



<https://bulletin.vals-asla.ch> · e-ISSN: 2813-7973 · p-ISSN: 1023-2044

Plaschy, S. (2003). Anglizismen in der Pressesprache der deutschen Schweiz. *Bulletin suisse de linguistique appliquée*, 77, 51-66. <https://doi.org/10.5169/seals-978403>

Dieser Artikel ist unter der *Creative Commons Attribution 4.0 International* Lizenz veröffentlicht (CC BY):
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



© Stephanie Plaschy, 2003

Anglizismen in der Pressesprache der deutschen Schweiz

Stephanie PLASCHY

Universität Bern, Institut für Sprachwissenschaft, Länggass-Strasse 49,
CH-3000 Bern 9; stephanie.plaschy@isw.unibe.ch

English is gaining importance in almost all domains of everyday life in the German-speaking world. The influence of English on other languages such as German is no longer restricted to technical terms or science, but is socially acceptable and even necessary for German-speaking society. One domain in which many English words would be expected is that of newspaper language. Four authors of M.A. theses, Pia Engler (*Die Weltwoche* – 1986), Anita Kaiser-Panzer (*Neue Zürcher Zeitung* und *Blick* – 1996), Gabi Lämmli (*Schaffhauser Nachrichten* und *Solothurner Zeitung* – 2000) und Stephanie Plaschy (*Walliser Bote* – 2002), analysed the use of English words in different newspapers from the German-speaking part of Switzerland in order to discover whether the readers of these newspapers need a dictionary to find their way through the linguistic jungle of German and English words. This article provides a description of the four studies including their goals, their quantitative and qualitative approaches as well as their results.

Einleitung

Die Medien der heutigen Zeit beschäftigen sich mit den verschiedensten Aspekten des täglichen Lebens, wie z.B. Politik, Wirtschaft, Kultur, Unterhaltung und Wissenschaft. Sie sind in der Regel ein sicherer Anzeiger für sprachliche Veränderungen in einer Gesellschaft. Die Sprache der Medienkonsumenten, d.h. der Zeitungsleser und -leserinnen¹, aber auch der Radiohörer und Fernsehzuschauer, wird ohne Zweifel von der in den Medien verwendeten Sprache geprägt. Der Einfluss von Radio und Fernsehen auf die Sprache einer Gesellschaft ist heutzutage meist dominierend, da der Radio- und vor allem Fernsehkonsum ständig zunimmt – vom Gebrauch des Internets abgesehen – doch auch das gedruckte Wort der Pressesprache zeigt Wirkung. Vergleichbar mit Radio und Fernsehen ist das linguistische Material, das in Zeitungen verwendet wird gegenwartsbezogen, d.h. es spiegelt die Sprache einer Gesellschaft zu einem bestimmten Zeitpunkt wieder und mehr noch es beeinflusst eben diese. Anders als das gesprochene ist das geschriebene Wort fassbarer und eignet sich deshalb ausgezeichnet für Untersuchungen linguistischer Art.

1 Die männliche Form beinhaltet im Folgenden immer auch die weibliche Form.

Eine Zeitung erfüllt in erster Linie die Aufgabe, ein breites Publikum zu informieren. Um dieser Aufgabe gerecht zu werden, muss die Information sprachlich so verpackt sein, dass alle potentiellen Leser sie möglichst erfassen können. Verständlichkeit ist das oberste Gebot der Pressesprache, deshalb verwenden Journalisten meist einfache, kurze Sätze, kurze Wörter und Sätze ohne viele und/oder komplizierte Fremdwörter.² Die Sprache sollte aber nicht nur verständlich und einfach sein, sondern gleichzeitig auch noch das Interesse des Lesers wecken und ihn dazu bringen, mehr lesen zu wollen und dadurch indirekt den Absatz zu erhöhen. Pfitzner (1978, 37) fasst die Aufgaben der Pressesprache wie folgt zusammen:

- Die publizistische Aussage muss öffentlich sein, d.h. sie muss sich an eine grössere, meist unbestimmte Zahl von Menschen wenden.
- Sie muss aktuell sein, d.h. sie muss noch unbekannte Tatsachen und Gedanken vermitteln.
- Sie muss interessant sein, d.h. sie muss geistige und praktische Bedürfnisse befriedigen, die in der Öffentlichkeit vorhanden sind oder geweckt werden können.

Damit die Verständlichkeit gewährleistet ist, muss der Wortwahl grosse Beachtung geschenkt werden. Nach Pfitzner (1978, 37) ist die Wahl der lexikalischen Einheiten das grösste journalistische Problem: «Beim Wortinventar muss es sich um Sprachzeichen handeln, die dem durchschnittlichen Zeitungsleser vertraut sind oder durch Kontext hinreichend erklärt werden können; die differenziert genug sind, um Nuancierungen zu erlauben; die zeitgemäss und modern sind, um den Leser zu fesseln».

Inwiefern Anglizismen³ diesen linguistischen Ansprüchen gerecht, behandelt Pfitzner nicht. Schneider und Raue (2001, 201 ff.) hingegen raten in ihrem *Handbuch des Journalismus* vom Gebrauch von Anglizismen ab. Laut Schneider und Raue sind Anglizismen «aufgeblähte, abgenutzte, unbrauchbare Wörter». Diese Aussage trifft wohl nicht auf alle Anglizismen zu. Es gibt nämlich Wörter englischen Ursprungs, die nicht oder nur umständlich durch ein deutsches Wort ersetzt werden können, wie z.B. *Disco*, *Doping*, *Tie-Break*; Anglizismen, die aufgrund wissenschaftlicher, wirtschaftlicher oder sozialer Entwicklungen im englischen Sprachraum meist zusammen mit bestimmten Produkten in den deutschen Sprachraum und entsprechend auch in die deutsche Sprache einfliessen und dort ihren Platz behaupten.

2 Vgl. Schneider und Raue 2001, 181-224.

3 Anglizismus = «Entlehnung aus dem [...] Englisch in eine nichtenglische Sprache». (Duden 1981, 433).

Jeder Schweizer liest (fast) täglich eine Zeitung. Braucht er dafür ein Englisch-Deutsch-Wörterbuch, bzw. sehr gute Englisch-Kenntnisse? Sind etwa gar keine Englisch-Kenntnisse notwendig, da Anglizismen nur vereinzelt oder gar nicht vorkommen? Was sind das überhaupt für englische Lehnwörter? Und wieso werden sie verwendet? Mehrere Studierende haben es sich zur Aufgabe gemacht, im Rahmen ihrer Lizenziatsarbeit im Fach Anglistik, den Gebrauch von Anglizismen in der Pressesprache der deutschen Schweiz zu untersuchen. Auf vier Arbeiten zu diesem Thema wird im Folgenden näher eingegangen. Es sind dies die Beiträge von Pia Engler (1986), Anita Kaiser-Panzer (1996), Gabriela Lämmli (2001) und Stephanie Plaschy (2002).

An Investigation of Anglicisms in the German Language based on the Swiss Newspaper *Die Weltwoche* – Pia Engler (1986)

Ziel der Untersuchung von Engler ist es, einen Beitrag zur Diskussion über den Einfluss des Englischen auf die deutsche Sprache der Schweiz zu leisten. Engler beschränkt sich in ihrer Arbeit auf die Analyse von Presstexten der wöchentlich erscheinenden Zeitung *Die Weltwoche*, die sich vergleichbar mit Tageszeitungen mit Aktualitäten, Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Sport, aber auch mit Themenbereichen wie etwa Reisen, Mode oder Gesundheit befasst. Nach Engler (1986, 4) ist eine Zeitung eine ideale Quelle für Untersuchungen zu linguistischen Einflüssen, da «it covers numerous spheres of interest and is less limited in its language than a scientific periodical, for exemple». Engler stellt zudem die Hypothese auf, dass die in der *Weltwoche* verwendeten Anglizismen von den Journalisten sorgfältig ausgewählt werden, da sie im Vergleich zu ihren Kollegen bei Tageszeitungen mehr Zeit zur Verfügung haben, um ihre Texte zu redigieren. Des Weiteren nimmt Engler an, dass die *Weltwoche* vor allem von Personen der sozialen Mittelklasse gelesen wird, die über einen gewissen Bildungsstand und folglich über Englischkenntnisse verfügen, so dass sich die Journalisten nicht wirklich Gedanken machen müssen, ob die von ihnen verwendeten englischen Ausdrücke von der Leserschaft verstanden werden.

Das von Engler untersuchte Korpus umfasst 25 Ausgaben der *Weltwoche*, die zwischen dem 03.01.1985 und dem 27.06.1985 erschienen sind. Untersucht werden nur reine Presstexte; Werbetexte, Anzeigen usw. werden nicht berücksichtigt. Von den 3'226 gefundenen Anglizismen werden in der darauffolgenden Analyse, basierend auf bestimmten Kriterien, die an dieser

Stelle nicht weiter erläutert werden⁴ nicht alle einbezogen. Der hauptsächliche Fokus liegt auf der Untersuchung von lexikalischen Interferenzen⁵.

Engler klassifiziert die ausgewählten Anglizismen nach bestimmten Entlehnungskategorien und Themenbereichen sowie nach deren Korrelation. Bei der Auswertung stellt sie folgende Fragen in den Vordergrund: Welche Kategorien von Anglizismen finden am häufigsten Verwendung? Handelt es sich bei den Anglizismen in der *Weltwoche* um einfache Wörter oder um Komposita? Werden bei der Entlehnung englischen Wortguts bestimmte grammatikalische Wortarten bevorzugt? In welchen Themenbereichen ist die Frequenz der Anglizismen hoch bzw. niedrig? Bei ihrer Untersuchungsmethode stützt sich Engler auf vergleichbare, in Deutschland und Österreich durchgeführte Untersuchungen⁶.

Die wichtigsten Resultate der Analyse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- **Frequenz der verschiedenen Entlehnungskategorien von Anglizismen und idiomatischen Ausdrücken** (n=3'226 Anglizismen)

54,4%	Null-Substitutionen (z.B. <i>boomt</i> , <i>unfriendly takeover</i>)
27,7%	Teilsubstitutionen (z.B. <i>Matchbericht</i> , <i>Insideraffäre</i>)
16,7%	Vollsubstitutionen (z.B. <i>Entwicklungsland</i> , <i>weltweit</i>)
1,2%	idiomatische Ausdrücke (z.B. <i>mein Haus ist meine Burg</i> , <i>American way of life</i>)
- **Frequenz nach Wortart** (n=3'226 Anglizismen)

92,7%	Substantive
4,5%	Adjektive
2,4%	Verben
0,4%	andere Wortarten

4 Vgl. Engler 1986, 12-14.

5 Interferenz = «Beeinflussung eines Sprachsystems durch ein anderes (a) im Individuum, (b) in der Sprachgemeinschaft» (Bussmann 2002, 314). Neben der lexikalischen unterscheidet die Wissenschaft auch noch zwischen der phonologischen, syntaktischen, morphologischen und grammatikalischen Interferenz.

6 Z.B. Fink 1970, Viereck 1980.

– **Themenbereiche mit der höchsten Frequenz der Null-Substitutionen nach Tokens⁷ und Types⁸**

Auslandspolitik	561 Tokens
Wirtschaft	560 Tokens
Thematische Neuigkeiten aus der Kunstwelt	265 Types
Kunst und Kultur	231 Types

– **Themenbereiche mit der höchsten Frequenz der Teilsubstitutionen nach Tokens und Types**

Wirtschaft	461 Tokens
Auslandspolitik	287 Tokens
Wirtschaft	360 Types
Thematische Neuigkeiten aus der Kunstwelt	235 Types

– **Themenbereiche mit der höchsten Frequenz der Vollsubstitutionen nach Tokens und Types**

Auslandspolitik	383 Tokens
Wirtschaft	280 Tokens
Auslandspolitik	145 Types
Wirtschaft	123 Types

– **Frequenz der Anglizismen pro Seite**

5,1 Anglizismen pro Seite

Des Weiteren untersucht Engler auch die grammatikalische Integration von Anglizismen in den Presstexten der *Weltwoche*. Diese Analyse befasst sich mit Aspekten wie Orthographie, Genus, Pluralbildung sowie mit Deklination von Adjektiven und Konjugation von Verben. Laut Engler werden die meisten Anglizismen der deutschen Rechtschreibung gemäss der entsprechenden Wortart in der Zielsprache angepasst. Da es sich bei den gefundenen Anglizismen am häufigsten um Substantive handelt, findet entsprechend die Grossschreibung am meisten Anwendung. In Bezug auf die Genuszuordnung

7 Mit Tokens ist die Gesamtzahl der Anglizismen gemeint.

8 Mit Types ist die Frequenz von Anglizismen gemeint. Wenn ein Anglizismus mehrere Male auftritt, wird er folglich nur einmal gezählt.

meint Engler, dass keine generellen Regeln⁹ auf die Anglizismen in ihrem Korpus angewendet werden können. Der Plural der meisten substantivischen Anglizismen wird im Deutschen entsprechend der englischen Schreibweise mit dem Suffix *-s* gebildet, Substantive auf *-y* nehmen oft die Endung *-ies* im Plural an: *Tanzgirls*, *Teams*, *Ladies*, *Parties*. Was die Deklination der adjektivisch gebrauchten Anglizismen betrifft, so passt sich diese laut Engler den Regeln der deutschen Sprache an. Analog verhält es sich mit der Konjugation der englischen Verben: z.B. [...] das Wettbewerbsverhältnis zwischen Schiene und Strasse *fairer* zu gestalten [...]; Der letzte Jogger *sprintet* in den Wald.

Engler kommt in ihrer Untersuchung zum Schluss, dass der Einfluss der englischen auf die deutsche Sprache nicht so gross ist, wie sie anfänglich erwartet hat. Bedenkt man zusätzlich, dass eine grosse Anzahl der untersuchten Anglizismen in der *Weltwoche* Vollsubstitutionen sind und entsprechend von vielen Lesern gar nicht mehr als Wörter englischen Ursprungs erkannt werden, so ist der tatsächliche Einfluss wohl noch geringfügiger einzuschätzen. Anglizismen treten in bestimmten Themenbereichen gehäuft auf; Engler denkt, dass dies nicht immer gerechtfertigt ist und dass Anglizismen dort hauptsächlich verwendet werden als «a means of showing off and an attempt to create the impression of being 'in'» (Engler 1986, 64).

Language Contact. The Influence of the English Language on German – Anita Kaiser-Panzer (1996)

Kaiser-Panzer bettet ihre Arbeit in der generellen Überzeugung ein, dass die Sprache einer Sprachgemeinschaft kein abgeschlossenes, homogenes und statisches Gebilde ist, sondern etwas, was immer wieder sowohl durch interne als auch durch externe Faktoren, wie beispielsweise Kontakt zu anderen Sprachgemeinschaften und folglich anderen Sprachen, beeinflusst wird. Im ersten Teil ihrer Lizentiatsarbeit liefert Kaiser-Panzer entsprechend den theoretischen Rahmen für die darauffolgende Untersuchung über den Einfluss der englischen auf die deutsche Sprache. Dieser Teil behandelt die Gebiete

9 Zur Bestimmung kann zwar auf das natürliche Geschlecht eines Substantivs, auf eine Suffix-Analogie oder auf die Verwandtschaft mit einem entsprechenden deutschen Wort zurückgegriffen werden, doch auch dieses Vorgehen erweist sich nicht immer als allgemein gültig. Männliches Genus: Suffixe auf *-or*, *-er*, *-ist*; Weibliches Genus: Suffixe auf *-tion*, *-ness*, *-ess*, *-ity*; Neutrales Genus: Suffixe auf *-ing*, *-ment*.

der Interferenz, der Integration, des Code-Switching, des Sprachwandels und des Aussterbens einer Sprache. Ferner wird Sprachkontakt und Beeinflussung auf der phonologischen, grammatikalischen und lexikalischen Ebene diskutiert. Im zweiten Teil befasst sich Kaiser-Panzer mit Anglizismen in den zwei Tageszeitungen *Neue Zürcher Zeitung* und *Blick*. Ziel ihrer Arbeit ist es, Sprachkontakt zu besprechen und zu analysieren und dadurch einen Teil an der Diskussion über den Einfluss der englischen Sprache auf das Deutsche in der Schweiz beizutragen.

Kaiser-Panzer wählt für ihre Untersuchung die «popular» Tageszeitung *Blick* und die «quality» Tageszeitung *Neue Zürcher Zeitung*, die nach der Autorin zwei Extreme in der Presselandschaft der Schweiz bilden. Beide Zeitungen gehören zu den meistgekauften Tageszeitungen in der Schweiz. Kaiser-Panzer's Arbeitshypothese ist, dass in der *Neuen Zürcher Zeitung* mehr Anglizismen zu finden sind als im *Blick*, da erstere eine gebildeteren Leserschaft mit folglich bessere Englischkenntnisse aufweist.

Das Themenspektrum der *Neue Zürcher Zeitung* reicht von Politik über Wirtschaft und Medien, Wissenschaft, Medizin und Technik, Kultur und Unterhaltung bis Sport und Gesellschaft. Der *Blick* ist dagegen hauptsächlich unterteilt in Nachrichten und Sport. Nach Meier und Schanne (1994, 100) «lebt *Blick* gleichwohl von genrespezifischen Themen wie 'Auto', 'Fernsehen', 'Sex', 'Skandal'». Des Weiteren bringt «die Schlagzeile [...] schon 75% des nachfolgenden Informationsgehalts». Kaiser-Panzer führt ihre Untersuchung an je einer Ausgabe (23.10.1995) der beiden Tageszeitungen durch. Sie befasst sich ausschliesslich mit reinen Presstexten. Gefunden, kategorisiert und analysiert werden 1'600 Anglizismen (1'013 in der *Neuen Zürcher Zeitung*, 587 im *Blick*). Die Autorin beschäftigt sich mit der Kategorisierung von Anglizismen in die verschiedenen Formen von Substitutionen, wie Fremdwörter, Lehnwörter, Pseudo-Entlehnungen usw., mit der Relation zwischen der Frequenz der Anglizismen und einem bestimmten Themenbereich, mit dem Genus der Anglizismen und schliesslich mit dem Entlehnungsmotiv der Journalisten.

Kaiser-Panzer findet in ihrer Untersuchung Folgendes heraus:

– Frequenz der Anglizismen nach Themenbereich

Neue Zürcher Zeitung		Blick	
39,6%	Sport	52,2%	Sport
21,9%	Fernsehen und Unterhaltung	25,6%	Fernsehen und Unterhaltung
38,5%	verteilt auf alle anderen Bereiche	22,2%	verteilt auf alle anderen Bereiche

– Frequenz der Anglizismen pro Seite

Neue Zürcher Zeitung	Blick
31,7 Anglizismen pro Seite	28 Anglizismen pro Seite

- Der grösste Einfluss der englischen auf die deutsche Sprache ist eindeutig der lexikalische. Laut Weinreich (1979, 56) ist dies «the domain of borrowing par excellence». Der syntaktische, grammatikalische und auch der morphologische Einfluss des Englischen auf die deutsche Sprache ist eher gering.
- Null-Substitutionen, d.h. direkte Entlehnungen aus dem Englischen, kommen laut Kaiser-Panzer am häufigsten vor: z.B. *Puzzle*, *Awards*, *Manager*.
- Kaiser-Panzer findet auch eine relativ grosse Anzahl von Teilsubstitutionen. Diese aus einem englischen und einem deutschen Wort zusammengesetzten Komposita sind laut Kaiser-Panzer in der deutschen Sprache aufgrund des englischen Einflusses immer häufiger anzutreffen: z.B. *Imagesuche*, *Stadtparlament*, *Trendanzeige*.
- Vollsubstitutionen sind in der Untersuchung von Kaiser-Panzer eher selten zu finden: z.B. *Attitüde*, *fotokopieren*, *Schau*.

Wie vor ihr Engler (1986), so beschäftigt sich auch Kaiser-Panzer mit der Genusgebung der Anglizismen. Sie verwendet dazu die Kriterien von Arndt (1970): natürliches Geschlecht, Wortform, semantische Assoziationen des Anglizismus mit einem muttersprachlich verwandten Wort, Suffix-Analogie usw. und testet dies mittels eines Fragebogens bei 27 Englisch-Studierenden der Universitäten Fribourg und Neuchâtel. Die daraus resultierenden Ergebnisse sind recht unterschiedlich, bei einigen Wörtern erweist sich die

Genusgebung als problemlos (z.B. die *CD*, der *Job*, das *Girl*), bei anderen als eher schwierig (z.B. das / der *Service*, das / der *Fax*).

In ihrer Schlussfolgerung spricht Kaiser-Panzer vor allem über die Art und Weise wie Anglizismen in die deutsche Sprache gelangen, über den Zeitdruck, unter dem Journalisten einer Tageszeitung stehen – was zur Folge hat, dass sie ihre Texte weniger genau redigieren und deshalb weniger auf den Gebrauch von Anglizismen achten – und weiter über das Motiv der Schreibenden, überhaupt englische Wörter zu entlehnen. Nach Kaiser-Panzer gibt es hauptsächlich zwei Gründe, die Journalisten bewegen, Wörter englischen Ursprungs zu verwenden: objektive und emotionale Gründe.¹⁰ Die Autorin meint, dass objektive Gründe für den Gebrauch von Anglizismen in der *Neuen Zürcher Zeitung* vordergründig sind und im *Blick* vor allem emotionale Gründe zum Tragen kommen. Grundsätzlich schliesst Kaiser-Panzer aber, dass eine Kombination verschiedenster Gründe die Journalisten beeinflusst, fremdsprachige Ausdrücke in ihre Texte einfließen zu lassen. Als solche nennt sie:

- Anglicisms are more to the point than German words;
- Anglicisms create an international atmosphere;
- Anglicisms are more precise;
- Anglicisms are shorter than German words;
- Anglicisms enjoy higher prestige;
- Anglicisms sound modern.

Anglicisms in Swiss Newspaper. Numbers, Themes and Form of Anglicisms in the *Schaffhauser Nachrichten* and the *Solothurner Zeitung* – Gabriela Lämmli (2001)

Auch Lämmli setzt sich mit ihrer Arbeit zum Ziel, den Einfluss von Anglizismen auf die deutsche Sprache der Schweiz zu illustrieren. Hierzu analysiert sie zwei regionale schweizerische Tageszeitungen: die *Solothurner Zeitung* und die *Schaffhauser Nachrichten*, nach ihrem Gehalt an Anglizismen. Lämmli untersucht Datenmaterial von 36 Tagen, verteilt auf drei Jahrgänge (erste Februarwoche 1990, 1995, 2000) und auf die beiden Zeitungen. Die Untersuchung beschränkt sich jeweils auf die Presstexte im Regionalteil der genannten Zeitungen. Lämmli befasst sich hauptsächlich mit Fragen der Quantität, der bevorzugten Themenbereiche und der Art der gefundenen

10 Vgl. Kaiser-Panzer 1996, 80-83.

Anglizismen. Der eigentlichen Untersuchung geht ein theoretischer Teil voraus, der sich mit früherer und aktueller Forschung in Bezug auf Anglizismen auseinandersetzt. Lämmli diskutiert zudem die Definition des Begriffs 'Anglizismus', die relevante Terminologie sowie die Motive, Anglizismen zu verwenden. Des Weiteren beschreibt die Autorin ausführlich die von ihr angewendete Untersuchungs-Anordnung.

Lämmli untersucht grundsätzlich drei Fragen:

1. Hat sich die Anzahl der Anglizismen in den beiden Zeitungen während des Untersuchungszeitraumes verändert?
2. Existiert ein Zusammenhang zwischen dem Vorkommen von Anglizismen und einzelnen Themen, welche die Artikel behandeln?
3. In welcher Art erscheinen die Anglizismen in den untersuchten Presse-texten?

Anhand dieser drei Fragen stellt sie verschiedene Hypothesen auf, die sie mittels ihrer Analyse zu bestätigen sucht. Im Folgenden findet sich eine Auswahl der Ergebnisse.

- Die Hypothese, dass Anglizismen in beiden Zeitungen in den letzten Jahren immer häufiger auftreten, kann Lämmli nicht belegen. Es gibt zwar kleine Veränderungen, doch sind diese so minimal, dass sich keine verlässlichen Aussagen machen lassen.
- Anglizismen finden aber in den letzten Jahren in einer immer grösseren Anzahl von Zeitungsartikeln Anwendung, d.h. die Quantität der Anglizismen ist nahezu unverändert, doch sie sind auf eine grössere Anzahl Rubriken verteilt.
- Es besteht eindeutig ein Zusammenhang zwischen dem thematischen Inhalt eines Artikels und der Häufigkeit der darin vorkommenden Anglizismen. Dies trifft vor allem auf Texte über Sport und Kunst zu. Lämmli findet aber auch in Artikeln über schweizerische Bräuche und Folklore eine, wenn auch kleine Anzahl von Wörtern englischen Ursprungs.
- Anglizismen sind in den meisten Fällen Substantive. 95% aller Anglizismen im Korpus von Lämmli sind solche. Viele dieser Substantive bilden zusammen mit einem deutschen Wort Mischkomposita.

In einem letzten Teil ihrer Arbeit beschäftigt sich Lämmli mit Beobachtungen, die sie während der Auswertung des linguistischen Materials gemacht hat, wie beispielsweise mit dem Aspekten der «false loans». «False loans» sind Anglizismen wie z.B. *Handy*, die zwar aus englischen Morphemen bestehen,

aber in keiner englischen Sprache mit derselben Bedeutung wie im Deutschen existieren¹¹. Abschliessend behandelt die Autorin die Frage nach der Motivation, Anglizismen in den untersuchten Presstexten zu verwenden, welche stilistische Funktionen wie Sprachökonomie¹², Lokal-, Sozial und technisches Kolorit¹³, Variation im Ausdruck¹⁴ und Euphemismen¹⁵ beinhaltet.

‘Party’ versus ‘gesellige Feier’. A quantitative and qualitative approach to anglicisms in the regional daily *Walliser Bote* – Stephanie Plaschy (2002)

Die Arbeit von Plaschy ist aufgeteilt in zwei Teile, einen theoretischen und einen empirischen Teil. Im theoretischen Teil befasst sich die Autorin mit dem Stand im Gebiet der Anglizismenforschung, mit den Konzepten der Interferenz und der Integration sowie mit der Definition und Terminologie bezüglich Anglizismen. Sie stützt sich dabei vor allem auf die Arbeiten von Yang (1990), Carstensen (1965) und Galinsky (1963). Im empirischen Teil ihrer Arbeit untersucht Plaschy das Korpus, das aus der Tageszeitung *Walliser Bote* stammt, sowohl quantitativ als auch qualitativ. Der quantitative Teil liefert Aufschluss über die Frequenz der Anglizismen absolut und pro Seite im *Walliser Bote*, über die Verteilung der Anglizismen auf die einzelnen Entlehnungsmöglichkeiten, über die Frequenz der Anglizismen nach Themenbereichen, über die Frequenz der Anglizismen nach Position im Text sowie über die Frequenz der Anglizismen nach grammatikalischen Wortarten. Im qualitativen Teil wird die Frage nach dem Entlehnungsmotiv anhand stilistischer Funktionen diskutiert. Ziel der Arbeit ist es, einen Einblick in den Einfluss der englischen Sprache auf die deutsche Sprache im Kanton Wallis durch die lokale Tageszeitung zu erhalten.

Plaschy verwendet für ihre Untersuchung sechs Ausgaben der deutschsprachigen Tageszeitung *Walliser Bote*, die von 83,2% der Gesamtbevölkerung des deutschsprachigen Teils des Kantons Wallis täglich gelesen wird. Die Ausgaben wählt sie so, dass über einen Zeitraum von sechs Wochen eine fiktive Woche entsteht.

11 Vgl. Yang 1990, 12.

12 Z.B. *Team* für Mannschaft.

13 Z.B. *Rhythm’n’Blues*, *cool*, *Zoom*.

14 Z.B. *Boom* – Konjunktur – Wirtschaftswachstum.

15 Z.B. *Callgirl* statt Prostituierte, *Fixer* statt Drogenabhängiger.

Die wichtigsten Ergebnisse der Untersuchung lauten:

- **Frequenz der Anglizismen (Tokens) pro Seite**
1,02 Anglizismen pro Seite (entspricht weniger als 1% aller verwendeten Wörter pro Seite)
- **Frequenz der Anglizismen (Tokens) insgesamt**
1023 Anglizismen, davon 597 Types
- **Frequenz der Anglizismen (Tokens) nach Entlehnungskategorien**

571 Anglizismen	Null-Substitutionen
445 Anglizismen	Teilsubstitutionen
7 Anglizismen	Vollsubstitutionen
- **Frequenz der Anglizismen nach Themenbereich nach Tokens und Types**

Sport	514 Tokens
Regional	265 Tokens
alle anderen Bereiche	244 Tokens
Sport	291 Types
Regional	180 Types
alle anderen Bereiche	126 Types
- **Frequenz der Anglizismen (Tokens) nach Position im Text**

923 Anglizismen	Textkörper
46 Anglizismen	Schlagzeile
42 Anglizismen	Untertitel
12 Anglizismen	andere Positionen
- **Frequenz der Anglizismen (Tokens) nach Wortart**

981 Anglizismen	Substantive
18 Anglizismen	Verben
18 Anglizismen	Adjektive
6 Anglizismen	andere Wortarten

Im qualitativen Teil ihrer Untersuchung diskutiert die Autorin Aspekte wie: Anglizismen mit und ohne deutsche Entsprechungen sowie die stilistischen

Funktionen¹⁶ von Anglizismen und belegt diese mit Beispielen aus dem Korpus. Plaschy schliesst aus ihrer Analyse, dass Anglizismen einerseits aus sprachlichen, andererseits aus stilistischen Gründen benutzt werden. Einerseits werden Anglizismen im *Walliser Bote* verwendet, weil es keine entsprechenden deutschen Benennungen gibt, andererseits – auch wenn es eine deutsche Entsprechung gibt – um Kürze, Präzision und Variation zu erreichen.

Die Frage, ob die, in der Tagespresse verwendete, englische Sprache im deutschsprachigen Teil des Kantons Wallis einen grossen Einfluss auf die Leserschaft hat, beantwortet Plaschy mit einem eindeutigen 'Nein'.

Schluss

Deutsch, Denglisch, Engleutsch – wie gross ist der Einfluss der englischen Sprache auf die Sprache der deutschen Schweiz? Diese Frage lässt sich anhand der vier in diesem Artikel besprochenen Lizenziatsarbeiten zum Thema *Anglizismen in der Pressesprache der deutschen Schweiz* wie folgt beantworten: die Pressesprache leistet nur einen minimalen bis vernachlässigbaren Beitrag an der Verbreitung englischen Wortguts in der deutschsprachigen Schweiz. Kein Leser der untersuchten Zeitungen muss sich weder ein Englisch-Deutsch-Wörterbuch kaufen noch (sehr) gute Englisch-Kenntnisse aneignen, um weiterhin seine bevorzugte Zeitung lesen zu können.

Fasst man die Resultate der vier behandelten Untersuchungen zu *Anglizismen in der Pressesprache der deutschen Schweiz* zusammen, lässt sich grundsätzlich aussagen, dass der Einfluss der englischen auf die deutsche Sprache eher gering bis vernachlässigbar ist und sich durchschnittlich auf weniger als 1% des verwendeten Wortmaterials pro Seite reinen Pressetextes beschränkt¹⁷. Dabei kann die Frequenz je nach Zeitung ein wenig von diesem Resultat abweichen. Lämmli (2001) hat zudem herausgefunden, dass die Quantität von Anglizismen im Untersuchungszeitraum von zehn Jahren nahezu stagniert. Es sind zwar immer mehr Zeitungsartikel aus den verschiedensten Themenbereichen mit

16 Beinhaltet: stilistische Klangfarben (Lokal-, Sozial- und technisches Kolorit), Kürze und Präzision, Verschleierung, Lebhaftigkeit und Ausdruck. Vergleiche dazu Plaschy 2002, 38-47, 80-97.

17 Diese Aussage müsste durch eine longitudinale Studie der genannten Zeitungen genauer überprüft werden.

Anglizismen durchsetzt, doch grundsätzlich ist die Anzahl des verwendeten englischen Wortguts gleich geblieben.

Aufgrund der diskutierten Untersuchungen lassen sich jedoch Aussagen über die Anglizismen machen, die in den analysierten Zeitungen Anwendung finden. Dies könnte auch einen Beitrag zur Erklärung der oben gemachten Aussagen leisten.

- Die Entlehnungskategorie der Null-Substitutionen, d.h. direkte Entlehnungen aus dem Englischen, kommt am häufigsten vor. Teilsubstitutionen, die englisch-deutsche Mischkomposita beinhalten, sind relativ häufig anzutreffen, Vollsubstitutionen eher selten. Dabei handelt es sich bei den Vollsubstitutionen um eingedeutschte englische Wörter, die meistens nicht mehr oder nur mit grossem Aufwand als Wörter englischen Ursprungs erkannt werden können. Die direkte Übernahme englischer Begriffe ist wohl deshalb am häufigsten, weil neue Gegenstände, neues Denken und neues Fühlen sprachlich mitgeteilt werden sollen, jedoch keine lexikalischen Entsprechungen in der deutschen Sprache existieren. Ein weiterer Grund für die hohe Frequenz von direkten Übernahmen englischer Wörter liegt in deren Kürze, denn viele sind einsilbig und dadurch handlicher und einprägsamer: z.B. *Boom* für Hochkonjunktur, *Comeback* im Sport für neuerliches Sichbetätigen nach einer längeren Pause als Fortsetzung seiner früheren Karriere.
- Bezogen auf die Gesamtheit aller Anglizismen in den hier besprochenen Untersuchungen stellen Substantive die grösste Gruppe dar. Der grosse Anteil von Substantiven kann wohl, vergleichbar mit Null-Substitutionen, darauf zurückgeführt werden, dass die meisten Begriffe durch Neuheiten in den Bereichen Technik, Musik und Wirtschaft entstehen, für die es oft keine entsprechende deutsche Bezeichnung gibt, wie das z.B. auf *Fax*, *Soul*, *Stars* etc. zutrifft. Zudem müssen Adjektive und Verben erst eingedeutscht werden, um in das deutsche Satzgefüge zu passen. Bei allen Wortarten ist jedoch ein hoher Integrationsgrad an die Regeln der deutschen Sprache zu beobachten.
- Es besteht eindeutig ein Zusammenhang zwischen dem thematischen Inhalt eines Artikels und der Frequenz der darin verwendeten Anglizismen. Presstexte über die Themenbereiche *Sport*, *Kunst* und *Wirtschaft* weisen tendenziell die höchste Verwendungshäufigkeit von Wörtern englischen Ursprungs auf. Erklären lässt sich dieses Phänomen wohl erneut dadurch, dass der englischsprachige Raum in vielen Bereichen wegweisend ist, so

haben viele Sportarten, wie z.B. Snowboard, ihren Ursprung in Amerika und mit der Sportart kommt auch der dazugehörige Wortschatz in den deutschen Sprachraum.

- Genaue Aussagen über die Frage, warum bestimmte Anglizismen in der Pressesprache der deutschen Schweiz verwendet werden, lassen sich nicht machen. Kaiser-Panzer (1996), Lämmli (2001) und Plaschy (2002), die sich mit dem Entlehnungsmotiv auseinandersetzen, befassen sich diesbezüglich vor allem mit den stilistischen Funktionen von Anglizismen und belegen diese mit Beispielen aus den untersuchten Presstexten. So werden Begriffe englischen Ursprungs zur Schaffung bestimmter Klangfarben (z.B. Lokalkolorit) verwendet, um den Anschein von Genauigkeit und Wissenschaftlichkeit zu wecken, für Variationen des Ausdrucks, um die Ausdruckskraft zu stärken und durch die Bildhaftigkeit vieler englischer Ausdrücke die Aufmerksamkeit der Leserschaft zu fesseln etc.

LITERATUR

- Arndt, W.W. (1970). Nonrandom Assignment of Loanwords: German Noun Gender. *Word*, 26, 244-253.
- Bussmann, H. (Hrsg.) (2002). *Lexikon der Sprachwissenschaft*. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag.
- Carstensen, B. (1965). Englische Einflüsse auf die deutsche Sprache nach 1945. *Beiheft zum Jahrbuch für Amerikastudien* 13. Heidelberg: Carl Winter Universitätsverlag.
- Duden: *Das grosse Wörterbuch der deutschen Sprache*. (1981) Wissenschaftlicher Rat der Dudenredaktion (Hrsg.). Mannheim: Dudenverlag.
- Engler, P. (1986). *An investigation of anglicisms in the German language based on the Swiss newspaper 'Die Weltwoche'*. Basel: M.A. Thesis, University of Basel.
- Fink, H. (1970). *Amerikanismen im Wortschatz der deutschen Tagespresse, dargestellt am Beispiel dreier überregionaler Zeitungen (Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Welt)*. Frankfurt am Main: Lang.
- Galinsky, H. (1963). Stylistic aspects of linguistic borrowing. A stylistic and comparative view of American elements in modern German and British English. *Jahrbuch für Amerikastudien* 8, 98-135.
- Kaiser-Panzer, A. (1996). Language contact. *The influence of the English language on German*. Fribourg: M.A. Thesis, University of Fribourg.
- Lämmli, G. (2001). *Anglicisms in Swiss Newspapers. Numbers, Themes, and Form of Anglicisms in the Schaffhauser Nachrichten and the Solothurner Zeitung*. Bern: M.A. Thesis, University of Berne.
- Meier, W. A. und Schanne, M. (1994). *Medien-«Landschaft» Schweiz*. Zürich: Pro Helvetia.
- Pfützner, J. (1978). *Der Anglizismus im Deutschen: Ein Beitrag zur Bestimmung seiner stilistischen Funktion in der heutigen Presse*. *Amerikastudien* 51. Stuttgart: J.B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung.
- Plaschy, S. (2002). *'Party' versus 'gesellige Feier'. A quantitative and qualitative approach to anglicisms in the regional daily Walliser Bote*. Bern: M.A. Thesis, University of Berne.

- Schneider, W. und Raue P. J. (2001). *Handbuch des Journalismus*. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt.
- Viereck, K. (1980). *Englisches Wortgut, seine Häufigkeit und Integration in der österreichischen und bundesdeutschen Pressesprache*. Frankfurt am Main: Lang.
- Weinreich, U. (1979). *Languages in Contact – Findings and Problems*. Den Haag: Mouton.
- Yang, W. (1990). *Anglizismen im Deutschen. Am Beispiel des Nachrichtenmagazins «Der Spiegel»*. Tübingen: Niemeyer.