EMILIA MUNCACIU – CODARCEA

KLAUSENBURG

Zum Gebrauch von Modewörtern im heutigen Deutsch – amerikanismen und anglizismen als Modewörter

Einleitende Bemerkungen

Die deutsche Gegenwartssprache ist gekennzeichnet durch die Vielfalt ihrer Existenzformen, Varietäten genannt, wie auch durch die Entwicklungstendenzen, zu denen auch Modewörter, Internationalismen, Amerikanismen und Anglizismen gehören.
Da die Sprache in Bewegung ist und sich evolutiv entwickelt, ist es verständlich, warum Begriffe wie Veränderungen, Entwicklung und Tendenzen immer öfter in der sprachwissenschaftlichen Literatur vorkommen. Die Entwicklung kann natürlich in zwei Richtungen verlaufen: vom Besseren zum Schlechteren (Dekadenztheorie) oder vom Schlechteren zum Besseren (Progreßtheorie).
D. E. Zimmer meint, daß ein Wort nicht erst dann verstanden wird, wenn man seine Etymologie versteht:

> Die Bedeutung eines Wortes lernt man einzig und allein, wenn man lernt, wofür es in der Gegenwart verwendet wird, welchen Begriff, welche Sinnstelle es abdeckt. Seine Herkunft spielt dabei keine Rolle [….] Wörter kommen über die Sprachgrenzen, verändern beim Gebrauch ihre Gestalt und ihre Bedeutung, werden zu konventionellen Symbolen für die Begriffe, mit denen die Sprecher zu hantieren belieben [….][1]

Daraus kann geschlossen werden, daß Tendenzen oft nur den Beginn und Fortgang eines Prozesses aufweisen, ohne daß die Entwicklung schon abgeschlossen ist. Zu jeder Zeit existieren sowohl veränderliche als auch konstante Bestandteile, denn Veränderung und Stabilität sind gleichermaßen normale Stadien der Sprachgeschichte, die man somit in ihrer Koexistenz als Merkmale der Sprachevolution betrachten soll.
Daher betrachte ich dieses Thema als sehr aktuell und besonders wichtig für die Sprachpflege und den DaF- Unterricht. Leider wurde in Rumänien nur sehr wenig darüber geschrieben und deshalb ist dieses Thema nur wenig bekannt. Das hat mich dazu gebracht, mich für die Entwicklungstendenzen der deutschen Gegenwartssprache zu entscheiden.
Ziel dieser Arbeit ist die Darstellung der Amerikanismen und Anglizismen als Modewörter, wie auch eine Differenzierung Modewort- Schlagwort.
Anglizismen und Amerikanismen als Modewörter werden nicht nur in der

[1] Zimmer, Dieter E.: ***Deutsch und anders. Die Sprache im Modernisierungsfieber***, 1997, Rowohlt Verlag GmbH, Reinbek bei Hamburg, S. 16.

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

Umgangssprache oder Werbung verwendet, sondern auch in der Zeitungssprache, bzw. im politischen Kontext. Diesbezüglich habe ich als Korpus innerhalb des dritten Teils meiner Arbeit Amerikanismen und Anglizismen in politischen Artikeln über den Kosovo-Krieg aus der *Zeit* (April, Mai) ausgewählt.

Schlagwort- Modewort. Definition. Unterschiede

Schlagwörter und Modewörter, meint P. Braun, sind:

> Sprachmittel, mit denen sich die Sprachwissenschaft durchweg zu wenig und die Sprachkritik sich gelegentlich zu viel beschäftigt hat.[2]

Schlagwörter sind Sprachmittel mit starker inhaltlicher Ausrichtung, die oft an Prozessen der politischen Meinungsbildung beteiligt sind. Sie werden heute in Problemzusammenhängen wie Sprache / Öffentlichkeit und Sprache / Politik behandelt.
Fleischer definiert Schlagwörter als "eine Benennung (in Wort- oder Wortgruppenstruktur) mit hoher Textfrequenz in deren Bedeutung aktuelle, gesellschaftlich besonders bedeutsame Sachverhalte begrifflich konzentriert gefaßt werden… Sie erfüllen legitime kommunikative Bedürfnisse."[3]
P. Braun definiert Schlagwörter als "eine Erscheinung der parole, nicht der langue. Ein Wort ist nicht Schlagwort, sondern wird als Schlagwort gebraucht."[4]
Eine besondere Rolle spielen politische Schlagwörter und die üblichsten davon beziehen sich auf Freiheit, Fortschritt, Frieden, Demokratie. Die Entwicklung in Kunst, Wissenschaft und Technik hat ebenfalls charakteristische und wirkungsvolle Schlagwörter hervorgebracht (z.B. Umwelt mit zahlreichen Weiterbildungen; schreibender Arbeiter, Bitterfelder Weg; in der Vergangenheit vgl. die blaue Blume der Romantik, die schöne Seele der Klassik).
Schlagwörter funktionieren besonders im Zeitalter der öffentlichen Medien und müssen daher allgemein und vieldeutig sein. Somit können sie gleichzeitig mehrere Gruppenmeinungen abdecken, während viele sich mit dem Gesagten identifizieren können. Schlagwörter kommen in Situationen vor, sind aber nicht ausschließlich an sie gebunden. Beschreibungsmerkmale für das Einzelwort sind: Unbestimmtheit, Verallgemeinerung, scheinbare Klarheit, Gefühlsbelastung, Typisierung und Programmkondensierung. Neben diesen allgemeinen Schlagwörtern waren in West/Ost-Deutschland: Selbstverwaltung, Mitbestimmung, Pressefreiheit, Meinungsfreiheit, Planungssoll, Klassenkampf, Ausbeutung, volkseigen, friedliche Koexistenz, kalter Krieg.
In der DDR übliche Schlagwörter waren: (nuklearer) Teststopp, Einfrieren der Kernwaffen, Verbot von Weltraumwaffen, und anstelle der nuklearen

---

2 Braun, Peter: ***Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache***, 1993, 3. Erweiterte Auflage, Kohlhammer Verlag, Stuttgart, Berlin, Köln, S. 207.

3 Fleischer, Wolfgang: ***Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache***, 1982, Leipzig, S. 63 ff.

4 Braun, Peter: ***Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache***, 1993, 3. erw. Auflage, Kohlhammer Verlag, Stuttgart, Berlin, Köln, S. 102.

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

Abschreckungsstrategie, das Wort Überlebenspartnerschaft. Ein neueres Schlagwort ist Sozialabbau.
Schlagwörter, die zu abgrenzbaren Gruppen und Sozialbereichen gehören, beziehen sich auf Freiheiten und Rechte: Studienfreiheit, Lehrfreiheit, Freiheit von Studium und Lehre, Freiheit der Kunst, des Wortes., der Meinung; Recht auf Freiheit, Recht auf Arbeit u.a. Sie werden in der Soziologie auch als Leerformeln bezeichnet.
W. Schmidt (1972, S.87 f.) versteht Schlagwörter als Bekenntniswörter für politische, wirtschaftliche und künstlerische Programme und nennt ein paar Beispiele aus dem 18. und 19. Jahrhundert (z.B. Aufklärung, Gedankenfreiheit, Toleranz, Humanität, Menschenrechte, Weltbürgertum, Kulturkampf, Agrarier, Zivilisation, Frauenemanzipation u.a.).
Im Zeitalter der Massenpresse findet das Schlagwort seinen Platz in der Schlagzeile. Dieckmann meint, daß der Gebrauch von Schlagwörtern mit der Demokratisierung der Politik zunimmt und die Existenz einer öffentlichen politischen Rede voraussetzt.

> Schlagwörter waren deshalb lebendig im griechischen Stadtstaat, auf dem römischen Forum und seit dem Ende des 18. Jhs. in Europa und Amerika, bis sie im 20. Jh. weltweite Funktionen bekommen haben.[5]

Im Gegensatz zu Schlagwörtern sind Modewörter sprachformale Ausschmückungen, die allenfalls das Sprachempfinden verletzen.
In der ***Duden***-Definition (***Sinn und sachverwandte Wörter***, Bd. 8) sind Modewörter:

> Wörter, die immer vorkommen, die zu einem bestimmten Zeitpunkt sehr aktuell sind und gewissen wirtschaftlichen, sozialen, politischen, gesellschaftlichen Bedürfnissen entsprechen;

oder:

> Wort, das für eine gewisse Zeit sehr im Schwange ist.[6]

Das ***dtv- Lexikon***, Bd. 12 gibt folgende Definition:

> Modewort: Wort oder Wendung, das sich nach vorübergehender Aktualität bald abnutzt (z.B. 'genau' als Ausdruck bestätigender Zustimmung statt 'ja').[7]

Die Gemeinsamkeit zwischen Modewörtern und Schlagwörtern ist" ihr besonderes Verhalten im Kommunikationsprozeß"[8], obwohl das Modewort nicht die begriffliche Konzentration des Schlagwortes zum Ausdruck bedeutungsvoller Erscheinungen

---

5 Dieckmann, W.: ***Deutsche Sprachkunde***, 1972, Berlin,S. 87-89 .

6 ***Duden***, Bd. 8, ***Sinn- und sachverwandte Wörter,*** 1986, 2. Neu bearbeitete, erweiterte und aktualisierte Auflage, Dudenverlag, Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich, S. 774.

7 ***Dtv-Lexikon,*** Bd. 12, 1992, F.A.Brockhaus GmbH, Mannheim und DTV Verlag GmbH & Co. KG., München, S. 155.

8 Freitag, R.: ***Zum Wesen des Schlagwortes und verwandter, sprachlicher Erscheinungen***, 1974, S. 129-130.

8 Vgl. Heinemann, M.: „*Wie modern sind Modewörter*?" In: ***Sprachpflege***, 1984; 33, S. 157-159.

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

kennt und daher (von vornherein) “eine größere Anwendungsbreite”[9] hat.
Morphologisch gesehen, tritt das Schlagwort fast ausschließlich als Substantiv (oder substantivische Wortgruppe) auf, während Modewörter alle Hauptwortarten sein können: Substantive, Verben, Adjektive, Adverbien und auch Partikeln der verschiedensten Art.
K. E. Sommerfeld ist der Meinung, daß “Modewörter weit öfter […] in der interpersonalen Kommunikation vorkommen und […] für eine rationelle Verständigung in der Alltagskommunikation vielfach gut geeignet sind.”[10] Nach K. E. Sommerfeld wäre es unnötig, in jedem Falle anspruchsloser Alltagskommunikation für Substantive wie Aspekt, Adjektive wie nett, interessant u.a. nach variablen Benennungen zu suchen.
Natürlich wird ein entwickeltes Sprachbewußtsein nach den verschiedenen Kommunikationssituationen differenzieren und eine wirkungsvolle Kommunikation wird auch mit einem Umfang variabler Benennungen operieren können.
So z.B. kennen Adjektive, leichter als Substantive, eine breitere “Ausweitung” der Distribution und damit Bedeutungserweiterungen. Man hat bemerkt, daß das Adjektiv “hoch” viel häufiger verwendet wird in Verbindung mit Substantiven, bei denen vorher eher Adjektive wie „stark“, „groß“, „schnell“, „gut“ üblich waren: hohes Interesse, hoher Kundendienst, hohe Materialökonomie.[11]
Im Hinblick auf den Begriff des Modewortes gibt es relativ große Übereinstimmungen: Es kann hinreichend durch die Sprachpsychologie und die Sprachsoziologie erklärt werden.
H. G. Adler macht einen Vergleich von Mode und Modeverhalten:

> Man spricht vom Diktat der Mode und bezeichnet damit eine Macht, der sich nicht zu fügen schwierig und oft peinlich ist. Dieses Diktat können wir gut am Modewort erkennen. Nicht oft wissen wir, wo es herstammt, mit einem Male scheint es da zu sein, es läuft um, ist allgemein im Gebrauch, sei es als einzelnes Wort oder als Redewendung, sei es mehr in gesprochener Rede oder Schriftsprache.[12]

Modewörter verdanken eine vorübergehende, aber sehr heftige Beliebtheit dem Umstand, daß sie im einzelnen vielleicht ganz zufällig, in tonangebenden Kreisen in Umlauf gekommen sind.
J. Stave nennt sie Status-Symbole, da “jede Gesellschaft einen bestimmten Status hat, dem jeder nacheifert, der ihr angehören möchte und der in vielen einzelnen Symbolen niederschlägt.”[13]
So gelten z.B. für Jugendliche andere Modewörter (dufte, astrein, sagenhaft) als für Gruppen von Erwachsenen.
Es sind Menschen, die die Modewörter verwenden und genießen, und solche die

---

10 Sommerfeld, K. E. (Hg.): ***Entwicklungstendenzen in der deutschen Gegenwartssprache***, 1988, VEB Bibliographisches Institut, Leipzig, S. 123.

11 Vgl. auch Rössler, R.: „‚Mit hohem Schrittmaß weiter auf gutem Kurs‘. Zum Gebrauch von “hoch” in der deutschen Sprache der DDR“. In: ***Sprachpflege*** , 1979, 28, S. 12-14 .

12 Adler, H. G.: „Modewörter“ . In: ***Muttersprache***, 1959, S. 169.

13 Stave, J.: „Modewörter- Lieblinge oder Stiefkinder der Sprache?“ In:: ***Muttersprache***, 1962, S. 83.

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

sie kritisieren, weil sie ihr Sprachempfinden verletzen.
Modewörter stehen in Zusammenhang mit den Wörtern des Jahres, da sie die Vorliebe und Anzahl ihrer Verwendung widerspiegeln. Die Gesellschaft für deutsche Sprache (GfdS) hat sich mit diesem Phänomen beschäftigt und hat in der Zeitschrift ***Fachdienst Germanistik*** in der Rubrik „Sprachkundendienst" eine Wortliste herausgegeben mit den Wörtern des Jahres, mit denen H. D. Schlosser die Wörter bezeichnet, die „dem gesellschaftlichen, politischen oder wirtschaftlichen Leben des vergangenen Jahres ihren Stempel aufgedrückt haben" und mit den Unwörtern des Jahres, wodurch er auf den „gedankenlosen, oft inhumanen und zynischen Sprachgebrauch"[14] aufmerksam machen will.
Nicht uninteressant dürften in diesem Zusammenhang die Wortlisten sein, mit denen B. Carstensen die "Wörter des Jahres" festhalten möchte:[15]
z.B. 1977 – Szene in Zusammenhang mit Sympathisantenszene, Terror-, Literatur-, Opern-, Chanson-, Uniszene; 1978 – Störfall, Rooming-in, Disco, die Schlümpfe; 1979 – Holocaust, alternativ, Jogging; 1980 – Rasterfahndung, Olympiaboykott, zum Anfassen; 1981 – Nullösung, Doppelbeschluß, Nachrüstung, 1982 – Wende, Ellbogengesellschaft, Entrüstet euch!; 1983 – heißer Herbst, Volksaushorchung, Zündi; 1984 – Umweltauto, Formaldehyd, Neidsteuer; 1985 – Glykol, Menschenrechte; 1986 – Ausstieg, Black-out, Tschernobyl.

Amerikanismen und Anglizismen als Modewörter

Als ich im Sommer 1997 mit einem Hochschulsommerkursstipendium nach Erlangen fuhr, konnte ich an der Alltagssprache der Deutschen, wie auch an der der Lehrer an der Universität merken, wie sehr Amerikanismen und Anglizismen in die deutsche Gegenwartssprache eingedrungen sind. Mit ihrem Gebrauch in der Schriftsprache war ich schon vertraut.
Der Terminus Amerikanismus bezieht sich auf die genetische Herkunft eines Wortes und nicht auf die, von denen man annimmt, sie seien aus den Vereinigten Staaten im deutschen Lehnwortschatz eingedrungen.
Im ***Duden*** wird folgende Definition des Terminus Amerikanismus gegeben:

> Sprachliche Besonderheit des amerikanischen Englisch; Entlehnung aus dem Amerikanischen ins Deutsche.[16]

Zum Terminus Anglizismus steht:

> Übertragung einer für das britische Englisch charakteristischen sprachlichen Erscheinung auf eine nichtenglische Sprache.[17]

---

14 ***Fachdienst Germanistik***, Rubrik "Der Sprachkundendienst", 2/1991, S.4 und 11/1991, S.8.
15 Carstensen, B.: „Wörter des Jahres". In: ***Sprache und Literatur***, 1986; 58/1986, S.104 ff.
16 ***Duden. Deutsches Universalwörterbuch A-*** *Z*; 1989, 2. Völlig neu bearbeitete und stark erweiterte Auflage, Dudenverlag, Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich, S. 99.
17 Ebd., S.111.

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

Das ***dtv-Lexikon*** Bd. 1 definiert Amerikanismen und Anglizismen folgendermaßen:
Amerikanismus:

> Wörter, Wendungen oder Schreibungen, die dem amerikanischen Englisch eigen sind oder die aus diesem in fremde Sprachen übernommen wurden.[18];

Anglizismus:

> In eine andere Sprache übertragene englische Spracheigentümlichkeit[19].

Wahrig-Deutsches Wörterbuch definiert Amerikanismen und Anglizismen wie folgt:

> In eine andere Sprache übernommene amerikanische/englische Spracheigentümlichkeit[20].

Viele Sprachwissenschaftler nehmen an, daß die besondere Beziehung zwischen den Vereinigten Staaten und der Bundesrepublik Deutschland den Sprachkontakt und die Interferenz fördert.
Broder Carstensen bezeichnet als Amerikanismen die englischen Wörter, die nach 1945 aus den unterschiedlichsten Bereichen der USA nach Deutschland gekommen sind.
Eine große Zahl von Amerikanismen hat selbst in das Britische Englisch Eingang gefunden.
Amerikanismen können als Teil der Jugendsprache bezeichnet werden, weil sie oft farbige, drastische Jargonwörter sind.
Sie stellen eine wesentliche Entwicklungstendenz der Sprache dar und bilden das Thema heftiger sprachwissenschaftlicher Diskussionen und Untersuchungen. Deshalb habe ich als Hauptquellen der Behandlung dieses Themas die Zeitschriften ***Deutsch als Muttersprache*** und ***Der Sprachdienst*** verwendet, da sie der Rolle von Amerikanismen und Anglizismen besondere Aufmerksamkeit beimessen.
Amerikanismen und Anglizismen sind Teil der Entlehnungsprozesse, die schon 100 Jahre vor dem Zweiten Weltkrieg mit dem Übergang zum Imperialismus (strike- der Streik) begonnen haben und dann erneut in den 20er Jahren des 20. Jhs. stark zugenommen haben (vor allem in Sport, Mode, Musik, Gaststättenwesen, technischen Erzeugnissen usw.). z.B. Bowl, Fashion, Roastbeef, Toast, Trainer, Tip, Derby, Laser, Business, Rock, Jeans u.a.
Nach 1945 setzt der Entlehnungsprozeß verstärkt zunächst in den westlichen Besatzungszonen, dann in der 1949 gegründeten BRD ein. Die DDR und die BRD wurden erst in den Kommunikationsbereichen Tanzmusik, Mode, später Werbung erfaßt und dazu kamen noch die Benennungen für industrielle Erzeugnisse, ein Prozeß der sich auch heute noch fortsetzt.
So zum Beispiel war Rock vor 20 bis 30 Jahren bereits eine moderne Tanzsportart,

---

18 ***DTV- Lexikon***, Bd 1, 1992, F.A. Brockhaus GmbH, Mannheim und DTV Verlag GmbH & Co. KG, München, S.162
19 Ebd., S. 193
20 Wahrig, G.*:* ***Deutsches Wörterbuch***, 1986, Völlig überarbeitete Neuausgabe, Bertelsmann Lexikon Verlag, Gütersloh/ München, S.157 und 165.

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

die aus den USA stammte. Den Tanz nannte man Rock and Roll bzw. Rock'n'Roll. Mitte der 60er Jahre hat sich die Hardrock Variante stark durchgesetzt, die später Heavy Metal Rock wurde. Ein anderes Beispiel ist Beat (im Jazz erzeugtes rhythmisch-metrisches Fundament der Musik). Die Gruppen haben Leader, Bandleader, Backgroundvocals, Synthesizer, Keyboards. Ein Sporttanz ist Breakdance, die Ausübenden werden Breakdancer genannt. Auch Disko, Jeans, Aerobic, Popgymnastik gehören dazu.
Die Amerikanismen gelten als Fremdwörter der deutschen Sprache und G.H.Gärtner unterscheidet vier Gründe für deren Übernahme in der Sprache:
a) Sie können in der Sprache als Konsequenz einer militärischen Besetzung dieses Landes auftauchen;
b) Die wirtschaftliche Stärke kann auch eine sprachliche Wirkung eines Landes auf andere Länder ausüben;
c) Fremdwörter können aus kulturellen Gründen aus einer Sprache übernommen werden (zum Beispiel englische Punks, Rocker);
d) Ein Land wird Vorbild für andere Länder durch seine gesamte Lebensgestaltung und exportiert einen Teil seines Wortschatzes, wenn es technisch-zivilisatorisch den anderen überlegen ist.
Amerikanismen und Anglizismen gelten als Fremdwörter der deutschen Sprache und haben somit ihre Form behalten, aber manche von ihnen haben den Charakter des Lehnworts angenommen (z.B. ausflippen, austricksen, recyceln, canceln), sei es durch Lehnschöpfungen, d.h. Verdeutschung fremder Begriffe (z.B. Öffentlichkeitsarbeit für public relations, Autokino für Drive-in u.a.), Lehnübertragungen, d.h. Zusammensetzungen aus einem deutschen und einem englischen Teil (z.B. Nonstop Flug, Fernsehspot, Bahncard) oder Scheinentlehnungen, d.h. Wörter, die aus englischem Wortmaterial entstanden sind, deren Form es aber weder im amerikanischen Englisch, noch im britischen Englisch gibt, z.B. Showmaster, Splitting, Handy.
Die Gesamtzahl der in deutscher Sprache existierenden Amerikanismen nähert sich der 6.000, von denen einige willkürlich herausgegriffen sind: Bluejeans, Pokerface, Brainstorming, Gangway, Image, Recycling, Trial-and-error-Methode und andere.
Das moderne Englisch übt eine große Anziehungskraft durch seine große Flexibilität und Dynamik aus. So können Verben zu Substantiven mutieren, zum Beispiel the flirt – to flirt, the vacation – to vacation.
Substantive sind kurz, einsilbig und prägnant, zum Beispiel Job, Fan, Test, Pop, Chip, Hit, Gang, Jet. Wörter können ohne Formveränderung zu Substantiven oder Verben verwandelt werden, zum Beispiel down, to down, the ups and downs.

Amerikanismen und Anglizismen als Fremdwörter (in unveränderter Form)

Die heutige Anglisierung scheint auf den ersten Blick auf einzelne sachliche oder soziale Bezirke beschränkt. Beim zweiten Blick aber sieht man, daß sie sich auf mehrere Lebensbereiche beziehen. Davon einige zu nennen sind:
- Amerikanismen im Sprachbereich der Werbung, die sich von der

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

Standardsprache abgrenzen, weil sie keine Rücksicht mehr auf Verständlichkeit nehmen, z.B. in der Kosmetik: Intense-self-tanning-milk (Selbstbräunungscreme), Age-Defying-Fluid for Delicate Skin (Hautcreme der Firma Pond's), moisturizer (Feuchtigkeitscreme), to replenish (ergänzen), Apricot Oil Body Moisturizer Replenishing (Duschgel), beauty (Schönheit), Appeal (Reiz), Smoothing After Shave Balm (Rasierwasser) u.a.

- Amerikanismen im Bereich Reise/ Verkehr/ Tourismus z.B. Inter City Express, Airport, Quick-check-in-Service, Ski-Kids-Corner, Master Card, Skisafaris, Winterfreaks, Snowboards, Skateboards, Skiguide-Tours, Image, Highlight, Fast Food (Schnellessen), Funny Land, Big Apple (New-York) u.a.

Neue Produkte und Moden aus den USA wie Aerobic, Walkman, Snowboard behalten ihre Bezeichnung aus Gründen der besseren Vermarktung, der bewußten Steuerung und somit sind sie in die deutsche Sprache und in das deutsche Denken eingedrungen. Dasselbe geschieht mit dem Fachvokabular im Sport (Basketball, Baseball, American Football, Cheerleader, Caps, Sport).

Auch das deutsche Wort Spaß wird immer mehr vom Englischen fun ersetzt. *Der **Spiegel*** (19.2.96) stellte fest:

> Das reimte sich auf sun (Sonne), roch nach Joop!, versprach Tempo und Girlies und, großer Vorteil, ließ sich kaufen; Spaß muß man machen, fun kann man haben, in jedem Laden.[21]

Eine Tendenz in der deutschen Gegenwartssprache, die als Modeerscheinung gilt, ist die Übernahme des englischen Genitiv 's. z.B. Gaby's Laden, Else's Kneipe oder Treffpunkt des guten Geschmack's, wie eine Mannheimer Metzgerei heißt.

- Amerikanismen aus den Bereichen der Technik, Wirtschaft, Wissenschaft und Politik: z.B appeasement – ein politisch-historischer Fachausdruck, der die Politik des ständigen Nachgebens gegenüber totalitären Staaten oder aggressiver politischen Gruppen beschreibt. Er geht auf das Münchener Abkommen von 1938 zurück.

Chip – ursprünglich nur für eine Spielmarke in einem Spielkasino gebraucht. Später wurde es in die Computersprache übernommen und bezeichnet ein kleines, meist aus Silicium bestehendes Teilchen, auf dem Informationen gespeichert sind;

Lean production ist eine neuere Bezeichnung für eine wirtschaftlich günstigere Produktion bei geringeren Kosten und geringerem Arbeitsaufwand;

Outsourcing ist ein betriebswirtschaftlicher Fachausdruck, der das Abschaffen bzw. Verlagern eigener spezieller Fertigungsabteilungen zugunsten einer Vergabe solcher Arbeiten an flexible Leiharbeits- oder Zeitarbeitsfirmen bedeutet; es wurde als Unwort des Jahres 1996 bezeichnet.

Overkill (fähigkeit) ist ein politisch-militärischer Fachbegriff, welcher bedeutet, daß ein Land mehr militärische Mittel zum Erreichen seiner Ziele einsetzt, als es notwendig ist;

Mobbing ist ein Fachausdruck aus der amerikanischen Sozialpsychologie, der das sich ausbreitende Phänomen des Drangsalierens am Arbeitsplatz benennt.

Andere Amerikanismen sind Appointment (Verabredung), Bypass, Broker (Händler), Corporate Identitiy, Computerboom, Car Hi-Fi, CD-Rom Fan, Cash

---

21 ***Der Spiegel***, 12.04.96; zit. nach ***Fachdienst Germanistik***, 4/96, S. 4.

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

(Kleingeld), Copy-Collage, Copyshop, Deal (Handel), E-mail, Euro Tec-Park, Handy (als Bezeichnung für Mobiltelefone), Headline (Schlagzeile), High-Tech-Profi, Jackpot (Hauptgewinn), Kilo-Pack, Laser, Leasing, Megastore, Media Box, Meeting, Multimedia (Wort des Jahres 1995), Partner, Product Placement, Sale (Schlußverkauf), Sleep-Kick-Taste, Technic Center (Zentrum), Video-Chip, Workshop, Vit-Cash, Update u.a.
Im politischen Kontext war das „Unwort des Jahres 1994“ peanuts. Es bezieht sich auf "die abschätzige Bewertung von Geldsummen, in Finanzkreisen, von denen der Durchschnittsbürger nur träumen könne"[22]. Hilmar Kopper, der Vorstandsvorsitzende der deutschen Bank, verwendete es im Sinne: "Verlust der Bank in Höhe von rund 50 Millionen Mark".
- Das Computer- und Internet- Englisch folge ganz eigenen Gesetzen, verändere das Alltags-Englische und übe größten Einfluß auf das Alltags-Deutsch aus, schreibt Josef Oehrlein in seinem Artikel “Schöne Grüße vom Webmaster und Sysop. Booten, scannen und chatten: Computer, Internet und die deutsche Sprache”:

> Mit dem Browser bin ich zur coolen Homepage eines providers gesurft, habe dann von meinem ftp-Server ein bißchen Shareware gesaugt und mich über ein paar Links zur Site eines Modemherstellers weitergehangelt, mir dort noch ein paar aktuelle Treiber heruntergeladen und dem Web-Master eine E-mail geschickt.[23]

Andere solche Modewörter sind: Hotline, Server, Icon, User, Update, Mouse, Mini-Abo Service, Online-Chats, Laptop, Power Control, PC-User, Short Message Service, Voice Mail Service via Telefon, Sub-Note-Book, Cyber-Space, Homepage.
Diese Überflutung der Sprache von Amerikanismen wird auch in ***Frankfurter Rundschau/Die Presse***, 17.7.1993 kritisiert:

> Wer beim Lunch einem Headhunter lauscht, der über sein Business spricht, bei dem er der Manpower nachjagt, um das Human Capital einer Firma auf Vordermann zu bringen, dem wird klar: das Managerlatein kommt aus dem angloamerikanischen Raum[24].

- Amerikanismen, die dem Sprachgefühl eines jeden einzelnen unterliegen und zugleich an der Schwelle zum Eintritt in den deutschen Standardwortschatz stehen können:
z.B. Big Business, Boom, Crew, Hearing, Trendsetter, Overdressed, Grapefruit, Standby, Second Hand, Walkman, Fit, Talk Show, Cornflakes, Broker, Countdown, Designer, Cartoon, Political Correctness, Hot-Dog, Shop u.a.
- Amerikanismen, die die deutschen Lebensgewohnheiten allgemein betreffen und die deutsche Sprache beherrschen: z.B. Folklore, Job(killer), Joker, Poker, Bodyguard, Gangway, Striptease, Sex-Appeal, Musical, Playboy, Outfit, Trend, Midlife-Crisis, Blackout (Aussetzen, Ausfall), Bodystockings, Lifestyle, Joggen, Fairness, Weekend, Message.
Hierher gehören auch manche jugendsprachliche Ausdrücke : z.B. Typ, Brainie

---

22 ***Fachdienst Germanistik***, 3/95, S.6.

23 ***Frankfurter Allgemeine***, 5.12.1998, zit. nach ***Fachdienst Germanistik***, 1/99, S.4

24 ***Frankfurter Rundschau***/***Die Presse***, 17.7.1993. Zit. nach: ***Fachdienst Germanistik***, 9/93, S.6.

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

(kluger Mensch), Freaks, Kids, Super, Groove (etwas Tolles, Fetziges),Tattoo, Techno, All-Over (ganzflächlich, z.B. all-over tights), Charts (Hitparade),Open Air (im Freien), Total, Xmas, Cool u.a.

- Amerikanismen in den öffentlichen Medien: z.B. Anti-Aging-Wirkstoff, (vollorganischer Wirkstoff) wurde von Jean Pütz erfunden und in seiner Fernseh-Hobbythek verkündet; ein taffer Manager – modisches Outfit. ***Der Spiegel*** schreibt in einer Besprechung des ZDF-Vierteilers "Das Sahara-Projekt":

> [...] ein Held zwischen Pflicht und Verantwortung. Dazu taffe Manager im modischen Outfit[25].

Zu bemerken ist die neue Orthographie auf Lautschriftbasis bei dem Wort taff-tough.

Brain-drain (das Auswandern von Fachleuten, aus finanziellen Gründen), zum Beispiel "Wir müssen den Brain-drain ins Ausland bekämpfen [...]"

Key-points. In einer Tennisübertragung der Australian Open am 25.01.1996 sagte der Sportreporter des DSF H.Gogel während des Spieles Agassi gegen Courier: "Dieser Punkt könnte, wie man auf Neudeutsch sagt, einer der Key-points für Agassi gewesen sein".

Open-end-shuttle-Tour / Pendeldiplomatie: "Minister Christoph ist auf einer Open-end-shuttle-Tour" (Bericht über die 17. Nahostreise, 1996, des amerikanischen Außenministers Cristoph), oder "Minister Christoph und seine Pendeldiplomatie".

Andere Amerikanismen, die in den deutschen öffentlichen Medien erschienen sind, sind: Cool-relaxed. News. Night Session: "Der Deutsche blieb cool und relaxed. Und jetzt die letzten News. Anschließend spielt Bernd Karbacher in einer Night Session gegen Alberto Costa". (***Euronews***); Pricing -Costing (***Der Spiegel***, 11.09.1995); Endutainment (statt Entertainment), Funster (Analogiebildung zu Speedster, schnelles Auto); Smalltalk(fähigkeit), Hip-Hop, Videoclip u.a.

Auch das Fernsehen wird amerikanisiert von Folk-, Game-, Late Night Shows, News, Reality-TV. Fernsehzeitschriften heißen heute: ***TV today***, ***TV movie***, ***TV pur***, das neue Nachrichtenmagazin heißt ***Focus***, und im Laufe des Jahres 1994 wurde ***Spiegel spezial*** zu ***Spiegel special*** umgewandelt.

Die Beispiele dieser Kategorie haben nur wenig mit Wirtschaftsinteressen zu tun und sind nur mit dem alltäglichen Medienbereich verbunden. Die überwältigende Mehrheit der Popmusik, die aus Funk und Fernsehen tönt, kommt aus den USA und beeinflußt weiterhin die Sprache. Computer-, Freizeit- oder Fitneßmarkt, deren Terminologie hauptsächlich englisch ist, sind schon fast in jedem deutschen Haushalt vorgedrungen.

Die ungehemmte Benutzung von Amerikanismen in der deutschen Sprache stößt auf den Protest der sprachpflegerisch interessierten Menschen, die mehr die Benutzung der deutschen Sprache fordern. B. Carstensen sagt diesbezüglich: "Bescheuert ist das, was die Werbung mit der Sprache treibt".

Der Durchschnittsbürger kann einen solchen Wust aus Technik-, Lifestyle- und Englischhuberei nicht mehr verstehen und will es auch nicht.

Eike Schönfeld, in ihrem ***Lexikon des Neudeutschen***, versteht unter

---

25 Zit. nach: Gärtner, G.-H.: „*No future für Deutsch ?* Amerikanismen in unserer Standardsprache*"*. In: ***Der Sprachdienst*** (4-5/1997), GfdS Verlag, Wiesbaden, S.141.

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

Amerikanischem als dominierende Weltkultur: Fitneß, Kleidung, Hamburger, Comics, Fernsehen, Literatur, Football, Datenautobahn, Political Correctness,

> das ist Coca-Cola, Intel, Hip-Hop, Marlboro, das ist das romantische und aufregende Bild, das zunächst Hollywood und später auch die Werbung von den USA weltweit entworfen haben, das ist die Projektion von Freiheit und Abenteuer, von Optimismus und märchenhaftem Aufstieg- man muß nur zugreifen[26].

Diese oft fehlerhafte Mixtur von Englisch und Deutsch wird von manchen Sprachpflegern kritisiert, von manchen aber als Kennzeichen der großen Assimilationskraft der deutschen Sprache betrachtet. Auf jeden Fall, das Ergebnis könnte so lauten:

> Wenn der Körper der body ist, das Gefühl das feeling und das Wohlbefinden die wellness; wenn es easy ist mit power zu fighten und wenn man ein meeting hat, wo man sich nur trifft, dann sei ein Lamento durchaus angebracht[27].

Amerikanismen und Anglizismen als Lehnwörter

Einen großen Teil der Modewörter bilden die Amerikanismen und Anglizismen, die sich dem deutschen Flexionssystem angepaßt haben. So sind z.B. folgende Verben die in den letzten 10-20 Jahren ins Deutsche importiert wurden: testen, outen, stoppen, handeln (to handle), recyclen, canceln, browsen, klicken, boomen, surfen, fixen, faxen, joggen, dealen, strippen, scannen, clonen, (e)mailen, backupen, booten, ausflippen, austricksen, debattieren, diskuttieren, fokussieren, lokalisieren, realisieren, adressieren, funktionieren, konfrontieren u.a.
Gebrieft (jemanden eingehend über etwas Bevorstehendes informieren), zum Beispiel "Alles wurde vorher ausführlich gebrieft" (Fallschirmspringer im Aktuellen Sportstudio des ZDF)
Feeling-abspacen (sich durch das Raumfliegen eine private Unabhängigkeit schaffen):

> Der Prospekt des Anbieters [...] beschreibt dies als Feeling echt zum Abspacen. (***Der Spiegel***, Nr.29, 18.7.1994, über Canyoning)

Getraded (mit einer Sache handeln): "Sie wurden doch mehrfach getraded ?" (Sportmoderator im Aktuellen Sportstudio des ZDF am 12.11.1994 über Transfersystem für Spieler).
Auch Substantive wurden verdeutscht: z.B. – ion: Administration (Verwaltung), Destination (Endzweck), Evaluation, Option (Wahlrecht), Motivation; – enz: Referenz (Verweis), Evidenz; – ät: Integrität, Aktivität, Realität, Kompatibilität;- er/or: Bunker, Reporter, Bulldozer, Moderator, Trainer u.a. wie: Projekt, Klub, Büro, Schock, Flexibilisierung, Globalisierung usw.
Leaderin. In einem Sportbericht, 1994 fragte der Sportreporter Axel Müller: "Ist die russiche Läuferin Pymptschenko Leaderin ?" Hier wurde eine deutsche weibliche Endung an das englische Wort gehängt.

---

26 Schönfeld, E: ***Alles easy. Ein Wörterbuch des Neudeutschen,*** 1995, C.H.Beck Verlag, München, S.9.
27 ***Fachdienst Germanistik***, 3/97, S.6.

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

Versingelung. Im ***Spiegel*** vom 13.6.1994 heißt es in einem Artikel über Altenwohngemeinschaften: "Mobilität, Versingelung und Zerfall der Familie führen dazu, daß sich die Alten selbst helfen müssen". Das Wort wurde durch Wortbildung eingedeutscht: versingeln+ung.
Handling: Im Presseclub der ARD vom 10.12.1995 sagte der luxemburgische Journalist M.Linden: "Ich würde unterscheiden zwischen Grundsätzlichem und dem Handling, um ein neudeutsches Wort zu gebrauchen".
- Adjektive und Adverbien gehören auch dazu: z.B. ultimativ, aktiv, kreativ, konstruktiv, cool, positiv.
Einen Schritt weiter stellen die Zusammensetzungen dar: z.B. Rockband, Rockgruppe, Rocksängerin; Beatgruppe, Beatband, Beatformation; Tele-/Lottobrücke, Tele-/Lottospiele; Computersprache, -spiele, -zeitalter; PC-Sprache, PC-Neudeutsch, PC-Sprachregelung; Cocktailkleid, Cocktailmantel, Cocktailparty, Cocktailschurze; Interkulturell, Interdisziplinarität, interaktiv, Interzonenautobahn, Intertankstellen, Interdrink u.a.
Der Einfluß des Amerikanischen wird nicht nur auf der semantischen Ebene sichtbar, sondern auch auf der syntaktischen, zum Beispiel die im Englischen beliebten Kettenwörter sind neuerdings auch im Deutschen anzutreffen, besonders in der Werbung: Geld-zurück-Garantie – engl. money-back-guarantee, Freizeit Socken, Trial-and-error-Methode, Nonstop Flug, Bahncard, Fernsehspots, Mentaler Turn- around, Flughafen Zubringer Service, InHausPost, Antiklau-Kode, Topfrisch Discount, Body-Bewußtsein, Schüler Ferien Ticket, One-way-Preise usw.
Die englische Sprache hat die Fähigkeit zu knappen, griffigen, oftmals witzig klingenden Wörtern und deshalb hat die Werbung in den letzten Jahren einen Kultstatus erhalten. Aber auch die deutsche Sprache kann knackig und witzig sein.
In der Jugendsprache erscheint immer wieder das Wort super als Ausdruck des Extremen.
Da sich die Welt immer schneller verändert, werden Lust und Last des Lebens zunehmend der individuellen Verantwortung anheimgegeben.
Everyone is an Original sagt eine Zigarettenwerbung. Übersetzt heißt das: Jeder ist ein Einzelkämpfer. Deshalb klammert sich der Einzelne an Jargon, weil er dann all seine Glücksverheißungen übermittelt.
Nicht uninteressant ist auch die Wortwitzmode, z.B. Bezeichnungen für Fernsehsendungen wie: Wa/h/re Liebe, Showkolade, Musikuß; Werbetexte: High Laitz im Büro; Reisebüros: Suntastic, NaTours; Fahrradläden: Quoradis; Wolladen: Wollust oder Friseursalons: Hin&Hair, Haarlekin und andere[28].
Wie Sie schon bemerkt haben, ist die deutsche Sprache reich an Modewörtern, größtenteils Amerikanismen und Anglizismen, die entweder ihre Form behalten haben, oder sich wegen der Anwendungshäufigkeit und Beliebtheit dem deutschen Sprachsystem angepaßt haben, sei es als Lehnschöpfungen, -übertragungen oder Scheinentlehnungen. Viele Menschen glauben dadurch Prestige zu gewinnen. Das

[28] *Fachdienst Germanistik*, **6/96, S.4**.

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

bleibt jedenfalls ein heikles Debatte-Thema.
Zwar haben Amerikanismen und Anglizismen die deutsche Sprache überflutet, weil sie klarer und wissenschaftlicher wirken und oft auch kürzer sind, jedoch gelangen viele Sprachwissenschaftler wie D.E. Zimmer, P. Braun oder E. Schönfeld zur Schlußfolgerung, daß im Sinne der Sprachpflege die Deutschen die deutsche Sprache in ihrer Vielfalt benutzen und darauf stolz sein sollen, trotz aller liberalen Weltoffenheit und Toleranz.

Anglizismen /Amerikanismen in der *Zeit* (April- Mai 1999)

Modewörter haben eine große Verwendung, nicht nur in der Alltagssprache, sie greifen auch in die Zeitungssprache ein, um besondere Ereignisse der Aktualität zu markieren. Viele von ihnen beziehen sich auf die Politik und werden von Politikern verwendet, um ein bestimmtes politisches Geschehen originell zu beschreiben.
In diesem Sinne haben auch die Journalisten an Modewörter appelliert, um das heikle und umstrittene Kosovo-Problem in ihren Artikeln über den Kosovo-Krieg besonders aktuell zu beschreiben.
Ich habe meine Beispiele aus der ***Zeit*** entnommen, Nummern April-Mai, aus den Artikeln über den Kosovo-Krieg.
Im folgenden werde ich mich nur auf die Anglizismen und Amerikanismen beziehen, die in diesen Zeitungsartikeln die Form des Modewortes angenommen haben und als solche verwendet wurden.
1. In der April-Ausgabe
Substantive:

> Militärisch machbar ist vieles […] aber dann bitte ehrlich und richtig: mit überlegener Stärke, realistischen Zielen und einer klaren exit strategy (8.4.99, S.2)
>
> High-Tech-Waffen (8.4.99, S.6)
>
> Chirac hat mit seinem Einsatz der rapid reaction force in Bosnien einen Kontrapunkt zu seinem Vorgänger Mitterand gesetzt (15.4.99, S.3)
>
> Das westliche Europa ist für die Luftangriffe auf den europäischen Nachbarstaat Jugoslawien auf amerikanisches leadership angewiesen. (15.4.99, S.3)
>
> appeasement, der transatlantische partnership-in-leadership (15.4.99, S.7)
>
> der Nordatlantikpakt steckt in seiner Midlife-crisis (22.4.99, S.2)
>
> High-Tech-Krieger; Cruise-Missile (22.4.99, S.27)
>
> der legal pacifism der rot-grünen Regierung (29.4.99, S.1)
>
> In den Verlautbarungen unserer Regierung ist ein gewisser schriller Ton, ein Overkill an geschichtlichen Parallelen […] (29.4.99, S.6)
>
> Deshalb kommandiert er die common-sense-Puppen mit den Mausklickaugen an die archaische Quelle der Zivilisation. (29.4.99, S.13);
>
> Es wird zu einem Rambouillet light kommen. (22.4.99, S.2).

Verben:

> outen: Aus lauter politischer Korrektheit muß ich mich schon noch outen: Mir ist jetzt ziemlich wurscht, meint M. Scharang, (15.4.99, S. 49); den mörderischen

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

Ethnonationalismus stoppen (29.4.99, S.1); die Gewalt stoppen (22.4.1999, S.4).

2. In der Mai-Ausgabe
Substantive:

High-Tech-Behandlungen: Vertriebene, die eine High-Tech-Behandlung brauchen, etwa für eine Dialyse oder für Krebs im Endstadium, können in einem Flüchtlingslager nicht mehr behandelt werden (6.5.99, S. 6).

Gemessen an dem kritischen Gemurmel von spin-doctors der Nato über Österreichs offenbar unerwartete Verfassungstreue ("Unflexibilität") ist das eine etwas blauäugige Annahme (6.5.99, S. 8).

Collateral damage:

Menschenopfer, die dieses Ordnungsschaffen als collateral damage schafft (Nebenfolge) (6.5.99, S. 8).

Erst dann könnte die Nato endgültig ihre Activation force für die Truppen in Kraft setzen (6.5.99, S.20); peacemaker; peace keeping; peace making; peace enforcement; robust peace enforcement (12.5.99, S.53);

Der Crashkurs in Realpolitik hat sie wahrscheinlich vor dem Zerreißer bewahrt (6.5.99, S.17)

Paris und London wollen die partners in leadership sein; Den Europäern sei dabei die Rolle von Hilfssheriffs für das globale amerikanische Vorherrschaftsstreben zugedacht (20.5.99, S.4)

Plan für Reconstruction; Openess; Development and Integration (20.5.99, S.8)

Sie sollte vermeiden, daß Gemeinschaftsprojekte wie der Kampfjet Eurofighter unerschwinglich werden (27.5.99, S.6).

Verben:

stoppen: Das Ziel der Nato: an der Schwelle zum 21. Jh. Mord und Vertreibung im Herzen Europas zu stoppen (6.5.1999, S.9);

drillen: Eine reguläre Partisanenarmee ist ohnehin auf dezentrale Opposition gedrillt (20.5.99, S. 52).

Diese sind nur ein paar Beispiele von Amerikanismen und Anglizismen als Modewörter, die in der Zeitungssprache vorkommen, um das politische Geschehen darzustellen, sei es kritisch oder nicht. Sie gelten meistens als Bezeichnungen der Kriegs- und Waffentechnologie, z.B. High-Tech-Profi, High-Tech-Waffen u.a.
Der Kosovo-Krieg war Gegenstand zahlreicher Debatten und die Modewörter, die in der *Zeit* (April-Mai) verwendet wurden, wiederspiegeln die Haltung der Politiker und der Gesellschaft gegenüber diesem Krieg. Sie dienen als Kennzeichen des Krieges und zeigen, welche die Reaktion der Gesellschaft dazu ist: Der Krieg habe die Menschenwürde zerstört und sei eine humanitäre Katastrophe gewesen.

Schlußfolgerungen

Im Prozeß der sprachlichen Veränderungen dient die Sprache als Mittel der Kommunikation und als Medium des Denkens.
Die Veränderungen im Denken, besonders im Zeitalter des High-Tech, Computertechnik und Fast Food bewirken auch sprachliche Veränderungen, die

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)

als Entwicklungstendenz der Sprache empfunden werden, wie auch die Modeausdrücke oder die Amerikanismen.
Daß die deutsche Sprache eine "offene Sprache" ist, beweist die große Aufnahmefähigkeit (oder Entlehnungen) für Anglizismen und Amerikanismen. Diese haben sich in der deutschen Gegenwartssprache eingebürgert und sie überflutet. Die deutsche Sprache war abwechselnd fremdenfeindlich und fremdenfreundlich und manchmal beides zugleich. Die innersprachliche Ursache für den Einfluß des Englischen auf das Deutsche sind die weitgehende Übereinstimmung des Aufbaus der beiden Sprachsysteme und gemeinsame Entwicklungstendenzen. Andere Gründe dafür waren: Verständlichkeit, Notwendigkeit, besonders im Bereich der Technik, da wir im Computer-Zeitalter leben, wo die neuen Sachen ihren Namen mitbrachten und die Tatsache, daß seit dem Ende des II. Weltkrieges Amerika die Leitkultur ist und daher dynamisch, flott, jung, vital und sexy wirkt.
Englisch gilt als einfache Sprache, daher die zahlreichen Amerikanismen als Modewörter, aber sie werden häufig falsch verwendet und bei der Hybridisierung der beiden Sprachen verlieren viele Wörter ihre einzelnen Bedeutungen. Die Gefahr liegt also in der von ihnen bewirkten Aufweichung des Regelsystems, der sprachlichen Richtigkeit. Deshalb wird Englisch manchmal übersetzt, manchmal Englisch belassen.
Diese Modewörter, als Kennzeichen der Entwicklungstendenzen der deutschen Gegenwartssprache wurden anhand von Beispielen und Zeitungsartikeln in der Zeitschrift ***Fachdienst Germanistik***, Rubrik “Sprachkundendienst” (1990-1999) analysiert und statistisch ausgewertet. Nebenbei habe ich auch den ***Sprachdienst***, ***Deutsch als Muttersprache*** und ***Die Zeit*** als Quellen meiner Arbeit verwendet.
Das Amerikanische und Englische haben nicht nur die deutsche Sprache beeinflußt, sondern auch andere Sprachen der Welt, wie ich zum Beispiel neulich im Rumänischen bemerkt habe.

Quellen

Fachdienst Germanistik. Sprache und Literatur in der Kritik deutschsprachiger Zeitungen; daraus: „Der Sprachkundendienst“, die Jahrgänge 1990-1999, hg. von Iudicium Verlag, München.
Hoberg, Rudolf: „Fremdwörter. Wie soll sich die Gesellschaft für deutsche Sprache dazu verhalten?“ In: ***Der Sprachdienst***; 5/1996, GfdS Verlag, Wiesbaden.
Oeldorf, Heike: „Von ‚Aids‘ bis ‚Juppifikation‘. Englische Lehnwörter in der Wochenzeitung *Die Zeit*". In: ***Deutsch als Muttersprache. Zeitschrift zur Pflege und Erforschung der deutschen Sprache***, 1990, GfdS Verlag, Wiesbaden.
Der Sprachdienst: 1/94, 2/94, 3-4/94 2/95, 3-4/95, 2/96, 3-4/96, 6/98; GfdS Verlag, Wiesbaden.
Die Zeit. Wochenzeitung für Politik, Wirtschaft, Wissen und Kultur, Jg. 54: 8.4.99, 15.4.99, 22.4.99, 29.4.99, 6.5.99, 12.5.99, 20.5.99, 27.5.99.

BDD-A13219 © 2001 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:00:02 UTC)