

Radboud Universiteit Nijmegen

Duitse Taal en Cultuur

Dr. Sonja Häffner

## **Gesprächsrunde oder Talkshow?**

**Ein kontrastiver Vergleich in der mündlichen Verwendung von Anglizismen  
zwischen Niederländisch und Deutsch**

Maik Schoonderbeek

S4229401

Cimbaallaan 32

5402 AZ Uden

maik.schoonderbeek@student.ru.nl

26. Juni 2015

## **Abstract**

Die Dominanz der Vereinigten Staaten und historische Ereignisse haben dafür gesorgt, dass Englisch im Moment die *lingua franca* der Welt ist. Nicht jeder freut sich über diese Dominanz, da die sich auch in der Sprache wiederfindet. Die Debatte, ob der Transfer von Anglizismen stimuliert oder gebremst werden muss, ist jedoch noch nicht abgeschlossen. Diese Studie hat zum Ziel zu untersuchen, wie stark sich die sprachpuristischen Gedanken in der niederländischen bzw. deutschen Sprache ausgewirkt haben. Dabei werden spezifisch die freie Verwendung von Anglizismen in der gesprochenen Sprache und die Verwendungsmotivation der Sprecher beobachtet, denn die Schriftsprache ist schon ausführlich untersucht worden, der mündliche Sprachgebrauch aber noch nicht. Um diese Frage zu beantworten, werden zehn deutsche und zehn niederländische Talkshows analysiert und werden Wortart, Verfügbarkeit von Synonymen und die Frequenz von Anglizismen notiert. Es stellt sich heraus, dass Niederländer pro Minute mehr Anglizismen verwenden als Deutsche. In Bezug auf die Wortart lässt sich feststellen, dass es nur in der Verwendung von Adverbien und Adjektiven Unterschiede zwischen Schriftsprache und gesprochener Sprache gibt. Dazu verwenden Niederländer öfter Anglizismen, obwohl es ein Synonym gibt. Die Niederländer verwenden Anglizismen also öfter aus Mode bzw. Mehrwert als die Deutschen. In Bezug auf sprachökonomische Einstellungen (Mangel) gibt es keinen signifikanten Unterschied.

## **Inhaltsverzeichnis**

1. Einleitung .....	1
2. Zum Begriff ‘Anglizismus’ .....	4
3. Was ist Sprachwandel?.....	5
3.1 Sprachkontakt.....	6
3.2 Die Sprachkontaktsituation .....	7
3.3 Die Verwendungsmotiven .....	8
4. Sprachpurismus .....	10
4.1 Niederländischer Sprachpurismus .....	12
4.2 Deutscher Sprachpurismus .....	14
5. Material und Methode .....	15
5.1 Material .....	15
5.2 Methode.....	17
6 Ergebnisse .....	19
6.1 Ergebnisse vorstellen.....	20
6.2 Methodendiskussion.....	22
6.3 Ergebnisdiskussion.....	23
6.4 Folgerungen aus den Ergebnissen .....	24
7. Schlussfolgerung .....	25
Literaturverzeichnis.....	27
Anhang 1: Anglizismen verwendet in Jinek.....	29
Anhang 2: Anglizismen verwendet in Markus Lanz.....	32

## **Tabellenverzeichnis**

Figur 1: Sprachhaltung der Niederländer.....	16
Tabelle 1: Wortarten der Anglizismen.....	23
Tabelle 2: Verwendungsmotivation.....	24
Tabelle 3: Anglizismen pro Minute (ApM) .....	25

## 1. Einleitung

A: „Zeg, nu ik je toch zie, heb je het nieuwe *businessplan* al gezien?”

B: “Nee, ik dacht dat het nog *geprocessed* werd. De *marketing options* waren toch nog niet *gemonitored*?”

A: “Jawel hoor, en de *product managers* hebben ’t stuk al *gechecked*. Was jij dan niet *involved*?”

B: “Nee, ze hadden met wel op *stand by*, maar ik was even in Bangkok voor die *turn around job, remember*? En door die *trip* ontbrak mij de *feedback*.”

(Posthumus 1991:3)

Oben ist ein Fragment aus einem Gespräch zwischen zwei niederländischen Managern wiedergegeben, wie das heutzutage aussehen könnte. Wenn man dieses Gespräch nur kurz beobachtet, fällt auf, dass es eine große Menge englische Wörter enthält. Es scheint die Kommunikation zwischen den Gesprächspartnern jedoch nicht zu stören. Schlussfolgerung: sie sind es auf diese Weise gewöhnt.

Englisch ist eine der einflussreichsten Sprachen in der Welt. Von Millionen Menschen ist Englisch die Muttersprache und in mehr als 100 Ländern wird Englisch als Fremdsprache unterrichtet. Vermutlich sprechen ungefähr 750 Millionen Menschen fließend Englisch: dazu zählen Muttersprachler und Menschen, die Englisch als Fremdsprache sprechen. In der Europäischen Union wird Englisch nämlich fast in jedem Land unterrichtet, was eine Zunahme der Englischsprechenden zur Folge hat.

Da die englische Sprache von immer mehr Leuten beherrscht wird, hat Englisch die Position einer Lingua Franca in der Weltkommunikation eingenommen. Dieses bedeutet, dass die englische Sprache die ‚gemeinsame Sprache der Welt‘ geworden ist. Laut Hänninen (2011) ist ein wichtiger Grund für diese Entwicklung die zunehmende Rolle der Medien, die immer mehr Status erwerben. Die Medien sind wichtig in der Übertragung von Film, Musik und Fernsehen und sind also nicht nur für die Übertragung von Sprache, sondern auch für die Überlieferung der englischen Kultur sehr geeignet (vgl. Berns 2007: 3). Außerdem ist Englisch auch an kulturellen Arbeitsplätzen ein wichtiges Mittel zur Kommunikation geworden, sowohl in Bezug auf Instruktion und Gespräche zwischen Arbeitern untereinander

als auch in der Begriffsführung von fachspezifischen Aspekten, z.B. in der Technologie und Naturwissenschaft. Es lohnt sich also immer mehr, die englische Sprache völlig zu beherrschen (vgl. Hänninen 2011: 9).

Schon seit dem 5. Jahrhundert hat die Entlehnung aus der ‚englischen‘ Sprache in europäische Sprachen zugenommen. Obwohl die Zahl übernommener Anglizismen im Mittelalter nur langsam stieg, wurden ab dem 16. und vor allem nach dem 18. Jahrhundert aus mehreren Bereichen englische Wörter ins Deutsche übernommen, z.B. aus der Literatur, Wirtschaft und Politik (vgl. Busse 2008: 37f). Als das Englische im 19. Jahrhundert das Französisch als Modesprache ersetzte, wurden auch auf dem Gebiet der Mode Wörter integriert. Dazu kamen später Bereiche wie Sport, obwohl einige dieser Begriffe eingedeutscht wurden, z.B. Fußball statt *football*, Strafstoß statt *penalty* (vgl. Stedje 2007:185f).

Vor allem im letzten Jahrhundert hat die dominante Position des Englischen sich verstärkt, aber schon in der Periode des Britischen Empire wurde die Basis dieser Dominanz gelegt (vgl. Berns et al. 2007:17f). Crystal (2003) ist der Meinung, dass für diese Überlegenheit nicht nur geographisch-historische, sondern auch soziokulturelle Faktoren verantwortlich waren. Die frühen Entdeckungsfahrten waren der erste Schritt der Verbreitung von der europäischen und englischen Kultur in der Welt. Die Tatsache, dass die Vereinigten Staaten, eine ehemalige Kolonie Englands, sich im 20. Jahrhundert wirtschaftlich und politisch explosiv entwickelt hatte, spielt dabei auch eine Rolle. Aus kultureller Perspektive kann man beobachten, dass in Domänen wie Politik, Handel, Wirtschaft und Medien Englisch sich eine führende Position erworben hat. Die Motivation, die dieser Entwicklung zur Grunde liegt, ist, dass eine gemeinsame Sprache als wirtschaftlich und sozial vorteilhaft gesehen wird (vgl. Crystal 2003: 10, 29ff).

Die Kolonisation, die industrielle Revolution und die wirtschaftliche Macht der Vereinigten Staaten sind Beispiele aus einer Zeit, die schon weit zurück liegt. Im 20. Jahrhundert gibt es jedoch auch Ereignisse, die sich zum Vorteil der englischen Sprache entwickelt haben, wie die elektronische Revolution in den 1970er Jahren. Die technologischen Begriffe werden hauptsächlich aus dem Englischen übernommen und in andere Sprachen integriert. Dies führte jedoch zu der Kritik, dass die englische Sprache andere Sprachen in der Zukunft vielleicht total ersetzen würde. Heutzutage ist das noch immer ein Punkt der Diskussion, mit einerseits den Sprachpuristen, die Englisch aus der Sprache wehren möchten und andererseits den Fanatikern, die die Vorteile der sprachlichen Integration verteidigen

(vgl. Hänninen 2011: 10f).

Der Gebrauch von Fremdwörtern war am Ende des letzten Jahrhunderts schon ein großes Thema und ist das heute immer noch. Die Motivation, wieso man diese Wörter über die Wörter aus der eigenen Sprache bevorzugte, war eine große Frage, die man zu beantworten versuchte. Es stellte sich heraus, dass vor allem aus der englischen Sprache oft Wörter übernommen wurden. Diese Wörter werden Anglizismen genannt. Die Beschreibung des Phänomens Anglizismus wird im zweiten Kapitel ausführlich besprochen.

Auch ist vielfältig diskutiert worden, ob die Entwicklung, dass immer mehr fremdsprachliche Einflüsse übernommen werden, positiv auf die eigene Sprache wirkt, oder dass diese Entwicklung gehemmt werden muss. Die Übernahme von fremdsprachlichen Einflüssen in die Muttersprache wird Sprachwandel genannt. Dieser Prozess wird im 3. Kapitel erläutert, in dem spezifisch auf die Entlehnung von Fremdwörtern geachtet wird.

Der Sprachwandelprozess wird nicht von allen Menschen unterstützt. In den Niederlanden wurde mal von der ‚englischen Krankheit‘ gesprochen (vgl. Weinreich 1964 in: Venker 2012, S.3). Einerseits gibt es die Sprachpuristen, die glauben, dass es den Untergang der Sprache bedeutet, wenn man die eigene Sprache nicht von fremdsprachlichen Einflüssen schützt. Andererseits gibt es auch Anhänger dieser Tendenz, die auf die Vorteile des Sprachwandels hinweisen. Heutzutage ist die Diskussion noch immer nicht eindeutig abgeschlossen. Diese Sprachdebatte wird als sozialer Kontext dienen. Kapitel vier wird sich mit Sprachpurismus auseinandersetzen, so dass die erhobenen Daten besser gedeutet werden können.

In der vorliegenden Arbeit wird die Verwendung von Anglizismen in der deutschen und niederländischen Sprache untersucht und analysiert. Die Frage, die diese Arbeit zu beantworten versucht, lautet: Inwieweit gibt es Unterschiede in der Frequenz benutzter Anglizismen zwischen Deutsch und Niederländisch? Zum Thema Anglizismen gibt es schon vielfältige Studien. Diese Studien haben sich aber vor allem mit schriftlichen Daten wie Artikeln und Zeitungen auseinander gesetzt. Aus diesem Grund beschäftigt diese Arbeit sich mit dem mündlichen Gebrauch von Anglizismen. Die Methode wird im 5. Kapitel weiter begründet. Zudem werden die erhobenen Daten dargestellt und diskutiert. Dies wird in Kapitel 6 stattfinden. Im 7. Kapitel wird schließlich eine Schlussfolgerung gezogen und wird die Forschungsfrage beantwortet.

## 2. Zum Begriff 'Anglizismus'

Bevor wir uns ansehen, ob es zwischen Deutsch und Niederländisch Unterschiede in der Verwendung von Anglizismen gibt, ist es wichtig zu definieren, was Anglizismen genau sind. Bereits ab dem 17. Jahrhundert versuchten Wissenschaftler Wörter aus anderen Sprachen zu beschreiben. Sie wurden ‚fremde Wörter‘ und später ‚Fremdwörter‘ genannt. Eine spezifische Art von Fremdwörtern sind die Lehnwörter, die aus anderen Sprachen übernommen werden, weil es in der Muttersprache kein entsprechendes Wort gibt, wie *trottoir* (Fr.) im Niederländischen übernommen wurden ist. Wörter, die aus dem Englischen übernommen worden sind, heißen Anglizismen (vgl. Spitzmüller 2005: 162ff).

Genauso wie bei der Definition des Fremdwortes, gibt es auch bei der Beschreibung von Anglizismen keine eindeutige Sichtweise mit klarer Abgrenzung. Das Wort ‚Anglizismus‘ ist ursprünglich zur Umschreibung eines Lehnwortes gemeint, das wortwörtlich aus der englischen Sprache übernommen wurde. Ein niederländisches Beispiel ist: *„Ik ga even lekker relaxen.“* Diese Anglizismen werden von Sprachpuristen nicht immer als korrekter Sprachgebrauch betrachtet, aber in der modernen Gesellschaft werden sie häufig verwendet. Der Begriff Anglizismus ist nämlich meistens gängig als der Oberbegriff von Entlehnungen aus dem amerikanischen Englisch, dem britischen Englisch und übrigen englischen Sprachräumen, wie Australien und Kanada. Diese Entlehnungen gibt es in allen Bereichen der Sprache: in dem Wortschatz, Grammatik, und sogar im Bereich der morphologischen Flexion (vgl. Kontulainen 2008: 17).

Da dieses Phänomen also ziemlich komplex ist, versuchten Sprachwissenschaftler, wie Broder Carstensen, es mehrmals mithilfe einer präzisen Definition zu deuten. Carstensen hatte sich schon im Jahr 1965 mit diesem Thema beschäftigt. Er ist der Meinung, dass der Begriff Anglizismus sich entweder auf lexikalische Einträge oder auf linguistische Aspekte beziehe, die sich auf phonologische, morphologische und syntaktische Einträge im ganzen Text beziehen müsse. Eine abgegrenzte Definition gab es damals also noch nicht (vgl. Carstensen 1965 in: Mayer 2011:132f).

Es lässt sich also schwer feststellen, was heutzutage zu den Anglizismen gehört und was nicht. Dagmar Schütte (1996) hat in ihrer Forschung zur Anglizismen in Zeitschriftenwerbung mit dem gleichen Problem gekämpft. Sie definiert Anglizismen als

*„Wörter, deren englischer Ursprung anhand von Schreibung und/oder Lautung zumindest rudimentär noch zu erkennen ist, dem*

*Durchschnittsprecher (oder –Leser) als ‚fremd‘ auffallen und eine mit dieser Auffälligkeit verbundene Intention eventuell erreichen können“* (Schütte 1996, zit. nach Wetzler 2006: 46).

In ihrer Sicht werden nur die Anglizismen benutzt, die noch nicht völlig in der neuen Sprache integriert sind, um beim Hörer einen Effekt zu erregen. Die Wörter, für die das nicht gilt, sind auch für diese Arbeit nicht relevant, weil die sich auf den bewussten Einsatz der Anglizismen bezieht. Die Definition von Schütte (1996) wird in dieser Arbeit übernommen und zur Spezifizierung der Analyse angewendet.

Zum Schluss ist es wichtig zu bemerken, dass in manchen Forschungen amerikanisches Englisch und britisches Englisch separat betrachtet werden. In dieser Sichtweise wird davon ausgegangen, dass der Einfluss des amerikanischen Englisch vor allem nach dem Zweiten Weltkrieg aktuell wurde, während das britische Englisch bis zum Ende der Ersten Weltkrieg, also um 1920 international dominant war. Diese Dominanz hat also Einfluss auf die Herkunft der Anglizismen (vgl. Kontulainen 2008: 17f). Auch die Entlehnungen, die ursprünglich nicht aus dem Englischen stammen, werden als Anglizismen behandelt, wenn sie über das Englische ins Deutsche übernommen worden sind (vgl. Hänninen 2011: 16). Dieser Unterschied wird in dieser Arbeit jedoch nicht gemacht, weil die sich nicht dafür interessiert, aus welcher Sprache die Anglizismen stammen, sondern wie sie verwendet werden.

### **3. Was ist Sprachwandel?**

*“Wir können feststellen, dass die Sprache auf allen Ebenen Veränderungen durchmacht“* (Stedje 2007: 18).

Alles, was vom Menschen geschaffen wurde und wird, verändert sich und hat damit auch eine Geschichte. Es ist eine Tatsache, dass Sprachen sich im Laufe der Zeit auch ändern (Ernst 2012: 28). Der Einfluss, der Sprachen auf einander haben, und die Entwicklung der Sprache wird Sprachwandel genannt.

Die Ursachen von sprachlichen Veränderungen sind kompliziert zu beschreiben. Sprachwandel könnte von einer sozialen Gruppe ausgehen, jedoch zu verschiedenen Zeiten oder sogar gleichen Zeiten, aber an verschiedenen Orten stattfinden (Stedje 2007: 8f). Es lässt sich deshalb auch nicht genau bestimmen, wie Sprachen sich verändern, wann ein solcher Prozess stattfindet und was das Ergebnis des Wandels wäre. Die Variationsmöglichkeiten sind



nämlich unendlich. Ernst (2012) zeigt dies anhand des Beispiels der phonetischen Dialektbildung. Dies zeigt, dass die gesprochene Sprache besonders empfindlich sei für sprachliche Änderungen. Laut Ernst (2012) sei die einzige Sicherheit, die wir in Bezug auf die Möglichkeiten von Sprachwandel haben, dass der logischerweise innerhalb der Grenze der menschlichen Anatomie bleiben werde (vgl. Ernst 2012: 28).

Nicht nur die Variationen, die Sprachwandel verursachen, sind zahlreich. Auch die Faktoren, die diesen Wandel auslösen gibt es viele. So spricht Stedje (2007) von inner- und außersprachlichen Ursachen, die man sorgfältig trennen muss. Die innersprachlichen Faktoren, wie die Verkürzung der Satzlänge, lösen manchmal eine Kettenreaktion aus, durch die sie noch Jahrhunderte lang nachwirken können. Die Effekte außersprachlicher Faktoren sind meistens kurzfristiger spürbar, weil sie sich auf den sozialen Charakter der Sprache beziehen. Beispiele von diesen Effekten sind Kulturaustausch durch Handel, politische, wirtschaftliche, technische oder geschichtliche Ereignisse<sup>1</sup> und Veränderungen (vgl. Ernst 2012: 34f). Vor allem der Bereich des Wortschatzes ist für die außersprachlichen Einflüsse zugänglich (vgl. Stedje 2007: 18f).

### **3.1 Sprachkontakt**

Ein Sprachwandelprozess wird von einem Individuum oder einer Gruppe ausgelöst, die sprachliche Informationen wie Wörter aus einer Fremdsprache in die Muttersprache übernehmen und dort verwenden. Wenn diese Anwendung erfolgreich ist, das heißt als grammatisch korrekt charakterisiert und von anderen Sprechern übernommen wird, könnte das neue Konstrukt in die Muttersprache eingeführt werden. Ob und wie schnell dieser Wandel tatsächlich stattfindet, hängt von verschiedenen Faktoren ab, wie das Prestige der Erstbenutzer und wie oft das neue Wort verwendet wird (vgl. Van der Groot 2005: 39f). Hauptsache ist jedoch, dass Sprachkontakt stattfindet, weil Sprachen sich gegenseitig beeinflussen können. Uriel Weinreich (1964) beschreibt Sprachkontakt wie folgt:

*“Two or more languages will be said to be in contact if they are used alternately by the same persons. The language-using individuals are thus the locus of the contact.”* (Weinreich 1964, zit. nach: Wetzler 2006: 25).

Wenn es tatsächlich Sprachkontakt gibt, können also Merkmale aus Fremdsprachen in die Muttersprache übernommen werden. Dabei muss festgestellt werden, dass die Intensität

---

<sup>1</sup> Geschichtliche Ereignisse können auch gezielte Eingriffe in der Sprache sein, wie Martin Luther und Adolf Hitler gemacht haben.

des Kontakts auch eine Rolle spielt. Bei persönlichem Kontakt werden mehr Merkmale aus der Fremdsprache übernommen als bei z.B. Handelskontakt, weil Handelskontakt sich hauptsächlich auf Substantive wie Produktnamen und einigen Standardredemittel beschränkt (Van der Groot 2005: 44f). Der Prozess, mit dem dieses Phänomen stattfindet, nennt Weinreich (1964) 'Borrowing':

*„The attempted reproduction in one language of patterns previously found in another language, other than those patterns of the language from his own.”*

(Weinreich 1964 zit. nach: Wetzler 2006: 25).

Die Definition Weinreichs (1964) spricht von sprachlichen Mustern, die übernommen werden. Dies ist ziemlich vage formuliert, weil mit dieser Beschreibung nicht klar wird, um welche Muster es genau geht. Thomason & Kaufmann (1988) haben entdeckt, dass diese Entlehnungen (*Borrowing*) zuerst auf der Wortebene zutreffen.

*„We know of no exceptions – and would be astonished to find any - to the rule that nonbasic vocabulary is always borrowed first.”* (Thomas et. Al 1988: 74. zit. nach

Wetzler 2006: 26).

Darüber hinaus haben sie unterschiedliche Phasen von Entlehnung beschrieben, variierend von rein lexikalischer Entlehnung bis zur intensiven, strukturellen Entlehnung (vgl. Wetzler 2006: 26f).

### **3.2 Die Sprachkontaktsituation**

Es wird oft behauptet, dass der Sprachwandel noch nie so schnell vor sich gegangen sei wie in der letzten Hälfte des 20. Jahrhunderts, was teilweise auf die raschen Veränderungen in der Gesellschaft zurückzuführen sei. Die Fortschritte z.B. in der Technik und den Naturwissenschaften erfordern immer mehr neue Wörter für Erfindungen und die Massenmedien verbreiten diese über ein großes Publikum (vgl. Stedje 2007: 213). In der Periode 1945-1989 handelte es sich noch vor allem um Fernkontakte, was keine direkte Kommunikation mit Muttersprachlern voraussetzt. Die englische Sprache wurde hauptsächlich in der Schule und durch die Medien übertragen. Charakteristisch für diesen Kontakttyp ist, dass die Lexeme aus der Fremdsprache durch eine kleinere Anzahl von

„Sprachkontaktleuten“ vermittelt werden, die in verschiedenen Bereichen tätig sind und dabei mit Sprachbenutzern der L2<sup>2</sup> in Kontakt treten.

Im Gegensatz zum Fernkontakt ist bei Direktkontakt Kontakt mit Muttersprachlern im alltäglichen Verkehr in einem mehrsprachigen Raum erforderlich. Diese Form von Sprachkontakt ermöglicht es nicht nur, Wörter aus der Fremdsprache zu übernehmen, sondern auch Teile der Kultur. Die starke Orientierung an der angelsächsischen Kultur lässt sich auf die Vormachtstellung der USA in vielen Bereichen der modernen Welt zurückführen. *The American Way of Life* wurde zum weltweiten Standard und erwarb sowohl in den Niederlanden als auch in Deutschland großes Prestige (vgl. Van der Groot 2005: 44). Sowohl in den Medien, der Politik als auch im wirtschaftlichen Bereich sind Amerikaner dominant. Die Orientierung auf Amerika trifft vor allem in Bereichen wie Produktion, Handel, Konsum, Freizeit und Medien zu (vgl. Inghult 2002: 14f).

### 3.3 Die Verwendungsmotive

Auf die Frage, wie die lexikalische Entlehnung überhaupt stattfindet, treffen mehrere Antworten zu. Auch Braunmüller (2000) hatte die Motivation für Entlehnung untersucht und stellte fest, dass Entlehnung entweder durch Mangel, Mode oder Mehrwert<sup>3</sup> ausgelöst wird (Braunmüller 2000 in: Wetzler 2006: 27).

Mit Sprachmangel wird gemeint, dass es Ereignisse oder Gegenstände gibt, die nicht mit den Wörtern aus der Muttersprache definiert werden können. „*The need to designate new things, persons, places and concepts is, obviously, a universal cause of lexical innovation*“ (vgl. Weinreich 1964 in: Wetzler 2006: 56). In dem Fall ist die Muttersprache unzureichend und wird in anderen Sprachen eine Beschreibung gesucht. Diese Form der Entlehnung tritt oft bei der Übernahme von Fachbegriffen auf, weil es praktischer und schneller ist ein Wort aus der anderen Sprache zu übernehmen als sich selber ein Wort auszudenken (vgl. Gärtner 1997, in: Wetzler 2006: 29).

Nicht nur Kleidung, sondern auch Sprache wird von Mode beeinflusst. Mit Mode (auch: Prestige) wird in diesem Fall gemeint, dass man mittels Sprachgebrauch zeigen will, zu einer bestimmten Gruppe zu gehören. Durch den zunehmenden Individualismus wuchs das Verlangen, sich mittels Sprachgebrauch von der Masse zu unterscheiden (vgl. Stedje 2007:

---

<sup>2</sup> Mit L2 wird in diesem Fall die Fremdsprache gemeint. Dieses ist die Sprache, die man neben der Muttersprache erlernt.

<sup>3</sup> Diese Definitionen sind von Braunmüller (2000) erfunden worden und könnten auch unter anderen Namen bekannt sein, wie Sprachökonomie, u.Ä.

196). Laut Wetzler (2006) ist Sprache in erster Linie nämlich ein Mittel zur Kommunikation zwischen Menschen, das als Spiegel sozialer Beziehungen dient. Sprachgebrauch kann die Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe bestätigen, aber auch das bewusste Abgrenzen von anderen sozialen Gruppen ermöglichen (vgl. Wetzler 2006: 33). Higa (1979) beschreibt diese Rolle der Sprache wie folgt:

*„People who want to exhibit their familiarity with foreign cultures, especially so-called prestigious cultures, tend to use foreign words as proud evidence of such familiarity”* (vgl. Higa 1979: 284, in: Wetzler 2006: 28).

Galinsky (2001) hat in seiner Untersuchung zur Verwendung von Anglizismen von ‚Lokalkolorit‘ gesprochen. Dieses Phänomen beinhaltet, dass die amerikanische Kultur seine Wirkung auf die Gedanken des Sprechers hat. Für diesen Einfluss auf die sprachliche Äußerung sei die führende Position der Vereinigten Staaten verantwortlich (vgl. Galinsky 2001 in: Wetzler 2006: 283). Diese Leitkultur hat zur Folge, dass die Verwendung englischer Wörter als modern, dynamisch und vital betrachtet wird. Dies wird als Hauptmotiv der Entlehnung aus dem Englischen angesehen (vgl. Zimmer 1999, in: Hänninen 2011: 13). Ein Beispiel dieser Leitkultur ist die wirtschaftliche Vormachtstellung der Vereinigten Staaten. Da die USA andere Länder dermaßen überlegen sind, z.B. im Bereich der Wirtschaft und Kultur, könnte es passieren, dass dieses Land einen Vorbildcharakter bekommt und seine Sprache und Kultur weiter verbreitet (vgl. Gärtner 1997: 134 in: Wetzler 2006: 29).

Ein deutsches Beispiel von Entlehnung durch Prestige aus den 1940ern ist die Gruppe der Swing Jugend, die sich durch die Orientierung auf Amerika und die extreme Verwendung von Anglizismen bewusst von der Hitlerjugend abgrenzte (vgl. Stölzle 2014: 1). Ein niederländisches Beispiel sind die Grußwörter: Ältere Generationen verwenden Wörter wie *adieu/ajuu* (Französisch), während Jugendlichen oft Grüße wie *bye, see you!* benutzen (vgl. Van der Groot 2005: 50f). Daraus kann man ableiten, dass Französisch bei älteren Menschen und Englisch bei Jugendlichen mehr Prestige genießt.

‚Mehrwert‘ bedeutet, dass man die Verwendung eines Fremdwortes über den Gebrauch der Muttersprache bevorzugt. Dies passiert, weil die Fremdsprache entweder kürzere, präzisere oder praktischere Ausdrucksvarianten als die Muttersprache enthält. Diese ‚sprachökonomische Haltung‘ führt dazu, dass die komplizierten Strukturen aus der Muttersprache durch die einfacheren, wirksamen Varianten aus der Fremdsprache ersetzt werden (vgl. Higa 1979, in: Wetzler 2006: 27). Laut Holland (2007) werden Anglizismen in

der Pressesprache vor allem wegen der ‚katalysierenden Wirkung‘ benutzt, das heißt, dass „neue Wörter und Ausdrücke durch Medien populär werden können und sich mithilfe der Pressesprache ausbreiten“ (vgl. Holland 2007, in: Hänninen 2011: 42).

Vor allem die einsilbigen Wörter scheinen für dieses Prestige sehr geeignet zu sein, weil sie laut Galinsky (2001) kürzer, präziser und anspruchsvoller als die muttersprachlichen Varianten seien. In Bezug auf die englische Sprache werde der metaphorische Charakter als positiv erlebt. Bei englischen Ausdrücken sei die Bildhaftigkeit oft stärker als im niederländischen oder im deutschen, z.B. *brainwashing*, statt *hersenspoeling* oder *Gehirnwäsche*. Dieses trage zu einer positiven Zunahme der Lebendigkeit des Sprachgebrauchs bei (vgl. Galinsky 2001, in: Wetzler 2006: 283; Stedje 2007: 213ff).

#### **4. Sprachpurismus**

Da jetzt klar geworden ist, wie Sprachwandel funktioniert, sollte klar werden, dass dieser Prozess nicht von jedem unterstützt wird. Es gibt Leute, die der Meinung sind, dass außersprachliche Faktoren, wie Anglizismen, nicht in die Muttersprache aufgenommen werden müssen. Die Strömung, die versucht vorzubeugen, dass die Sprache sich in dieser Weise ändert, wird Sprachpurismus genannt.

Der Sprachpurismus ist eine Strömung bzw. Richtung, die sich gegen den (übermäßigen) Gebrauch von Fremdwörtern kehrt. Es ist die Rolle der Sprachpuristen, die Grenze zu ziehen, was noch als ‚gutes Sprachverhalten‘ akzeptiert werden kann und was nicht. Die sprachpuristische Haltung wird hauptsächlich durch die Faktoren Sprachsolidarität, Identitätsbildung und Prestige bestimmt (vgl. Thomas 1991: 59). Die Haltung den Anglizismen gegenüber ändert sich in Perioden von Toleranz, gemäßigttem Purismus und extremem Purismus.<sup>4</sup>

In Perioden von Toleranz werden Argumente für Entlehnung angeführt, wie Vereinfachung der internationalen Kommunikation oder neue Impulse für die Fachsprache, während in Perioden von Purismus das Gegenteil behauptet wird, also dass die Fremdwörter überflüssig sind (vgl. Van der Groot 2005: 82ff). Falls es sprachliche Funktionen gibt, die unakzeptabel wären, sollte nach der Meinung der Sprachpuristen ihr Prestige verringert werden und dem Gebrauch dieser Funktionen vorgebeugt werden. Dieser Prozess funktioniert

---

<sup>4</sup> In Perioden von extremem Purismus geht es meistens nur um eine kleine Gruppe, die sich gegen die ausländischen Einflüsse wehrt.

auch in der anderen Richtung: wenn das neue Sprachverhalten (z.B. die Verwendung von Anglizismen) akzeptiert wird, steigt das Prestige und wird die Benutzung stimuliert (vgl. Thomas 1991 S.59f). Es ist also wichtig zu bestimmen ob die Haltung Anglizismen gegenüber im Deutschen und Niederländischen im Moment tolerant ist oder nicht. Dies wird in Kapitel 4.1 (niederländische Sprachhaltung) bzw. 4.2 (deutsche Sprachhaltung) weiter besprochen.

Unter anderem Van der Groot (2005) und Ernst (2012) behaupten, dass Sprachpurismus emotional und nationalistisch geprägt wird (vgl. Van der Groot 2005: 82ff; Ernst 2012: 221). Sprachkritiker fürchten Verlust der eigenen Sprachidentität durch die zunehmende Verwendung von Anglizismen. Die Angst vor dieser englischen Dominanz wird von ihnen ‚Anglophobia‘ genannt (vgl. Venker 2012: 1).

*“Men is niet zozeer bang voor de invloed van de taal van een ander volk als wel voor de politieke, economische en culturele invloed.”* (Van der Groot 2005: 87).

Man fürchtet also, dass der ausländische Einfluss sich nicht nur auf die Sprache beschränkt, sondern auch kulturelle, politische und wirtschaftliche Veränderungen auslösen könnte. Diese Angst ist von Crystal (2003) untersucht worden. Crystal (2003) hatte die Haltung von ehemaligen Kolonien zu der englischen Sprache erforscht und es stellte sich heraus, dass auch in diesen Ländern ein gewisser, durch Nationalismus ausgelöster, Sprachpurismus auftauchte. Die Argumente, die Sprachpuristen in Deutschland anführten, waren die gleichen wie es sie in den Niederlanden gab: Überflüssigkeit der Fremdwörter, Verfall der eigenen Sprache und Verlust der eigenen Identität (vgl. Crystal 2003: 29f).

Neben emotionalen und nationalistischen Gefühlen liegt beim Purismus oft eine starke Politisierung zu Grunde, was erklärt wieso diese Bewegung in Deutschland um 1871, als der deutsche Staat gegründet wurde, auf seinem Höhepunkt war. Im Jahr 1885 wurde in Deutschland der Allgemeine Deutsche Sprachverein gegründet. Während sowohl der ADS als auch sein niederländischer Bruder ALV (Algemeen Nederlands Verbond) sich anfänglich zum Ziel gesetzt hatte, eine einheitliche Sprache zu bilden, haben sie heute die Pflege der Sprache und die Stärkung des Nationalbewusstseins als Ausgangspunkt (vgl. ALV 1994: 1; Ernst 2012: 232).

Mit Sprachpflege wird beabsichtigt, dass die Sprache für jeden verständlich sein sollte, unabhängig von den Fremdsprachenkenntnissen, was durch die Zunahme der Fremdwörter

nicht möglich sei. Es ist also nicht das Ziel der Sprachvereine um alle Fremdwörter aus der Sprache zu wehren. Sowohl der ADS als auch der ALV haben sich heutzutage auf eine beratende Rolle beschränkt, z.B. Vorschläge zur Ersetzung ausdenken und erklären wieso niederländische bzw. deutsche Äquivalente besser geeignet wären als Lehnwörter (vgl. Braamkolk et al. 2005: Vorwort).

*“The arguments are all to do with identity, and with language as the most immediate and universal symbol of that identity. People have a natural wish to use their own mother-tongue, to see it survive and grow, and they do not take kindly when the language of another culture is imposed on them”* (Crystal 2003: 125).

Wie oben schon kurz erwähnt wurde, ist die Sprache also eine der wichtigsten Symbole der eigenen Identität, die Länder versuchen zu behalten. Die Abgrenzung von anderen Gruppen durch sprachliche Einheit ist eine mögliche Ursache für die Entstehung puristischer Gedanken. Die Sprache wird dann mit der eigenen Identität verbunden und diese sollte von fremdem Einfluss geschützt werden. Dies bedeutet jedoch nicht, dass es immer gleichzeitig sprachpuristische und nationalistische Einflüsse geben muss. Hauptsache ist, dass bei Purismus immer Sprachkontakt mit einer anderen Sprache oder fremder Sprachvariation vorausgegangen ist (vgl. Thomas 1991: 133).

#### **4.1 Niederländischer Sprachpurismus**

Es gibt viele verschiedene Arten von Sprachpurismus, die verschiedene Sprachen betreffen. In Bezug auf die niederländische Sprache spricht Thomas (1991) über sogenanntes ‚Trimming purism‘: sprachpuristisches Verhalten als Reaktion auf potentiell bedrohliche Einflüsse auf die Sprache. Dieses Verhalten lässt sich dadurch erklären, dass die Niederlande in der Geschichte mehrmals von anderen Sprachen dominiert worden sind. Fremdsprachen, wie Spanisch und Französisch haben in der Geschichte mehrmals versucht, die niederländische Kultur zu verändern. Diese Fremdsprachen wurden als ‚feindlich‘ gesehen und allen ausländischen Versuchen das Niederländische zu verändern, wurde entgegengewirkt.

Die Tatsache, dass die Niederländer trotzdem für die Übernahme von Fremdwörtern empfänglich sind, kann laut Venker (2012) der beschränkten Größe des Landes und ihrer Abhängigkeit vom Ausland zugeschrieben werden. Dies zeigt sich z.B. in der Abhängigkeit

vom internationalen Handelsverkehr und bei der Verwendung von Untertiteln bei Filmen und im Fernsehen statt Nachsynchronisation (vgl. Cenoz & Jessner 2000, in: Venker 2012: 14f).

Dass der ausländische Einfluss nicht immer abgelehnt wurde, ist in der Geschichte nachweisbar, zum Beispiel im 18. Jahrhundert, als der niederländische Adel in der Regel Französisch sprach, das derzeit die Modesprache war. Da die Sprache hohes Ansehen genoss, ist es durchaus nachvollziehbar, dass Wörter aus dem Französischen ins Niederländische integriert wurden. Diese Situation scheint sich zu wiederholen, dieses Mal aber mit Englisch statt Französisch als Modesprache. Offenbar wird die englische Sprache aber nicht von jedem als Bedrohung, sondern gerade als eine Bereicherung gesehen.

Oft wird behauptet, dass den Niederländern ihre Sprache gleichgültig ist, weil sie in einem Gespräch mit Ausländern sofort auf die Fremdsprache umschalten. Stimmt diese Annahme aber auch? In der Vergangenheit haben mehrere Untersuchungen zur niederländischen Sprachhaltung stattgefunden, die nicht nur die niederländische Haltung zu englischen Sprache, sondern auch anderen Sprachen gegenüber erforscht haben. In Bezug auf das Englische sei die Haltung meistens negativ und es wurde in manchen Fällen sogar von der ‚englischen Krankheit‘ gesprochen. Diese Haltung konnte jedoch nicht eindeutig belegt werden (Weinreich 1964, in: Venker 2012, S.3).

In den Jahren 2005 und 2010 führte die Nederlandse Taalunie eine Untersuchung zur Haltung von Niederländern ihrer eigenen Sprache gegenüber durch. Die Umfrage enthielt Fragen in Bezug auf den Klang und

Ästhetik der Wörter, die niederländische Literatur und die Ausdrucksfähigkeit in der Sprache. Die Ergebnisse der Umfragen aus den Jahren 2005 und 2010 sind in Figur 1 dargestellt worden. Von den Befragten behaupteten im Jahr 2005 91% stolz auf die niederländische Sprache zu sein. 2010 betrug dieser Anteil immer noch 86%. Ursachen für diesen Stolz sind z.B., dass die Niederländer ihre Sprache als schön empfinden und dass sie sich gut in der Sprache ausdrücken können (vgl. Taalpeil 2005:1f).

**Bent u trots op uw moedertaal, het Nederlands?**



90% van alle ondervraagden vindt het ook een mooie taal. Hieronder staat waarom:

	Nederlanders	Vlamingen	Surinamers
Ik kan me er goed in uitdrukken	55%	42%	59%
Ik vind de taal mooi klinken	15%	24%	17%
Ik vind dat de taal veel mooie woorden heeft	4%	23%	8%
Ik vind dat er mooie boeken in deze taal geschreven worden	6%	6%	5%

Figur 1: Sprachhaltung der Niederländer (Taalpeil 2010:1)



Hier lässt sich fragen, wieso die Niederländer Anglizismen brauchen, wenn sie sich in ihrer eigenen Sprache gut ausdrücken können. Wenn die niederländische Sprache zum Ausdrücken ausreichen würde, dann wären diese Wörter doch überflüssig? Auf die Frage, was für einen Mehrwert die Entlehnungen bieten, antworteten im Jahr 2005 50% der Niederländer, dass die Lehnwörter die Sprache schöner machen, weil sie mehr Ausdrucksmöglichkeiten bieten. 2010 sank diese Prozentzahl auf 30% der Niederländer. Im Jahr 2005 erfuhr ein Drittel der Befragten die Verwendung von Entlehnungen als eine Verarmung. Diese Zahl war 2010 ungefähr gleich geblieben (30%). Die Befragten, die Entlehnungen als eine Verarmung sahen, fürchteten, dass die niederländische Sprache ihre Identität verliere. Auch gebe es genügend Alternativen und seien die Entlehnungen deswegen überflüssig (vgl. Taalpeil 2010:1).

Die Niederländer sind also stolz auf den Klang und die Ausdrucksmöglichkeiten ihrer Sprache, obwohl die im Ausland nicht immer allgegenwärtig sein muss. Der Stolz auf die Ausdrucksmöglichkeiten wird sich wahrscheinlich auf der Ebene der Redewendungen befinden, weil die Niederländer die Übernahme von Fremdwörtern überwiegend als positiv erfahren, genau wegen dieser Ausdrucksmöglichkeiten. Dies lässt vermuten, dass im Moment die niederländische Sprachhaltung Entlehnungen gegenüber tolerant genannt werden kann.

#### **4.2 Deutscher Sprachpurismus**

Der niederländische Sprachpurismus lässt sich also mit ausländischer Beherrschung in Verbindung bringen. In der deutschen Geschichte ist, mit Ausnahme von den Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg, ausländische Dominanz eher ungewöhnlich. Die Form des Purismus, die im Deutschen dominant ist, wird von Thomas (1991) ‚Oscillatory purism‘ genannt: eine Pendelbewegung zwischen einerseits intensivem Purismus und andererseits mehr tolerantem Benehmen, die sich in Perioden abwechseln. Diese Bewegung wird jedoch von den Bürgern selbst eingesetzt und wirkt nicht, wie bei den Niederländern, als Reaktion auf Eindringlinge in der Sprache. Die Spracheinstellung deutscher Bürger ist also wichtig für die Entwicklung des deutschen Purismus. Gärtig, Plewnia und Rothe (2010) haben in einer umfangreichen Umfrage 2004 Versuchspersonen über die Einstellung der Deutschen zu ihrer eigenen Sprache befragt. In ihrer Untersuchung wurde nach u.a. Sprachinteresse, Stolz auf die Sprache und Entwicklung der deutschen Sprache gefragt (vgl. Thomas 1991: 158).

Auf die Frage wie gut die deutsche Sprache ihnen gefällt, hatten sogar 86.6% behauptet eine positive Haltung zu der deutschen Sprache zu haben. Positive Gefühle, die die

deutsche Sprache im Allgemeinen aufrufen, sind „Stolz“ (55.7%) und „Liebe“ (46.5%). Nur 9.5% der Befragten gab an, negativ über die deutsche Sprache zu denken (vgl. Gärtig et al. 2010:14f).

Die Mehrheit der Befragten meint eine Entwicklung der Sprache zu spüren, vor allem in Rechtschreibung (24.9%) und Wortschatz (21.2%). Veränderungen im Wortschatz beziehen sich spezifisch auf die Entlehnungen aus anderen Sprachen (vgl. Gärtig et al. 2010:193f). Entlehnungen machen zwar wie Anglizismen nur 3,7 Prozent des Wortschatzes aus, doch werden sie womöglich häufiger benutzt als der Großteil der restlichen 96,3 Prozent (Köhler 2014). Diese Entwicklung wird nicht von allen Befragten unterstützt: nur 15.2% von ihnen schätzen diese Entwicklung als positiv ein, während 29.5% sie als negativ beurteilen.<sup>5</sup> Der Sprachstolz der Deutschen löst also eine Ablehnung fremdsprachlicher Einflüsse aus.

In der Umfrage wurde dazu noch untersucht, wie die Deutschen die zunehmend wichtigere Rolle des Englischen erfahren. Eine große Mehrheit (61.8%) findet das Szenario, dass in einigen Jahrzehnten nur noch Englisch im Beruf gesprochen wird, schlecht oder sehr schlecht. Die Chance, dass dies auch verwirklicht wird, hält nur 40.9% Prozent der Befragten für wahrscheinlich (vgl. Gärtig et al. 2010:210f).

Die Deutschen sind im Allgemeinen also stolz auf ihre Sprache und der Sprachwandel in Bezug auf Entlehnungen wird aus diesem Grund nicht immer als positiv empfunden. Sowohl die Benutzung von Anglizismen als auch die Dominanz der anglosächsischen Kultur wird von der Mehrheit der Deutschen nicht geschätzt und sogar abgelehnt. Die Deutschen bevorzugen, nach den Daten von Gärtig (2010), ihre eigene Sprache gegenüber dem Englischen. Man kann deshalb vermuten, dass es in der heutigen deutschen Kultur wenig Toleranz für Entlehnungen wie Anglizismen gibt.

## **5. Material und Methode**

Dieses Kapitel wird sich mit dem Material und der Methode dieser Arbeit auseinandersetzen. Zuerst wird die Materialauswahl begründet, anschließend die Methode und schließlich werden die Messinstrumente besprochen.

### **5.1 Material**

---

<sup>5</sup> 52.6% der Befunden antwortete mit “teils/teils”.

Das Material dieser Studie umfasst zehn Fernsehsendungen der Talkshow „Jinek!“ (insgesamt 495 Minuten) vom Fernsehkanal NPO 1 aus den Niederlanden und zehn Fernsehsendungen der Talkshow „Markus Lanz“ (insgesamt 694 Minuten) vom Fernsehkanal ZDF.

Von der Form her gleichen die Sendungen sich, weil alle Sendungen, ohne Werbung, ungefähr eine bis anderthalb Stunde dauern. Die Länge kann pro Sendung etwas abweichen, damit wird aber in der Analyse gerechnet, da die Frequenz in Anglizismen pro Minute (abgekürzt zu ApM) ausgedrückt wird.

Auch werden in diesen Talkshows vielfältige Themen aus dem Alltag besprochen, was eine Verschiedenheit an möglichen Bereichen bietet, in den Anglizismen verwendet werden können. Diese Themen werden zwar nicht notiert, aber es ist wichtig festzustellen, dass in den Sendungen verschiedene Themen angesprochen werden. Es ist nämlich mehrmals belegt worden, dass es in Bezug auf die Tokens Unterschiede gibt, die auf die Themen zurückzuführen sind<sup>6</sup> (vgl. Mayer 2005: 136f, Ingult 2002: 42ff).

Demzufolge ist auch die Zahl der Gäste in der Sendung wichtig. In den Gesprächsrunden werden Sprecher aus mehreren Fachbereichen eingeladen um über unterschiedliche Themen zu sprechen. Diese Vielfältigkeit erhöht die Chance, dass verschiedene Themenbereiche behandelt und dadurch auch mehr Anglizismen benutzt werden.

Insgesamt werden 84 niederländische und 54 deutsche Gäste in die Talkshows eingeladen. Diese Gruppen sind zwar nicht gleich groß, aber da die deutsche Sendungen auch länger dauern, ist das Verhältnis akzeptabel. Hauptsache ist hier, dass die Varianz in Gesprächspartnern und Themen die Chance auf die Verwendung von Anglizismen erhöht, was für sowohl für die niederländischen als auch für die deutschen Sendungen gilt.

Neben den abwechselnden Themen ist auch die Zielgruppe der beiden Talkshows wichtig. Nicht nur die Themen, sondern auch die Sprache wird auf die Zielgruppe abgestimmt. Gärtig et al. (2010) hat die Haltung von Deutschen fremdsprachlichen Einflüssen gegenüber untersucht. Wenn man die Daten mit den Altersgruppen der Versuchspersonen vergleicht, wird ein Unterschied zwischen der Gruppe der über 60-Jährigen und der Gruppe

---

<sup>6</sup> In Bezug auf die Kategorien und Themenbereichen sind internationalorientierte Bereiche wie Wirtschaft und Medien, sowie Technik und Sport am meisten zugänglich für Anglizismen (vgl. Ernst 2012: 235f).

der unter 30-Jährigen deutlich. Die über 60-Jährigen empfinden Entlehnung als besorgniserregend (38.8%), während dies nur für 25.1% von den unter 30-Jährigen gilt (vgl. Gärtig et al. 2010:212). Das Publikum der Sendung ist also wichtig, weil der Haltung gegenüber der Verwendung von Anglizismen also altersabhängig ist. Für beide Talkshows gilt, dass sie sich auf ein Publikum im Alter zwischen 20 und 45 Jahren richten, das sowohl die Jugendlichen als auch die Erwachsenen umfasst.

Ripka (2008) hatte in einem *Casio Ex-word*-Studie mithilfe eines elektronischen Wörterbuchs 1000 Versuchspersonen aus der Altersgruppe 14 bis 65 nach ihrer Haltung Anglizismen gegenüber befragt. Es stellte sich heraus, dass, nach eigener Einschätzung, 49% der Jugendlichen im Alter zwischen 14-25 sehr häufig Anglizismen verwendet. Zum Vergleich: in der Gruppe 56-65-Jährigen waren dies nur 4% der Befragten.

Nicht nur die aktive Verwendung von Anglizismen wurde untersucht, sondern auch wie die Versuchspersonen über den Anglizismengebrauch im Allgemeinen denken. Auch hier gab es in Bezug auf Alter einen Unterschied: Während es den meisten Befragten zwischen 14 und 25 Jahren egal ist, ob englische oder deutsche Wörter in der Alltagssprache verwendet werden, empfinden hier mehr als zwei Drittel der Menschen ab 46 Jahren Anglizismen als störend. Bei Jugendlichen ist die Chance also größer, dass tatsächlich Anglizismen verwendet werden (vgl. Ripka 2008). Für diese Altersgruppe ist es dann wahrscheinlich, dass tatsächlich Anglizismen benutzt werden, weil jüngere Personen mehr Anglizismen verwenden werden als ältere Personen, und diese Zielgruppe umfasst beide Personengruppen (vgl. Van der Groot 2005: 51f).

## **5.2 Methode**

Diese Untersuchung bedient sich der Methode der Interviewanalyse, weil Beobachtung von Situationen, in denen die Versuchspersonen frei sprechen, die geeignetste Methode für soziolinguistische Forschung ist. Die Begründung für diese Annahme ist, dass auf diese Weise das spontane Sprachverhalten gemessen werden kann, was also repräsentativ für die Alltagssituation der Versuchspersonen ist (Lefebvre, M. & Dejonkheere, P. 2014: 34f). Deshalb wären Programme wie die *Tagesschau* oder eine Seifenoper ungeeignet, weil diese mit einem Skript und daher mit geschriebener statt gesprochener Sprache arbeiten. In Gesprächsrunden werden jedoch Gäste interviewt, die ohne schriftliche Vorbereitung antworten und auf die Fragen des Talkshowmoderators reagieren müssen. Dadurch ist dieses Sprachverhalten als spontan zu bezeichnen.

In der Analyse wird der Unterschied zwischen mündlichem und schriftlichem Sprachgebrauch beobachtet. Die schriftliche Verwendung von Anglizismen ist schon von Inghult (2002) und Kontulainen (2008) untersucht worden. Diese Wissenschaftler haben beide mit einem umfangreichen Zeitschriftenkorpus die Verwendung von Anglizismen und die Benutzung verschiedener Wortarten, wie Verben und Adjektive, analysiert. Diese Studien dienen als Vergleichsmaterial, wenn die mündliche und schriftliche Verwendung von Anglizismen in Bezug auf die Wortarten beobachtet wird. Die Wortarten von den erhobenen Daten werden mit den Ergebnisse von Inghult (2002) und Kontulainen (2008) verglichen.

Alle Wörter, die nach der schon erwähnten Definition von Schütte (1996) als Anglizismen gelten, d.h. dass rudimentär abzuleiten ist, dass sie aus der englischen Sprache übernommen sind, werden in einer Tabelle aufgelistet. Von diesen Anglizismen werden die Wortart und die Frequenz beobachtet. U.a. Kontulainen (2008), Mayer (2005) und Inghult (2002) haben nämlich nachgewiesen, dass ein Großanteil von Substantiven zu erwarten ist bei lexikalischen Innovationen, gefolgt von Adjektiven und Verben.<sup>7</sup>

In Zweifelsfällen werden das DWDS etymologisches Wörterbuch für die deutsche Sprache und *Etymologiebank* für das Niederländische benutzt, da die Herkunft der Wörter sich manchmal schwer bestimmen lässt. Es könnte nämlich auch der Fall sein, dass ein Wort zwar englisch ‚aussieht‘, aber dass es ursprünglich aus einer anderen Sprache stammt. Nur Wörter, die aus dem angelsächsischen Sprachgebiet stammen, sollen in dieser Studie berücksichtigt werden.

Zusätzlich wird mithilfe des Wörterbuchs beobachtet, ob es für die gebrauchten Anglizismen in der eigenen Sprache Synonymen gibt und wie oft die Anglizismen wieder verwendet werden. Dies zeigt nämlich die Verwendungsmotivation des Sprechers, die in der Schlussfolgerung versucht wird zu bestimmen.

In der Analyse wird die Frequenz der Anglizismen wie folgt formuliert. Jeder unterschiedliche Anglizismus, der benutzt wird, wird in den Tabellen ‚Typ‘ genannt, z.B. das Nomen *Train-*. Alle Varianten dieses Typs, wie *Trainen* und *Trainer* werden als ‚Token‘ gekennzeichnet. Es werden also nicht die Wörter gezählt, sondern die Lemmata. Wichtig ist hier, dass das Verb *trainen* separat betrachtet wird, da die Wortart nicht mit dem Nomen *Train-* übereinstimmt.

---

<sup>7</sup> Kontulainen (2008) verweist auf Daten von Harlass&Vater, die nachgewiesen haben, dass 85% der Lehnwörter Substantive sind, gegen 10% Adjektive und 4% Verben.

Nicht nur auf die Frequenz der benutzten Anglizismen wird geachtet, sondern auch auf die Tatsache, dass es möglicherweise in der benutzten Sprache Synonyme für den verwendeten Anglizismus gibt. Wenn von niederländischen Sprechern ein Anglizismus verwendet wurde und im Deutschen es dafür ein Synonym gibt, im Niederländischen aber nicht, dann wird dies als ‚nicht verfügbar‘ angemerkt. Die Anwesend- bzw. Abwesenheit geeigneter Synonyme könnten Klarheiten in Bezug auf die Verwendungsstrategien geben. Die Verwendungsmotivationen werden nach Braummüller (2000) in entweder Sprachmangel, Mode oder Mehrwert eingeteilt, wie schon in Kapitel 3.2 erwähnt wurde.

In der Analyse wird die Frequenz benutzter Anglizismen in einer Zahl pro Minute ausgedrückt. Dies wird durch Teilung der Gesamtanzahl der Tokens durch die Sendungszeit in Sekunden und Vervielfältigung dieser Zahl mit 60 gemacht. Da dies sowohl für das Niederländische als auch für das Deutsche gemacht wird, können am Ende die zwei Sprachen mittels dieses Ergebnisses verglichen werden. Die Frequenz pro Minute wird für jede Sendung an sich berechnet, damit in der Analyse alle Ausstrahlungen miteinander verglichen werden und mögliche Abweichungen in der Diskussion erläutert werden können.

Schließlich kann in der Tabelle die Gesamtdauer der Sendungen, die Gesamtzahl der Types, die Tokens und die Frequenz benutzter Anglizismen (in Anglizismen pro Minute ausgedrückt) für beide Sprachen abgelesen werden. Darüber hinaus kann die Wortart verwendeter Anglizismen bestimmt und in einem Prozentanteil ausgedrückt werden, so dass die erhobenen Daten mit anderen Studien verglichen werden können und deutlich wird, ob diese Ergebnisse für das normale Sprachverhalten repräsentativ sind oder nicht.

Eine Vorbemerkung ist hier, dass in der Analyse Wörter wie Titel von Büchern, Fernsehprogrammen, Namen von Personen u.Ä. nicht als Anglizismen angemerkt werden, obwohl sie möglicherweise aus dem Englischen stammen. Für diese Titel und Namen gibt es keine Alternative, da die einfach so genannt worden sind.

## **6 Ergebnisse**

Die Methode ist auf die ausgewählten Fernsehprogramme angewendet worden und die Ergebnisse werden in diesem Kapitel dargestellt. Erstens wird die Wortart der verwendeten Anglizismen besprochen um zu zeigen, wie dieses Korpus an den bisherigen Studien anschließt. Danach wird die Frequenz der Anglizismen analysiert, die bei den Mode, Mangel, Mehrwert-Theorie von Braummüller anschließt. Zuletzt werden die Zahlen verwendeter

Anglizismen in Anglizismen pro Minute (ApM) ausgedrückt und werden die Sprachen verglichen.

## 6.1 Ergebnisse vorstellen

Nachdem die Methode erfolgreich auf das Material angewendet wurde, sind die erhobenen Daten in den Tabellen 1, 2 und 3 dargestellt. Diese Daten werden in diesem Abschnitt präsentiert und anschließend in der Diskussion erläutert.

Erstens werden in der Tabelle 1 die Daten in Bezug auf die Wortart dargestellt. Es stellt sich in dieser Wortartanalyse heraus, dass es sowohl Unterschiede in Bezug auf mündlich-schriftliche

Verwendung als auch im Vergleich

Niederländisch-

Deutsch gibt. Dies

besagt, dass das

Korpus, das aus den

<b>Wortart</b>	<b>Niederländisch</b>	<b>Deutsch</b>	<b>Inghult (S.33)</b>	<b>Kontulainen (S.20)</b>
<b>Nomen</b>	76.0%	79.2%	91.0%	96.7%
<b>Adverb</b>	9.1%	8.0%	0.5%	0.4%
<b>Verb</b>	6.9%	5.6%	4.2%	1.1%
<b>Adjektiv</b>	1.7%	3.2%	4.2%	1.8%
<b>Redewendung</b>	6.3%	4.8%	-	-

Tabel 1: Wortarten der Anglizismen

Fernsehsendungen hergestellt wurde, repräsentativ ist für die allgemeine Sprachhaltung von Niederländern und Deutschen.

Mithilfe der Tabelle wird nämlich klar, dass die Nomina als Wortart am meisten aus der englischen Sprache übernommen wurden (76.0% bzw. 79.2%), zweitens die Adverbien (9.1% bzw. 8.0%), gefolgt von den Verben (6.9% bzw. 5.6%), Redewendungen (6.3% bzw. 4.8) und schließlich die Adjektive (1.7% bzw. 3.2%). Diese Ergebnisse entsprechen grob den Daten von u.a. Inghult (2002) und Kontulainen (2008), die sich mittels eines umfangreichen Korpus auch mit Entlehnung auseinandergesetzt haben. Die Prozentzahlen in den Spalten von Inghult (2002) und Kontulainen (2008) beziehen sich auf das Verhältnis von Wortarten in ihren verwendeten Forschungskorpora.

In allen drei Untersuchungen ist die Dominanz der Nomen unumstritten, obwohl sie vielleicht noch größer wäre, wenn die Redewendungen zu den Nomen gerechnet würden. Auffällig ist jedoch der Unterschied in der Kategorie Adverb, denn beim mündlichen Gebrauch werden diese häufig verwendet (9.1% bzw. 8.0%), obwohl diese Position in der Schriftsprache angeblich von Adjektiven (4.2% bzw. 1.8%) übernommen wird. Außerdem ist

auffällig, dass der Unterschied zwischen den Adjektiven und den Nomen in Bezug auf die Verwendung in der Schriftsprache größer ist als der Unterschied zwischen Adverbien und Nomen in der gesprochenen Sprache. Dies besagt, dass bei der Entlehnung von Anglizismen, die Gesamtanzahl von Entlehnungen stärker in Schriftsprache (91.0% bzw. 96.7%) als beim mündlichen Gebrauch (76.0% bzw. 79.2%) von Nomen dominiert wird.

Nicht nur die Wortarten sind beobachtet worden, sondern auch die Frequenz der Anglizismen und möglichen Synonyme. In der Tabelle 2 ist abzulesen, dass insgesamt 260

niederländische  
und 188  
deutsche  
Anglizismen  
verwendet

	<b>Tokens</b>	<b>Types</b>	<b>Synonym verfügbar (Prozent)</b>
<b>Niederländisch</b>	260	120 (46.2)	97 (80.6)
<b>Deutsch</b>	188	81 (43.1)	54 (66.4)

Tabelle 2: Verwendungsmotivation

wurden, von denen es häufig Anglizismen gibt, die mehrmals benutzt wurden. Aus den Befunden ergibt sich, dass 120 niederländische und 81 deutsche Types verwendet wurden. Diese Types sind nicht nur verschiedene Anglizismen aus einer Sendung, sondern alle einzigartigen Anglizismen aus dem Korpus. Wenn also in zwei unterschiedlichen Sendungen der Typ *club* verwendet wird, werden zwar die Tokens separat gezählt, aber wird es nur als ein Typ gesehen. Zwischen Klammern sind Prozentzahlen dargestellt worden. Für die Types gilt, dass diese Zahl sich auf die Zahl der Tokens bezieht und zeigt, wieviel Prozent der Types mehrmals verwendet wurden. Für die Synonymen gilt, dass die Prozentzahl sich auf die Zahl der Types bezieht, damit deutlich wird, in wieviel Prozent der Fälle ein Synonym verfügbar ist.

Für das englische Wort *understatement* gibt es zum Beispiel kein Äquivalent im Niederländischen. Wenn eine der niederländischen Sprecher dieses Wort benutzen würde, zählt es also als Type, für das es kein Synonym gibt. In der deutschen Sprache gibt es schon ein Wort für *understatement*, nämlich die *Untertreibung*. Wenn ein deutscher Sprecher das Wort *understatement* verwenden würde, zählt das also zu den Types, für die es ein Synonym gibt.

Darüber hinaus lässt sich aus Tabelle 2 klar ableiten, dass in den niederländischen Sendungen öfter als im Deutschen ein Anglizismus verwendet wird, obwohl es ein Synonym gibt. Bei der deutschen Verwendung von Anglizismen war in 66.4% der Fälle ein Synonym verfügbar, während das Niederländisch für sogar 80.6% der gebrauchten Anglizismen eine eigene Variante hat. Daraus lässt sich schließen, dass die niederländischen Sprecher bewusst



darauf verzichten niederländische Wörter zu verwenden und in jenem Kontext einen Anglizismus verwenden. Die Ursache für dieses Verhalten lässt sich vermutlich als entweder Mode oder Mehrwert bestimmten. Welches der zwei Motive hier dominant war und wie die sich zu einander verhalten, lässt sich aber nicht festlegen.

Schließlich wurde auch die Gesamtzahl der verwendeten Anglizismen beobachtet, um die Ergebnisse beider Sprachen zu vergleichen. Aus der Tabelle 3 lässt sich eindeutig schließen, dass in

niederländischen Talkshows verhältnismäßig mehr Anglizismen verwendet werden als in deutschen Talkshows: 260

	Dauer (in Minuten)	Tokens	ApM
<b>Jinek</b>	495.51	260	0.524
<b>Markus Lanz</b>	694.36	188	0.271

Tabelle 3: Anglizismen pro Minute (ApM)

niederländische Tokens in Bezug auf 188 deutsche. Die Beobachtungszeit der niederländischen Sendungen ist zwar kürzer (495.51 Minuten im Vergleich zu 694.36 Minuten im Deutschen), aber die Zahl der Anglizismen ist dermaßen hoch, dass die Frequenz immer noch signifikant höher ist als bei den deutschen Sendungen: fast zweimal so hoch.

## 6.2 Methodendiskussion

Erstens muss bemerkt werden, dass die Daten, die aus der Analyse hervorkommen, auf einen signifikanten Unterschied hindeuten, obwohl das Korpus ziemlich gering ist. Im Vergleich zu Inghult (2002), der mehr als 1000 Artikel von dem *Spiegel* analysiert hat, sind zwanzig Fernsehsendungen mit einer Gesamtdauer von 1200 Minuten nicht sehr umfangreich.

In Bezug auf die Methode können sowohl Vorteile als auch Nachteile festgestellt werden. Alle Sendungen dieses Korpus sind im Internet aufgesucht und beobachtet worden, was als Vorteil hat, dass die Sendungen auf beliebige Momente pausiert werden können um Daten oder Bemerkungen zu notieren. Auch kann die Sendung nochmals angeschaut werden, indem es das erste Mal Unklarheiten gab. Weiter waren die Sendungen schon chronologisch sortiert und gespeichert, wurden die Gäste und dazu auch die Dauer vermeldet, was die Erhebung formaler Daten vereinfacht hatte.

Außerdem wurde mittels des Beobachtungsformulars sofort sowohl Wortart, Synonymen als auch die Gesamtzahl der Anglizismen gemessen. Auf diese Weise konnten die drei Hauptfragen mit den gleichen Daten beantwortet werden. Nachteil dieses Formulars war, dass Äußerungen wie *the redroom of pain* nicht zu den Nomen, sondern zu den

Redewendungen gezählt wurden. Vergleichbare Korpora als Inghult (2002) und Kontulainen (2008) machten diese Trennung nicht.

Als Nachteil dieser Methode kann weiter angemerkt werden, dass nicht alle Sendungen noch im Internet verfügbar waren. Markus Lanz war zwar immer sehr aktuell und wird heutzutage noch immer ausgestrahlt, aber Jinek hatte am 27. Februar ihre letzte Sendung. Demzufolge mussten vorherige Sendungen gesucht werden, was für Markus Lanz nicht immer möglich war, da die Sendungen nicht immer im Internet gespeichert worden waren. Aus diesem Grund war es auch nicht möglich alle Sendungen von denselben Daten anzuschauen.

Die Fernsehprogramme Jinek und Markus Lanz sind in Bezug auf Zielgruppe, Sendungszeit und Themenbereich inhaltlich sehr ähnlich. Ein wichtiger Unterschied ist jedoch, dass Jinek ihre Gäste einlädt um über Themen aus der Aktualität zu sprechen, während die Gäste in Markus Lanz für ihre persönlichen Geschichten eingeladen wurden. Die Themenbereiche, aus denen die Anglizismen stammten, konnten dadurch bei Markus Lanz nicht festgelegt werden und damit war auch ein Themenvergleich zwischen Jinek und Markus Lanz unmöglich geworden.

### **6.3 Ergebnisdiskussion**

Die erste Frage, die beantwortet werden muss, ist wie sich der mündliche Gebrauch von Anglizismen zum schriftlichen verhält. Aus den Daten, die in Tabelle 1 dargestellt werden, stellt sich heraus, dass, abgesehen von der Position der Adjektive (schriftlich) bzw. Adverbien (mündlich), die gebrauchten Wortarten sich stark ähneln. Die Dominanz der Nomen ist im schriftlichen Sprachgebrauch zwar stärker, aber in beiden Bereichen werden Nomen am häufigsten verwendet.

Weiter wurde untersucht inwieweit es Unterschiede in der Verwendungsmotivation von Anglizismen zwischen Niederländisch und Deutsch gibt. Die Tatsache, dass Anglizismen mehrmals verwendet werden, stärkt die Vermutung, dass hier von Sprachmangel gesprochen werden kann, sonst werden wahrscheinlich mehr Wörter aus der eigenen Sprache verwendet. Wenn es sich nämlich um Fachbegriffe handelt, oder um Wörter, die es in der Muttersprache nicht gibt, müssen die Anglizismen immer wieder aufgegriffen werden. Die Sprecher beider Sprachen verwenden also Anglizismen aus der Sicht des Sprachmangels.

Aus der zweiten Tabelle lässt sich in Bezug auf die Motivation ableiten, dass es oft eine andere Ausdrucksvariante für den Anglizismus gibt, die aber gezielt ignoriert wird während der Anglizismus bewusst bevorzugt wird. Daraus lässt sich schließen, dass nicht von Gebrauch aus Mangel, sondern aus Mode oder Mehrwert gesprochen werden kann. Welche der zwei Motivationen dabei die entscheidende Rolle spielt, lässt sich nicht bestimmen, also die Trennung zwischen den Verwendungsmotivationen Mehrwert und Mode ergibt sich nicht aus den Befunden.

Letztens wurde die Frage gestellt, wie sich die Frequenz verschiedener Anglizismen zwischen Niederländisch und Deutsch verhält. Aus diesen Daten von Tabelle drei geht eindeutig hervor, dass Niederländer empfänglicher sind für die Verwendung von Anglizismen als Deutsche. Die niederländischen Gäste haben nämlich fast zweimal so viel Anglizismen in weniger Zeit verwendet als die deutschen. Daraus folgt, dass die Deutschen dem Sprachpurismus gegenüber wahrscheinlich positiver sind als die Niederländer. Sprachpuristen versuchen die Sprache zu schützen gegen Eindringlinge. Anglizismen sind die modernsten Eindringlinge in der Sprache, die von den Niederländern also mehr verwendet und damit auch mehr akzeptiert werden als von den Deutschen. Die Deutschen suchen, wie auch in Tabelle 2 dargestellt wurde, eher eine Umschreibung aus der eigenen Sprache als die Niederländer, die ihre Zuflucht bei den Anglizismen suchen.

#### **6.4 Folgerungen aus den Ergebnissen**

Bei der Analyse ist aufgefallen, dass sehr viele Wörter nicht aus dem Englischen, sondern aus dem Französischen übernommen worden sind. Außerdem gab es häufig Entlehnungen, die zwar aus dem Englischen übernommen wurden, aber aus dem Französischen stammen, wie das Wort *Professional*. Dies wurde aber bewusst aus der englischen Sprache entlehnt, dazu englisch ausgesprochen, und deshalb zu den Anglizismen gezählt. In der Sprachpurismusdebatte nimmt die Entlehnung von Anglizismen eine zentrale Position ein, aber weitere Forschung könnte sich darauf fokussieren, ob diese Diskussion auch für die Gallizismen geführt wird.

Dazu muss der mündliche Gebrauch von Anglizismen nochmals mit einem umfangreicheren Korpus überprüft werden. 20 Stunden liefern zwar eine Menge Daten, aber vielleicht wird ein größeres Korpus zu anderen Ergebnissen führen.

Weiter muss klar gemacht werden, in welchen Fällen genau von Entlehnungen aus Mode und aus Mehrwert gesprochen werden kann. Diese Studie hat die Entlehnungen aus Sprachmangel zwar freigelegt, der Trennung zwischen Gebrauch aus Mode und aus Mehrwert konnte aber nicht gemacht werden.

## **7. Schlussfolgerung**

Ziel dieser Arbeit war die sprachpuristische Einstellung von Niederländern und Deutschen zu analysieren. Um dies zu ermöglichen, wurden 10 Fernsehsendungen vom niederländischen Programm Jinek und 10 Sendungen vom deutschen Programm Markus Lanz zu analysieren. Bei der Analyse wurde auf die Verwendungsmotivation, Wortart und Frequenz von Anglizismen geachtet. Anglizismen sind Wörter, die aus dem angloamerikanischen Sprachraum stammen und in eine andere Sprache übernommen worden sind. Da es zahlreiche Definitionen von dem Phänomen Anglizismus gibt, musste für diese Arbeit eine festgelegt werden. Diese Analyse stützt sich auf die Definition von Schütte (1996). Die Definition besagt, dass nur Wörter, die noch nicht ganz in der Sprache integriert sind, sondern noch rudimentär zu erkennen sind als Anglizismen zu definieren sind.

Aus den analysierten Daten geht hervor, dass es in Bezug auf die Wortarten wenige Unterschiede zwischen mündlichem und schriftlichem Gebrauch von Anglizismen gibt. Die Nomen sind sowohl in der mündlichen als auch in der schriftlichen Verwendung dominant, aber obwohl in der Schriftsprache die Adjektive als zweithäufigste verwendet wurden, wurde in der mündlichen Verwendung die zweite Position von den Adverbien eingenommen.

In Bezug auf die Verwendungsmotivation lässt sich schließen, dass die Niederländer im Vergleich zu den Deutschen Anglizismen öfter aus entweder Mode oder Mehrwert verwenden. Die Niederländer verwenden nämlich in 80% der Fälle einen Anglizismus, obwohl es meistens eine niederländische Alternative gibt. Für die Deutschen beträgt diese Zahl ‚nur‘ 66%. Dazu benutzen sowohl die Niederländer als auch die Deutschen häufig Anglizismen aus Sprachmangel, z.B. bei Fachbegriffen wie *facilitator*.

Aus dem Kapitel 4 ging hervor, dass sowohl die Niederländer als auch die Deutschen stolz auf ihre Sprachen sind. Die Niederländer sind stolz auf den Klang und die Ausdrucksmöglichkeiten ihrer Sprache (vgl. Taalpeil 2005:1f). Die Tatsache, dass Niederländer sich in der Muttersprache gut ausdrücken können, wie aus der Umfrage von Taalpeil (2010) abgeleitet werden kann, entspricht die Analyse dieser Studie jedoch nicht. Aus der Analyse geht nämlich hervor, dass Niederländer oft Anglizismen einsetzen, obwohl

es ein niederländisches Synonym zur Verfügung gibt. Die Befunde dieser Studie lassen sich jedoch gut mit einer anderen Frage aus der Umfrage verbinden, nämlich, dass die Niederländer die Übernahme von Fremdwörtern überwiegend als positiv erfahren, genau wegen dieser Ausdrucksmöglichkeiten (vgl. Taalpeil 2010).

Wie im 4. Kapitel auch erwähnt wurde, sind die Deutschen im Allgemeinen stolz auf ihre Sprache und der Sprachwandel wird aus diesem Grund nicht immer als positiv erfahren (Gärtig et al. 2010). Dies stärkte die Vermutung, dass die Deutschen weniger Anglizismen verwenden würden als die Niederländer, was tatsächlich der Fall ist. Die Ergebnisse dieser Studie stimmen also mit den Daten aus der Studie Gärtigs et al. (2010) überein.

Schließlich wurde festgestellt, dass die Niederländer mehr Anglizismen pro Minute (0.524 ApM) als die Deutschen (0.271 ApM) verwenden. Die Deutschen bevorzugen Formulierungen aus der eigenen Sprache, während das Niederländische sehr empfänglich für die Entlehnungen aus anderen Sprachen ist. Alles in allem kann man aus der vorliegenden Untersuchung ableiten, dass die Deutschen tatsächlich ein sprachpuristischeres Verhalten haben als die Niederländer, da sie weniger Anglizismen benutzen.

## Literaturverzeichnis

Algemeen Nederlandsch Verbond (1944), *Taalzuivering*. 12. Auflage, Dordrecht: Scheffer Drukkerij.

Berlin-brandenburgische Akademie der Wissenschaften (2014), *Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache*. <http://www.dwds.de> (18.05.15).

Braamkolk, A., v. Leeuwen, J., Rusch, A.J. (2005), *'k Heb u lief, mijn Nederlands*. 2. Auflage, Amsterdam: Stichting Taalverdediging.

Busse, Ulrich (2008), Anglizismen im Deutschen: Entwicklung, Zahlen, Einstellungen. In: Sandro Moraldo (Hrsg.), *Sprachkontakt und Mehrsprachigkeit*. Heidelberg: Universitätsverlag Winter, 37-68.

Crystal, D. (2003), *English as a Global Language*. 2. Auflage, Cambridge: Cambridge University Press.

Donaldson, B.C. (1983), *Dutch: a linguistic history of Holland and Belgium*, 1. Auflage, Leiden: Martinus Nijhoff.

Ernst, Peter (2012), *Deutsche Sprachgeschichte*. 2. Auflage, Wien: UTB Basics.

Gärtig A.K, Plewnia A. & Rothe A.(2010), Wie Menschen in Deutschland über Sprache denken: Ergebnisse eines bundesweiten Repräsentativerhebung zu aktuellen Spracheinstellungen. *Arbeitspapiere und Materialien zur deutschen Sprache*. 40, 1, S. 13-14, 192-195, 210-212.

Hänninen, S.A. & Karikoski T. (2011), *CRAZY, EMO UND ANDERE NEUE ANGLIZISMEN SOWIE CODE-SWITCHING AUS DEM ENGLISCHEN IN DER DEUTSCHEN JUGENDSPRACHE*. Ihre Form und Funktion am Beispiel des Jugendmagazins POPCORN, Magisterarbeit, Universität Jyväskylä.

Inghult, Göran (2002), *Neue Anglizismen im Deutschen und Schwedischen 1944-1989*. Transferenz und Integration aus kontrastiver Sicht. 1. Auflage, Stockholm: Almqvist & Wiksell International.

Köhler, Peter (2014), Aus dem hohlen Hirn. Die uncoolsten Tücken der gentrifizierten Sprache. *Die Tageszeitung*, 03. Dezember 2014.

Kontulainen, Erika (2008), *Anglizismen im Deutschen*. Eine Untersuchung des Nachrichtenmagazins Der Spiegel. 1. Auflage, Stockholm: Stockholms Universitet.

Lefebvre, M. & Dejonckheere, P. (2014), Knikkeren we nog met bolleketten en marbels? *Nederlands van nu*. 63, 1, 34-37.

Mayer, Lana Z. & Putnik, Manuela N. (2011), VON *POWERFRAUEN* BIS *JUNK-FOOD-ESSERN*: ANGLIZISMEN IN DER SPRACHE DEUTSCHER FRAUENZEITSCHRIFTEN. *The Journal for Languages and Literatures*. 112, 1, 132-145.

Nederlandse Taalunie (2005), De Nederlandse Taal: feiten, cijfers en meningen. *Taalpeil*. 94, 1, 1-3.

Nederlandse Taalunie (2010), Nederlands Wereldtaal, *Taalpeil* 99, 1, 1-4.

Posthumus, J. (1991), Anglicismen in Nederlandse vermomming. *Onze Taal*. 5, 1, 3-7.

Ripka, Anna (2008), Sofa oder Couch? Neue Studie zu Anglizismen. <http://www.workingoffice.de/Top-Themen/161/4902/Sofa-oder-Couch--Neue-Studie-zu-Anglizismen.html> (14.02.2015).

Sijs, Nicoline van der (2010), *Etymologiebank*. <http://etymologiebank.nl/> (18.05.2015).

Spitzmüller, Jürgen (2005), *Metasprachdiskurse*. Einstellungen zu Anglizismen und ihre wissenschaftliche Rezeption. 1. Auflage, Berlin: Walter de Gruyter.

Stedje, Astrid (2007), *Deutsche Sprache gestern und heute*. 6. Auflage, Paderborn: Wilhelm Fink.

Stölzle, A., Trost, G. (2014), *Die Swing-Jugend*. <https://www.planet-wissen.de/politik-geschichte/drittes-reich/kindheit-im-zweiten-weltkrieg/swingjugend.jsp>, (29.03.2015).

Thomas, George (1991), *Linguistic Purism*. 1. Auflage, New York: Longman Inc.

Venker, L.A. (2012), *The role of English in the Netherlands*. 1. Auflage, Tilburg: Tilburg University.

Wetzler, Dagmar (2006), *Mit Hyperspeed ins Internet*. Zur Funktion und zum Verständnis von Anglizismen in der Sprache der Werbung der Deutschen Telekom. 4. Auflage, Heidelberg: Peter Lang.

## Anhang 1: Anglizismen verwendet in Jinek

1	3D-Hubs	1	Coaches	1	Fans
1	3D-prints	1	Collateral-damage	1	Fastfood
1	Airline	1	Comfortzone	1	Film
1	Airmiles	1	Commercial	1	Fine
1	App	1	Condom	1	Fit
1	Badhairday	1	Crash	1	Format
1	Beam-me-up-Scotty	1	Crashsite	1	Fulltime
1	Big-business	1	Creditcard	1	Fundamentals
1	Billion-dollar- opportunity	1	Credits	1	Gangster
1	Brainwash	1	Creepy	1	Glossie
1	Brand	1	DNA	1	Good-for-her
1	Breaking-News	1	Damage-controle	1	Guilty-pleasure
1	Briefing	1	Dashboard	1	Guy
1	Bucketlist	1	Deal	1	Happening
1	Business	1	Down-to-earth	1	Hard)drugs
1	Celebraties	1	Downloaden	1	Hardcore
1	Chat	2	Drugs	1	Hardcore-fan
1	Checklist	1	Editprogramma	1	Headlines
1	Cheers	1	Escort	1	Hightlights
2	Claim	1	Excited	1	Hooligans
1	Cloud	1	Export	1	Hot-item
3	Club	1	Facelift	2	Hype
1	Coach	1	Facilitator	1	Hypen



1	Hysterie	1	Nerd	2	Scannen
1	Impact	1	Netwerk	1	Screenen
1	Input	1	Nine-eleven	1	Selfie
1	International	1	Non-profit	1	Senior-collegues
2	Interview	2	Not-done	3	Sex
1	Jungle	1	Orgy	1	Shots
1	Ladiesnight	1	Overdrive	1	Signdancers
1	Lift	1	Overriding	1	Skyline
1	Link	1	Overruled	1	Slip
3	Live	1	Panel	1	Start-ups
1	Lobbyclubs	1	Plastic	1	Statement
1	Loverboy	1	Poster	1	Stewardess
1	Loverboys	1	Powerplay	1	Sticker
1	Mail	1	Prime-minister	1	Streetcredit
1	Mainstream	2	Privacy	1	Stress
1	Make-up	1	Producer	1	Styling
1	Manager	1	Professional	1	Superfood
1	Marketing	1	Professionals	1	Supporter
6	Media	2	Radar	1	Tabloid
1	Meeting	1	Rappen	2	Talkshow
1	Megahit	1	Red-room-of-pain	2	Team
1	Mindset	1	Research	1	Tips-and-tricks
1	Mini-me	1	Rolemodel	1	Trail-by-media
1	Monitoren	1	Scan	1	Trainen

- 1 Trainings
- 1 Trigger
- 1 Tutorial
- 1 Understatement
- 1 Unit
- 1 Website
- 1 Websites
- 1 Whatever
- 1 Wishful-thinking

## Anhang 2: Anglizismen verwendet in Markus Lanz

1	Add	1	Deal	6	Job
1	Approach	1	Dildo	1	Kick
1	Back-up	1	Easy	2	Laptop
1	Best-buddy	1	Elevatorpitch	1	Level
1	Bestmans	1	Fan	1	Limit
1	Black-out	1	Film	2	Link
1	Bodybuilding	2	Fit	1	Lobby
1	Boxen	1	Freeze	1	Lobbyist
1	Briefing	1	G-Force	1	Make-Up
1	Butler	1	Gentleman-host- Bachelor	1	Make-up
1	Challenge	1	Gerichtsreporter	1	Management
1	Chat	1	Happy	1	Manager
1	Clever	1	Happy-End	1	No-go
1	Club	1	Head-to-head	1	Okay
1	Coaching	1	Hit	2	Outing
1	Cockpit	1	Hobby	1	Outlet
1	Cocktailbar	1	Homepage	4	Party
1	Coffeeshop	1	Host-city	1	Performance
1	Comedyschleiß	1	Hugging-the-pilons	1	Pimpfen
1	Comfortzone	1	Image	1	Plus-size-Modell
3	Cool	2	Interview	1	Posten
1	DVDplayer			1	Publicity

2	Puzzle	1	Straight
1	Range	1	Straight-size-Modell
1	Reflex	1	Taxi
1	Rockstars	2	Team
1	Running-gag	1	Teenager
1	Safeword	1	Testlauf
1	Scout	1	Timing
1	Server	1	Tipp
2	Sex	1	To-make-a-long-story- short
1	Sexshop	1	Train
1	Sexy	1	Trainer
2	Shock	1	Training
1	Shoppen	2	Trick
1	Show	1	Westmanbanker
2	Single	1	flirten
1	Smoking	1	she's-a-man-trapped- in-a-woman's-body
1	Sms		
1	Sniper		
1	Speeddating		
1	Spoiler		
1	Sponsor		
1	Sportreporter		
1	Stars		