschiedenen Faktoren gewählt, die vor allem von den kognitiven Prozessen des Sprechers abhängen.

Man kann einige Funktionen auszusondern, die vor allem Anglizismen charakterisieren. Ein wichtiger Punkt ist die Aussage, dass die Anglizismen, die in den Medien benutzt werden, oft nicht mehr übersetzt werden, sondern dass die englische Form statt der deutschen Übersetzung übernommen wird. Das deutet darauf, dass es in den Zeitschriften viele Anglizismen geben wird [18].

Die Kategorisierung der Funktionen der englischen Entlehnungen kann nicht isoliert betrachtet werden, oft können mehrere Funktionen der Anglizismen in einem Texttyp ermittelt werden. Sie haben allerdings einen gemeinsamen Nenner — die

expressive Ausdrucksweise, die insbesondere in den werbesprachlichen Textsorten der Mediensprache ihre feste Stelle hat. Dadurch ist in diesen Texten die enorm hohe Frequenz der Anglizismen zu erklären. Diese Entlehnungen gehören zu den hoch expressiven Sprachmitteln, bei denen ein starker Bedarf an Abwechslung und Erneuerung besteht [75]. Die wichtigsten Funktionen der Anglizismen in der modernen deutschen Sprache sind Neuheitseffekt, Kolorit (Sozial-, Lokal- und Fachkolorit), Kürze und Präzision, Ausdrucksvariation, kommunikative Funktion und Lebendigkeit.

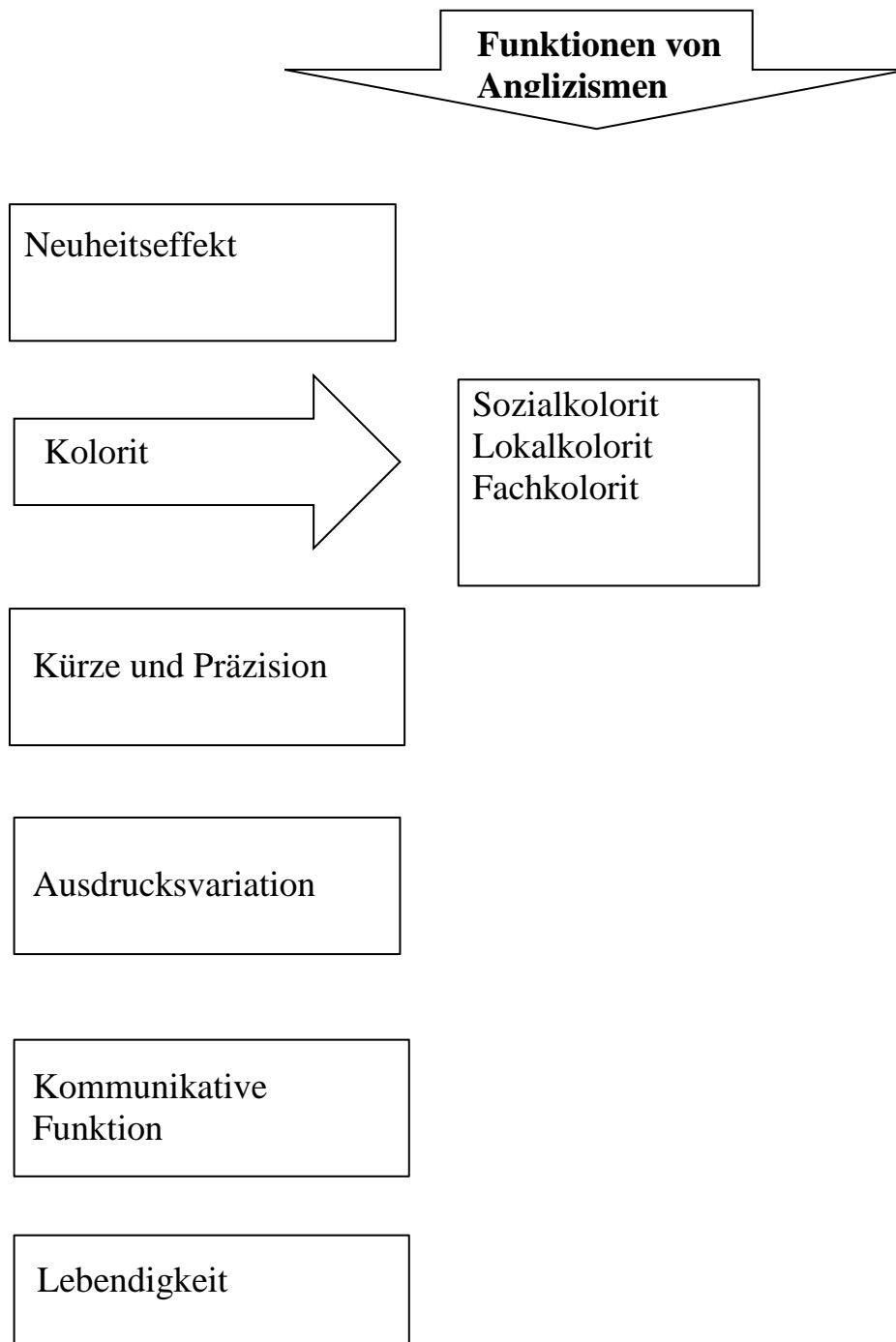


Abbildung 4. Funktionen von Anglizismen

Die Funktion des Neuheitseffekts der Anglizismen kommt bei den Wörtern zur Geltung, die weniger bekannt sind und die im deutschen Wortschatz noch nicht fest etabliert sind. Nach Carstensen [19] war es besonders der "Spiegel", der als das Einfallstor der englischen Ausdrücke in die deutsche Sprache verstanden werden konnte.

Die noch nicht integrierten Anglizismen werden besonders in Medien auch durch die Schreibweise unterschieden, meistens mit Anführungsstrichen oder Kursive, und werden auch häufig mit einer weiterfolgenden Erklärung präsentiert. Die von der Sprachgemeinschaft akzeptierten Entlehnungen werden dann konventionalisiert (eingedeutscht), und, zumindest graphisch durch die Großschreibung oder durch den Verlust der Anführungsstriche, in den deutschen Wortschatz integriert.

Es kommt oft vor, dass die Gegenstände, die von den neuen Anglizismen bezeichnet werden, kommen schnell außer dem Gebrauch. Z.B. das Wort *der Pager* wurde schnell mit dem raschen technischen Fortschritt veraltet. Keine deutsche Alternative könnte sich etablieren. Dieser Umstand kann als einer der möglichen Gründe dafür angesehen werden, weshalb englische Entlehnungen gerade in Fachsprachen häufig nicht vollständig integriert werden [75]. Z.B. die Lexeme *Code of Conduct* oder *EOP (End of Production)* werden auf englische Weise ausgesprochen und keine deutschen Endungen oder Präpositionen bekommen.

Als die nächste Funktion der Anglizismen im deutschen nennt man das Kolorit. „In der Kunst, in der Musik und in der Literatur wird der Begriff des Kolorits verwendet, um die Farbwirkung, die Kleingeigenart, die besondere Stimmung und Atmosphäre einer Schilderung zu kennzeichnen“. [55] Dieser Begriff bedeutet demzufolge eine besondere Stimmung, Eigenart und Atmosphäre einer Schilderung [16].

Viele Anglizismen, die als Exotismen bezeichnet werden, kommen in Texten als Illustratoren des Milieus oder der entsprechenden Sozialgruppe vor. Man spricht über dem Kolorit bei den Wörtern, deren Zweck „the impressing of American atmosphere" (der Ausdruck der amerikanischen Atmosphäre) sei, wie etwa *Auto-Leasing* (Fachkolorit) oder *Hippie* (Sozialkolorit) [29] Die Britizismen können das britische

Kolorit dem Text verleihen, z.B. *die Queen* oder *der Doppeldeckerbus*. Man unterscheidet Lokalkolorit, Fachkolorit und Sozialkolorit [29].

Der Lokalkolorit liegt zugrunde, wenn der Anglizismus als sprachliches Zeichen verwendet wird, um das Herkunftsland und dessen Eigenart anzuzeigen. Man verbindet mit dem ausgewählten Anglizismus gewisse emotionale Vorstellungen mit der genannten Nationalität oder Region, z. B. *College*, *High school*, *Air Force*, *Disney*-, *Stetson* (Bezeichnung für Cowboy-Hut), *Sheriff*, *Soccer-Dress* (Fußballbekleidung) usw. Diese Anglizismen bezeichnen bestimmte Aspekte des Lebens im Herkunftsland und werden als Teil dieser Kultur wahrgenommen. Z.B. beim Wort *High School* denkt man nicht an eine europäische Schule, sondern an eine amerikanische mit allen ihren Bezeichnungen, die meistens aus den Filmen oder Literatur geschöpft sind.

Der Fachkolorit liegt zugrunde, wenn zur Realienbeschreibung ein Anglizismus verwendet wird, um die beruflichen und fachlichen Aspekte hervorzuheben. [55] Man spricht von dem „Rotwelsh der Computerfreaks“ — *Backspace*, *Backslash*, *Delete*, *Escape*, *Screenshot*, *Shift*, — die Ausdrücke, die über eine deutsche Entsprechung verfügen, aber werden meistens auf Englisch gebraucht. Ein typisches Beispiel für diesen Jargon ist die *RESET-Taste*, die als eine Zurücksetzungstaste bezeichnet werden soll. Oder anstatt *Abbrechen* benutzen viele PC-Benutzer den englischen Ausdruck *Cancel*, usw [75].

Der Sozialkolorit liegt zugrunde, wenn ein Anglizismus in einem bestimmten sozialen Kontext gebraucht wird und eine Gruppenzugehörigkeit anzeigt. Demzufolge wird eine bestimmte Sprachgemeinschaft mit den dazugehörigen Menschen assoziiert. Folgende Faktoren können hierbei die Charakteristiken einer Gruppe von Menschen nennen: Alter, Interessensgemeinschaften, bestimmte weltanschauliche Prinzipien, Verlangen nach gesellschaftlichem Status [55]. Hierzu gehören z. B. die typischen Ausdrücke der Jugendsprache - *Cash*, *cool*, *easy*, *hi*, *heavy*, *high* (Drogenkontext), *Feeling*, *Fixer*, *freaky*, *Junkie*, *money*, *powertoll*, *Trouble*, *User* (Drogenkontext) u. ä.

Die nächste Funktion der englischen Entlehnungen ist die Kürze und Präzision. Das ist einer der Hauptgründe warum Anglizismen gebraucht werden. Man teilt diese

Funktionen unter dem Bereich der Sprachökonomie ein [55]. Die deutsche Sprache verwendet statt der deutschen Wörter die Anglizismen oft, weil sie kürzer sind.

Deshalb benutzt man lieber Lexeme wie: *Boss* anstatt *Vorgesetzter*, *Box* anstatt *Lautsprecher*, *Adapter* anstatt *Zusatzgerät*, *Blackout* anstatt *plötzlicher Gedächtnisausfall*, *Jeans* anstatt *Nietenhose*. Das ein- oder zweisilbige englische Wort fällt auf, besonders unter mehrsilbigen oder zusammengesetzten einheimischen Wörtern. Besonders bei der Wahl zwischen dem kürzeren englischen Wort oder der deutschen Übersetzung des neuen Sachverhaltes gewinnt der Anglizismus oft und startet den Integrationsprozess vor allem durch die soziale Verbreitung des Wortes [75].

Zu diesem Zweck werden auch die englischen Suffixe oder Flexionen verwendet, z.B. die Endung *-er* ersetzt das deutsche *-maschine* und trägt zur dementsprechend der Verkürzung bei [60]. Z.B. gibt es die Wörter wie *Rechner* oder *Geschirrspüler*.

Man spricht bei dieser Funktion nicht nur über die Kürze, sondern auch über die Präzision, die zusätzlich den Aspekt der Bezeichnungsgenauigkeit beinhaltet. Diese Funktion erfüllen die Anglizismen, die Bedeutungsinhalte ausdrücken, die im entsprechenden deutschen Wortfeld fallen [29]. Ein Beispiel für diese Funktion ist das häufig verwendete Wort *Stress*, das sowohl kurz als auch besonders präzise ist und laut Fremdwörter-Duden „den Körper belastende, angreifende stärkere Leistungsanforderung“ bedeutet. Die deutschen Entsprechungen wie *Anspannung*, *Anstrengung*, *Beanspruchung*, *Belastung* haben viele andere Bedeutungen und geben den Sinn nicht voll wieder.

Diese Funktion der Ausdrucksvariation ist besonders im Bereich der Pressesprache von herausragender Bedeutung. Sie ist aber wichtig für die Bereiche von allen Medien, Literatur oder Filme, wo man auch auf der Suche nach Synonymen ist und jede Möglichkeit nutzt, ein Wort durch ein anderes zu ersetzen [29].

So wird eine *Mannschaft* zum *Team* und der *Tennisschläger* zum *Racket*. Solche Anglizismen gelangen schnell aus den Medien oder Literatur und Filmen in die deutsche Umgangssprache, wo dann nicht selten eine Bedeutungs differenzierung

stattfindet. Auf diese Weise erscheinen aus zwei Synonymen wieder zwei Wörter mit unterschiedlichen Konnotationen (*Job* vs. *Arbeit*). In einigen Bereichen werden häufig deutsche Wörter ins Englische übersetzt, ohne dass eine Bedeutungs differenzierung intendiert ist. Die Anglizismen erfüllen hier zusätzlich eine aufwertende Funktion, z.B. im Kosmetikbereich wenn *Rasierschaum* durch *Shaving Foam* oder *Haut* durch *Skin* ersetzt wird oder im Modebereich, wie *Fashion* oder *Dress*.

Das gleiche gilt für andere Verwendungsbereiche. *Boom* oder *Wirtschaftsauftrieb* können nebeneinander stehen, *Baby* oder *Säugling*, *Fan* und *Anhänger*, *Fixer* und *Drogensüchtiger*. Sinnverwandt heißt natürlich nicht gleichwertig, unter dem Aspekt der Ausdrucksvariation aber werden die englischen Entlehnungen als synonyme Äquivalente oft akzeptiert, zumal die konnotativen Merkmale beider Woreinheiten stilistisch und texttypologisch adäquat sind [75]. In diesem Sinne äußert sich auch man «dabei [d.h. beim Gebrauch der Internationalismen] geht es weniger ums Grundsätzliche wie in früheren Zeiten, vielmehr gilt auch hier die allgemeine Regel des Wortgebrauchs: Der jeweils treffende Ausdruck ist zu wählen - unabhängig davon, ob Fremd- oder Erbwort» [58].

Die Anglizismen sind auf vielfältige Weise geeignet, die Ausdrucksmöglichkeiten der deutschen Sprache zu bereichern. Sprachspiele, Parodien und humoristische Wortkompositionen werden durch Anglizismen häufig erst möglich [30].

Die Attraktivität der Anglizismen und die Entlehnung von lexikalischen und grammatischen Prozessen, die für die englische Sprache typisch sind, gibt auch viele Möglichkeiten, die englischen Vorbilder zu verwenden. Auf solche Weise kann man den deutschen Wortschatz mit den neuen Konstruktionen zu bereichern. Im Englischen gibt es viele Kontaminationen (Kofferwörter) wie *Microsoft* (*microcomputer* und *software*) oder *Amtrak* (*America* und *track*). Die Tendenz zu solchen Komposita kommt in der deutschen Sprache auch vor. Man spricht über *Cinemanía*, *Brunch* (Breakfast und Lunch), *Edutainment* (aus Education und Entertainment), *Infotainment*, *Nettikette*, *Telebanking*, *Transponder* (aus Transmitter und Responder), *Jeanspiration*

u.a., die umgangssprachlich gebraucht werden und oft auch Wortspiele und Witz in die Texte hineinbringen.

In Boulevardzeitschriften, die auf Sensationen ausgerichtete Texte bringen, und besonders für jüngere Leserschaft bestimmt sind, werden zahlreiche Anglizismen gefunden, deren einzig Funktion das Effektspiel ist, wie es die folgenden Beispiele *Hot Sound, Killer-Energy, Glamour-Rock-Boom, Party-Girl, Hits for Kids, Trendy-Look, heiße News, Picture-Story* usw. deutlich zeigen. Im Hintergrund der Attraktivität dieser Worteinheiten versteckt sich viel Anbiederung und Manipulation - mit dem Ziel, die jugendliche Leserschaft durch die Merkmale der saloppen Sprache zu gewinnen [75]. In der Jugendzeitschrift "Mädchen" werden oft die Anglizismen für das Effektspiel gebraucht, z.B.: "Instagram Look der Woche: So stylst du das Outfit deiner Stars nach". Die Anglizismen *Look, stylen, Outfit* und *Star* werden hier für den zusätzlichen Effekt gebraucht.

Die kommunikative Funktion bezieht sich vor allem auf die Sphären der zwischenmenschlichen Kommunikation, in denen man mit hundertprozentiger Kenntnis der deutschen Sprache nicht rechnen kann, d.h. im Falle der Nichtmuttersprachler. Viele moderne Lehrwerke beinhalten häufig authentische Textausschnitte, in denen man die Anglizismen begegnet, wenn die Authentizität der Sprache gewährt werden soll [75]. Die Anglizismen erleichtern auch die Kommunikation zwischen nicht Muttersprachlern. Oft ist der Fall, dass das deutsche Wort dem Sprecher bei der Kommunikation unbekannt ist. Um Kommunikationsbarriere zu vermeiden, gebracht man oft die Anglizismen, da Englisch die meist erlernte Fremdsprache ist.

Der metaphorische Gehalt vieler englischer Wörter fördert ihre Verwendung besonders in den Medien. Die Sprache wird lebendiger und bildhafter. Beispiele aus vielen Zeitungen, Zeitschriften, Blogs und Vlogs lassen sich in großer Zahl finden und betreffen häufig auch den Bereich des inneren Lehnguts, zum Beispiel bei *Gipfelkonferenz* oder *eiserner Vorhang*. Vielfach dienen Anglizismen, die unter dem Aspekt der Lebendigkeit verwendet werden, auch der Ausdrucksverstärkung. Z.B. in der Zeitschrift Mädchen steht der Titel: "OMG! Es gibt jetzt beheizbare Schuhe!" Der

Anglizismus *OMG* (Oh my God=Oh mein Gott) dient hier zur Ausdrucksverstärkung und zur Lebendigkeit. Der Titel klingt emotional und umgangssprachlich, was zur Erreichung vom lebendigen Text dient.

Das sind die Funktionen, die Entlehnungen und vor allen Anglizismen im deutschen Sprachgebrauch erfüllen. Sie dienen gleichzeitig zu den rein praktischen, kommunikativen und ästhetischen Zielen, was erklärt die Popularität dieser Erscheinung in der Sprache. Sie geben auch die Variation im Ausdruck, lassen die Texte mit mehr Ausdruckskraft zu gestalten. Sie erregen auch das Interesse zu den Aussagen und lenken die Aufmerksamkeit. Oft aber gebraucht man die Anglizismen nur zum Schaffen des speziellen Effekts. Die meisten von diesen Funktionen sind trotzdem nur mit den deutschen Entsprechungen nicht erreichbar, deshalb gebracht man in solchen Fällen lieber Anglizismen.

Schlussfolgerungen zum Kapitel 2

Die Entlehnung kann extern oder intern bedingt sein. Daher gliedert man die Entlehnungsursachen in Bezug auf Sprache in außer- und innersprachliche. Die außersprachlichen Ursachen der Entlehnungen sind: sozialpsychologischer Faktor, kulturgeschichtliche Aspekte, Fremdsprachenkompetenz, demographische Faktor, Sprachkontakt. Die Anglizismen werden wegen der Entstehung des international gebräuchlichen Wortgutes und historischen Ereignissen entlehnt. Immer mehr Menschen in der ganzen Welt beherrschen Englisch als Fremdsprache, deshalb spielen die Sprachkenntnisse auch eine wichtige Rolle. Die Medien verwenden auch viele Anglizismen, die dann von den Menschen gebraucht sind. Die Sprachkontakte entstanden noch früher oft und nehmen jetzt einen wichtigen Platz. Die andere Gruppe von den Ursachen der Entlehnungen sind die internen, oder innersprachlichen (linguistischen) Faktoren. Dazu gehören etymologischer Faktor, Ähnlichkeit im System und Form, stilistischer Faktor, semantische Differenzierung, Nominationsbedarf und semantische Lakunen. Englisch und Deutsch sind etymologisch verwandt und sind deswegen im System und Form ähnlich. Sie können die Stile der Sprache wechseln, die Bedeutung des Wortes differenzieren, die neuen Gegenstände benennen und auch die semantischen Lücken ausfüllen.

Die Anglizismen erfüllen in der Sprache die bestimmten Funktionen. Die wichtigsten Funktionen sind Neuheitseffekt, Kolorit (Sozial-, Lokal- und Fachkolorit), Kürze und Präzision, Ausdrucksvariation, kommunikative Funktion und Lebendigkeit. Der Neufeitseffekt erregt die Aufmerksamkeit zu einem neuen Wort, der Kolorit schafft die Atmosphäre, die mit den bestimmten Sozialgruppen, Orten oder Berufen assoziiert wird. Die Anglizismen werden auch gebraucht, weil sie oft kürzer und präziser sind und die Möglichkeiten für die Variation im Ausdruck bieten. Sie erleichtern auch die Kommunikation und geben der Sprache die Lebendigkeit.

KAPITEL III. PRAGMATISCHE BESONDERHEITEN DER ANGLIZISMEN IN DER DEUTSCHEN SPRACHE

3.1. Bewertende Möglichkeiten der englischen Lehnwörter

Unter dem Begriff “Wertung/Bewertung” ist eine Handlung zu verstehen, mit der ein Subjekt einem Objekt die Eigenschaften zuordnet, in Bezug auf einen bestimmten Maßstab (Wertkriterien), einen Wert, positiv oder negativ zu sein. Die Bewertungen sind die Aussagen, die nicht wahrheitsfähig sind und bei denen der Sprecher konstatiert, dass “ein Objekt der Bewertung einem Wert entspricht oder nicht entspricht“ [73, S. 300]. Diese Werte können mit dem Objekt oder mit dem Zweck der Bewertung zusammenhängen und mit diesem Zweck begründet sein. Die Lehre, die Bewertung erforscht, heißt Axiologie.

Es gibt die Normen und die Werte, die der menschlichen Gesellschaft oder von einer bestimmten Gruppe von Menschen akzeptiert sind. Es gibt auch die individuellen Vorstellungen, die die Bewertungen beeinflussen. Diese Werte schaffen die Basis für eine Bewertung.

Der „Wert“ wird als “die Konzeption von dem wünschenswerten” definiert, die die Auswahl von Handlungsmitteln und Zielen beeinflusst. [43, S. 395] Auch spricht man über den Wert als den “Standard selektiver Orientierung” des Verhaltens (oder auch als “Ordnungskonzept” in der Funktion einer “Orientierungsleitlinie” [44, S. 150]. Der Wert ist historisch oder situativ bedingt und variiert sich in verschiedenen Situationen und Zeitabschnitten. In den bestimmten Situationen kann sich der Wert wechseln und sogar zu seinem Gegenteil werden.

Neben dem Wert steht der Begriff der *Maßstab*. Jede Bewertung ist positiv oder negativ „im Hinblick auf einen zu bestimmenden Wert“ [73, S. 30]. Der Wertmaßstab, den man dem Urteil zugrunde liegt, begründet einen Wert des Gegenstands nicht im absoluten Sinne, sondern in einem Zusammenhang eines Wertesystems, in dem der Wert gilt.

Es werden 2 Typen von Werten ausgegliedert. Die *axiologischen* Werte sind die Abstrakta mit der positiven Bewertung, z.B. „Schönheit“ und „Gerechtigkeit“, an denen konkrete Gegenstände, Personen oder Sachverhalte in der Bewertungshandlung

gemessen werden [73]. Die axiologischen Werte bezeichnen den Maßstab oder das Kriterium beim wertenden Subjekt. Nach diesem Kriterium wird dann ein Bewertungsprozess vollzogen, in dem es bestimmt wird, ob das Objekt dem bestimmten axiologischen Wert (dem Maßstab) entspricht oder nicht [70].

Im Vergleich zu den axiologischen Werten gibt es auch *attributive Werte*, z.B. „eine schöne Frau“ oder „ein gerechtes Urteil“ [73]. Der Wert tritt in der Form eines Attributes ein. Diese Werte entsprechen den axiologischen und können von ihnen abgeleitet werden.

Man unterscheidet verschiedene Typen von Werten [71]:

- instrumentelle Werte, mit denen die Gegenstände funktional bewertet werden („ein gutes Messer“)
- technische Werte, mit denen Fähigkeiten bewertet werden („ein guter Musiker“)
- benefaktive Werte, mit denen der Effekt bewertet werden („gut für die Gesundheit“)
- von denen sind ethische Werte abgeleitet („ein guter Wille“, „ein gutes Ziel“)
- utilitäre Werte, mit denen die Funktionalität von dem Gegenstand bewertet wird („ein guter Rat“)
- medizinische Werte, mit denen Körperorgane und psychische Verfassungen bewertet werden („ein gutes Herz“, „ein gutes Gedächtnis“)
- hedonistische Werte, mit denen der Lustgewinn für eine Person bewertet wird („ein guter Geschmack“, „ein gutes (=leckeres) Essen“, „ein guter Witz“).

Beim Prozess der Bewertung werden alle wichtigen für diese Bewertung Aspekte an betrachtet, die aus einzelnen Stufen bestehen. Die Ergebnisse dieses Prozesses schaffen ein Gesamturteil.

Die Bewertung kann von einem Menschen oder einer Gruppe ausgehen. Die bewertende Person oder Personen sind Bewertungssubjekt, der bestimmte

Wertvorstellungen hat. Diese Vorstellungen schaffen die Vergleichsbasis für die Bewertung. Die Vorstellungen bei verschiedenen Menschen oder Gruppen können unterschiedlich sein, denn sie oft von persönlichen Aspekten beeinflusst sind. Das bedeutet, man kann nicht nur institutionell, staatlich oder sozial bestimmte Vergleichsbasis bei der Bewertung beachten, sondern auch eine subjektive Vorstellung. Deshalb gibt es ein sogenannter Kollektivsubjekt, bei dem es nur von der Mehrheit akzeptierten Vorstellungen beachtet sind [73].

Die Forschung von der Bewertung ist mit dem Begriff Kultur eng verbunden. Die Kultur wird stark von den Normen geprägt, die für diese Gesellschaft charakteristisch sind, und unterscheidet sich in verschiedenen Gemeinschaften. Z.B., was für die Jugendlichen als "cool" gilt, kann bei den Erwachsenen einen anderen Wert haben. Bei der Untersuchung von den Werten ist es möglich, die Normen in verschiedenen Zeitperioden und Sozialschichten zu verstehen.

Aus der axiologischen Sicht kann man auch die Anglizismen erforschen. In den letzten Jahren verbindet man das Vorkommen von Anglizismen nicht nur mit den innersprachlichen, sondern auch mit den gesellschaftlichen Faktoren. Man bewertet die Veränderungen im Leben des Volkes mit eigenen subjektiven Vorstellungen. Es gibt eine Reihe von gesellschaftlichen Faktoren, die das Vorkommen von Anglizismen in der Sprache und ihre Bewertung beeinflussen.

Zuerst geht es um den Status der deutschen Sprache, die deutschen Nation symbolisiert. Wegen der Zunahme von Anglizismen und der Akzeptanz zu ihrem Gebrauch sei der Status verloren, denn die deutschen Wörter werden mit den englischen Entsprechungen ersetzt sind [62]. Das verursacht die sozialen Konflikte im Sprachmilieu.

Einige glauben, die Anglizismen die deutsche Sprache bereichern und führen zu ihrer Entwicklung. Die anderen meinen, das Vorkommen von Anglizismen nur zum Statusverlust der Sprache führen und die Kultur und Nationalität vernachlässigen. Im Ergebnis entsteht der Konflikt zwischen diesen Sozialgruppen und der Unterschied in der Bewertung von Anglizismen, obwohl sich das Wort nicht ändert. Das bedeutet, im

Rahmen der deutschsprachigen Gesellschaft gibt es verschiedene Subjekte, die kontroverse zueinander Werte haben.

Der nächste Faktor, der den Unterschied in Bewertungen erklärt, ist mit den gesellschaftlichen Konflikten eng verbunden. Das ist die Veränderung in der Identität und Kultur. Die Sprache, genauso die Kultur, wird globalisiert, während die Sprache der Globalisierung Englisch ist. Mit dem Begriff von Globalisierung werden viele Anglizismen verbunden, die wirtschaftliche, politische, kulturelle und technische Bereiche betreffen, z.B. *das Legal Tender, twittern, die CEOs, der Hamburger und das Meeting*.

Die Anglizismen dringen in alle Bereiche des Lebens ein, deshalb beginnen einige Sprecher dafür zu sorgen, dass die deutsche Sprache auf solche Weise verschmutzt und zerstört wird. Das führt zum Purismus, der Bewegung für die Reinigung der Sprache von den internationalen Einflüssen [62]. Die Puristen bewerten die Anglizismen negativ. Für die anderen wird die Sprache durch die internationalen Einflüsse nicht zerstört, sondern bereichert, d.h., die Globalisierung bedeutet die Integration in die internationale Gesellschaft und wird positiv bewertet. Die Anglizismen, die direkt mit der Globalisierung verbunden sind, werden dann auch positiv bewertet.

Z.B. werden in den Anzeigen einer internationalen Firma, die die Integration in den Welthandel unterstützt, eher die Wörter *Computer, Professional* oder *IT* gebraucht. Das zeigt sofort die Interessen der Firma, ihre Position und die Anforderungen zu den Bewerbern, d.h. ihre Werte. Eine Organisation, die den traditionellen Ansatz bevorzugt, benutzt lieber die deutschen Entsprechungen dieser Wörter, d.h. *Rechner, Fachmann* oder *Informationstechnologie*. Die Bewerbungen mit vielen Anglizismen werden dann negativer bewertet, denn sie den Werten dieser Organisation nicht entsprechen.

Die Entstehung von diesen Unterschieden kann auch mit dem nächsten Faktor verbunden sein. Das sind die Englischkenntnisse, die die Ausgrenzung durch Kommunikationsbarrieren schaffen. Die Sozialschichten, die nur den geringen Zugang zu der Ausbildung haben oder diejenige, die schwache Englischkenntnisse haben,

werden zum Teil aus der Kommunikation ausgegrenzt, weil einige Wörter für sie unbekannt sind. Besonders relevant ist das bei den neuen, noch nicht voll integrierten Anglizismen. So entsteht der Konflikt aufgrund der Kenntnisse [62]. Das führt zu verschiedenen Bewertungen von denselben Wörtern.

In den wissenschaftlichen Gebieten gilt Englisch auch als gemeinsame für Fachleute. Einerseits, erleichtert das die Kommunikation zwischen nicht Muttersprachler. Die Anglizismen helfen oft eine kürzere, effizientere, präzisere und praktischere Ausdrucksweise zu schaffen [80], die eine bessere Kommunikation und besseren Kontakt fördern kann.

Die Anglizismen wie Leasing und Outsourcing erfüllen die pragmatische Funktion der Genauigkeit und Klarheit [81, S. 184]. Andererseits, gibt es die Meinung, die Anglizismen seien unnützlich, weil sie die Wissenschaft vereinfachen und die Wiedergabe von Nuancen erschweren. Kulturell spezifisches Denken und Wahrnehmen wird auf solche Weise eingeschränkt [41].

Obwohl von einigen Sozialgruppen die Anglizismen negativ bewertet sind, neigt sich die Mehrheit heute zum Gebrauch von denen. Man versucht eine neue, moderne und exklusive Identität zu entwickeln [62].

Der Gebrauch von Anglizismen zeigt die Ausbildung, die Englischkenntnisse, das Offenheit zu dem Neuen. Diese menschlichen Qualitäten werden heutzutage als positive bewertet. Deshalb benutzt man oft die Anglizismen für die Darstellung einer angestrebten, möglichst positiven sozialen Identität. Besonders relevant ist diese Selbstpräsentation für jüngere Menschen, die ihren Status auf solche Weise heben wollen und ihre positiven Qualitäten zeigen [10].

Die obengenannten Faktoren den Unterschied in der Bewertung von den Anglizismen generell, ungeachtet ihrer Semantik. Es gibt aber noch die Unterschiede in Konnotationen bei den Anglizismen und ihren deutschen Entsprechungen.

Die Bewertung der Semantik ist auch in verschiedenen Situationen und bei verschiedenen Gruppen der Menschen nicht einheitlich. Die Anglizismen, die grundsätzlich positiv oder neutral bewertet sind, haben eine negative Bewertung, wenn sie in unpassenden Situationen gebraucht sind [10]. Da die Anglizismen oft mit der

Leichtigkeit assoziiert werden [82], bekommen sie z.B. bei den ersten oder emotionalen Situationen eine negative Bewertung. Z.B hat das Wort *das Girl* generell eine neutral/positive Bewertung, aber wenn man ein ernsthaftes Problem bespricht, kann dieses Wort negativ, sogar abwertend klingen. In dieser Situation kann das die Lockerheit der Person zeigen oder ihre übermäßige Neigung zu den Trends. In diesem Fall bestimmt die Situation die Bewertung von Anglizismus.

Die Person, die den Anglizismus gebraucht, kann auch die Bewertung beeinflussen. Die Wörter mit der positiven Bewertung, wie *chillen* oder *relaxen*, können negativ bewertet sein, wenn sie von einer älteren oder obenstehenden Person ausgehen. In diesem Fall können diese Wörter eine zusätzliche negative Konnotation haben, die nicht nur Entspannung, sondern eine Arbeitsvermeidung bedeuten.

Es gibt aber die Anglizismen mit den deutschen Entsprechungen, deren Bewertung ungeachtet des Kontextes unterschiedlich sind. Ein verbreitetes Beispiel dafür sind die Wörter *die Arbeit* und *der Job*. *Der Job* hat eine eher positive Bewertung, weil dieses Wort mit den modernen Bedingungen assoziiert wird, während *die Arbeit* eine eher negative Bewertung hat. Das erklärt den Unterschied im Gebrauch. Wenn man über eine neue und interessante Arbeitsstelle erzählt, gebraucht man eher das Wort *der Job*. Über eine unangenehme Tätigkeit wird es eher *die Arbeit* gesagt.

Das andere Beispiel dazu sind die Wörter *töten* und *killen*. Im Englischen hat das Wort *to kill* die gleiche Bedeutung, wie *töten*, d.h. j-n umbringen. Im Deutschen bedeutet aber *killen* "kaltblütig, ohne Skrupel umbringen" [85]. Das Wort *töten* hat keine solche Konnotation und kann neutral bewertet sein, während *killen* diese negative Bewertung hat.

Man kann auch über den Anglizismus *der Dandy* und die deutschen Entsprechungen wie *Geck*, *Modenarr*, *Schönling*. Während *der Dandy* eine neutrale Bewertung hat und kann auch den Vertreter des Dandyismus bezeichnen, die Entsprechungen haben nur abwertende Bewertung. Diese Wörter nennen nur eine männliche Person, die eitel, sich übertrieben modisch kleidend angesehen wird [85].

Manchmal bekommen die Anglizismen in der deutschen Sprache eine Nebenbedeutung, die auch positiv oder negativ bewertet sein können. Während Z.B.

bedeutet das Wort *fit* im Englischen nur die körperliche Gesundheit, hat dieser Anglizismus im Deutschen eine andere positiv bewertete Bedeutung, "leistungsfähig, tüchtig, qualifiziert, befähigt" [85]

Der Unterschied in der Bewertung ist oft bei den Sprechern intuitiv, von den Situation abhängig. Das macht es kompliziert, eine richtige Bewertung zu bestimmen, besonders wenn es über die neu erschienenen Wörter, wie Anglizismen, geht. Da die Anglizismen mit dem wichtigen gesellschaftlichen Prozess der Globalisierung und Internationalisierung verbunden sind, werden sie bei verschiedenen Sozialgruppen auf verschiedene Weise bewertet.

Es gibt immer Befürworter und Gegner beliebiger Erscheinung. Das gilt auch für Anglizismen, aber in der Regel haben sie eine positive Bewertung unter der deutschsprachigen Bevölkerung. Das ist genau das Grund, warum die Anglizismen immer mehr benutzt werden. Wenn ihre Bewertung eher negativ wäre, gäbe es keine Zunahme von denen in der deutschen Sprache sein. Heute beobachtet man aber das Gegenteil.

Die Anglizismen treten in den deutschen Wortschatz ein und werden integriert und gebraucht. Einige werden im Laufe der Zeit nicht akzeptiert, aber die Mehrheit bleibt und manchmal sogar ihre deutschen Entsprechungen verdrängt, was zeigt die überall positive Bewertung von Anglizismen.

3.2. Frequenz von Anglizismen in der modernen deutschen Sprache

Unter dem Begriff „Frequenz“ versteht man die Häufigkeit eines Wortes oder von Wörtern in der Sprache [86]. In den letzten Jahren dringen die Anglizismen in alle Lebensbereiche ein. Wenn man über ihre Frequenz spricht, werden sie nicht nur in den spezifischen Bereichen verwendet, die oft mit den internationalen Kontakten verbunden sind, sondern auch in der Umgangssprache. Z.B. entlehnt wird nicht nur das Wort *die Pipeline*, die keine genaue Entsprechung hat und für den Bereich der Technik wichtig ist, sondern auch *das Girl*, das eine absolute Entsprechung *das Mädchen* hat und zu der alltäglichen Kommunikation gehört [85].

Solche Wörter ist es nicht möglich zu klassifizieren, deshalb gebraucht man sie bei der Kategorisierung nicht. Die einheitlichen Kriterien für die Kategorisierung von Entlehnungsbereichen fehlen.

Die erste Klassifizierung von Anglizismen nach Sachgruppen stammt 1909 von H. Dunger. Erst danach wurde die Einwirkung des Englischen zu einer auffälligen Erscheinung, worauf in „Engländerei in der deutschen Sprache“ aufmerksam gemacht wurde. Die „Engländerei“ wurde in folgenden Lebensbereichen festgestellt: im häuslichen und gesellschaftlichen Leben, in der Bezeichnung von Speisen und Getränken sowie von Kleidung und Stoffen, im Gewerbe und Handel, in der Seemannsprache, im Verkehr und öffentlichen Leben, in Technik und Wissenschaft. [2356, S. 13].

Die meisten Anglizismen kamen ins Deutsche im 20. Jh., die von den engen Kontakten mit der englischsprachigen Bevölkerung verursacht wurden. In dieser Periode können drei Entlehnungsphasen unterschieden werden: bis zum Ersten Weltkrieg, die Zwischenkriegszeit, nach 1945. Bis 1914 kamen die Anglizismen in meisten Verwendungsbereichen vor.

Die Zunahme von den englischen Entlehnungen wuchs nur weiter im Laufe der Zeit [57]. Dank der Machtposition der USA nach 1945 wurde der amerikanisch-englische Einfluss viel mehr bedeutsamer.

In den 60er Jahren schrieb man viel zum Thema Anglizismen. [67, 27, 19, 13, 28] In diesen Untersuchungen sind Entlehnungsbereiche unterschiedlich eingeteilt. Die Verwendungsbereiche des Englischen werden zuerst auf neun Gebiete beschränkt – Wirtschafts- und Gesellschaftsleben, Technik, Politik, Sport, Mode, Nahrungsmittel, Tourismus, Musik und leichte Muse [19, S. 28], aber auch 13 Bereiche werden zugeordnet, und zwar Politik, Wirtschaft, Technik, Werbung, Fahrzeuge, Sport, Haushalt, Kleidung, Jazz, Filmindustrie und Fernsehen, Jugendsprache, Literatur und Kritik sowie Zeitungen und Zeitschriften [67, S 107].

Man analysiert auch die Zeitungen bei dieser Aufteilung. Die meisten Anglizismen sind in den Sparten „Stellenmarkt“, „Politik“, „Wirtschaft und Finanzen“, „allgemeine Geschäftswerbung“ und „Feuilleton“ zu beobachten [27, S. 453]. In dieser

Zeit beginnen die Anglizismen nicht nur in die Fachbereiche zu kommen, sondern auch in die Umgangssprache. Die Wörter wie *fit*, *okay* und *cool* erschienen in dieser Zeitperiode [72, S. 2].

Später, in den 1990er und 2000er Jahren kommen neue Sachbereiche hinzu, die die Entwicklungen der letzten Jahre widerspiegeln. Ein besonders starkes Auftreten englischer Wörter ist nach wie vor u.a. in den Bereichen „Wirtschaft“, „Technik“, „Werbung“, „Sport“, „Flugverkehr und Tourismus“, „Wissenschaft“ (z.B. Linguistik: *Type, Token, Native Speaker*) sowie „Unterhaltung“ und „modernes Leben“ (*Lifestyle, easy, Massage*), aber auch in der elektronischen Datenverarbeitung zu beobachten [49, S. 216].

Man teilt die Anglizismen auch in folgende Bereiche auf: Unterhaltung (Filmkunst, Musik, Urlaub), Sport, Spitzentechnologien, Fahrzeuge, Mode, Business, zeitgenössische Gesellschaftsprobleme (Drogen etc.), Politik und Essen [50]. Im Laufe der Jahrhunderte wuchs der Einfluss der englischen Sprache kontinuierlich an, um im 21. Jahrhundert weiterhin zuzunehmen, deshalb kommen es neue Anglizismen mit den neuen Bereichen vor.

Um die Bereiche von entlehnten Anglizismen mit den Beispielen zu erforschen, wurden nach der Liste von Carstensen ausgewählt. Das sind „Sport“, „Musik“, „Wissenschaft/Technik/Computer“, „Bekleidung/Mode“, „Nahrung und Genussmittel“, „Wirtschaft“ und „Politik“. Die Wörter aus diesen Bereichen sind auch im Kontext gegeben und in die ukrainische Sprache übersetzt, um die Sprechsituation voll zu analysieren und das Ziel der Verwendung zu verstehen.

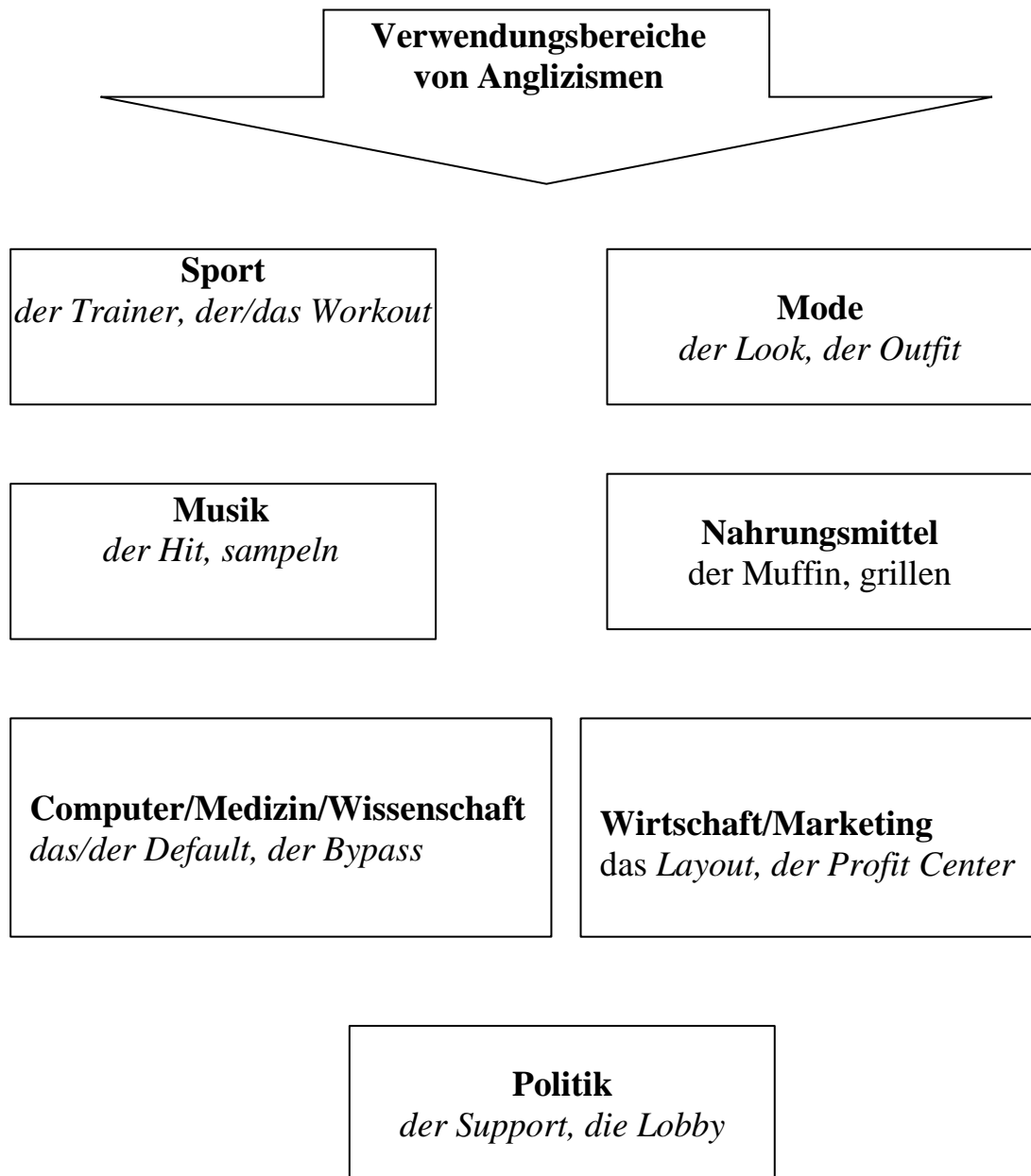


Abbildung 5, Verwendungsbereiche von Anglizismen

2.3.1. Sport

Die erste englische Entlehnung zum Thema Sport ist wahrscheinlich *das Boot* aus dem Jahr 1260 [56]. Später, im 19. Jh. wurden in Deutschland die modernen englischen Sportarten zusammen mit ihren Benennungen entlehnt. Zusammen mit diesen Sportarten wurde auch ihre Terminologie übernommen. Neben dem Boxen (*knock-out*) und der schnellen Entwicklung des Pferdesports (*Turf, Derby*) wurde im Bereich Fußball auch *Training* entlehnt. Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts

zeichnen sich durch eine hohe Anzahl von den neuen Anglizismen im Sportbereich aus [47].

Nach dem 2. Weltkrieg erschienen die Britizismen und die Amerikanismen in allen Gesellschaftsbereichen, im Sportbereich unter anderen. Für diese Periode charakteristisch ist, dass die Entlehnungen mehr integriert als heute wurden. Im 20. Jh. kamen in die deutsche Sprache viele Lehnprägungen (*Fußball* von *football*) oder ergänzte man das Wort mit einem deutschen Suffix (*Boxen*) [56]. Man kann das mit heutigen Entlehnungen im Sportbereich vergleichen, z.B. *die Poleposition* ['pɔʊlpəziʃn] wird fast nicht eingedeutscht und auf englische Weise ausgesprochen. [85]

In den letzten Jahrzehnten des 20. Jh. wurden viele neue Sportarten mit ihren Benennungen aus den USA auch übernommen (*Nordic Walking, Paintball, Rafting, Beachsoccer*). Heute sind viele englische Entlehnungen aus dem Sportbereich schon so etabliert und verbreitet, dass es keine deutschen Entsprechungen zu denen gibt (*Star, Manager, Training*) [56]. Die Verbreitung von den Anglizismen im Sportbereich lässt sich auch durch die Internationalität des Sports als eines Phänomens. Die Fans in der ganzen Welt können miteinander kommunizieren oder die Sportsendungen in einer anderen Sprache zu sehen, wenn es viele Internationalismen in diesem Bereich gibt.

Die Anglizismen bezeichnen auch die Sportveranstaltungen (z.B.: *Champions League*), Vereine (z.B. *Red Devils*), auch im Sport verwendete Geräte (z.B.: *Hawk Eye*) usw.

Andere Beispiele zu diesem Bereich sind: *das/der Workout, das/der Sixpack, die Lay-Down Push-Ups, der Twist, das Long-Distance-Rennen, der Cup, der Coach, das Team, der Scorerpunkt, das Dribbling, der Greenkeeper, die Safety-Car-Phase, Kettlebell*.

Eine beliebige Sportzeitschrift hat in der Regel viele Anglizismen. Z.B. steht ein solcher Text in einem Artikel von *Sportbild*:

“Schon in der *Qualifikation* war Hamilton-*Teamgeführte* Bottas am besten mit den erschwerten Bedingungen auf dem holprigen Kurs in Austin zurechtgekommen. Um die Winzigkeit von zwölf Tausendstelsekunden war der Finne bei der Zeitenjagd

schneller als Vettel gewesen und durfte seinen Silberpfeil daher auf dem besten *Startplatz parken*. Zum ersten Mal nach zuletzt sechs Rennen in Serie holte sich damit kein Ferrari *die Pole Position*.” [95]

In diesem Text gibt es folgende Anglizismen: *Qualifikation*, *Teamgefährte*, *Startplatz*, *parken*, *Pole Position*. Alle diese Wörter gehören zum Sportbereich und nämlich, Autorennen. Das Wort *Qualifikation* bezeichnet hier “durch eine bestimmte sportliche Leistung erworbene Berechtigung, an einem Wettbewerb teilzunehmen” [85]. Dieser Anglizismus hat keine deutsche Entsprechung und wird zu Recht verwendet. Das nächste Wort *der Teamgefährte* bedeutet den Menschen, der in einer Mannschaft zusammen mit jemanden fährt. Zum Teil kann es als der Mannschaftskamerad übersetzt werden, aber diesem Ersatz fehlt an Präzision.

Das Wort *der Mannschaftsgefährte* existiert, aber es viel weniger verbreitet. Außerdem ist das Wort *der Teamgefährte* kürzer und deshalb für einen Artikel passender. Das Wort *Startplatz* ist auch präziser als seine Entsprechung *Ablauf* und bezeichnet nicht nur den Anfang eines Prozesses, sondern auch die Stelle. Zu dem Wort *parken* gibt es auch keine direkte deutsche Entsprechung, wie bei dem Wort *die Pole Position* (*die Poleposition* dem Wörterbuch nach) [85]. Das bezeichnet “bei Autorennen bester (vorderster) Startplatz für den Fahrer mit der schnellsten Zeit im Training” und die Bedeutung wird sogar zu anderen Bereichen, z.B. Marketing, erweitert: es bedeutet auch Marktführerschaft. [85]

In diesem Textabschnitt werden alle Anglizismen zu Recht gebraucht und haben keine oder nicht direkte deutsche Entsprechungen. Das zeigt, dass die Anglizismen im Sportbereich sehr wichtig und unersetzbar sind.

Wenn man diesen Textabschnitt ins Ukrainische übersetzten würde, kommen in der Übersetzung nicht alle Anglizismen vor, z.B.:

“Вже в рамках кваліфікації товариш по команді Гамільтона Боттас найкраще впорався зі складними умовами на вибоїстій трасі в Остіні. За дрібницю з дванадцяти тисячних секунди фін був швидшим за Феттеля під час гонки, і тому він зміг припаркувати свій Мерседес — срібну стрілу — на

найкращому стартовому положенні. Вперше після останніх шести заїздів поспіль жоден Феррарі не зайняв поул-позишн.” (*übersetzt von mir – A.S.*)

In der Übersetzung gibt es nur zwei Anglizismen geblieben, die keine ukrainische Entsprechungen haben, nämlich Qualifikation und Pole Position. Diese zwei Wörter gehören zu den Sporttermini und sind also nicht übersetzbar.

2.3.2. Musik

Die englischen Entlehnungen im Musikbereich bereichern den deutschen Wortschatz mit den neuen Bezeichnungen für Genre, Musikstile und Techniken. Da viele von Musiktendenzen und Richtungen aus den USA kommen, werden sie zusammen mit den Wörtern übernommen. Manche Anglizismen kommen seit der Zeit des Kalten Krieges und bezeichnen die damals populärsten Richtungen wie *Jazz* oder *Soul* [56]. Jetzt erscheinen immer neue Musikrichtungen und zusammen mit ihnen kommen in die Sprache die Benennungen, wie z.B. *Backbeats* oder *MC*.

Die Anglizismen aus diesem Bereich, wie andere Fachjargonismen, erleichtern die Kommunikation zwischen Fachleuten und wiedergeben die neuen Tendenzen in der Musikwelt. Manche Begriffe beschreiben unterschiedliche Kontexte, *ein Cut* meint zum Beispiel die Aneinanderreihung der Bilder verschiedener Fernsehkameras zu einer zusammenhängenden Abfolge [85]. Das gilt auch für Musik. *Ein Track* bezeichnet das Musikstück, Nummer (besonders auf einer CD oder LP) [85]. Die Bildung von den Wörtern kann auch unterschiedlich sein: Zum *Sample* gesellt sich das *sampeln* oder *samplen*.

Einige Beispiele zu diesem Bereich sind *abhotten, Accent, Act, Afterbeat, App, Application, Artist, Artwork, Audio-Design, Backcover, Backbeats, Backstage, Band, Bassline, Beat, Bleeps, Bluetooth-Speaker, Bounce, Breakdance, Casting, Channel, Charts, Chords, Device, Disco, Dissen, DJ, Download, Entertainer, Event, Fanclub, Favourite, Feature, Feedback, Feeling, Festival, Freestyle, Hit, Intro, Jazz, Keys, Musical, Performance, Popmusik, Recording, Sheet-Music, Zoomen*.

In der Zeitschrift *Mädchen* werden auch viele Anglizismen im Musikbereich gebraucht, z.B.:

“Hier gibt es alles, was du rund ums Thema Musik wissen musst: Angesagte *Newcomer*, die neuesten *Hits* und *Videos* deiner *Lieblingsstars*, *Interviews* mit coolen *Bands* und natürlich aktuelle *News* in Sachen Musik.” [92]

In diesem Text gibt 7 Anglizismen, die zum Musikbereich gehören. Das Wort *Newcomer* wird so definiert: “jemand, der in einer Branche, einem Geschäft o. Ä. neu ist, noch nicht viel Erfahrung [aber schon einen gewissen Erfolg] hat” [85]. Die deutsche Entsprechung der Anfänger bedeutet den Erfolg nicht, wie auch das Wort: “jemand, der in einem Kreis, auf einem Gebiet o. Ä. neu ist und sich noch nicht richtig auskennt, noch unerfahren ist” [85]. Dieser Anglizismus hat keine Entsprechung und kann verwendet werden.

Der Hit kann durch das Wort der Schlager ersetzt werden, aber der *Hit* ist ein neutrales Wort, während der Schlager umgangssprachlich emotional verstärkend ist [85]. *Das Video* hat keine Entsprechung, gleich wie die Wörter *Star*, *Interview* keine direkten Übersetzungen besetzen. Die *Band* gibt es in der Sprache zusammen mit der Entsprechung *die Gruppe*, aber bei dem Wort *Band* ist der Zusammenhang mit der Musik präziser. Das Wort *News* ist aber übermäßig und kann durch die direkte Entsprechung *die Nachrichten* ersetzt sein.

Die Übersetzung von diesem Text ins Ukrainische kann so verfasst werden:

“Тут є все, що потрібно знати про музику: перспективні новачки, останні хіти та відео від улюблених зірок, інтерв'ю з крутими гуртами і, звичайно, останні музичні новини.” (*übersetzt von mir – A.S.*)

In der Übersetzung bleiben nur drei Anglizismen: *Hit*, *Video* und *Interview*, während die anderen die Entsprechungen haben.

2.3.3. Computer/Medizin/Wissenschaft

Mit der Entwicklung von den Computertechnologien nach dem Zweiten Weltkrieg wurden ins Deutsche viele Anglizismen aus diesem Bereich entlehnt. Das Lexikon von Schulze (1989) erfasst bereits rund 26100 Stichwörter. Nur wenige Wörter kamen aber damals in die gemeinsprachlichen Lexika. So enthielt Duden. Deutsches Universalwörterbuch (2. Auflage 1989) nur 218 einschlägige Begriffe [56].

Zu dem Computerbereich gehören u.a. die Wörter wie *Bug* (Programmfehler), *Bugfix* (Fehlerkorrektur), *Build* (Bezeichnung für eine Software-Version), *Default* (Voreinstellung oder Standardwert), *Hack* (eine auf die Schnelle programmierte Problemlösung oder Fehlerbehebung, die jedoch oft designtechnisch problematisch sein kann), *Quick-and-Dirty-Programmierung* (die schnelle Implementierung einer neuen Anforderung an ein Programm, die designtechnisch problematisch ist), *Workaround* (ein programmtechnisches Konstrukt zur Umgehung oder Vermeidung eines Fehlers in einem anderen Programm) [85].

Im Bereich der Medizin sind die Anglizismen auch sehr verbreitet. Wenn es früher Latein und Griechische für die Benennung im Medizinbereich meistens verwendet waren, gebraucht man jetzt dazu Englisch. Begriffe wie *Bypass*, *Stent*, *Coping* oder *Flapping Tremor* werden in der modernen Medizin immer mehr benutzt [85]. Die Dominanz der US-amerikanischen Forschung konnte für diese Entwicklung sorgen.

In der deutschsprachigen Wissenschaftswelt verwendet man die Anglizismen auch oft. Ein wissenschaftlicher Forschungsaufsatz wird in der letzten Zeit auch als ein *Paper* oder ein *Essay* genannt [85]. Wenn man andere Wissenschaftler berufen möchte, sich an einem *Projekt* teilzunehmen, das ganz viele dieser Essays beinhalten soll, schreibt man ein „*Call for Papers*“ (CfP), also einen Aufruf zum Verfassen wissenschaftlicher Beiträge.

Für diesen Bereich kann als Beispiel der Artikel in einem IT-Magazin gelten, z.B.:

“Ohne *Computer*, *Tablets* und *Smartphones* mit den neusten *Apps* geht heutzutage in vielen Haushalten nichts mehr. Telefon, *WLAN* und *Highspeed-Internet* sind in einer komplizierten Konfiguration auf dem *Router* hinterlegt.” [94]

Die Anglizismen bezeichnen hier die neuen Gegenstände, die in den letzten Jahren erschienen. Sie gehören alle zum Computerbereich, aber sind keine Fachtermini und werden auch in der Umgangssprache verwendet. *Computer* kann man durch *Rechner* ersetzen, aber in einem IT-Magazin ist das nicht passend. *Tablets* und *Smartphones* haben keine Entsprechungen. Bei dem Wort *App* geht es um zusätzliche

Applikation, die auf Smartphones und Tablet-PCs heruntergeladen werden kann [85]. Dieses Wort lässt sich nur erklären, nicht übersetzen. WLAN ist das Kurzwort für englische *Wireless Local Area Network* [85]. Bemerkenswert ist, dass im Englischen für diesen Begriff das Wort *Wi-Fi*, “(technischer Standard für) WLAN (besonders öffentliches)”, gebraucht wird. *Highspeed-Internet* wird statt des *Hochgeschwindigkeitsinternets* gebraucht, weil der Anglizismus kürzer ist. Der Router ist “die Vermittlungsvorrichtung in einem Kommunikationsverbund (z. B. einem Intranet), die Daten zwischen räumlich getrennten Netzwerken transportiert” [85]. Dieses Wort hat auch keine direkte Entsprechung.

Die ukrainische Übersetzung ist so verfasst:

"Без комп'ютерів, планшетів та смартфонів із найновішими додатками в багатьох будинках сьогодні нічого не відбувається. Телефон, Wi-Fi та швидкісний Інтернет налаштовані в складній конфігурації на роутері." (*übersetzt von mir – A.S.*)

In diesem Fall bleiben viele Anglizismen in der Übersetzung. Statt WLAN gebraucht man in der ukrainischen Sprache den anderen Anglizismus *Wi-Fi*, und *Tablets*, *Apps* und *Highspeed-Internet* werden mit den ukrainischen Entsprechungen ersetzt.

2.3.4. Mode

In dem Modebereich findet sich das umfangreiche Vokabular der Bekleidung und der Schönheitspflege. Zur Mode gehören Kleidungsstücke (z. B. *der Smoking*, *das/die Dress*, *die Jeans*), Stoffe und Materialien (*der Tweed*, *der Silk*, *das Nylon*), Farben und Muster (*pink*, *Paisley*, *Mango Mojito*) sowie Schnitte (*Puffärmel*, *Volants*, *Power Blazer*, *Suits*, *oversize*) [85].

Schmuck und Accessoires (*das Piercing*, *der Choker*) sind ebenfalls zu diesem Sachgebiet zu zählen. Zur Schönheitspflege zählt man auch die Körperpflege (*der Body Mist*, *der Lemon Balm*, *der Peeling*), Haarmode (*der Bob*, *der Pixie Cut*, *das Balayage*) und Make up (*die Doll Eyes*, *die Beerenlippen*, *der Highlighter*) [85].

Die weitere Unterkategorie bilden Begriffe, die Stilrichtungen bzw. Strömungen bezeichnen (*preppy, sexy, romantic style*). Zu dieser Kategorie gehören auch die Wörter wie *der Blazer, der (das) Cotton* (Baumwolle), *der (das) Denim* (Jeansstoff), *die Fashion* (Mode), *das Image* (Ansehen), *die Leggins* (Gamasche), *das Make-up* (die Aufmachung, Schminke), *der (das) Outfit* (die Kleidung), *der Slipper* (Pantoffel), *der Spray* (Sprühwasser), *der (das) Tattoo* (Körperverschönerung), *der Windbreaker* (Windjacke), *der, die Yuppie* – ein junger Mann/eine junge Frau, der/die ein Luxusleben lebt und interessiert sich um sein/ihr Aussehen und Karriere [85].

Als Beispiel dafür gilt ein Textabschnitt aus der Zeitschrift *Mädchen*:

“Schon bei GNTM hat uns Vanessa immer mit ihren *Looks* beeindruckt. Grund genug, um ihre *Outfits* gekonnt nach zu shoppen! Wir haben uns auf die Suche nach *coolen Styles* gemacht, die dem Sommer-*Outfit* von Vanessa Stanat – bestehend aus *Leo-Rock* und weißem *Cropped-Top* – ziemlich nahe kommen.” [91]

Der Anglizismus *Look* bezeichnet das Aussehen, aber nicht nur das Äußere, sondern auch die Kleidung, die Moderichtung und sogar die Stimmung. In vielen Situationen kann das durch Aussehen ersetzt werden, aber in der Modezeitschrift ist das Wort passend. Die ähnliche Situation ist mit dem Wort *Outfit*, das nicht nur das ganze Aussehen bezeichnet, sondern “das äußere Erscheinungsbild bestimmende Kleidung, Ausstattung, Ausrüstung” [85].

Das Wort *cool* ist schon seit langer Zeit entlehnt und ist voll in die Sprache integriert. Statt des Wortes *Style* kann man die direkte Entsprechung *Stil* gebrauchen. Die Benennungen von Kleidungsstücken, wie *Leo-Rock und Cropped-Top*, kommen in die Sprache gleichzeitig mit den Gegenständen und werden nicht übersetzt.

Ins Ukrainische kann man es folgender Weise übersetzen:

“Вже у GNTM Ванесса завжди вражала нас своїм виглядом. Достатня причина, щоб по можливості купувати такі вбрання! Ми шукали прикольні фасони, які досить близькі до літнього вбрання Ванесси Штанат, що складається зі спідниці із леопардовим принтом та білого кроп-топу”. (*übersetzt von mir – A.S.*)

Die Bezeichnungen von Kleidungsstücken werden hier entweder erklärt, oder mit dem Anglizismus genannt. Alle anderen Anglizismen sind mit den ukrainischen Entsprechungen ersetzt.

2.3.5. Nahrungsmittel

Das weite Feld der Kulinarik bildet die folgende Kategorie. Sie umfasst vor allem Nahrungsmittel und Trinken (z. B. *der Bacon, der Dip, der Energydrink, der Muffin, das Hack-steak*). Alkoholische Getränke bilden eine wichtige Unterkategorie (*der Cocktail, der Cherrybrandy, der Whiskey*). Außerdem kommen Zubereitungsmethoden (*simmern, grillen, das Fingerfood*), Zubereitungsgeräte (*der Grill, der Shaker, der Mixer*) und Herkunftsbezeichnungen (*der/die Irish Cream, das Irish Stew*) vor [85].

Eine andere Unterkategorie wird aus gastronomischen Einrichtungen (*die Sushi-bar, die Roof-bar*), Servierformen bzw. Mahlzeiten (*der Lunch, der Picnic, die Happy-hours*) und einschlägigen Berufen der Gastronomie (*der Diätkoch*) gebildet. Auch Aufbewahrungsbehälter für Nahrungsmittel gehören dem Sachgebiet an (*der Termos, die Termostasse*). Weitere Beispiele zu diesem Bereich sind *das Chutney, der Brandy, der Bacon, der Brownie, die Chips, der Milkshake, der Hamburger, der (das) Hotdog, der (die) Pie* usw [85].

Zu diesem Thema ist folgender Text ausgewählt:

“*Cheeseburger, Hot Dogs und Brownies* – typische Vertreter der amerikanischen Küche. Und ja, sie sind nicht gerade gesund und ziemlich reichhaltig. Aber: Die amerikanische Küche hat mehr Rezepte zu bieten als für fettiges *Fastfood* und üppige Süßigkeiten! Wie wäre es mit *Pumpkin Pie* und *Jambalaya*? Mit glasierten Süßkartoffeln und *Frozen Yoghurt*? Mit *Apple Crumble* oder *Pulled Pork*? Fest steht: Die US-amerikanische Küche ist vielseitiger, als viele denken!” [90]

Die Anglizismen in diesem Textabschnitt bezeichnen die amerikanischen Speisen, die aus den USA kommen. Das Wort *Jambalaya* gehört aber zur kreolischen Küche in Louisiana, stammt vermutlich aus dem Französischen und wurde durch Englisch entlehnt. Der *Frozen Yoghurt* kann man auch nicht ersetzen, weil *gefrorener*

Joghurt keine Speise ist. Bei den Nahrungsmitteln bezeichnet die Benennung das Herkunftsland, zusammen mit Zutaten und Methoden der Zubereitung. *Der Pumpkin Pie* ist eigentlich ein Kürbiskuchen, aber das ist eine traditionelle Speise in den USA. Das Wort *Pumpkin Pie* ist der Kulturträger und soll nicht übersetzt werden.

Ins Ukrainische würde man es so übersetzen:

“Чізбургер, хот-доги та брауні - типові представники американської кухні. І так, вони не зовсім здорові і досить калорійні. Але: американська кухня можна запропонувати більше рецептів, ніж жирний фаст-фуд та звичайній солодощі! Як щодо гарбузового пирога та джамбалаї? З глазурованою солодкою картоплею та замороженим йогуртом? З яблучним крамблом або рваною свининою? Одне певно: американська кухня більш універсальна, ніж багато хто думає!” (*übersetzt von mir – A.S.*)

In der Übersetzung die meisten Anglizismen bleiben, aber einige stehen im Wörterbuch noch nicht. Man begegnet sie trotzdem oft in den modernen Restaurants und Cafés, wo die Anglizismen wie *Pumpkin Pie* und *Frozen Yoghurt* auch nicht übersetzt sind.

2.3.6. Wirtschaft/Marketing

Bei der Globalisierung der Wirtschaft ist man in diesem Bereich immer mit internationalen Kontakten verbunden, die Sprache von denen Englisch ist. Deshalb kommen viele Anglizismen aus diesem Bereich ins Deutsche, um zu den kommunikativen Zwecken zu dienen. Von allen Bereichen der Wirtschaft ist Marketing besonders bei Engländern beeinflusst. Man unterscheidet folgende Anglizismen in diesem Bereich:

1. Begriffe, die keine deutschen Äquivalente haben,
2. Begriffe, die deutsche Äquivalente haben
3. Begriffe, die teilweise übersetzt werden [15].

In die erste Gruppe kommt eine Zahl von Bezeichnungen, die nicht ins Deutsche übersetzt werden: *Account Management*, *after-only-design*, *Brainstorming*, *Controlling*, *Corporate identity*, *Discount*, *Factoring*, *Franchising*, *Image-Marketing*,

Import-Factoring, Industrial Marketing, Industrial Relations, knowhow, Leasing, Marketing-Management, Marketingmanager, Marketing-Mix, Merchandising, Message-Marketing, non-Business-Marketing, Portfolio Management, trading up, trading down.

Die zweite Gruppe enthält Anglizismen, für die es deutsche Äquivalente gibt: *der Briefing* (Presskonferenz), *der Cash Flow* (Kapitalfluss), *das Case Study* (Fallstudie), *der Gate Keeper* (Türhüter), *das Joint-Venture* (Gemeinschaftsunternehmen), *die Public Relations* (Öffentlichkeitsarbeit), *der Profit Center* (Auftragszentrum), *die Sales Promotion* (Verkaufsförderung), *das Sample* (Muster), *der Service* (Dienstleistungen) usw. Der Gebrauch von einem Anglizismus oder seiner Entsprechung hängt von den kommunikativen Zwecken des Sprechers ab.

Die dritte Gruppe beinhaltet Wörter, die teilweise übersetzt werden: *Break-Even-Analyse, Critical-Path-Methode, Direktmarketing, Discount-Warenhaus, Firmen-Image, Gegenwartsmarketing, Imageanalyse, Imagewerbung, ProduktManagement, Recall-Verfahren, Screening Phase.*

Zu dieser Gruppe gehören auch:

1. viele Zusammensetzungen mit dem Substantiv Marketing (*Entwicklungsmarketing, Erhaltungsmarketing, Gegenwartsmarketing, Globalmarketing, Großhandelsmarketing, Handelsmarketing, Investitionsgütermarketing, Kirchenmarketing, Kommunalmarketing, Konsumgütermarketing, Konzentrationsmarketing, Politmarketing, Positionsmarketing, Reduktionsmarketing, Werbemarketing*).
2. attributive Verbindungen (*generisches Marketing, industrial Marketing, internationales Marketing, ökologisches Marketing, passives Marketing, segmentiertes Marketing, sequentielles Marketing*).

Viele Anglizismen, die mit dem Suffix -ing vorkommen, werden nicht übersetzt und bleiben in der deutschen Sprache unverändert. In der Regel sind sie Neutra.

Oft gebraucht man im Berufsalltag die Anglizismen, die keine deutschen Entsprechungen haben: *Mailing, Design, Know-how, Display, Layout, up-to-date, Service, Message* und andere.

Für diesen Zweck ist ein Textabschnitt zum Thema Marketing ausgewählt:

“Während also beispielsweise *Werbespots* oder *Banner* nach ihrem Auftreten wieder verschwinden, wird die Anzeige in einer Zeitschrift öfter wahrgenommen und bringt somit auch einen höheren Erinnerungseffekt und eine nachhaltigere Werbewirkung mit sich.

Um mehr über die Werbewirkung und wichtige Nutzerinformationen zu erfahren, besteht beim Werbemittel Zeitschrift die Möglichkeit, so genannte *Copytests* durchzuführen. Diese beschreiben ein *Testverfahren*, mit welchem die Wirkung der Anzeige sowie der Effekt dieser auf Ihre Zielgruppe untersucht werden kann.” [93]

In diesem Text gibt es relativ wenige Anglizismen. Das Wort *der Werbespot* bezeichnet eine Stelle für Werbung, aber es gibt kein Wort **Werbestelle*. *Das Banner* ist ein deutsches Wort, aber hat keine Bedeutung im Bereich von Marketing durch das Englisch bekommen. Obwohl es das Wort *die Kopie* auch gibt, kann *der Copytest* dadurch nicht ersetzt werden. *Das Testverfahren* hat auch keine Entsprechungen und wird nicht ersetzt.

Ins Ukrainische würde die Übersetzung so lauten:

“Так, наприклад, якщо рекламні ролики або банери зникають після їх появи, в журналі реклама частіше сприймається і, таким чином, запам'ятовуються на довший час із більш стійким рекламним ефектом.

Для того, щоб дізнатися більше про рекламний вплив та важливу інформацію про користувачів, є можливість провести так звані тести на копіювання за журналами із рекламними засобами. Вони описують процедуру тестування, за допомогою якої можна вивчити ефекти реклами, а також вплив цього на цільову групу.” (*übersetzt von mir – A.S.*)

In der Übersetzung begegnet man nicht viele Anglizismen. Obwohl es im deutschen Text das deutsche Wort Werbung immer verwendet ist, ist der Anglizismus hier dazu gebraucht. Die anderen Wörter werden durch die ukrainischen Entsprechungen ersetzt.

2.3.7. Politik

Das Sachgebiet Politik enthält Begriffe zur Organisation des öffentlichen Lebens und der staatlichen Institutionen. Diese Kategorie umfasst das Sachgebiet des Staatswesens (z. B. *der Premier-minister, der Steadystate*), der Gesetzgebung und staatlichen Programme (*der Support, die Exekution*) und des politischen Prozesses (z. B. *die Lobby, die Promotion*). Außerdem kommen politische Leitbilder bzw. Doktrinen vor (*New Deal*).

Zu diesem Bereich gehört auch die Rechtsordnung insgesamt und die Rechtsprechung in einzelnen Bereichen, die polizeiliche Verfolgung und die gerichtliche Sanktionierung von Zuwiderhandlungen gegen diese Rechtsordnung (z. B. *der Ranger, die Jury*). Außerdem sind Rechtsformen und -dokumente (*die Greencard*) sowie Begriffe aus dem Vertragswesen vertreten.

Hier kommt auch die Institution des Militärs. In diese Kategorie fallen Waffengattungen (z. B. *die Navy, die Marine*), militärische Ränge (z. B. *der Marschall*), Waffen und Kampfgerät (z. B. *die Bazooka, der Tank*) und andere Begriffe der Kriegsführung (z. B. *der Checkpoint*).

Andere Anglizismen im Politikbereich sind:

- Maskulina: *der Slogan, der Stress, der Hacker, der Streik, der Rekord, der Court, der Exit, der Drink, der Crash, der Laptop, der Faktor, der Agent, der Bodyguard, der Fight, der Equalizer, der Gangster.*
- Feminina: *die Exekution, die Fiktion, die Gang, die Kopie, die Digitalisierung, die Generation, die Innovation, die Partnership, die Message.*
- Neutra: *das Interview, das Center, das Roaming, das Layout, das Onlinebanking, das Management, das Meeting.*

Für diesen Bereich wurde folgender Textabschnitt aus dem politischen Artikel ausgewählt:

“Das *Weißes Haus* betonte, das Auftauchen eines weiteren *Whistleblowers* ändere nichts daran, dass Trump sich nichts habe zuschulden kommen lassen. Trumps Anwalt Rudy Giuliani nannte die Angelegenheit auf *Twitter* eine "orchestrierte demokratische

Kampagne" und schrieb dabei, wie auch sein *Boss* es gern tut, viele Wörter komplett in Großbuchstaben" [96].

Das *Weißes Haus* ist in diesem Fall eine Lehnübersetzung vom englischen *White House*. Das Wort *Whistleblower* bedeutet "jemand, der Missstände [an seinem Arbeitsplatz] öffentlich macht" [85] Besonders in den letzten Monaten wurde dieses Wort in englischen Zeitungen wegen des politischen Skandals in den USA sehr oft verwendet, deshalb benutzten die deutschen Medien das Wort in den Artikeln über die USA auch. *Twitter* ist ein Sozialnetzwerk und wird nicht übersetzt. Das Wort *Boss* wurde seit langer Zeit ins Deutsche übernommen und in die Sprache integriert, deshalb wird es in den Zeitungen oft gebraucht.

In die Ukrainische Sprache würde man es so übersetzen:

“Білий дім наголосив, що поява чергового винуватця не змінила факту, що Трамп ні в чому не винен. Адвокат Трампа Руді Джуліані назвав цю справу "оркестрованою демократами кампанією" у Twitter, написавши багато слів великими літерами, як це охоче робить його начальник.” (*übersetzt von mir – A.S.*)

In diesem Fall der Anglizismus *Twitter* wird auf englische Weise geschrieben, aber andere Entlehnungen werden übersetzt.

Die Erforschung von der Frequenz der Anglizismen lässt die bestimmten Bereiche unterscheiden, in denen die englischen Entlehnungen am häufigsten vorkommen. Obwohl die Anglizismen in allen Lebenssituationen verwendet werden, sind diejenigen für die Untersuchung aber am wichtigsten, die zu einem bestimmten Bereich gehören. Dann ist es möglich, die Bewertung und der Gebrauch dieses Wortes tiefer zu untersuchen. Die neuen Bereiche, in denen die Anglizismen vorhanden sind, erscheinen immer mit der Entwicklung von Technologien und dem allgemeinen Fortschritt. Die kulturellen Veränderungen, die Sprachmode und die historischen Ereignisse beeinflussen den Prozess der Entlehnung.

Im Ukrainischen gebraucht man aber nur wenige Anglizismen im Vergleich zu Deutschen. Das lässt sich erklären dadurch, dass die ukrainische Sprache und die englische nicht verwandt sind, verschiedene Schriften haben und in wenigen Sprachkontakten sind. Der deutsche Gebrauch von Anglizismen ist meistens zu Recht,

weil die meisten Wörter keine direkten Entlehnungen haben. Manchmal beobachtet man übermäßige englische Entlehnungen in den Texten, besonders in den Bereichen Musik und Mode. Solche Anglizismen erfüllen keine wichtige Funktion im Text und können mit den deutschen Entsprechungen ersetzt sein.

Schlussfolgerungen zum Kapitel 3

Die Bewertung ist eine Handlung, mit der ein Subjekt einem Objekt die Eigenschaften zuordnet, in Bezug auf einen bestimmten Maßstab, einen Wert, positiv oder negativ zu sein. Der Wert wird die Konzeption von dem wünschenswerten und ist situativ und historisch bedingt. Man unterscheidet die axiologischen Werte, die das Kriterium beim wertenden Subjekt feststellen, und die attributiven Werte, die eine Bezeichnung wiedergeben. Die Anglizismen in der modernen deutschen Sprache sind meistens positiv bewertet, aber in bestimmten Situationen ihre Bewertung wird negativ. Die Bewertung von Anglizismen hängt auch von der gesellschaftlichen Situation und der Sozialgruppe.

Die Anglizismen dringen jetzt in alle Lebenssituationen ein, aber wenn über ihre Frequenz spricht, werden sieben wichtigste Verwendungsbereiche genannt, in denen die Anglizismen am häufigsten vorkommen. Das sind Sport, Musik, Computer/Medizin/Wissenschaft, Mode, Nahrungsmittel, Wirtschaft/Marketing und Politik. Die Anglizismen werden oft in den Artikeln in diesen Bereichen verwendet. In den meisten Fällen haben die englischen Entlehnungen keine direkten deutschen Entsprechungen, aber manchmal lassen sie sich durch deutsche Wörter ersetzen. Wenn man den deutschen Gebrauch von Anglizismen mit dem ukrainischen vergleicht, sieht man nur wenige Anglizismen in den Ukrainischen Übersetzungen. Das lässt sich durch wenige Sprachkontakte, verschiedene Schriften und geringe etymologische Verwandtschaft erklären.

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die moderne deutsche Sprache wird heute täglich vom Englischen beeinflusst und man verwendet immer mehr englische Entlehnungen. Um zum Teil des deutschen Wortschatzes zu werden, sind die Anglizismen in die deutsche Sprache semantisch, grammatisch, orthografisch und phonetisch integriert. Dadurch können die Anglizismen ihre Bedeutung, Schreibweise oder Lautung wechseln. Aus diesem Grund klassifiziert man die Anglizismen nach der Entlehnungsart. Diese Klassifikation untersucht, ob die Anglizismen unverändert, teilweise oder absolut verändert in die deutsche Sprache übernommen wurden. Zwei wichtigste Oberbegriffe sind äußeres und inneres Lehnwort, indem sich das äußere Lehnwort in verschiedene Unterbegriffe gliedern. Dazu gehören Fremdwort, Lehnwort, fremdes Wort, die zu den direkten Entlehnungen gehören, Scheinentlehnung und Mischkompositum. Inneres Lehnwort gliedert sich in Lehnbedeutung und Lehnbildung, zu der Lehnübersetzung, Lehnübertragung und Lehnschöpfung gehören. Man klassifiziert die Anglizismen auch nach der Art der Entlehnung in die Sach- und Wortentlehnung und die Wortentlehnungen. Nach dieser Klassifikation wird bestimmt, werden Gegenstände mit ihren Benennungen übernommen, wie bei Sach- und Wortentlehnungen, oder nur die Benennungen, wie bei Wortentlehnungen.

Die Ursachen für die Entlehnung von Anglizismen können außersprachlich oder innersprachlich sein. Zu den außersprachlichen Ursachen gehören sozialpsychologischer Faktor, kulturgeschichtliche Aspekte, Fremdsprachenkompetenz, demographische Faktor, Sprachkontakt. Da der Einfluss der USA in den letzten Jahrzehnten besonders stark ist, werden Anglizismen wegen der politischen und sozialen Ereignisse und wegen der Sprachmode übernommen. Die meisten Menschen lernen Englisch als erste Fremdsprache, kommunizieren mit den englischen Muttersprachlern und verbessern die Englischkenntnisse. Deswegen verstehen und dann gebrauchen mehr Menschen die Anglizismen. Die Medien verwenden auch viele Anglizismen, die dann in die Umgangssprache kommen. Die Sprachkontakte zwischen den Völkern passierten noch früher oft und nehmen auch heute einen wichtigen Platz. Diese Ursachen erklären die

Motive für die Entlehnung von Anglizismen, die außerhalb der Sprache liegen. Die innersprachlichen Ursachen sind etymologischer Faktor, Ähnlichkeit im System und Form, stilistischer Faktor, semantische Differenzierung, Nominationsbedarf und semantische Lücken. Diese Faktoren werden von der Sprache selbst verursacht. . Da Englisch und Deutsch etymologisch verwandt sind, haben sie viele Ähnlichkeiten im System und Form. Es ist für die Sprecher leicht, ein deutsches Wort mit einem englischen zu ersetzen, sogar wenn es keinen solchen Anglizismus im Wörterbuch gibt. Die Anglizismen können auch den Stil der Sprache verändern und die Bedeutung des Wortes differenzieren, wenn die deutschen Wörter nicht eindeutige Bedeutung haben. Die Anglizismen können auch die neuen Gegenstände benennen und auch die semantischen Lücken ausfüllen.

Die Anglizismen erfüllen in der deutschen Sprache die bestimmten Funktionen. Zu den wichtigsten gehören Neuheitseffekt, Kolorit (Sozial-, Lokal- und Fachkolorit), Kürze und Präzision, Ausdrucksvariation, kommunikative Funktion und Lebendigkeit. Der Neufheitseffekt kann das Interesse zu dem Titel oder Artikel erregen, der Kolorit hilft die bestimmte Atmosphäre zu schaffen. Die Anglizismen sind oft auch kürzer als ihre deutschen Entsprechungen, können präzise Bedeutung haben und erleichtern die Kommunikation, besonders zwischen nicht Muttersprachlern.

Die Bewertung von den Anglizismen in der modernen deutschen Sprache ist nicht einheitlich. Sehr oft sind die Bewertungsprozesse situativ bedingt, deshalb hängt die Bewertung von Anglizismen von der gesellschaftlichen Situation und der Sozialgruppe. In meisten Fällen ist aber die Bewertung positiv, was die Zunahme von den Anglizismen im Deutschen erklären lässt.

Nicht in allen Lebensbereichen sind die Anglizismen passend, aber jetzt kommen sie sehr oft vor. Deshalb erforscht man die Frequenz von Anglizismen und nennt die häufigen Verwendungsbereiche, in denen die englischen Entlehnungen sehr oft vorhanden sind. Zu solchen Bereichen gehören Sport, Musik, Computer/Medizin/Wissenschaft, Mode, Nahrungsmittel, Wirtschaft/Marketing und Politik. In den Artikeln, die in diesen Bereichen verfasst sind, kommen die Anglizismen sehr häufig vor. Meistens werden sie notwendig und können nicht ersetzt

werden, da es keine passende deutsche Entsprechung gibt. Es gibt aber die Fälle, wenn die Anglizismen übermäßig sind. Sie bezeichnen die Gegenstände, die keine Funktion im Text erfüllen, und können mit den deutschen Entsprechungen ersetzt werden.

Die Anglizismen sind ein unabdingbarer Teil der modernen deutschen Sprache und sind deswegen vielseitig untersucht. Die Aktualität dieser Forschungen nimmt nicht ab, da es ständig die neuen Anglizismen in der deutschen Sprache erscheinen.

РЕЗЮМЕ

Дана кваліфікаційна робота присвячена дослідженню когнітивних і прагматичних особливостей англіцизмів у сучасній німецькій мові.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, висновків до всієї роботи, резюме українською та німецькою мовами та бібліографії. Кваліфікаційна робота охоплює 81 сторінку. У бібліографії 96 джерел, з яких 81 німецько- та англійськомовних, 8 російсько- та українськомовних та 7 ілюстративних джерел.

У вступі доведено актуальність вибраної теми для дослідження. Визначено предмет, об'єкт, мету, завдання та матеріали дослідження.

У першому розділі визначаються терміни «запозичення» і «англіцизм», досліджується асиміляція англіцизмів у німецькій мові та їхні класифікації.

У другому розділі визначаються основні позамовні та внутрішньомовні причини англіцизмів та характеризуються функції, які англіцизми виконують в сучасній німецькій мові.

У третьому розділі розглядається питання оцінювання та оцінки англіцизмів в німецькій мові, особливості їхнього оцінювання. Також досліджуються окремі сфери вжитку англіцизмів, в яких розглядаються також фрагменти текстів і їхні переклади на українську.

У висновках представлені результати дослідження.

Ключові слова: запозичення, англіцизм, інтеграція, внутрішньомовні і позамовні причини, області вжитку, класифікації запозичень, оцінювання англіцизмів.

RESÜMEE

Die vorliegende Qualifikationsarbeit ist der Untersuchung der kognitiven und pragmatischen Charakteristiken von Anglizismen in der modernen deutschen Sprache gewidmet.

Die Qualifikationsarbeit besteht aus der Einleitung, drei Kapiteln, Schlussfolgerungen zu jedem Kapitel, Schlussfolgerungen zur ganzen Arbeit, dem Resümee auf Ukrainisch und Deutsch und dem Literaturverzeichnis. Die Qualifikationsarbeit umfasst 81 Seiten. Im Literaturverzeichnis gibt es 96 Quellen, 80 von denen auf Deutsch und Englisch, 8 auf Ukrainisch und Russisch und 7 illustrative Materialien.

In der Einleitung wird die Aktualität des zur Untersuchung ausgewählten Themas begründet. Der Gegenstand und das Objekt der Untersuchung werden ermittelt und das Ziel, die Aufgaben und Materialien des Vorhabens werden bestimmt.

In dem ersten Kapitel werden die Termini „Entlehnung“ und „Anglizismus“ definiert, die Assimilierung von Anglizismen ins Deutsche und ihre Klassifikationen werden untersucht.

In dem zweiten Kapitel werden die außersprachlichen und innersprachlichen Ursachen von Anglizismen bestimmt und die Funktionen, die die Anglizismen in der modernen deutschen Sprache erfüllen, werden charakterisiert.

In dem dritten Kapitel werden die Bewertungsmöglichkeiten von Anglizismen im Deutschen untersucht. Die Verwendungsbereiche von Anglizismen werden bestimmt, und die Textausschnitte aus diesen Bereichen werden erforscht und ins Ukrainische übersetzt.

In den Schlussfolgerungen sind die Ergebnisse der Forschung dargestellt.

Schlüsselwörter: Entlehnung, Anglizismus, Integration, außersprachliche und innersprachliche Ursachen, Verwendungsbereiche, Klassifikationen von Entlehnungen, Bewertung von Anglizismen.

LITERATURVERZEICHNIS

1. В. Рогова // Науковий вісник Волинського нац. ун -ту ім. Л.Українки. Філологічні науки. Мовознавство. – Луцьк: ВНУ, 2010. – Вип. 8.
2. Денисова Ю.Н. Английские заимствования в немецких рекламных текста / Ю.Н. Денисова, Е.В. Корнева. – Воронеж : ВГТУ, 2000.
3. Коломієць К.М. Новітні запозичення з англійської мови в німецькій
4. Міщенко А.Л. Адаптація англіцизмів до системи сучасної німецької мови німецьком язике / М.С. Омельченко // Вестник Брянского государственного университета. – 2010. – № 3.
5. Омельченко М.С. Классификация англо-американских заимствований в
6. Пастух І. Німецький сленг: інтегративні особливості неологізмів сьогодення / Ірина Пастух // Мандрівець. – 2010. – N 4.
7. Рогова Л. В. Англіцизми в тексті німецькомовної реклами косметики / Л.
8. Розен Е.В. На пороге 21 века. Новые слова и словосочетания в немецком языке. / Е.В. Розен. – М. : Менеджер, 2000.
- супільно-політичній лексиці / К.М. Коломієць // Вісник Запорізького державного університету – 2002. – № 2.
9. Adler M. Form und Häufigkeit der Verwendung von Anglizismen in deutschen und schwedischen Massenmedien. / M. Adler. – Jena, 2004.
10. Altleitner M. Der Wellness-Effekt: Die Bedeutung von Anglizismen aus der Perspektive der kognitiven Linguistik. / M. Altleitner. – Frankfurt am Main: Peter-Lang, 2007.
11. Aristova V.M. Anglo-russkie âzykovye kontakty (anglizismy v russkom âzyke). / V.M. Aristova. – Leningrad, 1978.
12. Béchet-Tsarnos V. Wirtschaftsanglizismen: Eine kontrastive Analyse des Französischen, Deutschen und Neugriechischen. / V. Béchet-Tsarnos. – Tübingen, 2005.
13. Betz W. Deutsch und Lateinisch. Die ehnbildung der althochdeutschen Benediktinerregel. / W. Betz. – Bouvier, Bonn, 1965.

14. Betz W. Deutsch und Lateinisch: Die Lehnbildungen der althochdeutschen Benediktinerregel. / W. Betz. – Bonn, 1949.
15. Bobakova H. Anglizismen im Marketingbereich. / H. Bobakova. –Schlesische Universität, 2009.
16. Bohmann, S. Englische Elemente im Gegenwartsdeutsch der Werbebranche. / S. Bohmann. — Marburg, 1996.
17. Burmasova S. Empirische Untersuchung der Anglizismen im Deutschen / S. Burmasova. — University of Bamberg Press Bamberg, 2010.
18. Carstensen B. Einleitung: Theorie und Praxis der Erfassung und Beschreibung von Anglizismen. In: Anglizismen-Wörterbuch: Der Einfluss des Englischen auf den deutschen Wortschatz nach 1945. / B. Carstensen, U. Busse. – Bd. 1. Berlin – New York, 1 1993, 2 2001.
19. Carstensen B. Englische Einflüsse auf die deutsche Sprache nach 1945 / B. Carstensen. – Heidelberg, 1965.
20. Carstensen, B. Das Genus englischer Fremd- und Lehnwörter im Deutschen. Tübinger Beiträge zur Linguistik, Bd. 132. / B. Carstensen. –Tübingen, 1980.
21. Carstensen, B. Morphologische Eigenwege des Deutschen bei der Übernahme englischen Wortmaterials. / B. Carstensen. — Graz, 1979.
22. Duckworth D. Der Einfluss des Englischen auf den deutschen Wortschatz seit 1945. / D. Duckworth. – München, 1979.
23. Dunger H. Engländerei in der deutschen Sprache. Zweite, umgearbeitete und stark vermehrte Auflage des Vortrags „Wider die Engländerei in der deutschen Sprache“. / H. Dunger. – Berlin, 1909.
24. Eisenberg P. Grundriss der deutschen Grammatik: Das Wort. / P. Eisenberg. – Stuttgart – Weimar, 2006.
25. Engels B. Gebrauchsanstieg der lexikalischen und semantischen Amerikanismen in zwei Jahrgängen der WELT (1954 und 1964): eine vergleichende computerlinguistische Studie zur quantitativen Entwicklung amerikanischen Einflusses auf die deutsche Zeitungssprache. / B. Engels. – Frankfurt a. M., 1976.

26. Ertelt-Vieth A. Kulturen modellieren aus empirisch-induktiver Sicht? Zum Potential zweier Ansätze: Kulturstandards und Lakunen. Kulturunterschiede. Interdisziplinäre Konzepte zu kollektiven Identitäten und Mentalität. Beiträge zur sozialwissenschaftlichen Analyse interkultureller Beziehungen. Band 3. / A. Ertelt-Vieth. – Heinz Hahn, IKO — Verlag für Internationale Kommunikation, 1999.
27. Fink H. Amerikanismen im Wortschatz der deutschen Tagespresse dargestellt am Beispiel dreier überregionaler Zeitungen (Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Welt). / H. Fink. – Mainz 1968.
28. Fröhlich A. Zu den verborgenen englischen Einflüssen. In: Muttersprache 72. / A. Fröhlich. – Wiesbaden, 1962, S. 19 – 22.
29. Galinsky H. Der anglo-amerikanische Einfluss auf die deutsche Sprache. In: Brekle, Herbert E./Lipka, Leonard (Hrsg.): Wortbildung, Syntax und Morphologie. / H. Galinsky. – The Hague – Paris, 1968.
30. Gaunski H. Stilistic Aspekts of Linguistic Borrowing - A Stilistic and Comparative View of American Elements in Modern German and British English. Jahrbuch für Amerikastudien. Bd. 8. / H. Gaunski. – Heidelberg. 1963, S. 98-135.
31. Gester S. Anglizismen im Tschechischen und im Deutschen: Bestandsaufnahme und empirische Analyse im Jahr 2000. / S. Gester. – Frankfurt a. M. – Berlin u.a., 2001.
32. Glahn R. Der Einfluss des Englischen auf gesprochene deutsche Gegenwartssprache: eine Analyse öffentlich gesprochener Sprache am Beispiel von "Fernsehdeutsch". / R. Glahn. — Frankfurt am Main: Peter Lang, 2002.
33. Glahn R. Der Einfluss des Englischen auf gesprochene deutsche Gegenwartssprache. Eine Analyse öffentlich gesprochener Sprache am Beispiel von "Fernsehdeutsch". / R. Glahn. – Frankfurt a. M., 2000.
34. Glück H. Die neuen Medien als Motor des Sprachwandels: Schulenglisch als zweite Landessprache? In: Hoffmann, Hilmar (Hrsg.): Deutsch global. Neue

- Medien – Herausforderungen für die deutsche Sprache. / H. Glück. – Köln, 2000.
35. Glück H. Gegenwartsdeutsch. / H. Glück, W. W. Sauer. – Stuttgart – Weimar 1997.
36. Glück H. Metzler Lexikon Sprache. / H. Glück. – Stuttgart – Weimar, 2004.
37. Götzeler C. Anglizismen in der Pressesprache. Alte und neue Bundesländer im Vergleich. / C. Götzeler. – Bremen, 2008.
38. Helbig G. Deutsche Grammatik: ein Handbuch für den Ausländerunterricht. / G. Helbig, J. Buscha. – Berlin – München u.a., 2005.
39. Heller M. Code-switching. In: Goebel, Hans/Nelde, Peter H./Starý, Zdeněk: Kontaktlinguistik: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. / M. Heller, C.W. Pfaff. – HSK, Bd. 12.1 Berlin – New York 1996, S. 594 – 609.
40. Hock H. Language History, Language Change, and Language Relationship: An Introduction to Historical and Comparative Linguistics. / H. Hock, B. Joseph. – Mouton de Gruyter, 1996.
41. Huppert, D. Braucht es einen „Anglizismus-Guide“ für deutschsprachige Medizinjournalisten? / D. Huppert, T. Brandt. - Der Nervenarzt, 84(12), 1497–1501, 2013.
42. Jablonski M. Regularität und Variabilität in der Rezeption englischer Internationalismen im modernen Deutsch, Französisch und Polnisch. / M. Jablonski. – Tübingen: Niemeyer Verlag, 1990.
43. Kluckhohn C. K. Values and value orientations in the theory of action. In T. Parsons and E. A. Shils (Eds.), Toward a general theory of action. / C.K. Kluckhohn. / Cambridge, MA: Harvard University Press, 1951.
44. Kmiecik P. Wertstrukturen und Wertwandel in der Bundesrepublik Deutschland. Grundlagen einer interdisziplinären empirischen Wertforschung mit einer Sekundäranalyse von Umfragedaten. / P. Kmiecik. – Göttingen. Verlag Otto Schwarz, 1976.

45. Korfán G. Die Couch, Hitler und das Fremdwort. Johannes/Korfán, Gustav/Börje Schlyter (Hgg.). / G. Korfán. – Hedberg, Moderna Språk LXX, 1976, Nr. 1.
46. Krysin L.P. Inoazyčnye slova v sovremennom russkom âzyke. / L.P. Krysin. – Moskva, 1968
47. Langner H. Die Schreibung englischer Entlehnungen im Deutschen: eine Untersuchung zur Orthographie von Anglizismen in den letzten hundert Jahren, dargestellt anhand des Dudens. / H. Langner. – Frankfurt a. M. – Berlin u.a., 1995.
48. Lehnert M. Anglo-Amerikanisches im Sprachgebrauch der DDR. / M. Lehnert. – Berlin, 1990.
49. Leisi E. Das heutige Englisch: Wesenszüge und Probleme. / E. Leisi, C. Mair. – Heidelberg, 1999.
50. Mangušev S.V. Zakonomernosti assimilâcii anglo-amerikanizmov v nemeckom âzyke. Dis. kand. filolog. nauk. / S.V. Mangušev. – Samara, 2002.
51. Onysko A. Anglicisms in German: Borrowing, Lexical Productivity and Written Codeswitching. / A. Onysko. – Berlin: Walter de Gruyter, 2007.
52. Panasiuk I. Kulturelle Aspekte der Übersetzung. Anwendung des ethnopsycholinguistischen Lakunen-Modells auf die Analyse und Übersetzung literarischer Texte Reihe: Semiotik der Kultur / Semiotics of Culture. Bd. 3. / I. Panasiuk. – Münster u.a.: Lit Verlag, 2005.
53. Panasiuk I. LakunenTheorie. Ethnopsycholinguistische Aspekte der Sprach- und Kulturforschung. Reihe: Semiotik der Kultur / Semiotics of Culture, Bd. 5. / I. Panasiuk, H. Schröder. – Münster u.a.: Lit Verlag, 2006.
54. Peschel C. Campes Erben oder Purismus heute? Gabi/Frank, Rainer/Steffens, Rudolf (Hgg.). – Aachen, 2000, S. 62-70.
55. Pfitzner J. Der Anglizismus im Deutschen: Ein Beitrag zur Bestimmung seiner stilistischen Funktion in der heutigen Presse. / J. Pfitzner. – Stuttgart, 1978.
56. Polenz P. v. Deutsche Sprachgeschichte vom Spätmittelalter bis zur Gegenwart. Bd. 3. 19. bis 20. Jahrhundert. / P. v. Polenz. – Berlin – New York 1999.

57. Polenz P. v. Geschichte der deutschen Sprache. / P. v. Polenz. – Walter de Gruyter, 2009.
58. Sanders W. Gutes Deutsch - besseres Deutsch. Praktische Stillehre der deutschen Gegenwartssprache, Wiss. Buchg. / W. Sanders. – Darmstadt, 1990.
59. Schippan Th. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache / Th. Schippan. – Leipzig: Bibliographisches Institut, 1987.
60. Schröder H. Semiotisch-rhetorische Aspekte von Sprachtabus. In: Eckhard Höfner, Hartmut Schröder, Roland Wittmann (Hrsg.): Valami más. Beiträge des Finnisch-Ungarischen Kultursemiotischen Symposiums „Zeichenhafte Aspekte der Veränderung“. / H. Schröder. – Berlin – Frankfurt (Oder) – Słubice), 1998.
61. Schütte D. Das schöne Fremde: anglo-amerikanische Einflüsse auf die Sprache der deutschen Zeitschriftenwerbung. / D. Schütte. – Opladen, 1996.
62. Spitzmüller J. Sprache und Identität: Warum die Anglizismen die Gemüter erhitzen. Muttersprache, 117 (3). / J. Spitzmüller. – Zürich, S. 185-198.
63. Stark F. Deutsch in Europa: Geschichte seiner Stellung und Ausstrahlung. / F. Stark. – Stankt Augustin, 2002.
64. Stark F. Wie viel Englisch verkraftet die deutsche Sprache? Die Chance zwischen Globalisierungserfordernis und Deutschtümelei. 2., überarb. Aufl. / F. Stark. – Paderborn: IFB-Verl, 2010.
65. Stepanova M.D. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache / M.D Stepanova, I.I. Cernyseva. – Moskau, 1975.
66. Timina S.A. Ekzotizmy v sobremennoj angloâzyčnoj presse. Avtoref. dis. kand. filolog. nauk. / S.A. Timina. – Kirov, 2003.
67. Urbanová A. Zum Einfluss des amerikanischen Englisch auf die deutsche Gegenwartssprache. In: Muttersprache (76). / A. Urbanová. – Wiesbaden, 1966, S. 97 – 114.
68. Vasil'eva L.V. Obogašenie sovremennogo nemeckogo âzyka inoâzyčnymi zaimstvovaniâmi. Dis. kand. filolog. nauk. / L.V. Vasil'eva. – Stavropol', 2004.
69. Weinreich U. Sprachen in Kontakt: Ergebnisse und Probleme der Zweisprachigkeitsforschung. / U. Weinreich. – München, 1977.

70. Winko S. Wertungen und Werte in Texten. Axiologische Grundlagen und literaturwissenschaftliches Rekonstruktionsverfahren / S. Winko. – München, Springer-Verlag, 2013
71. Wright G.H. The logical form of Preference. An essay. / G.H. Wright. – Edinburgh, 1963.
72. Yang W. Anglizismen im Deutschen: am Beispiel des Nachrichtenmagazins Der Spiegel. / W. Yang. – Tübingen, 1990.
73. Zillig W. Bewerten. Sprechakte der bewertenden Rede. / W. Zillig. – Tübingen, 1982.
74. Zindler H. Anglizismen in der deutschen Pressesprache nach 1945 / H. Zindler. – Diss. Kiel, 1959.

INTERNETQUELLEN

75. Kratochvilova I. Zu stilistischen Funktionen der englischen Entlehnungen im Deutschen. / I. Kratochvilova. — Brunn, 2002. Online: https://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/105832/1_BrunnerBeitragGermanistikNordistik_16-2002-1_6.pdf?sequence=1
76. Mayer L. Von Powerfrauen bis Junk-Food-Essern: Anglizismen in der Sprache Deutsche Frauenzeitschriften. / L. Mayer, M. Putnik. — Osijek, 2011. Online: <https://www.bib.irb.hr/565560>
77. Sulovcova D. Anglizismen in der heutigen Fachsprache: Geschäftsbereich. / D. Sulovcova. — Olomouc, 2009. Online: <https://theses.cz/id/bm3bl1/66862-749932187.pdf>
78. Fonds Professionell. Das Börsen-Unwort 2017 ist... – 2018. Online: <https://www.fondsprofessionell.de/news/maerkte/headline/das-boersen-unwort-2017-ist-140459/>
79. Weltsprachen. Englisch. Die meistgesprochene Weltsprache. – Online: <http://www.weltsprachen.net/weltsprache-englisch.html>
80. Schoonderbeek M. Gesprächsrunde oder Talkshow? Ein kontrastiver Vergleich in der mündlichen Verwendung von Anglizismen zwischen Niederländisch und

- Deutsch Unveröffentlichte Bachelorarbeit. / M. Schoonderbeek. – Radboud
 Universität Nijmegen, 2015. Online:
<http://theses.ubn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/437/Schoonderbeek%20Maik%20%28s4229401%29%20Bachelorarbeit.pdf?sequence=1>
- 81.Kovács E. Anglizismen im Deutschen: Eine Gefahr oder eine natürliche
 Erscheinung? / E. Kovács. – Germanistische Studien, 7, 181-190. Online:
<http://docplayer.org/3382838-Anglizismen-im-deutschen-eine-gefahr-oder-eine-natuerliche-erscheinung-eva-kovacs.html>
- 82.Rocco, G. (2014). Anglizismen im öffentlich-medialen und
 sprachwissenschaftlichen Diskurs über die deutsche Sprache und in den
 Einstellungen der Sprecher. / G. Rocco. –Linguistik Online. Online:
<https://doi.org/10.13092/lo.67.1602>
- 83.Spiegel Online. Online: <https://www.spiegel.de>

Wörterbücher und Nachschlagewerke

- 84.Duden: Das große Fremdwörterbuch. Herkunft und Bedeutung der Fremdwörter, 4.
 Auflage. Mannheim; Zürich: Dudenverlag, 2007.
- 85.Duden: Duden - Das Fremdwörterbuch. Unentbehrlich für das Verstehen und den
 Gebrauch fremder Wörter 11. Auflage. Mannheim; Zürich: Dudenverlag, 2015.
- 86.Duden: Deutsches Universalwörterbuch. Mannheim: Dudenverlag, 2007.
- 87.OED. Oxford Dictionary of English. — 2010: Online: www.oed.com.
- 88.Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. International Student
 Edition. — Oxford, 2002.
- 89.Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache, Langenscheidt, Berlin München, 2003.

Illustratives Material

- 90.Chefkoch. Online:
<https://www.chefkoch.de/magazin/artikel/2928,0/Chefkoch/Amerikanische-Kueche-mehr-als-Cheeseburger-Cupcakes.html>
- 91.Das Mädchen. Fashion. Online: <https://www.maedchen.de/fashion/shop-the-look-das-outfit-von-gntm-vanessa-zum-nachshoppen>

92. Das Mädchen. Musik. Online: <https://www.maedchen.de/fun/musik>
93. Marketing im Pott. Online: <https://www.marketingimpott.de/blog/werbemedien-im-vergleich-zeitschriften/>
94. Presseshop. Online: <https://www.presseshop.at/blog/it-magazine-geballtes-pc-wissen/>
95. Sportbild. Online: <https://sportbild.bild.de/motorsport/formel-1/motorsport/formel-1-in-den-usa-vettel-raus-lewis-hamilton-holt-sechsten-titel-65797382.sport.html>
96. Süddeutsche Zeitung. Online: <https://www.sueddeutsche.de/politik/trump-steuererklaerungen-amtsenthebung-1.4630752>