

Anglizimen in der deutschen Jugendzeitschrift "Bravo"

Čapo, Teodora

Undergraduate thesis / Završni rad

2015

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:404562>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-24**



Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Preddiplomski studij njemačkog jezika i književnosti i engleskog jezika i
književnosti

Teodora Čapo

Anglizismen in der deutschen Jugendzeitschrift „Bravo“

Završni rad

Mentor: prof. dr.sc. Tomislav Talanga

Osijek, 2015.

Erklärung über die eigenständige Erstellung der Arbeit

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Die Stellen der Arbeit, die anderen Quellen im Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen wurden, sind durch Angaben der Herkunft kenntlich gemacht.

Datum: den 21. September 2015

eigenhändige Unterschrift

1. Inhaltsverzeichnis

1. Inhaltsverzeichnis
2. Die Einführung
3. Zur theoretischen Grundlage
 - 3.1. Der Begriff der Anglizismen
 - 3.2. Die Verwendung von Anglizismen
4. Hauptteil
 - 4.1. Die Jugendsprache und Sprache der Jugendpresse
 - 4.2. Anglizismen in der Jugendsprache und Jugendzeitschriften
 - 4.3. Anglizismen in der Jugendzeitschrift „Bravo“
5. Das Schlusswort
6. Die Zusammenfassung und Schlüsselwörter in deutscher Sprache
7. Die Zusammenfassung und Schlüsselwörter in kroatischer Sprache
8. Das Literaturverzeichnis

2. Die Einführung

Das Thema „Anglizismen in der deutschen Sprache“ ist ein sehr breites und aktuelles Thema, denn Englisch ist aus dem Deutschen nicht mehr wegzudenken. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Entlehnung aus dem Englischen in andere Sprachen ist schon einige Jahrhunderte alt und hat seit einigen Jahrzehnten an Aktualität gewonnen (Burmasova, 2010:9). Seit den fünfziger Jahren des zwanzigsten Jahrhunderts wird Englisch in der internationalen Kommunikation, in Konferenzen, bei Zeremonien usw. regelmäßig gebraucht und das kann es dem Prestige und der Macht der englischsprachigen Länder danken. Deswegen wuchs das Interesse für gute Englischkenntnisse und es wurde die erste Fremdsprache an den Schulen und Universitäten. (Talanga, 2006:165). Anglizismen treten am meisten auf der lexikalischen Ebene in Erscheinung und diese werden zwischen Wortentlehnungen, Lehnübersetzungen, Lehnprägungen und Pseudo-Anglizismen unterschieden. Seit den fünfziger Jahren des zwanzigsten Jahrhunderts wimmelt es in bestimmten Kontexten von englischen Wörtern. Um diesen vermehrten Gebrauch der Anglizismen und Scheinanglizismen in der deutschen Sprache zu kritisieren, wurde der Begriff Denglich benutzt. Einer der Bereiche, wo viele dengliche Wörter erscheinen ist die Jugendsprache bzw. Jugendpresse. Der Fokus dieser Arbeit wird die Jugendzeitschrift „Bravo“ mit ihrer Jugendspracheverwendung, sowie viele Anglizismen in dieser Jugendsprache. Erstens werden alle diese Begriffe vereinzelt erklärt in getrennten Kapiteln und am Ende wird eine sprachwissenschaftliche Analyse der gebrauchten Anglizismen gemacht.

3. Zur theoretischen Grundlage

3.1. Der Begriff der Anglizismen

„Es gibt Fremdwörter, die die deutsche Sprache bereichern und sie nicht zerstören. Und es gibt auch Fremdwörter, die, wenn schon nicht schädlich, so doch zumindest überflüssig sind.“ (Wolf, 2004:460). Die meisten von diesen Fremdwörtern in der deutschen Sprache stellen Anglizismen dar, die dank der Macht der englischsprachigen Länder seit der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts sehr einflussreich sind. Es ist unmöglich Anglizismen mit nur einer Definition präzise zu erklären und jeder Sprachwissenschaftler hat eine eigenartige Definition für dieses Phänomen. Nach Zindler stellt ein Anglizismus folgendes dar:

(...) ein Wort im Deutschen, das aus dem britischen oder amerikanischen Englisch stammt, bzw. eine nicht übliche Wortkomposition, jede Art der Veränderung einer deutschen Wortbedeutung oder Wortverwendung (Lehnbedeutung, Lehnübersetzung, Lehnübertragung, Lehnschöpfung, Frequenzsteigerung, Wiederbelebung) nach britischem oder amerikanischem Vorbild. (Zindler, 1959:2)

„Im Deutschen ist ‚Anglizismus‘ eigentlich ein Oberbegriff. Hierunter wird verstanden, dass es ein deutsches Sprachzeichen mit englischen Einflüssen ist, aber das Wort, oder der Ausdruck braucht nicht bestimmt eine übliche Bedeutung im Englischen zu haben“ (Busse, 2001). Am häufigsten erscheinen Anglizismen auf der lexikalischen Ebene, aber auch die Syntax und Morphologie bleiben nur selten deutsch. Da diese neue Erzeugnisse eine Mischung der englischen und deutschen Sprache sind, wird dieses Phänomen Denglisch genannt. Erscheinungsformen des Denglischen sind:

- Wortentlehnungen – direkte Übernahmen wo die Schreibweise und die Aussprache meistens gleich wie im Englischen sind, zum Beispiel das Wort „Job“.
- Ersetzungen – ein englisches Sprachzeichen wird nach den deutschen Regeln nachgebildet und das englische Wort wird wörtlich übersetzt, zum Beispiel das Wort „Fooglight“ wird „Flutlicht“

- Teilersetzungen – es geht um Zusammensetzungen und besteht aus einem deutschen und einem englischen Teil, das heißt der englische Teil ist nur teilweise übersetzt, wie beim Wort „non-stop flight“, das im deutschen „Nonstopflug“ wird.
- Pseudo-Anglizismen – hier besteht das Wort aus englischen Bestandteilen, aber existiert überhaupt nicht im Englischen, zum Beispiel „Dressman“ – es gibt dieses Wort im Englischen nicht und es wurde aus Deutschem als „male model“ übersetzt. (vgl, Busse, 2001)

3.2. Die Verwendung der Anglizismen

Die englische Sprache prägt unterschiedliche Bereiche unseres Lebens. Obwohl Englisch auch früher eine einflussreiche Sprache war, „nach 1945 wurde der englische Einfluss intensiver als je zuvor“ (Talanga, 2006:166) und das prägte die moderne deutsche Sprache. „Vor allem die BRD orientierte sich stark an der westlichen, englischsprachigen Kultur und entsprechenden Folgen für die deutsche Sprache der Gegenwart“ (Talanga, ebd.). Seit dieser Zeit werden immer mehr Kulturprodukte in der englischen Sprache angeboten und diese Erscheinung hat besonders die Jugendlichen beeinflusst. Auch in der DDR, wo Russisch die dominante Fremdsprache war, hat das Englische die Jugendsprache beeinflusst: „Trotz des ideologisch gefärbten repressiven Drucks in der DDR fließen seit etwa 1970 einzelne engl. Modewörter (*Hit, Disco, Teenager usw.*) in die dortige Jugendsprache ein, aber der Einfluss blieb in der DDR um das Vielfache geringer als in der Bundesrepublik“ (Talanga, ebd.).

Wie schon erwähnt sind Jugendliche die vom Denglischen meist betroffene Gruppe und das ist vor allem der Globalisierung zu verdanken. „Jugendliche lernen die englische Sprache in der Schule und können sie besser lesen und schreiben als die Generation ihrer Eltern. Die Wahl englische Ausdrücke zu benutzen, entsteht ungefähr wenn Personen Teenager sind, weil sie dann ihre eigene Identität bilden“ (Barnhoorn, 2011:6). Teenager werden auch am meisten mit Medien wie Internet, Fernseher, Film und Musik in Kontakt gebracht. Laut einer Untersuchung der Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH wird Folgendes bestätigt:

Erwartungsgemäß verwenden die Jüngeren – insbesondere die 14- bis 25-Jährigen – überdurchschnittlich häufig Anglizismen: Während 49 Prozent

der 14- bis 25-Jährigen sehr häufig auf englische Begriffe zurückgreifen, sind es bei den 56- bis 65-Jährigen nur vier Prozent. Formal besser Gebildete verwenden englische Begriffe deutlich häufiger als Bürger mit Hauptschulabschluss. (2008)

Margie Berns (2007) behauptet in ihrer Untersuchung, dass vor allem die Jugend englische Wörter kennt und verwendet und dass in Jugendzeitschriften mehr englische Wörter verwendet werden als in der der Senioren (Barnhoorn, ebd.). Auch andere Medien als die Presse sind die Zielgruppe der Anglizismen vor allem unter Jugendlichen. Rebekka Bratschi (2002) betont das in ihrer Arbeit und es wird bestätigt:

...dass in Werbung, wo Jugendliche überzeugt werden sollen und wo man Aufmerksamkeit braucht, Englisch als Sprache der Jugend eingesetzt wird, aber dass auch in anderen Jugendmedien die englische Sprache oft wieder zurückzufinden ist. Sie behauptet aber auch, dass Englisch die Sprache ist, die die meisten Personen der deutschen Bevölkerung kennen. Diese Aussage kann darauf deuten, dass auch außer in der Jugendsprache regelmäßig Englisch verwendet wird (Barnhoorn, ebd.).

Ioana-Narcisa Crețu behauptet in ihrem Artikel über Anglizismen, dass die geschriebene Sprache heutzutage sehr von der gesprochenen Sprache abhängt: „Beobachtet wird jedoch, dass durch die neuen Medien die gesprochene Sprache die geschriebene Sprache beeinflusst, da bei den neuen Medien oft weder gesprochen noch (...) geschrieben wird“ (Crețu, 2002:263). Das heißt, dass die geschriebene Jugendsprache so viel englische Ausdrücke beinhaltet, weil sie von den Jugendlichen auch in der gesprochenen Sprache viel verwendet werden.

Außer Jugendsprache, Anglizismen werden auch viel im Computerbereich verwendet. „Es ist etwas Auffälliges, dass im Deutschen Computertermini fast nicht übersetzt werden. Deswegen sind ‚Internet‘, ‚Software‘ und ‚Online‘ oft zu lesende Wörter“ (Barnhoorn, 2011:8).

Es ist schwer einen wirklichen Grund für die Verwendung der Anglizismen zu finden. Manche englische Wörter gehören schon zur deutschen Standardsprache und es wäre ungewöhnlich deutsche Äquivalente zu gebrauchen. Auf anderer Seite, für manche englische Ausdrücke wie „Software“ gibt es überhaupt keine deutsche Übersetzung. Das passiert

meistens mit neuen Erscheinungen. Manche englische Ausdrücke haben auch stärkere, modernere oder präzisere Bedeutung. Zum Beispiel das Wort „Junggeselle“ hat die gleiche Bedeutung wie das englische „Single“, aber es klingt mehr altmodisch.

Barnhoorn (2011) schreibt in ihrer Arbeit Folgendes:

Ein wichtiger Punkt von Ulrich Busse (2001) ist seine Aussage, dass seiner Meinung nach, die Anglizismen, die in den Medien benutzt werden, oft nicht mehr übersetzt werden, sondern dass die englische Form statt der deutschen Übersetzung übernommen wird. Das deutet darauf, dass es in den Zeitschriften viele stilistische Anglizismen geben wird. Die meisten Anglizismen, die nicht in der Sprache integriert sind, findet man in Schlagzeilen, die integrierten dagegen in Fließtexten als Fachtermini (Barnhoorn, 2011:10).

4. Hauptteil

4.1. Jugendsprache und Sprache der Jugendpresse

Jugend wird am meisten als ein Übergang aus der Phase der Kindheit zur Phase des Erwachsenseins definiert. Jugendliche sind eine heterogene Gruppe, aber nach Reinke (1994:295-296) gibt es drei Stufen der Jugend:

Erstens gibt es die Peer-Groups, d. h. etwa gleichaltrige Jugendliche mit ähnlicher sozialer Herkunft, die mindestens zum Teil gemeinsame Gedanken haben. Die zweite Stufe besteht aus den subkulturellen Gruppen, die den jugendkulturellen Strömungen entsprechen. Nur wenige Jugendliche meinen, dass sie zu diesen Gruppen gehören, aber sie haben meistens immer entweder Sympathien oder Ablehnung zu den vereinzelt Stilen. Die dritte Stufe „Gruppe der Jugendlichen“ besteht aus diesen Peer-Groups und subkulturellen Gruppen. (Reinke, 1994:295-296, zitiert nach Hänninen und Karikoski, 2011:33)

Nach Reinke (1994:297-299) und ihren Untersuchungen ist die Jugendsprache experimentell, antikonventionell und tendenziell situationalisierend. Daneben, Elsen (2003:273) behauptet: „... dass die Jugendlichen von den anderen Gruppen und besonders von den Erwachsenen differenzieren wollen, weswegen sie mit der Sprache spielen“ (Elsen, 2003:273, zitiert nach Hänninen und Karikoski, 2011:33). Die Merkmale der Jugendsprache, die sie vom Sprechen der anderen unterscheidet, befinden sich auf allen sprachlichen Ebenen wie Lexikologie, Syntax, Wortbildung usw. Bachofer erläutert es in seiner Arbeit (2003:63) auf dem Beispiel des unbestimmten Artikels: „der unbestimmte Artikel wird oft in jugendtypischer Syntax verkürzt, d. h. die Akkusativform „einen“ wird zu „nen“ und die Nominativform „ein“ zu „n“. Dieses und auch viele andere Merkmale der Jugendsprache ähneln der Umgangssprache (ebd.)

Die Jugendpresse ist immer noch trotz den digitalisierten Medien eine Attraktion für die Jugendlichen. „Unter Jugendzeitschriften versteht man periodisch erscheinende Druckerzeugnisse, die sich mit jugendspezifischen Themen und in jugendmäßiger Aufmachung an Jugendliche (meist zwischen 12 und 18 Jahren) wenden“ (Knoll, 1985:11). Nach der *JIM*-Studie aus dem Jahr 2007 lautet: „Obwohl das meistgenutzte Medium unter den Jugendlichen das Handy ist (94 Prozent) und zwei Drittel der Jugendlichen einen eigenen

Computer oder Fernseher zur Verfügung haben, liest fast jeder zweite Jugendliche (48 Prozent) eine Zeitung und jeder dritte Jugendliche konsumiert eine Zeitschrift“. Wie Kirsten Deising in ihrer Arbeit erklärt (2007:17), lassen sich unter Jugendzeitschriften kommerzielle und nicht kommerzielle Zeitschriften unterscheiden. In dieser Arbeit wird der Fokus auf den kommerziellen Zeitschriften, besonders auf „Bravo“, sein.

Außer Themen, die die Jugendpresse den Jugendlichen bietet, gibt es auch andere Merkmale ihrer Subkultur, wie zum Beispiel die Sprache charakteristisch für sie: „Die Jugendzeitschriften spiegeln, mit ihrer Konzeption den Lesern Zugehörigkeit zu einer Jugendsubkultur zu eröffnen, ein wesentliches Merkmal der Jugendsprache wider“ (Deising, 2007:20). Durch den Jugendjargon können sich die Jugendlichen mit ihrer Gruppe und Zeitschriften für sie identifizieren. Dieser Jargon soll sie authentisch machen, aber oft gibt es andere Gründe dahinter. Meistens ist dieser Grund kommerzieller Art. Ehmann behauptet in diesem Zusammenhang:

In diesen ‚Jugendzeitschriften‘ wird nicht in erster Linie Jugendsprache ‚wiedergegeben‘ oder ‚nachgemacht‘, sondern ‚gemacht‘, indem Denkmuster und Verhaltensschemata für den ‚normalen Jugendlichen von heute‘ (wie er in den Köpfen der Zeitungsmacher existiert) systematisch aufgebaut werden (Ehmann, 1992:111).

Warum passiert das so? „Wo ein erwachsener Leser bildungslastigen Edelfedern oder eitlen Jargon-Schreibern gegenüber noch eine Weile tolerant weiterliest, verliert ein junger Leser sekundenschnell das Interesse, wenn er ein Wort nicht versteht oder nicht weiß, worum es eigentlich geht“ (Kommerell, 2008:125). Deswegen orientieren sich die Redakteure der Jugendzeitschriften auf einfachere Sprache, aber auch auf gezielte bekannte Wörter, Phrasen und Sätze.

4.2. Anglizismen in der Jugendsprache und Jugendzeitschriften

Die Jugendlichen sind heutzutage täglich mit der englischen Sprache konfrontiert, vor allem in den Medien. Musik, Film oder Spielen, alles basiert heute auf der englischen Sprache. Wie Claudia Jörges in ihrer Arbeit „Anglizismen in der Jugendsprache“ behauptet:

(...) die Mehrheit an englischen Liedern in den Medien kann durchaus ein Dazugehörigkeitsgefühl in den Jugendlichen durch die Verwendung von Anglizismen in ihnen wecken. Schließlich wird hier ja darüber argumentiert, wie die Jugendlichen ihre Sprache einsetzen um möglichst ihre Lebensstile und ideologischen Vorstellungen sowie ihren linguistischen Kampf gegen Normen und Autoritäten in der Gesellschaft zu platzieren. (Jörges, 2004:3).

Nach ihren Worten steht auch der Gebrauch von Anglizismen in der Jugendsprache als wichtiges Indiz für die Zusammenhänge jugendlicher Ideale und dem Bild vom amerikanischen Fortschritt, Modernität und Freiheit (Jörges, 2004:5). So kann man die Tendenz zur Modernität und Internationalität der Jugendlichen herausfinden.

Da der Ziel der Jugendzeitschriften mit den Jugendlichen zu identifizieren ist, gebrauchen die Redakteure die Sprache der Jugend. Das ist die Basis ihres Bestandes. Außer dem Ziel akzeptiert zu werden, die Jugendsprache in der Jugendpresse hat auch eine kommerzielle Bedeutung. Alles, was in der Jugendsprache, dass heißt vor allem Anglizismen, geschrieben ist, soll auch modern und attraktiv für die Zielgruppe sein. Die Bereiche, die in Jugendpresse bearbeitet werden und die viele Anglizismen anfordern sind vor allem Mode, Technik, Liebe und prominente Leute.

4.3. Anglizismen in der Jugendzeitschrift „Bravo“

In dem folgenden Kapitel werde ich mich mit den Anglizismen innerhalb des untersuchten Korpus, der Jugendzeitschrift „Bravo“, beschäftigen. Es wird herausgearbeitet, dass die Redaktion einer von bekanntesten Jugendzeitschriften Deutschlands „überregionale Ausdrucksformen des jugendsprachlichen Jargons verwendet“ (Deising, 2007:55).

„Bei dem Jugendmagazin „Bravo“ handelt es sich um die populärste und Markt führende Jugendzeitschrift Deutschlands sowie die erfolgreichste Jugendzeitschrift der Welt. „Bravo“ wurde 1956 gegründet und erscheint gegenwärtig wöchentlich in einer Auflage von ca. 400.000 Exemplaren“¹ (zitiert nach Dreising, 2007:56).

Bei „Bravo“ handelt es sich um eine Zeitschrift, die am meisten über Stars aus Fernsehen, Film und Musik berichtet. Schon dieser Satz umfasst einige Anglizismen, die im Magazin oft erscheinen. Zum Beispiel das Wort „Stars“ stammt aus Englischem und bedeutet „Stern“. Außerdem, alle Rubriken in dieser Zeitschrift tragen einen englischen Namen. Diese sind: Stars, Style, Life, Buzz, Job und Community. Unter z. B. Style findet man noch: Fashion, Styling-Tipps (eine Hybridbildung – die hervorgehen aus der strukturellen Neigung der deutschen Sprache zur Komposition), Pflege, Style-Test, Girl! Mode, Girl! Beauty, Bravo Lookbook. Für das englische Wort „Fashion“ hat man eigentlich kein ursprünglich deutsches Wort, das wirklich verwendet wird. Wir haben Zeiterscheinung, Zeitgeschmack, aber das verwendet keiner. Dann „Styling-Tipps“ – die beiden Wörter stammen aus dem Englischen, Tipp ist ein Wort englischer Wurzel, dass Rat bedeutet, aber es wird wie ein einheimisches Wort angesehen, weswegen einige sagen, dass es hier um eine Hybridbildung geht. Pflege ist das einzige deutsche Wort hier. Bei dem Kompositum „Style-Test“ handelt es wieder um einen Anglizismus. Das Wort „Style“ wurde schon erklärt und das Wort „Test“ stammt originell aus dem Altfranzösischen, aber in die moderne deutsche Sprache kommt es aus dem Englischen und es ist eine Hybridbildung, worunter man komplexe Wörter versteht, deren Bestandteile aus mindestens zwei verschiedenen Sprachen stammen. Das Wort „Mode“ stammt aus dem Französischen, aber „Girl“ ist ein rein englisches Wort, sowie „Beauty“. Bei „Lookbook“ handelt es sich um ein englisches Kompositum, wobei „look“ für das deutsche „(aus)sehen“ steht und das Wort „book“ bedeutet im Deutschen „Buch“. Auch bei „Life“

¹ Diese Angaben sind zu relativieren, da davon auszugehen ist, dass Jugendzeitschriften neben dem Käufer eines Magazins noch von drei bis fünf Nebenlesern konsumiert werden. (Vgl. Baacke (1994): S. 175).

haben wir den Untertitel „Fotolovestory“, das eine Hybridbildung ist. „Story“ ist eine englische Entlehnung für die Geschichte und Foto ist vermischt aus dem Englischen „photogenic“, das „durch Lichteinwirkung entstanden“ bedeutet und im Französischen steht „héliographie“ für „Lichtpause“. „Psychotest“, „Trends“ und „Job“ sind auch sehr oft gefundene Anglizismen im „Bravo“.

Der folgende Artikel („Bravo“, vom 11.11.2014) wird als Beispiel für ein Anglizismenkorpus in den Jugendzeitschriften genutzt und analysiert:

Berufe in der Mode-Branche

Sind alle Klamotten korrekt ausgezeichnet? Hängt jede Größe am Kleiderständer? Sind genügend Sonderangebote auf Lager? Und ist die Bestellung für die neue Kollektion schon raus?

Damit im Mode-Einzelhandel alles super funktioniert und jeder Kunde genau das findet, was er sucht, müssen die Mitarbeiter auf vieles achten. Hier ist echtes Teamwork gefragt - alle Kollegen arbeiten Hand in Hand, helfen sich gegenseitig.

Hier ist kein Tag wie der andere. Klingt das interessant für dich? Dann erfährst du hier, welche Berufssparten es gibt - und wie du Karriere machen kannst. Wenn du dich also für Mode, Style und Trends begeisterst, ist das genau die richtige Branche für dich! Worauf wartest du noch? (Bravo, 11.11.2014).

Das Wort „Job“, das aus dem Englischen stammt, bedeutet im Deutschen Arbeit, aber die Herkunft des Wortes ist ungeklärt und es ist ein Lehnwort. Danach, „Teamwork“ ist ein zusammengesetztes Lehnwort für Zusammenarbeit oder Gemeinschaftsarbeit. Der Anglizismus „Style“ wurde schon erwähnt und erklärt in der Arbeit. „Trend(s)“ wird als „über einen gewissen Zeitraum bereits zu beobachtende, statistisch erfassbare Entwicklung[stendenz]“ erklärt, da es kein deutsches Äquivalent gibt und es ist ein Lehnwort. Es bildet den Plural nach dem englischen Pluralmorphem –s.

Der Rest des Zeitschrifteninhalts beinhaltet die erklärten Anglizismen noch mehrmals. Obwohl es nicht alle Anglizismen aus dem Korpus sind, sind die behandelten die meist gebrauchten und meist typischen für die Jugendsprache.

Außer dem Bereich der Mode, der mit dem vorigen Artikel dargestellt wurde, Anglizismen befinden sich auch in zahlreichen anderen Bereichen der Zeitschrift. Diese allumfassende Verwendung des Phänomens der Anglizismen zeigt wie die deutsche Sprache mit der Zeit und mit neuen Generationen abwandelt. Im Weitergang der Arbeit wird noch eine kurze Einführung eines Artikels in der Form des Testes („Bravo“, vom 25.02.2015) mit einem jugendlichen Thema vorgestellt und analysiert:

Test: Chatten, spielen und Co. Welcher Internet-Typ bist du?

Ohne Web nichts los: Egal ob für die Schule, unterwegs auf dem Smartphone oder zuhause am PC - online sein ist für viele Jugendliche das liebste Hobby! Für dich auch? Und wenn ja, welcher Internet-Typ bist du? Der Chiller, die Kommunikative oder der Verspielte - mach den Test und finde es heraus!

Erstens erscheint das Wort „Test“, für das es schon erklärt wurde, dass der Ausdruck originell aus dem Altfranzösischen stammt, aber in die moderne deutsche Sprache kommt es aus dem Englischen. Ein deutsches Äquivalent wäre die Kontrolle oder die Prüfung. Das Verb „chatten“ stammt aus Englischem und hat für die deutsche Synonyme die Wörter „plaudern“ und „sich unterhalten“. Interessant ist, dass der Ausdruck deutsche Morphologie übernimmt und bekommt das Suffix –en, das Verben im Infinitiv bezeichnet. Danach kommt noch ein interessantes Kompositum vor und das ist „Internet-Typ“. Es besteht aus dem Wort „Internet“, das im Englischen aus Bestandteilen inter- = zwischen, unter(einander) und network (im Sinne von »Gruppe untereinander verbundener Netzwerke«) gebildet wird, und aus dem Wort „Typ“, das lateinische Herkunft hat und „Gepräge“ oder „Schlag“ bedeutet. Der Ausdruck „Web“ ist eine Kurzform für World Wide Web, wobei der erste Teil weltweit und der zweite Teil Netz bedeutet. Ein richtig deutsches Synonym dafür gibt es nicht, weil das Wort ein Neologismus oder eine Neuerscheinung ist. Ein weiteres Neologismus englischer Herstammung ist „Smartphone“. Das ist ein Ausdruck für einen neuen Typ des Handys, wobei „smart“ im Englischen klug und „phone“ das Telefon bezeichnet. Der „Duden-online“ erklärt den Ausdruck „Smartphone“ als: „Mobiltelefon, das sich von einem klassischen Mobiltelefon durch ein größeren [Touchscreen]bildschirm und zusätzliche Funktionen wie

GPS und die Möglichkeit, Apps daraufzuladen, unterscheidet“. Die Abkürzung „PC“ steht für das englische „Personal Computer“ und der „Duden-online“ erläutert es als: „kleinerer Computer, der besonders im kaufmännischen Bereich und in der Textverarbeitung verwendet wird“. Deutsche Ausdrücke für die gleiche Bedeutung sind: Heimcomputer, Kleinrechner oder Tischcomputer. Das englische Lehnwort „Hobby“ wird ebenfalls sehr oft unter Jugendlichen verwendet, aber die historische Herkunft des Wortes ist ungeklärt. Im Deutschen wird es als Freizeitbeschäftigung verwendet. Das letzte englische Lehnwort in dem Artikel, aber nur eines in der Menge der denglischen Wörter ist der Ausdruck „der Chiller“. Es ist eine neue englische Bildung für den deutschen „Faulenzer“. Diese Bildung wurde aus dem umgangssprachlichen Verb „chillen“ = „faulenz“, „sich entspannen“ geformt und sie stand erstmals im Jahr 2004 im Rechtschreibduden.

5. Das Schlusswort

„Die Jugendsprache zeichnet sich vor allem durch ihre kreative, innovative und flexible Umgangsweise mit der Sprache aus. Ihre Hauptmerkmale sind daher ihre Varianz und ihre Variabilität“ (Deising, 2007:98). In dieser Arbeit wurde es aufgewiesen und erklärt wie die Medien, vor allem Jugendzeitschriften, den Jugendjargon beeinflussen. Es wird herausgearbeitet, dass einer der Hauptmerkmale der Jugendsprache die Verwendung von Anglizismen ist. Die Jugendpresse dient da zur Stilisierung und Verbreitung einer standardisierten, gesamtdeutschen Jugendsprache (ebd.). Eine der wichtigsten Funktionen der Verwendung der Jugendsprache, das heißt auch Anglizismen in den Medien, ist die Werbung. Diese Zeitschriften haben vor allem einen kommerziellen Zweck und deswegen müssen sie sich so viel wie möglich mit ihrer Zielgruppe identifizieren. Auf der anderen Seite dienen den Jugendlichen als ein Vorbild und die Jugend akzeptiert die verwendete Sprache und auf diese Weise bereichert sie ihr Vokabular mit zahlreichen modernen Wörtern. So entsteht eine gesamtdeutsche Jugendsprache, die mit dem Denglischen abgeglichen werden kann. Dieses passiert wegen der Globalisierung, sowie wegen der steigenden Macht und Einfluss der englischsprachigen Länder. „Bravo“, die bekannteste und auflagenstärkste Jugendzeitschrift deutschlandweit wurde als Korpus für die sprachwissenschaftliche Analyse benutzt. Die jugendtypischen Abweichungen in diesem Magazin ist an der ersten Stelle das Lexikon, d.h. statt „altmodischer“ deutscher Ausdrücke wurden die modernen englischsprachigen Ausdrücke verwendet: „Schließlich unterliegt der Wortschatz stets den schnellsten, aber auch den oberflächlichsten Sprachwandelprozessen – er ist historisch vergleichsweise instabil“ (Buschmann, 1994:220).

6. Zusammenfassung und Schlüsselwörter in deutscher Sprache

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der aktuellen deutschen Jugendsprache, die nach der Thesen in der Einleitung voll von Anglizismen ist. Dieses Phänomen wird an dem Beispiel der Jugendzeitschrift „Bravo“, besonders in Rubriken und anhand eines ausgewählten Artikels, untersucht und analysiert. Außerdem wird bestätigt, dass die Jugendmagazine die der Jugend angepasste Sprache verwenden, weil sie auf diese Weise ihre Nähe gewinnen wollen. Englisch ist in der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts eine sehr einflussreiche Sprache in verschiedenen Bereichen geworden und seine Anwendung in der deutschen Sprache wird folglich Denglisch genannt. Da die Jugendlichen dieses Denglisch generell akzeptiert haben, verwendet sie die Jugendpresse, um mit ihrer Zielgruppe Schritt zu halten.

Schlüsselwörter: Anglizismen, Denglisch, Jugend, Jugendzeitschrift

7. Zusammenfassung und Schlüsselwörter in kroatischer Sprache

Ovaj rad bavi se suvremenim njemačkim jezikom kojim se služi mladež, a koji je prema prikazu u uvodu pun anglicizama. Ovaj fenomen je istražen i analiziran na primjeru časopisa za mladež „Bravo“, posebno na primjeru rubrika u njemu i jednoga odabranog članka. Osim toga, rad potvrđuje i da časopisi za mlade koriste jezik prilagođen mladeži s ciljem približavanja njima. Engleski jezik je tijekom druge polovice dvadesetog stoljeća postao vrlo utjecajan u različitim područjima te se njegova upotreba u njemačkom jeziku prema tome naziva terminom „Denglisch“. Mladež je taj fenomen načelno prihvatila pa ga tako i tiskani mediji za mlade koristi s namjerom držanja koraka sa svojom ciljnom skupinom.

Ključne riječi: anglicizmi, „Denglisch“, mladež, časopis za mlade

8. Das Literaturverzeichnis

Primärliteratur:

Bravo. Hamburg: Heinrich Bauer Verlag 2014. Ausgabe 11.11.2014

Bravo. Hamburg: Heinrich Bauer Verlag 2014. Ausgabe 25.02.2015

Sekundärliteratur:

Barnhoorn, Harriët (2011): *Anglizismen in der deutschen Sprache. Eine Untersuchung der Gattungsabhängigkeit von Anglizismenverwendung*. Universiteit Utrecht

Berns, M., Bot, K. de und Hasebrink U.(Hrsg.) (2007) *In the presence of English: Media and European Youth*. New York: Springer.

Burmasova, Svetlana (2010): *Empirische Untersuchung der Anglizismen im Deutschen*. Bamberg: University of Bamberg Press Bamberg 2010

Buschmann, Matthias: *Zur „Jugendsprache“ in der Werbung*. In: *Muttersprache. Vierteljahresschrift für deutsche Sprache* 104 (1994), Heft 3, S. 219-231.

Busse, Ulrich (2001): *Typen von Anglizismen: von der heiligo geist bis Extremsparing – aufgezeigt anhand ausgewählter lexikographischer Kategorisierungen*. In: Stickel, G.(Hrsg.) *Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz: Aktueller lexikalischer Wandel*. Berlin: De Gruyter.

Crețu, I. (2002): *Bezeichnung, Bedeutung und Sinn in der Mediensprache*. In: Herwig, R. (Hrsg.) *Sprache und die modernen Medien*. Frankfurt am Main etc.: Peter Lang.

Deising, Kirsten (2007): *EINFACH FETT! ZICKEN-BEEF DELUXE.“ DIE MEDIENGENERATION – JUGENDSPRACHE AM BEISPIEL DES DEUTSCHEN HIP HOP UND DEUTSCHER JUGENDZEITSCHRIFTEN*. The University of Bamberg

Ehmann, Hermann: *Jugendsprache und Dialekt. Regionalismen im Sprachgebrauch von Jugendlichen*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1992.

- Elsen, Hilke 2003: *Sonderlexik Jugend?* In: Neuland, Eva (Hg.): *Jugendsprachen - Spiegel der Zeit: internationale Fachkonferenz 2001 an der Bergischen Universität Wuppertal*. Frankfurt am Main: Peter Lang. S. 261-275.
- Hänninen, Sanna-Liisa; Tiina Karikoski (2011): *CRAZY, EMO UND ANDERE NEUE ANGLIZISMEN SOWIE CODE-SWITCHING AUS DEM ENGLISCHEN IN DER DEUTSCHEN JUGENDSPRACHE. Ihre Form und Funktion am Beispiel des Jugendmagazins POPCORN*. Universität Jyväskylä
- Jörges, Claudia (2004): *Anglizismen in der Jugendsprache*. München, GRIN Verlag, <http://www.grin.com/de/e-book/108943/anglizismen-in-der-jugendsprache> (10.7.2015)
- Knoll, Joachim H.: *Jugendzeitschriften im Videozeitalter. Ethische, Pädagogische, rechtliche Aspekte*. Sachsenheim: Burg Verlag 1985.
- Kommerell, Kathrin: *Journalismus für junge Leser*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2008 (= Praktischer Journalismus 82).
- Reinke, Marlies 1994: *Jugendsprache*. In: Heringer, Hans Jürgen u. a. (Hg.): *Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag. S. 295-322.
- Talanga, Tomislav (2006): *Einführung in die Geschichte der deutschen Sprache*. Osijek: Filozofski fakultet
- Wolf, Norbert R. (2004): *Anglizismen im Sprachgebrauch. Eine Wortmeldung in einer immer wiederkehrenden Debatte*. In: Hyvärinen, Irma / Kallio, Petri / Korhonem, Jarmo (Hrsg.): *Etymologie, Entlehnungen und Entwicklungen. Festschrift für Jorma Koivulehto zum 70. Geburtstag*. Helsinki.
- Zindler, Horst (1959): *Anglizismen in der deutschen Pressesprache nach 1945*. Diss. Kiel.