

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
Sprach- und literaturwissenschaftliche Fakultät
WS 2004/2005

S: *Linguistics & Society*
Dozent: Joachim Grzega

*Studie zur
Untersuchung des
Verständnisses von
Anglizismen bei älteren
Menschen*

Martina Jäger
Noemi Perego
Elisabetta Zarini

Inhalt

I. Einleitung	S. 4
II. Untersuchung des Verständnisses von Anglizismen bei älteren Menschen	
a. Durchführung der Befragung	S. 7
b. Auswertung	S. 12
c. Ergebnisse und Interpretation	S. 17
i. Altersgruppen	S. 17
ii. Geschlecht	S. 19
iii. Berufe	S. 21
iv. Items	S. 24
III. Schluss	S. 27
IV. Bibliographie	S. 28
V. Anhang	S. 29
Abstract	S. 32

I. Einleitung

Mit diesem Projekt wollen wir der Frage auf den Grund gehen, in welchem Grad ältere Menschen Anglizismen verstehen, die in der heutigen deutschen Presse auftreten. Im deutschsprachigen Raum wurden bereits vor vielen Jahren Untersuchungen zum allgemeinen Verständnis von Anglizismen durchgeführt. Eine davon möchten wir im Folgenden genauer betrachten.

K. Viereck, W. Viereck und I. Winter gehören zu den ersten, die im Jahre 1975 der Frage des Verständnisses, der Motivation der Verwendung, der phonetischen Integration und des aktiven Gebrauchs von Anglizismen im Deutschen der Bundesrepublik und Österreich in systematischen empirischen Untersuchungen nachgegangen sind. Auf Grund des starken Anstiegs der Zahl der Anglizismen in der deutschen Presse, in Fernsehsendungen, Radio und Werbung, stellte sich in den 70er Jahren die Frage, ob die deutschen Leser bzw. Zuschauer oder Zuhörer überhaupt in der Lage waren, diesen neuen erweiterten Wortschatz vollständig zu verstehen. Daher ergab sich das Bedürfnis, den Verständnisgrad der Bevölkerung zu überprüfen. Die Forscher haben eine Untersuchung vorgelegt, in der zum ersten Mal österreichische Tageszeitungen – systematisch quantitativ – auf englischen Einfluss hin untersucht wurden. Außerdem wurde zu klären versucht, wie es um das Verständnis der in den Presseorganen verwendeten Anglizismen steht. Es wurden 32 Anglizismen insgesamt 193 Testpersonen ohne Kontext vorgelegt. Hierbei wurden nur Wörter verwendet, deren Herkunft eindeutig englisch war. Bei den Informanten wurden Bildung, Alter, Geschlecht, Englischkenntnisse sowie Zeitungs- und TV-,Konsum' als Kriterien berücksichtigt. Die Befragung erbrachte als Resultat, dass der Durchschnittsverständnisgrad aller vorgelegten Anglizismen bei 62,3% lag. Der niedrigste Wert

(39,5%) wurde für die Gruppe „Informanten mit Volks- und Hauptschulbildung, über 50 Jahre, ohne Englischkenntnisse“ ermittelt, der höchste lag bei 81,9% und galt für 20-30jährige Anglistik-Studenten. Was die Geschlechterverteilung betraf, wurde festgestellt, dass die weiblichen Informanten sowohl niedrigere passive Kenntnisse als auch niedrigere aktive Kenntnisse von Anglizismen als männliche Informanten bewiesen. Man stellte auch fest, dass die Orthographie in nicht wenigen Fällen eine Verständnisbarriere darstellte. Diese Aufstellung zeigte, dass ein deutlicher Unterschied zwischen der mündlichen und der schriftlichen Vermittlung der Anglizismen bestand¹.

In unserem Projekt wollen wir den gegenwärtigen Verständnisgrad erfragen und interessieren uns dabei ausschließlich für die älteren Menschen. Außerdem wollen wir die Wörter nicht einzeln, sondern im Textzusammenhang vorlegen, um eine lebensnähere Situation betrachten zu können. Unser Ausgangspunkt ist die Hypothese, dass, obwohl die Verwendung von Anglizismen in der deutschen Presse kein neues Phänomen ist, immer noch Probleme beim Verständnis dieser vorliegen. Die Ersetzung deutscher Termini durch Lehnwörter, in diesem spezifischen Fall englische Wörter, ist schon seit Anfang der 50er ein kennzeichnendes Merkmal der journalistischen bzw. werbungsorientierten Sprache. Diese Erscheinung verhindert häufig einen fehlerlosen und vollständigen Empfang der Botschaft, besonders unter den älteren Leuten.

Die von uns durchgeführte Untersuchung richtet sich an Leute ab 59 Jahren: Dieser Zielgruppe wird ein Fragebogen präsentiert, der 12 Anglizismen im Kontext enthält. Diese besonderen englischen Ausdrücke haben wir aus der Zeitschrift *Die Aktuelle* ausgewählt. *Die Aktuelle* ist nämlich als Boulevard-Magazin klassifizierbar, dessen Leser hauptsächlich Menschen im Alter ab 60 sind (48,7%), die eine mittlere Schulbildung haben (Haupt/Volksschulabschluss 63,9%; Realschulabschluss 23,1%)

¹ Vgl. Wolfgang Viereck, „Empirische Untersuchungen insbesondere zum Verständnis und Gebrauch von Anglizismen im Deutschen,“ *Studien zum Einfluß der englischen Sprache auf das Deutsche* (Tübingen: Narr, 1980) 237 ff.

und die entweder als Angestellte und Beamte (69,2%) oder als Arbeiter (29,5%) beschäftigt sind bzw. waren. Die Leser sind vor allem Frauen aber Männer stellen auch einen wichtigen Teil dar (23,6%)².

Bei der Durchführung unseres Projektes gehen wir folgendermaßen vor: Zuerst werden drei aufeinander folgende Ausgaben der oben genannten Zeitschrift, die allwöchentlich veröffentlicht wird, auf die verwendeten Anglizismen hin untersucht. Dazu werden die Ausgaben Nr. 47 vom 15. November 2004, Nr. 48 vom 22. November 2004 und Nr. 49 vom 29. November 2004 genauer betrachtet. Die drei Exemplare zeigen eine große Menge von Anglizismen: 93 types und insgesamt 246 tokens³.

Wir interessieren uns in unserer Untersuchung nur für äußeres Lehnwort, d.h. für Übernahmen aus dem Englischen, die äußerlich noch als solche erkennbar sind. Grund dafür ist, dass wir das Verständnis englischer Wörter untersuchen wollen. Somit ist inneres Lehnwort nicht von Bedeutung. Innerhalb der Kategorie des äußeren Lehnworts betrachten wir nur Fremdwörter (z.B. Royal), Lehnwörter (z.B. stylen) und Mischbildungen (z.B. Glamourpaar), nicht aber Sachspezifika (z.B. High School) oder Pseudoanglizismen (z.B. Handy), da es darum geht, anstatt der Anglizismen, bereits existierende deutsche Wörter oder Erklärungen zu finden. Das ist bei den beiden letzten Fällen kaum möglich und außerdem treten bei diesen seltener Verständnisprobleme auf Grund der englischen Sprache auf⁴.

² Vgl. www.gonginfo.de/html/media.html

³ siehe Anhang

⁴ vgl. Bernhard Kettemann und Rudolf Muhr (Hrsg.), *Eurospeak: Der Einfluss des Englischen auf europäische Sprachen zur Jahrtausendwende*. (Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, 2002) 32 ff.

II. Untersuchung des Verständnisses von Anglizismen bei älteren Menschen

a. Durchführung der Befragung

Um die Hypothese zu überprüfen und zu bestätigen bzw. für ungültig zu erklären, scheint der Fragebogen das am besten geeignete Erfassungsinstrument. Durch den schriftlichen Fragebogen wird eine gewohnte Lage wiederhergestellt, in der die Leser Anglizismen finden können. Die vorgestellten Sätze werden aus den veröffentlichten Artikeln übernommen und den Probanden vorgelegt. Außerdem beeinflusst die schriftliche Befragung die Informanten am wenigsten und gibt ihnen die Möglichkeit, sich Zeit zu nehmen, darüber nachzudenken, und in aller Ruhe eine für sie passende Lösung zu finden, genau wie es beim alltäglichen Lesen geschieht.

Bei der Erstellung des Fragebogens gehen wir folgendermaßen vor: Eingangsfragen wir nach persönlichen Angaben, nämlich Alter, Geschlecht und (ehemaliger) Beruf. Dann folgt eine kurze Erklärung, die den Zweck der Befragung deutlich macht und Hinweise zur Bearbeitung gibt. Dazu folgt im Weiteren auch ein Musterbeispiel mit dem Wort „TV-Film“. Danach wählen wir 12 Items nach bestimmten Gesichtspunkten aus. Wir achten bei der Auswahl auch darauf Wörter zu nehmen, für die sich einfach eine deutsche Umschreibung finden lässt. Wir haben zwar Wörter, wie z.B. „Hit“, „Star“, „Baby“,... mehrmals in den Zeitschriften gefunden, aber benutzen sie nicht, da sie heutzutage zum deutschen Wortschatz gehören und es schwierig scheint, sie durch ein deutsches Synonym zu ersetzen. Wir nennen die zwei Anglizismen „Lover“ und „Teenager“ als erste, da sie seit langem schon sehr verbreitet sind und häufig in der Alltagssprache sowie in der Presse vorkommen. Die Wahrscheinlichkeit, dass sie bekannt sind ist also sehr hoch. Das verhilft zu einer angenehmen Befragungssituation und motiviert die Probanden weiterzumachen. Außerdem wählen wir einige Textstellen,

bei denen die Bedeutung des englischen Wortes durch den Textzusammenhang erschließbar ist, z.B. „Ich verbrachte ein paar Wellness-Tage im Sauerland, um mich zu entspannen“. Zusätzlich fügen wir einige schwierigere Wörter hinzu, die erst vor kurzem zum ersten Mal aufgetreten sind, beispielsweise „Event“ und „Charity Lady“, um feststellen zu können, ob die Kenntnis mit dem Zeitpunkt des ersten Auftretens in Zusammenhang steht. Des Weiteren suchen wir Wörter aus, die häufig in untersuchten Ausgaben vorkommen. Somit kommen wir zu folgenden 12 Anglizismen: „Lover“, „Teenager“, „Charity Lady“, „Workaholic-Leben“, „Single“, „News“, „Society“, „Schotten-Look“, „Events“, „Royal“, „Wellness-Tage“ und „Lifestyle-Magazin“.

Der Fragebogen sieht somit folgendermaßen aus:



Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
Sprach- und Literaturwissenschaftliche Fakultät

Fragebogen zur Verwendung von Anglizismen in deutschen Zeitschriften

Alter:

18 – 25
26 – 40
41 – 50
51 – 60
61 – 70
71 – 80
80 –

Geschlecht:

Männlich
Weiblich

Beruf (ehemaliger Beruf): _____

Bitte füllen Sie den Fragebogen ohne fremde Hilfe aus. Dieser Fragebogen soll keine Kenntnisse überprüfen, sondern feststellen, wie gebräuchlich bestimmte englische Wörter im Deutschen sind. Schreiben Sie bitte eine kurze deutsche Erklärung der fettgedruckten Wörter, wenn sie glauben, dass Sie diese Wörter kennen. Falls Ihnen ein Wort nicht bekannt ist, markieren sie es bitte mit X.

Beispiel:

Möglichkeit 1: Das Wort ist bekannt.

Ob beruflich oder privat: Wo Anja, 34, ist, ist Gerit, 39, nicht weit. Auch beim Foto-Shooting zum TV-Film „Irren ist sexy“.	Fernseh-Film
---	--------------

Möglichkeit 2: Das Wort ist nicht bekannt.

Ob beruflich oder privat: Wo Anja, 34, ist, ist Gerit, 39, nicht weit. Auch beim Foto-Shooting zum TV-Film „Irren ist sexy“.	X
---	---

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

1.

Gegensätze ziehen sich mitunter mächtig an. Wenn es dieses Sprichwort nicht schon gäbe – für Ivana Trump, 55, und ihren neuen Lover müsste man es erfinden.	
--	--

Bitte
wenden

2.

Ich fühle mich jung, arbeite viel, und das ist der Grund, weshalb der Teenager einfach nicht aus meinen Gesichtszügen weichen will.	
--	--

3.

Die „gute Ute“, Charity Lady Ute Henriette Ohoven, 58, hatte zu ihrer 19. UNESCO-Benefiz-Gala geladen.	
---	--

4.

Birgit Schrowange fühlt sich endlich angekommen und hat ihr früheres Workaholic -Leben leichten Herzens aufgegeben: „Ich arbeite nur noch zwei bis drei Tage die Woche. Den Rest der Zeit verbringe ich intensiv mit meinem Kind.“	
---	--

5.

Die 39jährige ist immer noch Single . Nun macht sie aus der Not eine Tugend und betätigt sich im Internet bei Yahoo als „Botschafterin in Sachen Liebe.“	
---	--

6.

Wer fällt auf? Wer benimmt sich daneben? Wer hat etwas zu verbergen? Aktuelle News	
aus der Society .	

7.

Im Schotten- Look kam Shawne Borer-Fielding mit Ehemann Thomas.	
--	--

8.

Seitdem lassen der Prinz und seine Geliebte keine Gelegenheit aus, um demonstrativ öffentlich ihre Zusammengehörigkeit zu präsentieren. Dafür sind ihnen selbst unwichtigste Events recht,	
wo ein Royal sich sonst kaum sehen lässt.	

9.

Ich verbrachte ein paar Wellness -Tage im Sauerland, um mich zu entspannen.	
--	--

10.

Im Lifestyle -Magazin „ <i>doin' fine</i> “ konnte sich der Altmeister ein paar verächtliche Seitenhiebe nicht verkneifen. Zu seiner Zeit, sagte er, hatte man „Stil und Persönlichkeit, Weltgewandtheit, Bildung, Takt und Humor. Heute ist das anders.“	
--	--

Die Befragung wird von uns persönlich oder von instruierten Interviewern durchgeführt. Eingangs wird der Zweck der Untersuchung kurz erläutert, und zwar, ob Zeitschriften zu viele englische Ausdrücke benutzen, die von den Lesern nicht verstanden werden und ob man diese durch deutsche Umschreibungen ersetzen könnte. Außerdem wird versucht, die Befragung in einer angenehmen Atmosphäre durchzuführen, die den Probanden nicht das Gefühl gibt, in einer Prüfungssituation zu sein. Dazu wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Untersuchung nicht darauf abzielt, Wissen abzufragen und dass ein Nichterkennen der Wörter genauso hilfreich für die Untersuchung ist, wie die Angabe einer deutschen Umschreibung. Danach wird der Proband gebeten, den Fragebogen aufmerksam durchzulesen und ohne fremde Hilfe zu bearbeiten. Der Interviewer gibt nur Hilfestellungen, wenn er merkt, dass die Instruktionen nicht verstanden werden und erklärt diese gegebenenfalls noch einmal. Es ist wichtig, dass die Testpersonen die Fragen selbst durchlesen, damit die Ergebnisse nicht durch die Aussprache des Befragenden verfälscht werden.

Bevor wir zur Auswertung der Fragebogen kommen, möchten wir noch auf einige Reaktionen der Befragten eingehen, da diese Aufschluss über die Aktualität und die emotionale Geladenheit des Themas geben. Etwa die Hälfte der befragten Personen äußert sich sehr negativ über das ständige Vorkommen englischer Ausdrücke, wie etwa:

„Das Sch... Englisch überall, keiner versteht mehr etwas. Das regt mich so auf. Warum können wir denn in Deutschland nicht Deutsch reden?“ Es zeigt sich, dass viele Personen sehr verärgert über den Gebrauch englischer Wörter sind und sehr gereizt darauf reagieren. Manche Personen weigern sich sogar vollständig den Bogen auszufüllen. Andere bearbeiten ihn ohne Widerwillen und wiederum andere werden nervös, wenn sie einen Ausdruck nicht kennen, weil sie denken, sie würden ungebildet oder altmodisch erscheinen.

b. Auswertung

Zur Auswertung der Fragebogen werden die Antworten in drei Kategorien eingeteilt: erkannt, teilweise erkannt und nicht erkannt. Als Ausgangspunkt stützten wir uns auf die Eintragungen der von uns betrachteten Wörterbücher.⁵ Hierbei wird versucht möglichst wenige Antworten in die Kategorie teilweise erkannt einzuordnen, um ein klares Bild des Verständnisstandes zu erlangen. Die Kategorien werden folgendermaßen definiert:

- Erkannt: Alle Definitionen, die inhaltlich mit unseren übereinstimmen.
- Teilweise erkannt:
 - Definitionen, die nur eine Bedeutungskomponente eines Wortes wiedergeben, das mehrere Komponenten umfasst;
 - Definitionen, die unklar formuliert sind, aber dennoch wesentliche Bestandteile der Bedeutung enthalten;
 - Definitionen, die zu allgemein gehalten sind.
- Nicht erkannt:

⁵ vgl. Broder Carstensen, *Anglizismen-Wörterbuch: der Einfluß des Englischen auf den deutschen Wortschatz nach 1945* (Berlin: de Gruyter, 1993) und *Langenscheidts MAXI Wörterbuch Englisch* (München: Langenscheidt KG, 2001).

- wenn keine Erklärung und auch kein deutsches Äquivalent angegeben werden können;
- wenn die Definition, z.B. aufgrund einer Verwechslung mit einem anderen Wort, in keiner Weise mit der richtigen Definition übereinstimmt.⁶

Somit ergibt sich folgende Auswertung:

„**Lover**“

Liebhaber; Mann, mit dem eine Frau ein (kurzfristiges) sexuelles Verhältnis hat, 1979⁷.

erkannt	teilweise erkannt	nicht erkannt
Freund + Liebhaber (1) ⁸ , Verehrer + Geliebter (1), Geliebter (1), Liebhaber (23)	Liebster (1), Freund (3), Beziehung (1)	X (6)

„**Teenager**“

Junger Mensch im Alter zwischen 13 und 19 Jahren, der sich durch Kleidung, Sprache, und Benehmen von den Erwachsenen unterscheidet, 1950.

erkannt	teilweise erkannt	nicht erkannt
Jugendlicher (13-19) (3), Jugendlicher (15), junge Leute (3), Jugendliche bis 16-17 Jahre (1), „Backfisch“ im Alter zwischen 10 und 19 Jahren (2), junger Mensch (5), 13-19-jährige(r) (1)	Junge (1), junges Mädchen (2), Freulein ⁹ (1), Jugendlich (1)	X (1)

„**Charity Lady**“

Lady: Frau, die auf einem bestimmten Gebiet führend, eine bestimmte bekannte Persönlichkeit ist, 1968;

Charity: Nächstenliebe; Wohltätigkeit; Güte, Nachsicht; Almosen, milde Gabe.

⁶ vgl. Wolfgang Viereck

⁷ Jahreszahl gibt das erste Auftreten in der deutschen Presse nach Broder Carstensen an

⁸ in Klammern wird die Anzahl der jeweiligen Antworten angegeben

⁹ Antworten werden ohne Veränderungen aus dem Original übernommen

erkannt	teilweise erkannt	nicht erkannt
Dame bekannt für ihr Wohltätigkeits-Engagement (1), Wohltätigkeitsveranstalterin (1), Wohltätigkeit (1), Wohltätigkeitsveranstalterin + „Wohltätigkeitstante“ (1), Wohltätigkeitsdame (4)	Spendensammlerin (3)	Alte Dame (1), Künstlerin + Dame (1), süße Dame (1), barmherzige Lady (1), Frau (2); X (18)

„Workaholic-Leben“

Person, die sich aus idealistischen, finanziellen oder anderen Gründen so sehr unter Arbeitsdruck setzt, dass ihr Privatleben zugunsten des Berufs opfert, 1980.

erkannt	teilweise erkannt	nicht erkannt
Leben, das bestimmt ist von der „Sucht“ nach Arbeit (1), Arbeitssüchtiger (2), arbeitswütig (1), Arbeitstier (3), arbeitssüchtig (1), Vielarbeiter + viel beschäftigt (1), ständig Arbeitender (1), arbeitsfanatisch (1), arbeitssüchtiges Leben (1), Arbeitssucht (1), arbeitswütig-„krankhaft“ (1), arbeitsreiches Leben (1)		Alkoholiker (1), Arbeitssuche leichtes (1), irgendwas mit Arbeiter (1), zu viel gearbeitet und getrunken (1), Single-Leben (1), X (15)

„Single“

Männliche oder weibliche Person, die (absichtlich) allein, ohne feste Bindung an einem Partner lebt, 1973

erkannt	teilweise erkannt	nicht erkannt
Junggeselle (in) (2), alleinstehend (9), ledig (4), Alleinstehende (5), unverheiratet (1), Alleinstehend(er) (1), allein Lebende (1), Single ist eine alleinstehende Person (1), allein (3), alleinlebend + Junggeselle(in) (1), Einzeln lebend (1), alleine (2), Einzelperson ohne Partner (1), ledig + allein (1), allein lebender Mensch (1)		Einzelgänger (1), X (1)

„News“

Meist durch die Massenmedien verbreitete Informationen über aktuelle Ereignisse von besonderem Interesse oder Begebenheiten, die noch nicht allgemein bekannt sind und die jeweils neuesten Erkenntnisstand über einen Sachverhalt vermitteln, 1963.

erkannt	teilweise erkannt	nicht erkannt
Neuigkeiten (10), Nachrichten (8), Neues (2), Neuheiten (1), Nachricht (1), Aktuelles Neues (1)	Schlagzeilen (1)	neu (1), X (11)

„Society“

Vornehme und begüterte gesellschaftliche Oberschicht, sie sich durch einen anspruchsvollen und exklusiven Lebensstil auszeichnet, 1962.

erkannt	teilweise erkannt	nicht erkannt
Klatschgesellschaft (1), Oberklasse (1), Bessergestellte (1), bekannte Gesellschaft (Adel und andere Prominente) (1), feine Gesellschaft (1)	Gesellschaft (9)	Zeitschrift (1), Stadt (1), Sekte (1), gesellschaftl. Leben + Klatsch (1), Hollywood- Szene (1), X (17)

„Schotten-Look“

Charakteristisches Erscheinungsbild einer Moderichtung, das sich häufig an Vorbilder orientiert, 1949.

erkannt	teilweise erkannt	nicht erkannt
Aussehen (11), Stil (1), Mode (3), Kleidungsstil + Aussehen (1), Schotten-Stil (Kleidung etc.) (1), Mode- Trend (1), Moderichtung (3), Bekleidung (1), Kleidung-Mode (1), Kleidung (2)		Tracht (1), Fenster (1), Schottentracht (1), Kilt (1), X (7)

„Events“

(Groß-) Ereignis, Veranstaltung

erkannt	teilweise erkannt	nicht erkannt
besondere Großveranstaltungen (u. a. Spendengala, Sport, Filmpremieren etc.) (1), Großereignisse (1), Ereignisse (4), Veranstaltungen (5), Anlässe (1), Ereignis (1)	Festlichkeiten (1), Feste (1), Zusammenkunft (1)	Gespräche (1), Darstellungen (1), Treffen (1), Aufgaben (1), Vorkommnisse (1), Geschehnis (1), X (14)

„Royal“

Königlich, Königs...; Mitglied des Königshauses

erkannt	teilweise erkannt	nicht erkannt
Adel (1), Angehöriger einer Königsfamilie (1), Königlicher (7), königlich (8), Mitglied des Königshauses (1), Königsfamilie (1), Adelige (1), Mitglied des Königsfamilie (1)	König (5)	Fürsten + Könige (1), Prinz (1), X (7)

„Wellness-Tage“

Umfassendes Fitness- und Gesundheitsprogramm, dass neben körperlicher Betätigung auch Ernährungsberatung und mentales Training beinhaltet und so zu einem physischen und psychischen Wohlbefinden führt, 1988.

erkannt	teilweise erkannt	nicht erkannt
Wohlfühl-Tage (3), Wohlfühl... (1), Gutfühl- (1), Entspannung + Wohlfühlen (3), Erholung (6), Erholungstage (2), Schönheit + Körperpflege (1), Wohlfühl- oder Erholungstage (1), zur Entspannung (1), Entspannungstage mit Baden und Gymnastik (1), Wohlbefinden (1), Gesundheits-Tage (1), man tut etwas für seinen Körper (massieren,...) (1), Erholung + Gesundheit (1), Entspannung + Erholung (2)	Gesundheits (-pflege) (1), Schönheits(tage) (1), Schönheitspflege (1), Kur (1), Schonheitskur (1)	Badenmöglichkeit (1), X (4)

„Lifestyle-Magazin“

Verhaltensweisen, Gewohnheiten und Haltungen, die den Lebensstil eines oder mehrere Menschen charakterisieren und in der Wirtschaft häufig der Erforschung und Beschreibung von Zielgruppen und Absatzmärkten dienen, 1977.

erkannt	teilweise erkannt	nicht erkannt
Lebens-Stil (1), Lebensstil (9), Lebensart (1), Lebensstil + (-gefühl) (1), Lebensstil (Kleidung, Frisuren, Sport- und andere Veranstaltungen, Schminken etc.) (1), aktueller Stil (1), Lebenswandel (1)	aktuelle gesellschaftliche Entwicklung (1), Zeitgeist (1)	Schönheitsmagazin (1), Klatschblatt (1), Lebensgefühl (1), X (16)

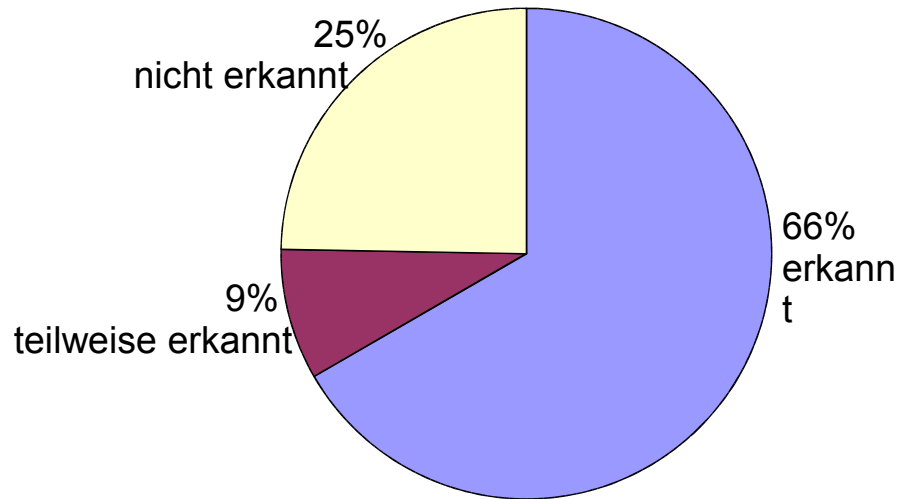
c. Ergebnisse und Interpretation

Die Ergebnisdarstellung der Befragung erfolgt nach den Gesichtspunkten Alter, Geschlecht, Beruf und hervorstechende Ergebnisse bei bestimmten Items. Zweck ist die Zusammensetzung der linguistischen Befunde mit den extralinguistischen Variablen. Die Gesamtanzahl der Befragten liegt bei 36.

i. Altersgruppen

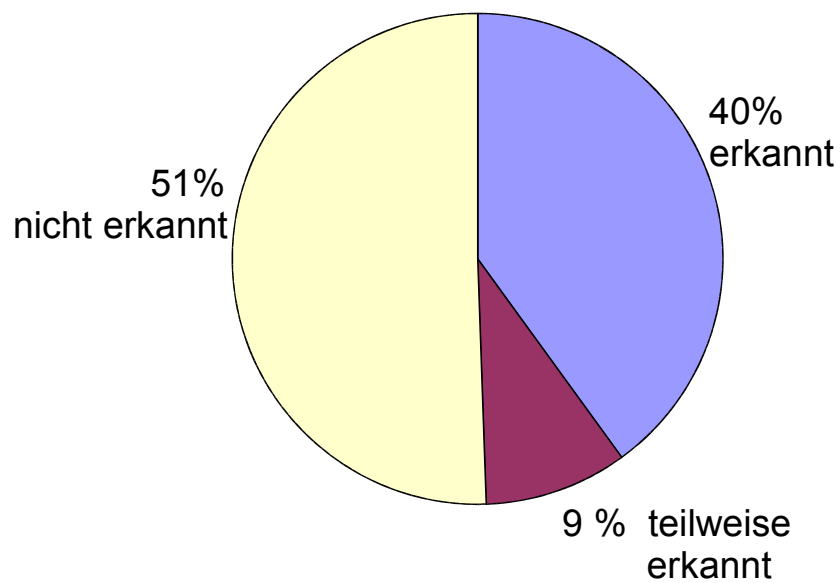
Die beiden Altersgruppen 59 bis 70 und 70+ werden getrennt voneinander betrachtet und dann verglichen. Von der ersten Altersgruppe der 59- bis 70-jährigen werden 66% der zwölf Items vollständig erkannt, 9% werden teilweise erkannt und 25% werden nicht erkannt.

ALTER 59-70



Die Altergruppe 71+ erkennt 40% der Items vollständig, 9% nur teilweise und 51% überhaupt nicht.

ALTER 71+



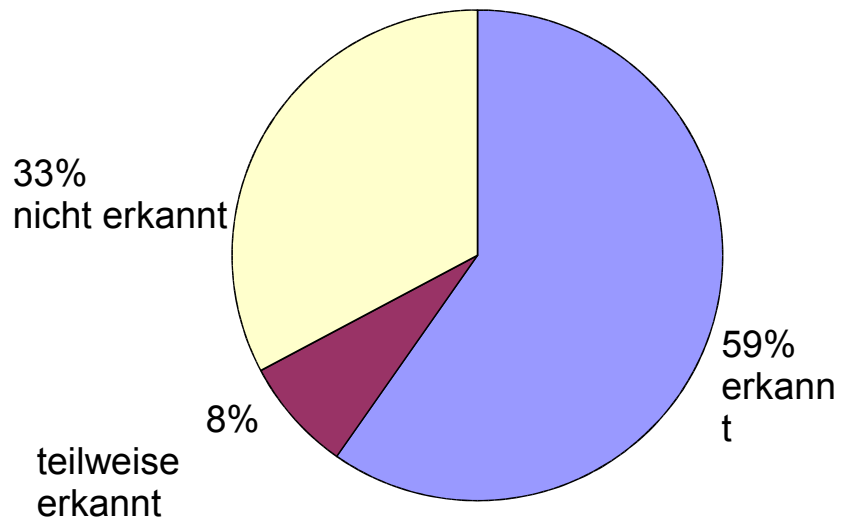
Es zeigt sich, dass die jüngere Gruppe deutlich mehr Wörter erkennt als die der älteren Personen. Alter scheint also ein wichtiger Einflussfaktor für das Verstehen von Anglizismen zu sein. Ein Grund für die Unterschiede zwischen den beiden Altersgruppen könnte der erhöhte Einfluss des Englischen, zum einen durch die amerikanische Besatzung nach dem 2. Weltkrieg und zum anderen durch den steigenden Stellenwert des Englischunterrichts an Schulen, sein, den die jüngere Gruppe von Kindheit an mitbekommen hat. Sie sind also damit aufgewachsen und haben das Englische mehr gebraucht und verinnerlicht als die Personen der älteren Gruppe. Eine weitere Erklärung ist, dass die meisten Anglizismen erst ab den 60er und 70er Jahren aufgetreten sind und somit der älteren Gruppe noch weniger bekannt sind. „*Love*“ ist beispielsweise erst 1979 zum ersten Mal in der deutschen Presse aufgetreten und „*Wellness*“ sogar erst 1988.¹⁰

ii. Geschlecht

Nun erfolgt die Auswertung getrennt nach Männern und Frauen. Wie der untenstehende Graph darstellt, werden 59 % der Items von den Frauen erkannt, 8% werden teilweise erkannt und 33% werden nicht erkannt.

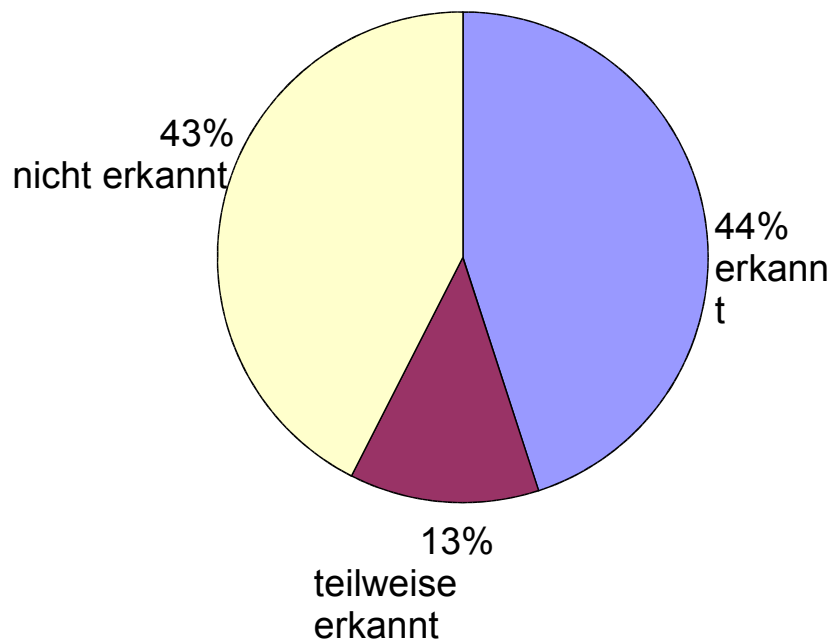
¹⁰ vgl. Broder Carstensen

Verständnisgrad bei Frauen



Im Vergleich dazu werden von den Männern 44% der Items vollständig erkannt, 3% teilweise und 43% überhaupt nicht.

Verständnisgrad bei Männern



Somit zeigt sich, dass das Verständnis bei den Frauen höher ist als bei den Männern. Ein Grund dafür ist, dass der Anteil von Leserinnen dieser Zeitschrift größer ist. Also sind Frauen mehr daran gewöhnt, diese Wörter zu lesen. Außerdem sind die Frauen an den Themen Gossip, Mode, Gesundheit usw. mehr interessiert. Zudem hören Frauen eher Radio-Sendungen oder sehen TV-Sendungen, in denen man über diese Themen diskutiert. Die Männer kennen möglicherweise besser Anglizismen bzgl. anderer Themen, wie z.B. Sport, Autos, Technologie oder Wissenschaft.

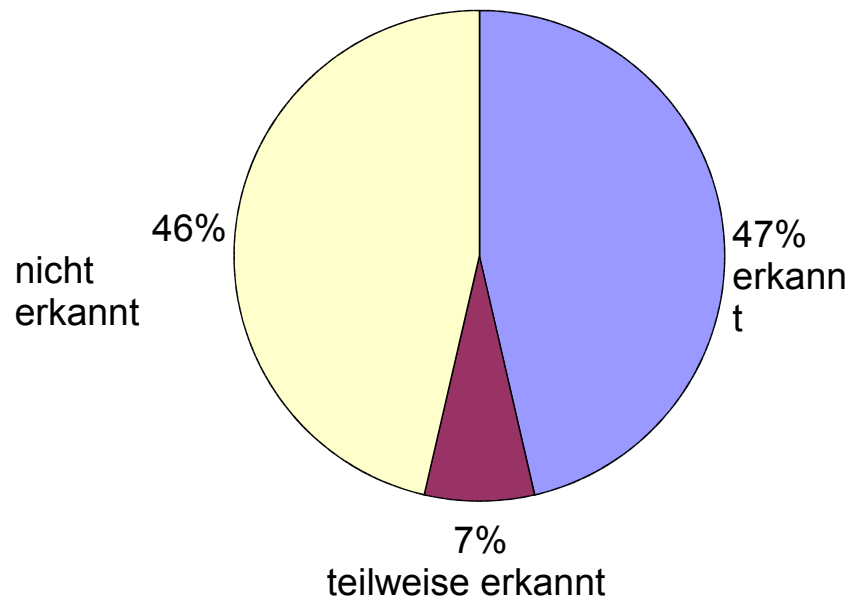
iii. Berufe

Die Auswertung nach Berufen wird in die Gruppen Hausfrauen, Blaue-Kragen-Berufe, d.h. Berufsgruppen mit vorwiegend Erfahrung in handwerklichen und technischen Angelegenheiten, Weiße-Kragen-Berufe, d.h. Berufsgruppen mit vorwiegend Erfahrung in schriftlichen Tätigkeiten und Akademiker eingeteilt.¹¹

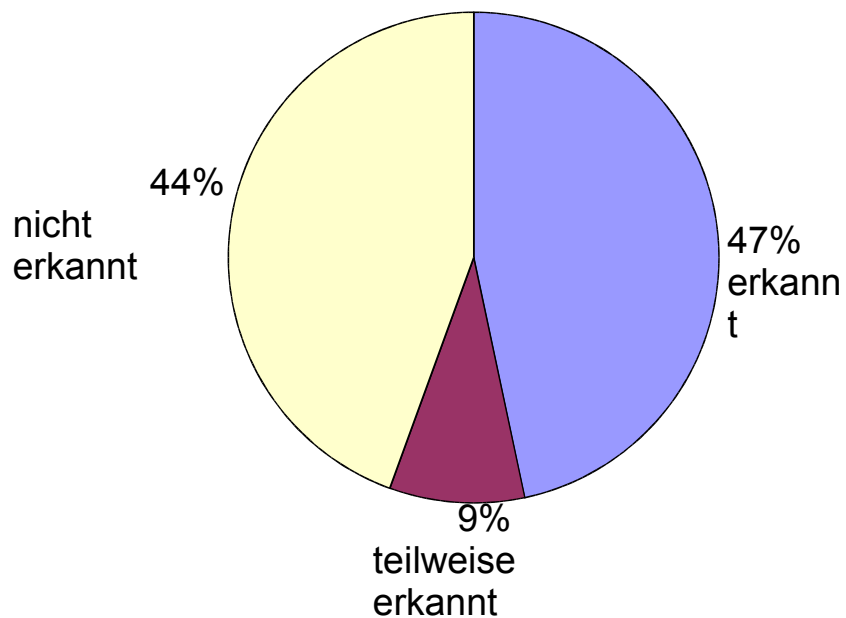
Die beiden Berufsgruppen Hausfrauen und Blaue-Kragen-Berufe schneiden ziemlich ähnlich ab. Von den Hausfrauen werden 47% der Items erkannt, 7% teilweise erkannt und 46% nicht erkannt. Die Befragten der Blauen-Kragen-Berufe erkennen 47% vollständig, 9% werden teilweise erkannt und 44% nicht.

¹¹ Vgl. Joachim Grzega, *Sprachwissenschaft ohne Fachchinesisch: 7 aktuelle Studien für alle Sprachinteressierten* (Aachen: Shaker Verlag, 2001) 51.

Hausfrauen

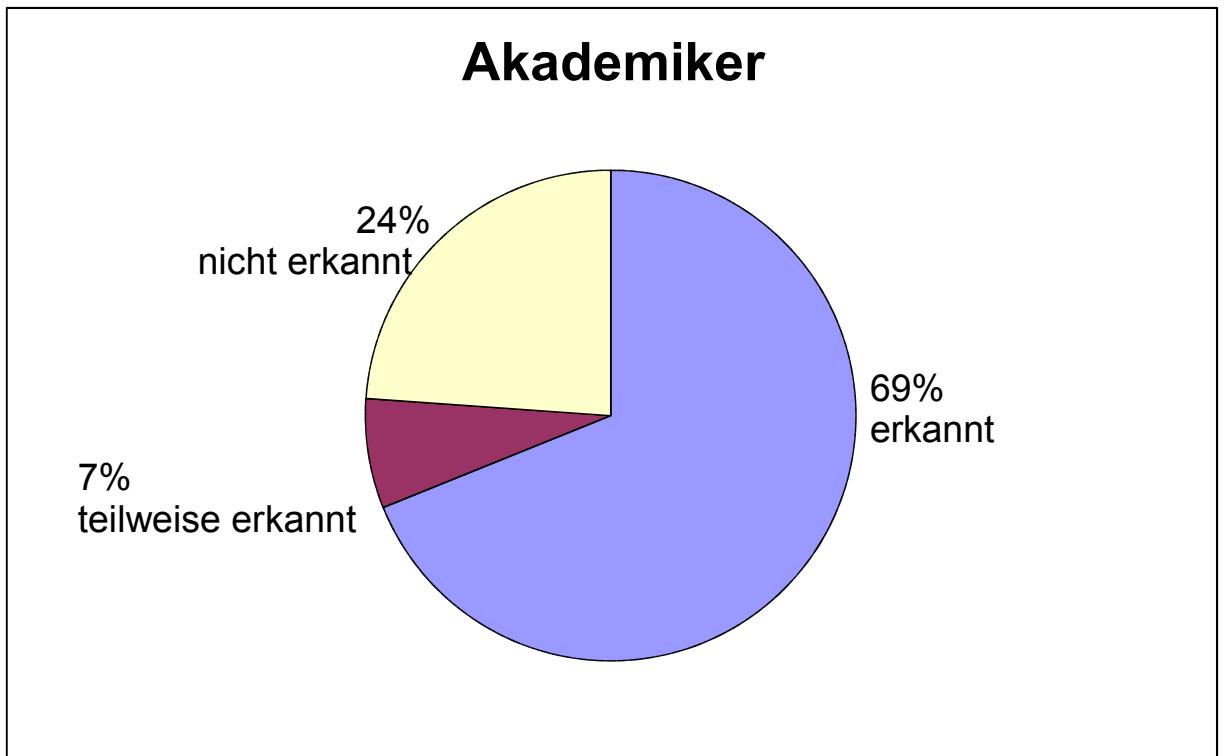
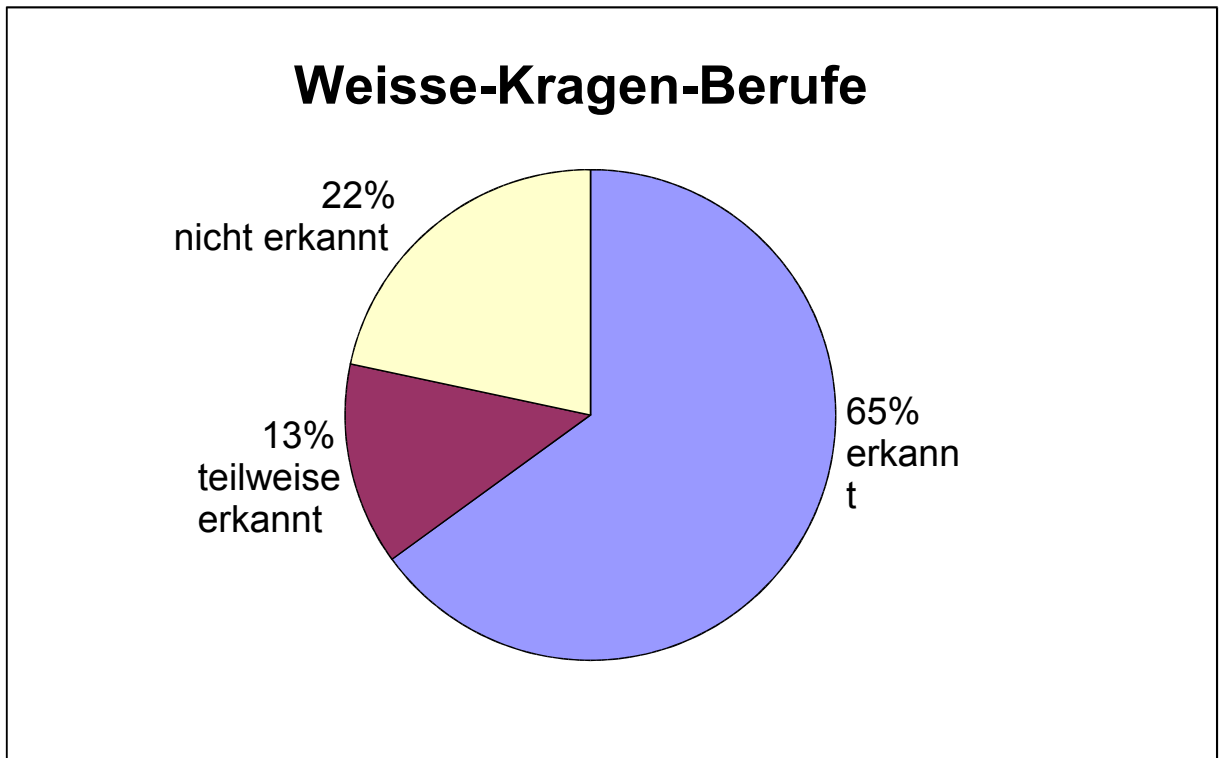


Blaue-Kragen-Berufe



Auch die Gruppen Weisse-Kragen-Berufe und Akademiker erzielen ein einander ähnliches Ergebnis. Die Befragten der Weissen-Kragen-Berufe erkennen 65% der Items

ganz, 13% teilweise und 22% nicht. Die von uns befragten Akademiker erkennen 69% vollständig, 7% teilweise und 24% nicht.

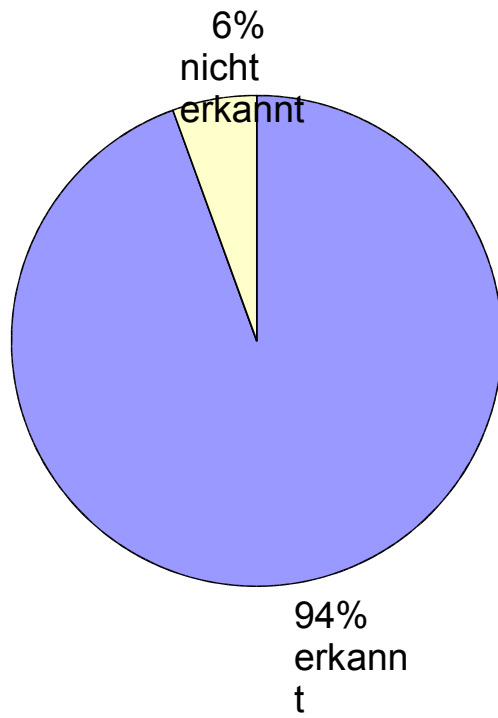


Die Berufsgruppe scheint somit ein weiterer Faktor für das Verstehen von englischen Ausdrücken zu sein. Dies lässt sich, unter anderem, mit den verschiedenen Schulbildungen in Verbindung bringen, in denen, je nachdem, mehr oder weniger Englischkenntnisse vermittelt wurden. Besonders hervorzuheben ist bei diesem Ergebnis jedoch noch, dass der Großteil der Leser der untersuchten Zeitschrift den ersten beiden Berufsgruppen angehört. Bei diesen liegt das Verständnis der Items deutlich niedriger als bei den Mitgliedern der zweiten beiden Gruppen, nämlich nur bei knapp 50%.

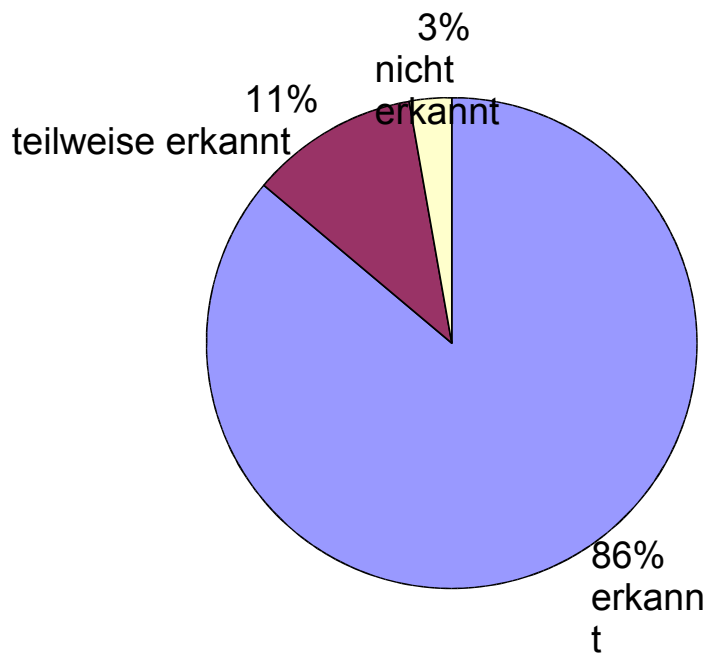
iv. Items

Zuletzt werden noch einige Items betrachtet, die besonders häufig bzw. besonders wenig von der Gesamtheit der befragten Personen erkannt werden. Am häufigsten, nämlich von 94% der Befragten, wird „Single“ erkannt und nur von 6 % überhaupt nicht. „Teenager“ wird von 85% vollständig erkannt, von 11% teilweise erkannt und nur 3% geben an, das Wort überhaupt nicht zu kennen.

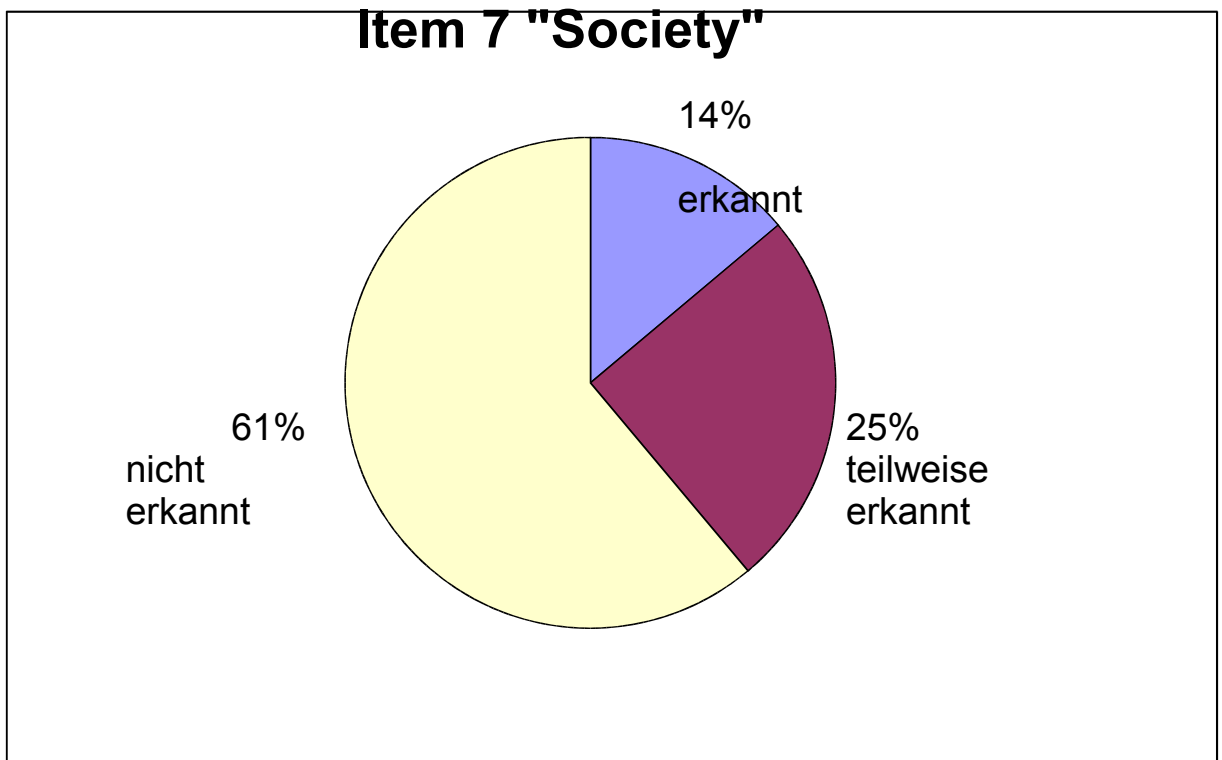
Item 5 "Single"



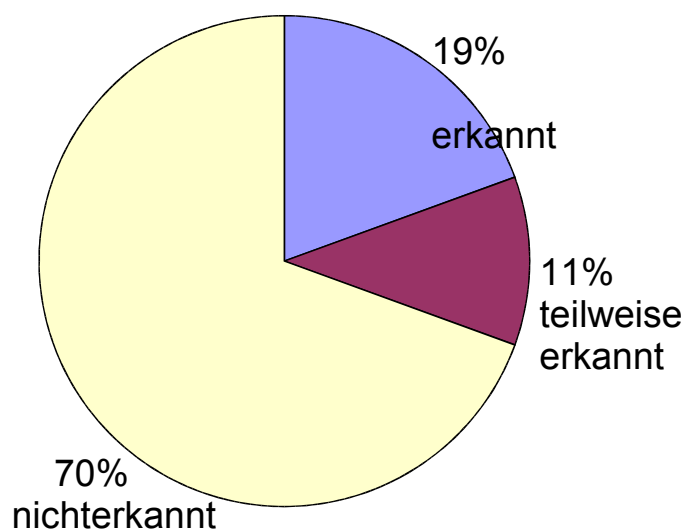
Item 2



Besonders selten werden im Gegensatz dazu die Items „Charity Lady“ und „Society“ erkannt. „Charity Lady“ wird von den wenigsten Teilnehmern der Umfrage, nämlich nur von 19% der Personen, erkannt. 11% geben eine teilweise richtige Beschreibung an und 70% können keine oder keine korrekte deutsche Bedeutung angeben. „Society“ wird von 14% nicht erkannt, von 25% teilweise erkannt und von 61% überhaupt nicht erkannt.



Item 3 "Charity Lady"



Für diese unterschiedlichen Ergebnisse können mehrere Faktoren verantwortlich sein. „Single“ tritt zwar von diesen vier Items am spätestens, nämlich erst 1973, zum ersten Mal in der deutschen Presse auf, aber wird dafür sehr häufig gebraucht. Auch „Teenager“ tritt im Sprachgebrauch mit hoher Frequenz auf und ist bereits 1950 zum ersten Mal in der deutschen Presse verzeichnet. Das Item Nummer 3 „Charity Lady“ ist im Anglizismen-Wörterbuch nicht verzeichnet. Der Ausdruck ist im Sprachgebrauch kaum vorhanden und deswegen auch wenig bekannt. „Society“ ist zwar bereits 1962 das erste Mal verzeichnet, wird aber trotzdem kaum erkannt. Ein Grund dafür kann sein, dass „Society“ im Deutschen mit der Bedeutung von „High Society“ verwendet wird. Dieser Anglizismus ist 1956 das erste Mal in der Presse erschienen und wird möglicherweise eher verstanden, als die kürzere Version und auch häufiger gebraucht. Außerdem ist von der Orthographie des Wortes nicht leicht auf die Aussprache zu schließen, da sie sich vom Deutschen stark unterscheidet. Möglicherweise würden mehr Personen das Wort erkennen, wenn sie es hören, anstatt es zu lesen. Somit ist also zu erkennen, dass die Häufigkeit des Gebrauchs, die Orthographie und das Jahr des ersten Auftretens weitere Einflussfaktoren für das Verstehen darstellen.

III. Schluss

Insgesamt lässt sich unsere anfangs gestellte Hypothese, dass ältere Menschen Schwierigkeiten beim Verständnis von in der Presse vorkommenden Anglizismen haben, bestätigen. Ein Großteil der von uns befragten älteren Personen hatte Probleme, die Bedeutung der vorgegebenen Anglizismen zu erklären. Diese Verständnisprobleme traten auf, obwohl die Anglizismen im Textzusammenhang angegeben wurden. Somit zeigt sich, dass sogar eine Zeitschrift, die auf ältere Menschen ausgerichtet ist, deren Verstehen nicht erkennt bzw. nicht berücksichtigt.

Unserer Ansicht nach, sind Anglizismen in Zeitschriften, die sich mit bestimmten Bereichen (z.B. Computertechnologie) beschäftigen, obligatorisch, da für einige Fachbegriffe keine deutschen Bezeichnungen zur Verfügung stehen. Außerdem sind Anglizismen auch in der Boulevardpresse gestattet, sofern sie ihren Lesern verständlich sind. Sobald die Inhalte einer Nachricht auf Grund von Anglizismen nicht mehr vollständig verstanden werden können und zudem ein deutscher Ausdruck dafür existiert, ist eine Verwendung dieser Lehnwörter auf keinen Fall zu rechtfertigen. Es sollte ein Ziel der Presse sein, auf ihre Leserschaft einzugehen und nicht, ihnen ein Gefühl von Unwissenheit zu vermitteln.

IV. Bibliographie

Die Aktuelle. Nr.47/15.November 2004; Nr. 48/22.November 2004; Nr. 49/9.November 2004. Ismaning: Gong Verlag, 2004.

Carstensen, Broder. *Anglizismen-Wörterbuch: der Einfluß des Englischen auf den deutschen Wortschatz nach 1945*. Berlin: de Gruyter, 1993.

Grzega, Joachim. *Sprachwissenschaft ohne Fachchinesisch: 7 aktuelle Studien für alle Sprachinteressierten*. Aachen: Shaker Verlag, 2001. 51.

Langenscheidts MAXI Wörterbuch Englisch. München: Langenscheidt KG, 2001.

Viereck, Wolfgang. „Empirische Untersuchungen insbesondere zum Verständnis und Gebrauch von Anglizismen im Deutschen.“ *Studien zum Einfluß der englischen Sprache auf das Deutsche*. Tübingen: Narr, 1980. 237 ff.

www.gonginfo.de/html/media.html (20.12.2004)

V. Anhang

Anglizismen	Nr. 47 2004	Nr. 48 2004	Nr. 49 2004	Gesamt
& Co.		2		2
Anti-(Aging) (auch in Verbindung mit –Creme)		1	1	2
Baby Doll		1		1
Baby/Babys		5	1	6
Babysitter	1	1		2
Bad Boy	1			1
Beauty		1		1
Bodyguard			1	1
Body-lotion		1		1
Camps (in Verbindung mit Dschungel-)	1			1
CD	1	2		3
Charity (in Verbindung mit –Lady; -Lose)	2			2
Cover	1			1
Design (in Verbindung mit –Guru)	1			1
Designer/in (auch in Verbindung mit Mode-)	6		1	7
Display			1	1
E-Mail	1			1
Events	1			1
Fan/Fans (auch in Verbindung mit –Club)	2	3		5
Fashion (in Verbindung mit –Befreiung)		1		1
Feeling (in Verbindung mit Wohlfühl-)		1		1
Films/Film (auch in Verbindung mit TV-; -Regisseur; -Star; -Set)		6	2	8
Flirt (auch in Verbindung mit Heirats-)	1			1
flirten	1	2		3
Girlie	1			1
Glamour (auch in Verbindung mit –Schuhen; -paar)	1	1	1	3
Gloss (auch in Verbindung mit Lip-)		2		2
Goodbye		1		1
Grapefruit		1		1
Happy	1			1
Happy-End		1		1
Hit (auch in Verbindung mit Nr.1-; Serien-)		1	2	3
Hobby/Hobbys	1		1	2
Homepage	1			1
Internet (auch in Verbindung mit –Site; -Umfragen; -Aktionen)	1	4		5
Interview (auch in Verbindung mit Exklusiv-)	3	2		5
Jeans			1	1
Jet Set	1			1
Lady (auch in Verbindung mit Party-; Charity-; RTL-; PR-; -Killer)	2	1	3	6
Lifestyle (in Verbindung mit –Magazin; -Vorarbeiter)			2	2

Lip (in Verbindung mit –gloss)		1		1
Look (auch in Verbindung mit Schotten-; Poncho-; Lumpen-)	3	2		5
Lover (auch in Verbindung mit Ex-)	3	1		4
Macho	1			1
Make-up		1		1
Manager	1			1
Marketing			1	1
Mobbings			1	1
Model (auch in Verbindung mit Super-; Top-)	6	1		7
Nacht-Shirt		1		1
News	1			1
Notebook		1		1
outen	1			1
Partner		3		3
Partnerlook	1		1	2
Party (auch in Verbindung mit –Lady; -Organisator)	1	1	3	5
Pink		2		2
Playboy (auch in Verbindung mit Formel-1-; -Schlagzeilen; -Kollegen)	1		10	11
Pop (in Verbindung mit –Diva ; -Queen ; -Star)	2	1	1	4
PR (in Verbindung mit –Agentin; -Dame; -Lady)	2		1	3
Queen (auch in Verbindung mit Pop-)		1	7	8
Reverend	2			2
Royal	1			1
-Set (in Verbindung mit Film-)			1	1
Sex			1	1
Sexy	1	5		6
-shooting (in Verbindung mit Foto-)		1		1
Show (auch in Verbindung mit Familien-; TV-)	3			3
Showbiz	1			1
Single	1	1		2
-Site		1		1
Society (auch in Verbindung mit – Fotografin; -Blüten; -Experte; -Damen; -Reporter)	3	1	4	8
Sorry	1			1
Soul (in Verbindung mit –Diva)	1			1
Spleens		1		1
Star/Stars (auch in Verbindung mit –fotos; TV-; Musical-; Action-; Pop-; Film-; Super-; Musik-)	11	7	2	20
Streß		2		2
stylen	2			2
Talk (in Verbindung mit –Königinnen)		1		1
Tattoos		1		1
Taxi		1		1
Teenager		1		1

Teenie/Teenies (auch in Verbindung mit -Alter; -Schwarm)	3	1		4
Tests			1	1
Tip/Tips		3		3
Trash			1	1
Trend/Trends (auch in Verbindung mit Mode-; Gesellschafts-; Euro-)	6		1	7
trendy	1			1
TV(auch in Verbindung mit –Kommissare; -Film; -Star; -Familienshow;- Show; -Moderatorin; -Catwoman)	4	4	2	10
(un)cool			1	1
Wellness (auch in Verbindung mit –Bereich; -Tage; -Hotel)			4	4
Whirlpool (in Verbindung mit Marmor-)		1		1
Workaholic	1			1

Abstract

In our project, we analyse to what extent elderly German people understand English words that occur in the German press. In order to get this information, we develop a questionnaire containing 10 text passages that include 12 English terms. The target group consists of people from the age of 59 upwards, whose task is to give German explanations for the English words.

The linguistic data of the 36 questioned persons are evaluated according to age, gender, (former) profession and certain items. Due to this analysis we find out, that people in the age between 59 and 70 recognize more words than those older than 70, who can only give a correct explanation in 40 % of all cases. Furthermore, the group of the women shows a higher rate of understanding, which might be a consequence of the greater interest in the topics we have chosen as examples. To evaluate the relation between understanding and profession, we classify the different jobs in four categories: housewives, blue-collars, white-collars and graduates. The first two groups show similar results and recognize 47%. The last two groups also show similar rates and recognize about 65%. Finally, we have a closer look at some specific items and find out, that the frequency of usage, the date of the first appearance in the German press as well as the orthography are relevant factors for the understanding of English words.