

Paulina Mańka

"Coole Electrosounds, powervolle Popsongs" und "groovige Dancehits" : zur stilistischen Wirkung von Anglizismen in der Jugendpresse

Studia Germanica Gedanensia 23, 93-102

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Paulina Mańka

*Cool Electro*sounds, *powervolle* Popsongs
und *groovige Dance*hits. Zur stilistischen Wirkung
von Anglizismen in der Jugendpresse

Ein in der modernen Sprachwissenschaft häufig behandeltes Problem ist die stark verbreitete Verwendung von Anglizismen im Deutschen. Englisch Wortgut scheint überall präsent zu sein und sich in unaufhaltsamem Tempo auszubreiten. Der fremdsprachliche Einfluss auf den deutschen Wortschatz an sich ist jedoch nicht neu: Das Deutsche hat bereits mehrere Entlehnungswellen erlebt und durch Sprachkontakte ihren Erbwortschatz kontinuierlich erweitert. Im Mittelalter hat das Lateinische, als die Sprache der Kirche und der Wissenschaft den stärksten Einfluss auf andere europäische Sprachen ausgeübt. Nach dem dreißigjährigen Krieg kam mit dem Übergang von der frühbürgerlichen Renaissance zur absolutistischen Barockzeit eine starke Verbreitung des französischen Wortschatzes auf, welche die politische und kulturelle Dominanz Frankreichs unter König Ludwig XIV. in Europa zurückstrahlte. Für den globalen Sprachkontakt des 20. Jh. spielt natürlicherweise die wirtschaftliche, technologische und politische Vormachtstellung der Vereinigten Staaten die größte Rolle. Die gegenwärtige *lingua franca* ist Englisch.

Trotz allem soll man mit Formulierungen wie ‚Anglisierung des Deutschen‘ und ‚Denglisch‘¹ vorsichtig und möglichst ohne emotionale Wertung umgehen. Die Verwendung von Anglizismen ist nämlich ein gruppenspezifisches und kontextbedingtes Phänomen, das sich in erster Linie im Sprachgebrauch enthüllt und das Sprachsystem als Ganzes kaum betrifft.² Die traditionelle Rechtssprache zum Beispiel bleibt gegen den englischen Einfluss resistent, der Jargon der Musikbranche hingegen ist mit Anglizismen

¹ http://www.vds-ev.de/verein/wissenschaftlicher_beirat_grundsatz.php abgerufen am 15.03.2010

² Eine klare Differenzierung zwischen der Allgemeinsprache und Fach- und Sondersprachen postuliert BUSSE (1999: 19). Er weist darauf hin, dass die Anzahl der Anglizismen in bestimmten Kommunikationsbereichen ungleich der in der Allgemeinsprache ist. SCHIEWE (2000: 61) indiziert „nicht zu unterschätzende Stilqualitäten der Fremdwörter“, die jedoch immer von der konkreten sprachlichen Situation abhängen und betont (ders. 2001: 118), dass von Angloamerikanismen zuallererst der Sprachgebrauch betroffen ist. Schließlich konstatiert HOBERG (2000: 306), dass die Zahl der Anglizismen im Verhältnis zum gesamten deutschen Wortschatz immer noch gering ist.

überflutet. Deshalb ist es sinnvoll, die neusten Entlehnungen gezielt in bestimmten Sprachvarietäten oder Kommunikationsbereichen zu untersuchen. Die Jugendsprache gehört zweifelsohne zu den Varietäten, die heutzutage einem starken angloamerikanischen Einfluss ausgesetzt werden. Von modernen puristischen Organisationen wird die Anglisierung oft kritisiert und als „geschmack- und stillose[r] Jargon“³ bezeichnet. Die Kritik beruht dabei weitgehend auf semantischen Kriterien: Das Denotat kann auch mit nativem Wortschatz bezeichnet werden. Fremdwörter haben allerdings neben dem denotativen auch einen konnotativen Gehalt, letzterer scheint sogar von wesentlicherer Bedeutung zu sein. Die emotional-stilistische Färbung spielt bei der bewussten Verwendung eines Anglizismus eine sehr wichtige Rolle. SCHIEWE (2001: 120f.) erläutert:

„Ihr Reiz besteht weniger darin, dass sie etwas bezeichnen, was man nicht auch mit indigenen Ausdrücken bezeichnen könnte (in vielen Fällen ist das aber gar nicht mehr möglich), ihr Reiz besteht vielmehr in der Schaffung und im Transport einer bestimmten Aura. Eben das macht sie für einige interessant, für andere anstößig. Man könnte auch sagen: Angloamerikanismen werden interessant und auffällig durch Konnotationen, sie haben einen stilistischen Mehrwert.“

Für die Analyse der stilistischen Funktionen von Anglizismen wurden drei aktuelle Jugendzeitschriften ausgewählt: *BRAVO* Nr. 10 / 2010, *Mädchen* Nr. 6/ 2010 und *Hey!* Nr. 4/2010. Zu beachten ist, dass es sich nur bei wenigen Rubriken in den Zeitschriften, u.a. bei Leserbriefen, um eine authentische Jugendsprache handelt. Ansonsten ist es eine von den Erwachsenen bewusst kreierte Sprache, die die junge Leserschaft ansprechen soll. (vgl. WEHRLI 2002: 56) Unter dem Begriff Anglizismus verstehen wir eine lexikalische Einheit, die aus dem englischsprachigen Raum entlehnt wurde oder durch die englische Vermittlung ins Deutsche gekommen ist. Mit einbezogen werden auch die so genannten Scheinentlehnungen, die lediglich aus englischem Morphemmaterial gebildet wurden. In den neusten Studien (vgl. z.B. GÖTZELER 2008: 145, ALTLEITNER 2007: 13, ADLER 2004: 48, ZÜRN 2001: 65, YANG 1990: 8) wird auf die Unterscheidung zwischen Amerikanismen und Britizismen grundsätzlich verzichtet, es dürfte dennoch klar sein, dass es sich bei den neusten Anglizismen zum größten Teil um Entlehnungen aus dem amerikanischen Englisch handelt. Symptomatisch ist nicht nur die gegenwärtige Beeinflussung des britischen Englisch durch das amerikanische, sondern auch eine voranschreitende Ersetzung der älteren britischen Entlehnungen im Deutschen durch neue amerikanische, wie im folgenden Beleg:

Im November startet dann das erste von zwei „Harry Potter und die Heiligtümer des Todes“-Movies. (BRAVO, 21)

³ http://www.vds-ev.de/verein/wissenschaftlicher_beirat_grundsatz.php abgerufen am 15.03.2010.

In Bezug auf die Ersetzbarkeit von Anglizismen durch native Lexik werden nach CARSTENSEN (1965: 266 ff.) Luxus- und Bedürfnisentlehnungen unterschieden. Bei letzteren handelt es sich meistens um Bezeichnungen für neue Produkte und Sachverhalte aus dem englischen Sprachraum, die gemeinsam mit dem Bezeichneten übernommen wurden. Da die Nehmersprache über keine lexikalische Entsprechung verfügt, ist die Entlehnung obligatorisch. Zu den Bedürfnislehnwörtern gehören viele technische Begriffe wie *CD* oder *SMS*, die Bezeichnungen für Musikrends wie *R'n'B* oder *Rock* und Exotismen wie *Country* oder *Highschool*.

Die Luxusentlehnungen sind solche Anglizismen, die native Entsprechungen haben, wobei es sich jedoch nicht um völlige Synonymie handelt. Bei der Alternative zwischen den sinnverwandten Varianten spielen stilistische Merkmale eine große Rolle. Dank ihrer graphisch-phonetischen Attraktivität oder Konnotation haben Anglizismen einen größeren kommunikativen Wert. Die bewusste Verwendung von Anglizismen steht in einem engen Zusammenhang mit ihrer Funktion und stilistischen Markierung. Im Folgenden werden also die stilistischen Funktionen von Anglizismen in den Jugendzeitschriften angeführt.

Kolorit

Wir unterscheiden drei verschiedene Koloritbereiche: das Lokalkolorit, das Fachkolorit und das Sozialkolorit. Das Lokalkolorit wird vor allem in Reportagen, Romanen und Reiseberichten vermittelt, um die einzigartige, landesspezifische Aura wiederzugeben. Für diesen Zweck sind Exotismen wie z.B. *sombrero* oder *geisha* besonders gut geeignet. In den Jugendzeitschriften, die in hohem Maße für die amerikanische Popkultur werben, werden dementsprechend Anglizismen verwendet. Das Lokalkolorit wird in den meisten Fällen von Eigennamen wie etwa *New-York-Diät*, *Hollywood-Girl*, oder *Disney-Star* vermittelt. Ausdrücke wie *hollywoodtaugliche XXL-Brille* wirken auf den Rezipienten stark assoziativ und erzeugen eine klare bildliche Vorstellung. Das Lokalkolorit wird auch oft durch Verwendung von Exotismen erschafft. Über Stefan Salvatore, den Star aus „The Vampire Diaries“ berichtet *Hey*:

Der Look: Lässiger Highschool-Boy mit geheimnisvoller Aura. (Hey, 26)

Das Wort *Highschool* ist ein typischer Exotismus – es bezeichnet eine landesspezifische Besonderheit, die dem deutschsprachigen Kulturraum fremd ist und spiegelt dadurch eine amerikanische Eigenheit wieder. Um einem Text Authentizität zu verleihen und konnotativ zu wirken, müssen Exotismen die Umstände eines konkreten Landes eindeutig wiedergeben. In den aktuellen Jugendzeitschriften sind das selbstverständlich Amerikanismen.

Eine sehr wichtige Funktion von Fremdwörtern ist die Verleihung eines Sozialkolorits. Sie markieren einen gruppenspezifischen Wortschatz, der

vom Geschlecht, Alter, Interessen, Weltanschauung oder Bildungsniveau der Sprachteilhaber bestimmt wird. In der Jugendsprache als eine Varietät der deutschen Standardsprache wird das Sozialkolorit vor allem in Form von Anglizismen realisiert. Sie haben einen großen konnotativen Wert, den ihre indigenen lexikalischen Entsprechungen nicht erreichen. Als Beispiele dienen hier die im deutschen Sprachsystem mittlerweile etablierten Wörter *cool* oder *easy*. Beide Adjektive wirken im Vergleich zum nativen Wortschatz informal, ansprechend und attraktiv. Außerdem manifestieren sie die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Altersgruppe (,in-group'-Phänomen).

Besonders auffällig ist in den Jugendzeitschriften die enorme Frequenz der Anglizismen *Girl* und *Boy*. Diese Anglizismen wurden in verschiedenen Kontexten sowohl als Simplicia als auch als Teile der Komposita wie etwa *Super-Girl*, *Pop-Girl*, *Hollywood-Girl*, *Luxus-Girl*, *It-Girl*, *Rock-Girl*, *Normalo-Boy*, *Super-Boy*, *Traumboy* registriert. Die Bezeichnungen *Girl* und *Boy* beziehen sich größtenteils auf berühmte *Stars* wie Lady GaGa (*Diesem Girl liegt die Welt zu Füßen* – BRAVO, 28), Ke\$ha (*Aber ein Girl wie Ke\$ha kriegt nun mal alles, was sie will!* – BRAVO, 11) oder „*Harry Potter*“-*Girl* (BRAVO, 93) Emma Watson. Die Bezeichnungen werden aber auch in Bezug auf die junge Leserschaft verwendet: Die Zeitschrift scheint sich nicht mehr an *Mädchen* und *Jungen*, sondern eben an *Girls* und *Boys* zu richten:

Auf Deinem Schulhof wird ein Boy/Girl von anderen bedroht: Greifst du ein?
(BRAVO, 92)

Boys verwenden im Schnitt nur 7 000 Wörter (...). (Mädchen, 17)

Boys lieben Girls, die auch mal über sich selbst lachen können. (Hey, 87)

Bei der beratend-aufklärerischen Rubrik ‚*Dr. Sommer*‘ in BRAVO wird aber zumeist auf die Anglizismen verzichtet:

Doch da die Pille nicht vor sexuell übertragbaren Krankheiten schützt, verwenden viele Mädchen und Jungen zusätzlich Kondome, um eine mögliche Ansteckung zu verhindern. (BRAVO, 68)

Obwohl manche Anglizismen (z.B. *Recycling* – BRAVO Nr. 10/2010, S. 79) der Äußerung durchaus Kompetenz und Wissenschaftlichkeit verleihen können, wäre in diesem Fall die Verwendung von Anglizismen zwecklos. *Boy* und *Girl* klingen zweifelsohne modern und attraktiv, aber auch locker und unseriös. Bei der Beratung handelt es sich dagegen um eine ernste, sachliche und vertrauenswürdige Aussage. Das einheimische Wort wurde auch in einem Bericht über eine Foto-Montage des R'n'B-Sängers und Mädchenschwarms Justin Bieber registriert. Das Bild stellt sein mit Lippenstift und Rouge geschminktes Gesicht zusammen mit folgender Botschaft dar: „Justin Biber is a girl“, die ins Deutsche „Justin Biber ist ein Mädchen“ übersetzt wurde. Das native Wort ist in Bezug auf einen Mann negativ konnotiert: Mädchen heißt hier unmännlich, unviril, schließlich unattraktiv.

Schließlich spielen Anglizismen auch bei der Vermittlung des Fachkolorits eine große Rolle. Englisch ist heute die Sprache der Wissenschaft und Technologie, so werden englische Ausdrücke als Internationalismen zu Fachtermini in Natur- oder Wirtschaftswissenschaften. Freilich gelangen manche Anglizismen wie etwa *Baby* oder *Job* in den alltäglichen Sprachgebrauch, aber im Grunde genommen bezieht sich der gegenwärtige englische Einfluss in erster Linie speziell auf bestimmte Kommunikationsbereiche und Sprachvarietäten. In einer bewegenden Reportage über Tierquälerei in ‚Mädchen‘ werden Anglizismen kaum verwendet. Der englische Einfluss macht sich dafür im Musikjargon (*Song, Hit, Single, HipHop, R'n'B, Band*) sowie in den Kommunikationsbereichen Mode (*Outfit, Look, Styling, Beauty, Style, High Heels, Make-up, Designer*) und Unterhaltung (*Star, Cover, Red Carpet, Action, Aftershow-Party, Movie*) besonders bemerkbar. Die Grenzen zwischen Fach- und Sozialkolorit sind fließend. Da sich beispielsweise viele Jugendliche für neue Musiktrends interessieren, werden selbstverständlich viele Fachjargonismen der Musikbranche in der Jugendsprache auftreten.

Sprachökonomie

Im Konkurrenzverhältnis zwischen einem Anglizismus und einer nativen lexikalischen Einheit ist oft das sprachökonomische Kriterium ausschlaggebend. Eine kurze und prägnante Wortform wird von den Sprachteilhabern langen Paraphrasen oder unpräzisen Synonymen gegenüber bevorzugt. Die Knappheit der Anglizismen im Vergleich zu der des nativen Wortschatzes bzw. anderen Fremdwörtern liegt auf der Hand: *Band* vs. *Musikgruppe*, *Fan* vs. *Anhänger*, *Date* vs. *Randevouz*, *Hit* vs. *Schlager*, *Single* vs. *Alleinstehender*, *sorry* vs. *Entschuldigung*. Bei oft verwendeten Wörtern ist eine übermäßige Länge äußerst ungünstig und kann in extremen Fällen sogar die Kommunikation stören. So entscheidet sich der Sprachteilhaber für die rationalste sprachliche Lösung, um sein kommunikatives Ziel zu erreichen. In der Presse resultiert das sprachökonomische Handeln auch aus notwendigen Platzeinsparungen.

Auffälligkeit

Fremdwörter haben einen großen pragmatischen Wert – sie sind neu, attraktiv und regen die Phantasie der anvisierten Zielgruppe an. Gerade in den Zeitschriften sind der Neuheitseffekt und die Bildwirkung von Fremdwörtern von großer Bedeutung. Neue Anglizismen dienen als Blickfänge und sprechen die potentiellen Leser neben grellen Farben und auffälligen Bildern an. So lauten die Schlagzeilen auf den Covers von ‚BRAVO‘, ‚Hey!‘ und ‚Mädchen‘:

So sexy: Tatoos!
Rock it! Step by Step: Emilia zeigt dir, wie der Film-Tanz geht (als Poster)
Hot Gossip! Liebt Nick Jonas Selena Gomez?
Style –Queen. So setzt du Trends!
Frecher Boyfriend-Klau
Percy Jackson oder Harry Potter. Wer ist hotter?
Hot. Party-Time in Hollywood! Hier feiern, shoppen, flirten Miley, Zac & Co.!
18 coole Poster inklusive 4 XXL-Poster

Auffällig sind ganze Phrasen, die aus dem Englischen übernommen werden wie z.B.:

Das ultimative Love-Game. For Girls only: (...) (Mädchen, 14)

Auf der Wortebene fallen vor allem Komposita bzw. Hybriden auf. Die Glieder werden oft mit Bindestrich verbunden: *Aftershow-Party, Must-Have, Used-Look-Röhre, Casual-Look, Stalker-Alarm, Hammer-Soundrack*. Eine große Anhäufung von Anglizismen in einem Satz, wirkt anziehend und weckt die Aufmerksamkeit des Lesers⁴:

Ke\$ha – Animal. Der erste Knüller des Jahres: Randvoll mit coolen Electrosounds, powervollen Popsongs und groovigen Dancehits – Ke\$ha kann's! (Hey, 76)

Für die bewusste Verwendung von Anglizismen als Blickfänge ist die fremde, nicht assimilierte Form entscheidend. Die starke Bildwirkung bezieht sich aber nicht nur auf die graphematische Auffälligkeit:

Das Schriftbild, welches vom Auge wahrgenommen wird, deutet aber zumindest – auch beim stillen Lesen – auf die fremde Phonemfolge hin und läßt ein passives Klangbild im Ohr des Lesers entstehen. (PFITZNER 1978: 122)

Mit graphematisch-phonetischer Auffälligkeit sind oft Okkasionalismen – einmalig verwendete englische Wörter – gekennzeichnet. Der Neuheitseffekt wird hier bewusst angestrebt, weil die alten Ausdrücke die Anziehungskraft verloren haben. Bei den Okkasionalismen handelt es sich oft um ad hoc gebildete Hybriden wie *Fashion-Verstand, Nummer-eins-Girl*, oder *Diebes-Story*. Der Bindestrich verstärkt den graphematischen Neuheitseffekt.

Darüber hinaus haben Anglizismen eine große aufwertende und intensivierende Rolle. Die meisten sind positiv konnotiert und verstärken die Aussagekraft der Äußerung. Diesen Effekt beobachten man sowohl bei Phrasen

⁴ Zusätzlich garantiert die Hybridenbildung ein besseres Verständnis der fremden lexikalischen Einheiten.

Cooler Elektro-Pop mit Hit-Potenzial! (BRAVO, 4)

als auch auf der Wortebene: *Hitlady, supersexy, CD-Highlights, Action-Spaß*

Euphemistische Funktion

Eine sehr wichtige Funktion der Fremdwörter ist ihre verhüllende Wirkung. Durch seinen Fremdheitscharakter wirkt das Englische nicht so direkt wie das Deutsche und verschönert den unangenehmen, oft gesellschaftlich tabuisierten Inhalt. Eine allgemeine Erscheinung in der deutschen Gegenwartssprache sind beispielsweise verblümete Berufsbezeichnungen. Hierfür werden sowohl native Äquivalente verwendet (*Raumpflegerin* statt *Putzfrau*) als auch Fremdwörter eingesetzt (*Facility Manager* statt *Hausmeister*). Im untersuchten Material wird das Wort *Frisöse* durch einen Anglizismus ersetzt:

Während die Hairstylisten noch an ihr rumzupfen, erledigt das Topmodel schnell ein paar Telefonate. (BRAVO, 88)

Das englische Wort substituiert in diesem Fall den bereits graphematisch assimilierten Gallizismus. Entlehnungen aus dem Französischen sind in den Kommunikationsbereichen Mode und Kosmetik häufig vertreten und sehr wirksam, da das Image Frankreichs auf die Wahrnehmung der Produkte und Dienstleistungen in diesem Bereich einen großen Einfluss hat (der sog. Country-of-Origin-Effekt). Die integrierte Form verlor aber an Attraktivität – *Frisöse* ist lediglich eine schlichte Bezeichnung eines handwerklichen Berufs, *Hairstylistin* klingt dagegen modern und attraktiv. Der Rezipient assoziiert den aus dem Englischen übernommenen Begriff mit großer Phantasie, Kreativität, originellen Ideen und innovativen Techniken.

Die euphemistische Funktion erstreckt sich auch auf physiologische Prozesse und auf die Sexualität. Der Anglizismus *Sex* ist beispielsweise nicht so direkt wie die medizinisch-physiologische Bezeichnung *Geschlechtsverkehr*:

Mädels denken laut einer Befragung alle fünf Minuten an Sex... Boys alle zwei Minuten, das macht 720-mal am Tag. (Mädchen, 17)

Sex ist kein heikles Thema mehr, man braucht es nicht mehr zu vermeiden. In dem Interview mit einer BRAVO-Redakteurin sagt Ke\$ha:

„Es ist furchtbar, aber ich habe gerade keine Zeit für Boys! Ich hätte am liebsten mehrmals am Tag Sex, aber meine Termine lassen so etwas nicht zu.“ (BRAVO, 11).

Das Wort *Sex* weist in den Jugendzeitschriften eine relativ hohe Verwendungsfrequenz auf. Die Enttabuisierung liegt natürlicherweise nicht nur an

der euphemistischen Kraft des Anglizismus, sondern auch an dem entsprechenden Themenspektrum der Zeitschriften und nicht zuletzt an der heutzutage großen gesellschaftlichen Offenheit. Selbst in der festen Rubrik ‚Frag Gabi‘ in der intime Fragen der jungen Mädchen beantwortet werden, heißt es: *Sex ist vom Gesetz herab erst ab 14 erlaubt.* (Mädchen, 57)

Stilfärbung

Jeder produzierte Text hat eine bestimmte Grundhaltung, die je nach sprachlicher Darstellung sachlich, humoristisch, ironisch, pathetisch oder melancholisch sein kann. Einer dieser tonartbestimmenden Faktoren ist die Verwendung von Fremdwörtern. Auch Anglizismen können durch ihren fremden Klang den Stil der Äußerung bestimmen. Englische Fachausdrücke können beispielsweise zur Sachlichkeit eines in der Zeitschrift für Computertechnologie veröffentlichten Textes beitragen. In den Jugendzeitschriften markieren Anglizismen vor allem einen lässigen und informalen Stil:

Ganz schön crazy, aber so ist das nun mal. (BRAVO, 88)

Hottie Alarm. (...) Dieser knackige Kerl wird Samanthas neuen Lover spielen. (Mädchen, 4)

Der R'n'B-Schnuckel kommt so cool rüber, dass man meint: Dem gelingt alles. (Hey, 5)

Als sie merkte, dass ihm nichts fehlte, war sie so happy, dass sie ihm prompt eine VIP-Einladung zu ihrem ersten USA-Konzert 2010 schenkte. Dazu gab's noch eine Einladung in ein Edel-Restaurant für ihn und seine Frau! Coole Action, Xtina! (Hey, 7)

Auch in der medial verarbeiteten Jugendsprache markieren die Anglizismen die umgangssprachliche und jugendliche Art:

Jan ist mir zu strange. (BRAVO, 71)

Einen unzeremoniellen Ton verleihen der Äußerungen auch oft verwendete Interjektionen wie *hi, okay, wow, shit, sorry*:

Sorry, aber ich hab erst mal keine Zeit. (BRAVO, 5)

Sorry klingt in diesem Kontext zwanglos und unverbindlich, gilt nicht wirklich als eine ernste Bitte um Verzeihung wegen eines falschen Verhaltens, sondern bedeutet so viel wie „auch wenn es dir nicht passt“.

Der Gebrauch von Anglizismen wird nur selten von einem einzigen der genannten Faktoren determiniert. Vielmehr wirken meistens verschiedene funktionale Aspekte der Fremdwortverwendung zusammen. Ihr stilistisch-emotionaler Wert ist für den bewussten Einsatz von Anglizismen von großer Bedeutung, von daher sind sie in der aktualisierten Sprache manchmal nicht

austauschbar, obwohl sie, systematisch gesehen, durchaus über native Substitute verfügen.

Literatur

- ADLER, Manuela (2004): *Form und Häufigkeit der Verwendung von Anglizismen in deutschen und schwedischen Massenmedien*. Jena.
- ALTLEITNER, Margret (2007): *Der Wellness-Effekt. Die Bedeutung von Anglizismen aus der Perspektive der kognitiven Linguistik*. Frankfurt am Main [u.a.].
- BUSSE, Ulrich (1999): Keine Bedrohung durch Anglizismen. In: *Sprachdienst* 43, 18–20.
- CARSTENSEN, Broder (1965): *Englische Einflüsse auf die deutsche Sprache nach 1945*. Heidelberg.
- GÖTZELER, Christiane (2008): *Anglizismen in der Pressesprache. Alte und neue Bundesländer im Vergleich*. Bremen.
- HOBERG, Rudolf (2000): Sprechen wir bald alle Denglisch oder Germeng? In: Eichhoff-Cyrus, Karin/Hoberg, Rudolf (Hrsg.): *Die deutsche Sprache zur Jahrtausendwende*. Mannheim, 303–316.
- PFITZNER, Jürgen (1978): *Der Anglizismus im Deutschen. Ein Beitrag zur Bestimmung seiner stilistischen Funktion in der heutigen Presse*. Stuttgart.
- SCHIEWE, Jürgen (2000): Sprachpurismus als Aufklärung. Soll man Fremdwörter ver-deutschen? In: PÖRKSEN, Uwe/STROCKA Volker M. (Hrsg.): *Die Deutschen und ihre Sprache*. Bremen.
- SCHIEWE, Jürgen (2001): Müssen wir wirklich um unsere Sprache fürchten? Vor- und Nachteile einer Sprachveränderung. In: *Deutsche Akademie für Sprache und Dichtung*, 280–296.
- WEHRLI, Christa (2002): *Anglizismen im BRAVO. Eine empirische Untersuchung mit Schülern*. Abhandlung zur Erlangung der Doktorwürde der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich.
- YANG, Wenliang (1990): *Anglizismen im Deutschen. Am Beispiel des Nachrichtenmagazins 'Der Spiegel'*. Tübingen.
- ZÜRN, Alexandra (2001): *Anglizismen im Deutschen. Eine Untersuchung zur Häufigkeit von Anglizismen und deren Inkorporiertheit im Deutschen am Beispiel dreier deutschsprachiger Nachrichtenmagazine; mit einem historischen Abriss und einer Typologie der Entlehnungsarten*. Karlsruhe.

Cool Electrosonds, powervolle Popsongs and groovige Dancehits.
The stylistic value of English borrowing in German teen magazines
Abstract

The aim of this paper is to investigate stylistic functions of English borrowings in modern German teen magazines. Anglicisms give the text a special local, social or professional colour. The unintegrated form make them eye-catching, which is important for the appeal of the magazine and gaining potential readers. The short forms of English borrowings are advantageous regarding economy in language. Anglicisms provide an indirect way (euphemism) to address certain taboo issues. Finally, the use of English borrowings determines the style of the register.

Cool Electrosonds, powervolle Popsongs i groovige Dancehits. O wartości
stylistycznej anglicyzmów w niemieckiej prasie młodzieżowej
Streszczenie

Celem artykułu jest zbadanie znaczenia stylistycznego zapożyczeń z języka angielskiego we współczesnej niemieckiej prasie młodzieżowej. Anglicyzmy nadają tekstom charakterystyczny dla danego kraju, grupy społecznej lub specjalizacji koloryt. W wielu przypadkach wyróżniają się ze względu na niezintegrowaną formę i przyciągają uwagę odbiorcy, co ma istotny wpływ na podniesienie atrakcyjności czasopisma i zyskanie potencjalnych czytelników. Cechą zapożyczeń z języka angielskiego jest zwykle krótki element znaczący, co jest korzystne w myśl zasady ekonomii językowej. Anglicyzmów używa się również w celu osłabienia słów i zwrotów, które ze względu na tabu kulturowe lub poprawność polityczną nie są powszechnie akceptowane. W końcu, użycie zapożyczeń determinuje zabarwienie stylistyczne określonego rejestru językowego.