

Germanistenverband der Tschechischen Republik  
Westböhmische Universität Pilsen

# **Experimentierräume** **in der deutschen Sprachwissenschaft**

*Hana Menclová / Michaela Voltrová*  
(Hrsg.)

Westböhmische Universität Pilsen  
2019

## **Experimentierräume in der deutschen Sprachwissenschaft**

Hana Menclová / Michaela Voltrová (Herausgeber)

Review:

apl. Prof. habil. Tilo Weber, Ph.D.

Dr. hab. Jacek Makowski

Grafische Gestaltung des Covers und typografisches Layout:

Jakub Pokorný

Erschienen bei

Westböhmisches Universität Pilsen

Univerzitní 2732/8, 301 00 Pilsen, Czech Republic

Gedruckt von

pro Danter s.r.o.

V Zátíší 810/1, 709 00 Ostrava, Czech Republic

Erste Ausgabe, 248 Seiten

Pilsen 2019

ISBN 978-80-261-0951-8

© Westböhmisches Universität Pilsen, 2019

Autoren, 2019

# Anglizismen im gegenwärtigen Deutsch: linguistische und außerlinguistische Gründe für die häufige Verwendung

*Lyubov Nefedova*

## **Abstract**

Der Aufsatz beschäftigt sich mit der Frage, ob im gegenwärtigen deutschen Sprachgebrauch ein übermäßiger Gebrauch von Anglizismen zu beobachten ist. Als entscheidender linguistischer Grund für die häufige Verwendung von Anglizismen wird ihre Eurysemie (semantische Vagheit) angesehen. Der digitale Wandel der Medienbranche wird als außerlinguistischer Faktor betrachtet. Diese Fragen werden im Rahmen einer Studie zur Semantik der in elektronischen und in Print-Medien am häufigsten verwendeten Anglizismen behandelt.

## **Schlüsselwörter**

Anglizismus, Semantik, lexikalische Bedeutung, Eurysemie, semantische Vagheit, semantisch unscharfe Wörter, digitaler Wandel

## **1. Einleitung**

Mit der globalen Verbreitung von Internet und Mobilfunk kann man beobachten, dass elektronische Medien (Computer, Smartphones und Tablets, die Interaktivität ermöglichen) als neuer multimedialer Raum, in dem mit Sprache experimentiert wird, unsere „traditionellen“ Medien und die alltägliche Sprachverwendung stark beeinflussen. Die beiden wichtigsten technologischen Neuerungen haben nach Schmitt<sup>69</sup> zur Schaffung einer neuen „Netz-Sprache“ geführt, die von Kürzungen und Auslassungen bestimmt ist. Eine differenzierte, situationsangemessene Sprachverwendung ist für sie unbedeutend. Die Schrift ist dabei nicht nur ein Medium ausschließlich für die Distanzkommunikation, sie wird in sozialen Netzwerken, ICQ, Foren und Chats auch für die Freizeitkommunikation verwendet. Ein allgemeiner

---

<sup>69</sup> Schmitt, 2010.

Trend zur Vereinfachung der digitalen schriftlichen Kommunikation breitet sich zunehmend aus und seine Auswirkungen sind überall deutlich zu spüren. Vor allem Jugendliche bevorzugen mittlerweile soziale Netzwerke gegenüber dem persönlichen Gespräch. Merkmale einer „typisch netzsprachlichen“ Sprachverwendung kann man heutzutage sowohl in den Printmedien als auch in der mündlichen Kommunikation feststellen.

Englisch ist heute die meistverbreitete Sprache. Im gegenwärtigen Deutsch wie auch in anderen Sprachen sind die Einflüsse der Globalisierung sehr deutlich zu spüren: Viele Anglizismen haben den Einzug in die deutsche Alltagskommunikation und in den Duden gefunden. Unter den in die deutsche Sprache entlehnten Anglizismen können solche hervorgehoben werden, die besonders häufig in der Netzkommunikation gebraucht werden und auch in die Printmedien und in den alltäglichen Sprachgebrauch eingedrungen sind. Im Mittelpunkt des Aufsatzes stehen diese Fragen:

- Ist die Verwendung von Anglizismen in „traditionellen“ alltäglichen Bereichen der deutschen Sprache (alltägliche Gespräche, Fernsehen, Radio und Presse) „übermäßig“?
- Ist die Verwendung von Anglizismen in Print-Medien auf den Einfluss neuer Medien zurückzuführen?
- Welche Anglizismen werden im Deutschen am häufigsten verwendet? Welche Funktionen hat dieser Sprachgebrauch?

Die Hypothese der vorliegenden Arbeit lautet: Viele Anglizismen, die heutzutage in „traditionellen“ deutschsprachigen Medien verwendet werden und native deutsche Wörter oft verdrängen, bezeichnen semantisch vage Begriffe: d. h. die Bevorzugung der Anglizismen erklärt sich aus ihrer semantischen „Weitdeutigkeit“ (russ. ‚širokoznačnosť‘) oder Eurysemie (engl. ‚eurysemy‘ zu gr. *eurýs* ‚breit, weit‘) und wird als Auswirkung des digitalen Wandels interpretiert. Die Hypothese wurde anhand einer Studie zur Semantik der am häufigsten im modernen Deutschen verwendeten Anglizismen überprüft. Die Häufigkeit der Verwendung von Anglizismen wurde aufgrund der Belege des digitalen Wörterbuchs der deutschen Sprache, das auch Blogs und Texte der gesprochenen Sprache enthält, festgestellt.

Das Ziel der Arbeit war es, die lexikalische Bedeutung der sehr häufig verwendeten Anglizismen zu erschließen und zu überprüfen, ob ihre Bedeutung dermaßen „weitdeutig“ ist, dass sie viele autochthone deutsche Wörter ersetzen und medienwirksam werden.

Die untersuchten Anglizismen sind lexikalische Innovationen der deutschen Sprache der letzten Jahrzehnte, in denen sich ein rasanter digitaler Wandel vollzogen hat, und Ergebnis aktiver Prozesse der Entlehnung aus dem Englischen.

Um eine optimale Methode zur Erschließung der Bedeutung von „weitdeutigen“ Wörtern zu finden, wurden Lemmata der Bedeutungswörterbücher der deutschen Sprache analysiert: das große Wörterbuch der deutschen Sprache (GWDS) und das digitale Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS). Für die Analyse wurden auch andere Bedeutungswörterbücher des Deutschen benutzt: das Wörterbuch der Anglizismen von Carstensen, das Wörterbuch der überflüssigen Anglizismen von Pogarell und Schröder, das deutsch-russische Wörterbuch der umgangssprachlichen und saloppen Lexik von Devkin, das Synonymwörterbuch der deutschen Sprache.

Der nächste Schritt der Analyse der Semantik von „weitdeutigen“ Anglizismen war die Herausgliederung ihrer semantischen Invariante, eines integrierenden Sems, jenes Merkmals, das viele deutsche Wörter auch innehaben und das es ermöglicht, deutsche Wörter durch Anglizismen zu ersetzen.

Im theoretischen Teil wird auf das Phänomen der „Weitdeutigkeit“ oder Eurysemie der Wörter näher eingegangen. Der praktische Teil der Studie stellt eine Übersicht der häufig verwendeten Anglizismen dar, die als „weitdeutige“ Wörter interpretiert werden. Die Studie schließt mit einem Fazit.

## 2. Das Phänomen Eurysemie im Wortschatz

Die Termini „*Weitdeutigkeit*“ und *Eurysemie* (russ. ‚широкозначност‘, ‚еврисемија‘, auch ‚еврисемиčnost‘) werden in der russischen Sprachwissenschaft verwendet. Das Phänomen der „Weitdeutigkeit“ im Wortschatz begann man in der russischen Sprachwissenschaft schon in den 60er Jahren des vorigen Jh.s zu erforschen. Als Erste schrieb Amosova über diese Erscheinung. Die Linguistin hat den Wortschatz

der englischen Sprache als Material für ihre Untersuchungen unter die Lupe genommen. Sie hat unter der „weiten“ Bedeutung eines Wortes die Bedeutung verstanden, die einen maximalen Grad der Verallgemeinerung (Generalisierung) enthält.<sup>70</sup>

In einer Anfang der 70-er Jahre veröffentlichten Monographie präziserte Amosova diese Definition: Die „weite“ Bedeutung eines Wortes enthält einen maximalen Grad der Verallgemeinerung (Generalisierung), die im Sprachsystem zur Geltung kommt und im Sprachgebrauch konkretisiert wird.<sup>71</sup> Diese Studie rief eine große Menge von sprachwissenschaftlichen Arbeiten hervor, die sich mit dem Phänomen „Weitdeutigkeit“ auseinandersetzten.

Der Terminus *Eurysemie* stammt von den moldauischen Linguisten Plotkin und Grosul, die ihre Arbeit in Kišinev publiziert haben. Diese Linguisten haben die Bedeutung der englischen Verben *be, have, get, keep, do, make, give, take* und *come* untersucht und die „Weitdeutigkeit“ der Bedeutung als *Eurysemie* bezeichnet.<sup>72</sup> Bei den Recherchen nach der linguistischen Literatur über das Phänomen in anderen Sprachen wurden nur Arbeiten über *Eurysemie* in der Romanistik von den moldauischen Linguisten Lenta und Gutu auf Spanisch (*eurisemia*) und Französisch (*eurysémie*) gefunden.<sup>73</sup>

„Weitdeutige“ Wörter wurden später als Wörter mit einer maximal verallgemeinernden lexikalischen Bedeutung, als Wörter mit „weiter“ Semantik, d. h. mit „weitem“ semantischem Umfang, auch als Wörter mit „weiter“ Begriffsbasis<sup>74</sup> definiert. Als solche wurden Nomen interpretiert, die einen universalen Charakter haben und viele andere Nomen in der Kommunikation ersetzen können, z. B.: engl. *thing*, dt. *Ding*, franz. *chose*, russ. *вещь*. Die Bedeutung solcher Wörter ist unpräzise und vage, die Wörter haben einen großen Bedeutungsumfang und beziehen sich auf viele Denotate.<sup>75</sup>

Der Begriff „Weitdeutigkeit“/*Eurysemie* ist mit dem Begriff *Mehrdeutigkeit/Polysemie* nicht gleichzusetzen, das sind Erscheinungen unterschiedlicher Art. „Weitdeutige“ Wörter bezeichnen solche Begriffe,

<sup>70</sup> Amosova, 1963, S. 114.

<sup>71</sup> Amosova, 2013.

<sup>72</sup> Plotkin, Grosul, 1982.

<sup>73</sup> Lenta, 2002; Lenta, Gutu, 2008.

<sup>74</sup> Ufimtseva, 1974, S. 44.

<sup>75</sup> Mednikova, 1989, S. 13.

die die Sachverhalte der objektiven Realität undifferenziert, nicht konkret, extrem generalisierend widerspiegeln.<sup>76</sup>

„Weitdeutige“ Wörter wurden auch mit sogenannten Flick- oder Schwammwörtern in Beziehung gebracht.<sup>77</sup> Unter einem Flickwort (auch: Füllwort) versteht man die Bezeichnung für ein Wort, das inhaltlich für überflüssig gehalten wird oder lediglich wegen des Sprachrhythmus eingefügt wird und als Folge bei den Stillehren verpönt wird (URL 3).

Die „Weitdeutigkeit“ eines Wortes setzt, wie schon oben erwähnt, dessen „weite“, semantisch unscharfe Begriffsbasis voraus. Die Weite des Begriffsumfangs, der mit einem Wort ausgedrückt wird, ist mit seiner semantischen Entleertheit, Inhaltslosigkeit als sprachliches Zeichen verbunden, was einem „weitdeutigen“ Wort ermöglicht, als maximal verallgemeinernder/generalisierender Vertreter einer grammatischen Wortklasse aufzutreten. Für ein „weitdeutiges“ Wort ist die Fixierung in seinem Signifikat (in seiner denotativen Bedeutung) einer minimalen Zahl von Merkmalen (Semen) charakteristisch. Es ist unmöglich, bei einer Komponentenanalyse seiner Bedeutung differenzierende Merkmale im herkömmlichen Sinne herauszugliedern.<sup>78</sup>

Die Bedeutung eines „weitdeutigen“ Wortes enthält ein maximal verallgemeinerndes und abstrahiertes Merkmal (Sem), auf dessen Grundlage sich das Wort auf sehr viele Sachverhalte bezieht und in unterschiedlichen Situationen verwendet werden kann. Das bedeutet, dass sich ein Minimum von Merkmalen auf einen weiten Kreis von Denotaten bezieht und verschiedene Gebrauchsweisen des Wortes zulässt, was in einer konkreten Situation ein Wort mit differenzierenden Merkmalen ersetzt. Mit dem Wort *Ding* können z. B. solche Geräte bezeichnet werden, deren Bezeichnungen uns nicht sofort einfallen, oder wenn es nicht einfach ist, sie auszusprechen. „Weitdeutige“ Wörter behalten eine semantische Invariante in allen Gebrauchsweisen bei.

Eine Besonderheit der „weitdeutigen“ Wörter besteht darin, dass sie eine besondere Wortgruppe innerhalb einer Wortklasse bilden, die ihrer Semantik nach in die Nähe der Wortklasse der Pronomen rückt.

<sup>76</sup> Alchazova, Grosul, 1990, S. 3.

<sup>77</sup> Devkin, 1974, S. 32.

<sup>78</sup> Shukova, 1987, S. 90.

So können sie andere Wörter in der mündlichen Kommunikation ersetzen. Sie erfüllen eine nominative Funktion im Sprachsystem, indem sie verschiedene Sachverhalte (Gegenstände, Handlungen, Eigenschaften) bezeichnen, d. h., sie gehören zu Autosemantika wie Nomen, Adjektive und Verben. Andererseits verweisen sie wie die Pronomen auf Sachverhalte; ihre Funktion ähnelt den funktionalen Aufgaben der Synsemantika, die Beziehungen zwischen den Wörtern zum Ausdruck bringen.

Als „weitdeutige“ Wörter wurden auch solche mehrdeutigen Wörter interpretiert, deren Bedeutung lexikalisch-semantiche Varianten mit „weiter“ Begriffsbasis einschließt.<sup>79</sup> Man hat „weitdeutige“ Wörter vor allem in der englischen Sprache untersucht und hat als solche sowohl abstrakte Nomen wie *matter*, *fact*, *subject* als auch Konkrete beschrieben.<sup>80</sup>

Davydova machte später darauf aufmerksam, dass die „Weitdeutigkeit“ erst dann zur lexikalisch-semantiche Kategorie wird, wenn sie die Wörter von den häufigsten Wortarten umfasst, vor allem Verben oder Nomen. Verben haben den größten Anteil an den „weitdeutigen“ Lexemen. „Weitdeutige“ Wörter bilden Mikrosysteme, die die Bedeutungen von ihren Elementen prägen.<sup>81</sup> Kolobajev hob hervor, dass sich „weitdeutige“ Wörter durch solche Merkmale wie Polyfunktionalität und eine große Häufigkeit der Verwendung auszeichnen.<sup>82</sup>

Sprachwissenschaftler behandelten nicht nur einzelne Wörter, sondern auch „weitdeutige“ Phraseologismen, indem sie die Meinung vertraten, dass sich diese auf ein weites Signifikat beziehen, das eine Invariante der phraseologischen Bedeutung darstellt.<sup>83</sup> Als Objekt der Forschung kamen lexikalisch-semantiche Gruppen von „weitdeutigen“ Wörtern hinzu, die z. B. die menschliche Tätigkeit beschreiben.<sup>84</sup>

In den letzten Jahrzehnten ist das Interesse an der Erforschung von „weitdeutigen“ Wörtern wieder intensiver geworden. In den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit rückten neue Aspekte, wie z. B. Fragen

<sup>79</sup> Mednikova, 1989.

<sup>80</sup> Kremenetskaya, 1972.

<sup>81</sup> Davydova, 1987.

<sup>82</sup> Kolobajev, 1983, S. 4–5.

<sup>83</sup> Alefirenko, Valuch, 1990.

<sup>84</sup> Sudakova, 1990.



der „Weitdeutigkeit“ von Adjektiven<sup>85</sup>. Adjektive sind ein wichtiger Bestandteil des Sprachsystems und werden sowohl im publizistischen als auch im alltäglichen Diskurs verwendet. Einige Adjektive haben im Englischen eine verallgemeinernde Bedeutung (wie z. B. das Adjektiv *good*) und werden den Adjektiven mit konkreter Bedeutung beim Sprechen vorgezogen.

Die Erforschung des „weitdeutigen“ Wortschatzes wurde auf andere Sprachen übertragen. Die Arbeiten, deren Autoren am Material der deutschen Sprache das Phänomen untersuchten, scheinen uns wichtig zu sein, weil unser Augenmerk der Analyse des deutschen Wortschatzes in dieser Arbeit gilt. Kudinova schrieb in ihrer Doktorarbeit über „weitdeutige“ Verben in der deutschen Sprache. Als Verben mit einer stark abstrahierten Bedeutung behandelte sie die Verben *sein, machen, heben, geben, nehmen, kommen, gehen, bringen* und *führen*.<sup>86</sup>

„Weitdeutige“ deutsche Nomen wie *Ding, Sache, Zeug, Kram* und umgangssprachliche Wörter *Dingsda, Dingsbums, Dings* (russ. *stučka, schtukovina, fignja, figovina, veščica* und einige Bezeichnungen, die im Russischen obszöne vulgäre Wörter sind), die einen Gegenstand oder eine Person bezeichnen (*Das Dingsda ist nicht mehr zu gebrauchen. Kennst du die Dingsda?*) wurden in den Arbeiten behandelt, die der Erforschung der deutschen Umgangssprache gewidmet waren.<sup>87</sup> Den Nomen wurde eine universale Bedeutung zugeschrieben, sie werden in den Situationen verwendet, wenn eine entsprechende Bezeichnung für einen Gegenstand oder eine Person dem Sprechenden nicht sofort in den Sinn kommt oder wenn man absichtlich abwertend über etwas oder jemanden spricht.

Es gibt auch Arbeiten über „weitdeutige“ Phraseologismen im Deutschen. Man zählt zu „weitdeutigen“ Phraseologismen z. B. *etw. aus dem Ärmel schütteln* in der Bedeutung ‚etw. schaffen‘, *jmdm. einen Streich spielen* in der Bedeutung ‚jmdn. narren‘, ‚hereinlegen‘.<sup>88</sup> Man könnte einige Adjektive im Deutschen wie z. B. *gut, prima, klasse, super*, die eine allgemeine Bedeutung einer positiven Bewertung zum Ausdruck bringen, auch in Betracht ziehen, aber „weitdeutige“

---

<sup>85</sup> Zhelonkina, 2014.

<sup>86</sup> Kudinova, 1994.

<sup>87</sup> Devkin, 1979.

<sup>88</sup> Popova, 1984.

Adjektive im Deutschen sind kein Gegenstand einer gründlichen Untersuchung geworden.

Die Erforschung des Phänomens scheint heutzutage wieder aktuell zu sein, weil eines der Merkmale der modernen digitalen Kommunikation das Bestreben ist, in einer Situation mit wenigen Worten auszukommen. Das findet seinen Ausdruck in der häufigen Verwendung einer begrenzten Zahl von Wörtern mit einer „weiten“ Bedeutung, die unterschiedliche Sachverhalte bezeichnen können.

Viele ins Deutsche transmittierte Anglizismen fungieren in unserer Zeit des digitalen Wandels als „weitdeutige“ Wörter in der deutschen Internetsprache. Diese bezeichnete Crystal als Netspeak, sie stelle eine eigene sprachliche Varietät dar.<sup>89</sup> Gerade Anglizismen erfüllen heutzutage die Funktion der „weitdeutigen“ sprachlichen Mittel im Deutschen. Es wurde von uns schon ein Versuch unternommen, „weitdeutige“ Anglizismen im Rahmen von Untersuchung der Fremdwörter im Deutschen zu beschreiben.<sup>90</sup> In diesem Aufsatz wird noch einmal auf die Frage eingegangen, wobei der Aspekt der Digitalisierung als Ursache für einen häufigen Gebrauch von Anglizismen in den Vordergrund rückt und ihre Eurysemie als das wichtigste Merkmal von den Wörtern betrachtet wird.

Die vorliegende Studie ist auch als Beitrag zur empirischen Untersuchung der Anglizismen im Deutschen<sup>91</sup> anzusehen und zwar zur Diskussion, die Eisenberg in der Germanistik als eine besonders aktuelle Frage thematisiert hat: Reichtum an Anglizismen – Armut der Sprache?<sup>92</sup>

### 3. Semantisch unscharfe Anglizismen im Deutschen

Im nächsten Abschnitt werden „weitdeutige“ Anglizismen in der deutschen Sprache beschrieben, die als semantisch unscharfe Wörter bezeichnet werden. Zuerst wird ein Überblick über den untersuchten Wortschatz gegeben und anschließend werden anhand von ausgewählten Anglizismen semantisch unscharfe Nomen, Adjektive und Verben behandelt.

<sup>89</sup> Crystal, 2001, S. 92.

<sup>90</sup> Nefedova, Khapaeva, 2009.

<sup>91</sup> Kovács, 2009.

<sup>92</sup> Eisenberg, 2013.

### 3.1. Ein erster Überblick

Im Englischen werden als semantisch unscharfe Wörter die Nomen *stuff*, *matter*, *point*, *thing*, *fact* und die Verben *go*, *do*, *make*, *get*, *set*, *be*, *have*, *take* betrachtet. Von diesen Wörtern hat die deutsche Sprache nur das Nomen *Point* entlehnt, das aber kein semantisch unscharfes Wort im Deutschen ist: In seiner ersten Bedeutung ist es ein Terminus des Börsenwesens, die zweite Bedeutung ist ein Fachwort im Karten- und Würfelspiel.

Wie die vorliegende Untersuchung des Anglizismengebrauchs anhand der Textkorpora des DWDS zeigt, gehören zum aus dem Englischen entlehnten semantisch unscharfen Wortschatz im Deutschen andere Wörter. Es handelt sich vor allem um viele Nomen sowie einige Adjektive und Verben:

- Nomen: *Body*, *Event*, *Highlight*, *Manager* (besonders häufig gebraucht), *Performance*, *Power*, *Service* (besonders häufig gebraucht), *Show*, *Sound*, *Statement*, *Support*, *Talk*, *Team* (besonders häufig gebraucht), *Ticket* (seltener *E-Ticket*), *Workshop*,
- Adjektive *cool*, *fair*, *fit*, *live*, *okay*, *top*,
- Verben *managen*, *starten* (besonders häufig gebraucht), *stoppen*, *testen*.

Diese Wörter sind äußere Entlehnungen im Deutschen, sie haben sich der deutschen Sprache nicht ganz angepasst (nur die Verben haben das für die deutsche Sprache typische Suffix *-en*). Sie gelten als Fremdwörter im Deutschen und sind Bestandteil der Fremdwörterbücher. Die meisten Wörter sind keine Internationalismen, nur *Manager*, *Service*, *Show* können als solche betrachtet werden.

Wenn die Nomen mit einer unscharfen Bedeutung wie *thing*, *matter*, *fact* und andere zum Kern des lexikalisch-semantischen Feldes der semantisch unscharfen Wörter im Englischen gehören (im Deutschen sind es, wie oben erwähnt, die Wörter *Ding*, *Sache*, *Zeug*, *Kram* u. a.), befinden sich die in der Studie untersuchten Anglizismen mit unscharfer Bedeutung an der Peripherie des Feldes der Eurysemie.

Die behandelten semantisch unscharfen Wörter im Deutschen sind spezifische Entlehnungen aus dem Englischen: Sie sind Modewörter

und sie kommen als solche in den elektronischen und „traditionellen“ Kommunikationsformen sehr häufig vor. Ihre Besonderheit besteht darin, dass sie statt der deutschen nativen Wörter, die einen Begriff differenziert ausdrücken, verwendet werden. Im Deutschen sind sie semantisch unscharf, sie haben eine maximal verallgemeinernde Bedeutung.

Der entlehnte Wortschatz gehört nicht zu einer bestimmten thematischen Gruppe und wird bei der Thematisierung von beliebigen Fragen verwendet. Viele Anglizismen sind einfache einsilbige Wörter, die das Prinzip der Sprachökonomie realisieren, was für ihre Bevorzugung auch eine wichtige Rolle spielt. Viele im Deutschen verwendete semantisch unscharfe Anglizismen sind neutrale, allgemein gebräuchliche Wörter. Die Anglizismen *Performance* und *live* haben spezielle Bedeutungen als Fachwörter. Der Anglizismus *Performance* wird auch als Terminus des Bankwesens und als IDV-Terminus verwendet. Das Adjektiv *live* ist ein Wort, das zum Bereich Rundfunk und Fernsehen gehört. Einige Anglizismen sind Jargonismen und umgangssprachliche Wörter, z. B.: *Talk* und *Event* sind Jargonismen; *cool* hat in den Wörterbüchern den Vermerk *Jargonismus* und ein *saloppes* Wort; die Anglizismen *Team*, *managen* und *easy* sind mehrdeutig, eine der Bedeutungen jedes Wortes ist umgangssprachlich. Diese Wörter enthalten zusätzliche konnotative (d. h. bewertende und emotionale) Bedeutungen und werden in den Wörterbüchern der umgangssprachlichen und saloppen Lexik genannt. Die meisten entlehnten semantisch unscharfen Nomen sind abstrakt, nur einige Anglizismen sind konkret, wie z. B. *Pool* und *Ticket*.

Weiter werden einzelne Anglizismen, die zu Wortklassen Nomen, Adjektive und Verben gehören, kurz präsentiert.

### 3.2. Semantisch unscharfe Nomen

Das Nomen *Team* wird besonders häufig im Deutschen gebraucht, es gehört zum Wortschatz des Goethe-Zertifikats B1. Mit dem Wort *Team* bezeichnet man eine beliebige Gruppe, Menschengemeinschaft, die von professionellen oder anderen Interessen vereinigt wird. Seine Bedeutung besteht aus zwei Segmenten: a) Gruppe von Personen, die mit der Bewältigung einer gemeinsamen Aufgabe beschäftigt ist; b) Mannschaft (Sport). Ein Beispiel aus dem Duden *Die Mannschaft*

ist ein ausgeglichenes Team zeigt, dass der Anglizismus *Team* mit dem Wort *Mannschaft* nicht immer gleichzusetzen ist. Es wird betont, dass es sich dabei um eine *Gemeinschaft* handelt; es ist ein *Kollektiv*. Integrierende Seme sind ‚Gruppe von Personen‘ und ‚Gemeinschaft, Zusammengehörigkeit der Menschen‘. Das erste Segment der Wortbedeutung hat eine weite Begriffsbasis: oft wird eine *Arbeitsgruppe* gemeint: *Wird innerhalb eines Unternehmens ein neues Team gebildet, dann überwiegen zunächst Optimismus und Aufbruchstimmung* (URL 1).

Das zweite Segment der Wortbedeutung ist mit dem Bereich Sport verbunden: Man spricht über alle Sportmannschaften als *Teams*. Besonders häufig wird die Bedeutung ‚Fußballmannschaft‘ realisiert: *Auch wenn der 3:0-Sieg das deutsche Team einen Schritt näher zur EM 2020 gebracht hat, muss sich Löw um mehr Baustellen kümmern als der Bauherr des Berliner Flughafens BER* (URL 2).

Wenn die Bedeutung dieses Wortes in einer Situation konkretisiert wird, wird die semantische Invariante ‚Gruppe von Menschen‘ immer beibehalten.

Der Anglizismus *Team* wird statt der deutschen Wörter *Mannschaft*, *Auswahl*, *Riege*, *Besatzung*, *Bemannung*, der Fremdwörter *Equipe*, *Crew* verwendet. Als *Team* kann man bezeichnen: *Truppe*, *Stab*, *Personal*, *Gemeinschaft*, *Gehirntrust*, *Arbeitsgruppe*, *Arbeitskollektiv*.

Das Wort hat drei Synonymgruppen:

- Synonymgruppe 1: *Gruppe*, *Kollektiv*;
- Synonymgruppe 2: *Aufgebot*, *Auswahl*, *Equipe* (Reitsport), *Kader*, *Mannschaft*, *Riege* (Turnsport), *Besetzung* (fig.), *Gurkentruppe* (ugs., abwertend);
- Synonymgruppe 3: *Arbeitsgruppe*, *Gewerk*, *Gruppe*, *Arbeitsbrigade* (historisch, DDR), *Brigade* (historisch, DDR), *Kolonne* (ugs.) (DWDS).

Wenn man konkreter sprechen möchte, bildet man ein zusammengesetztes Wort mit der Komponente *Team*. In den Wörterbüchern sind folgende Komposita fixiert: *Arbeitsteam*, *Ärzteteam*, *Fußballteam*, *Fernsehteam*, *Kamerateam*, *Operationsteam*, *Produktionsteam*.

Dazu kommen noch die Komposita mit dem Wort *Team* als Varianten der Komposita mit dem Wort *Mannschaft*. In den Komposita wird die zweite Komponente *-mannschaft* oft durch die Komponente *-team* ersetzt: z. B. *Nationalmannschaft* – *Nationalteam*, *Olympiamannschaft* – *Olympia-Team*, *Sportmannschaft* – *Sport-Team*, *Spitzenmannschaft* – *Spitzenteam*, *Ersatzmannschaft* – *Ersatzteam*, *Vereinsmannschaft* – *Vereinsteam*, *Jugendmannschaft* – *Jugendteam*.

Wenn man über Sport spricht, wird der Anglizismus *Team* auch deswegen bevorzugt, weil es ein einsilbiges Wort ist und viel kürzer als sein deutsches Pendant *Mannschaft* ist.

Die Komposita mit dem Wort *Team* als Erstglied im DWDS sind: *Teamarbeit*, *Teamarzt*, *Teamgeist*, *Teamwork*, *teamfähig*, *teamorientiert*; und als Letztglied: *Architektenteam*, *Autorenteam*, *Beraterteam*, *Expertenteam*, *Fernsehteam*, *Formel-1-Team*, *Forscherteam*, *Forschungsteam*, *Frauenteam*, *Führungsteam*, *Inspektionsteam*, *Inspektorenteam*, *Kamerateam*, *Kompetenzteam*, *Leistungsteam*, *Managementteam*, *Nationalteam*, *Projektteam*, *Redaktionsteam*, *Spitzenteam*, *TV-Team*, *Top-Team*, *Wahlkampfteam*, *Wiederaufbauteam*, *Zweierteam*, *Ärzteteam*.

Das Nomen *Team* nivelliert Unterschiede in der Bedeutung der anderen Nomen. Nur mit dem Nomen *Gurkentruppe* können z. B. Konnotationen, eine abwertende Bedeutung wiedergegeben werden. Die Verwendung des Wortes *Team* hebt sie auf.

Die Bedeutung des Nomens *Service*, das wie das Wort *Team* besonders häufig im Deutschen verwendet wird und zum Wortschatz des Goethe-Zertifikats B1 gehört, ist weitdeutig, sie besteht aus vier Segmenten:

- (im gastronomischen Bereich) ‚Bedienung‘ und ‚Betreuung von Gästen‘,
- ‚Kundendienst‘, ‚Dienstleistung für Kunden‘,
- ‚Dienstleistung‘,
- ‚im Auftrag eines Kunden vorgenommene Inspektion, Wartung (eines Gerätes, einer Maschine, eines Fahrzeugs o. Ä.)‘ (GWDS).
- Im DWDS sind zwei Segmente herausgegliedert: ‚Kundendienst‘ (‚Betreuung‘, ‚Bedienung der Gäste‘) und ‚Sitz, Einrichtung des Kundendienstes‘ (DWDS).

Die Synonyme des Wortes sind *Bedienung, Betreuung, Bewirtung, Verpflegung*, (schweizerisch, sonst veraltet) *Gastung*; (Wirtschaft) *Dienstleistung* und *Kundenberatung, Kundendienst, Serviceangebot, Serviceleistung*.

Ein integrierendes Sem der Bedeutung ist ‚jede Art von Dienstbarkeit‘.

Mit der Komponente *Service* als Erstglied gibt es im Deutschen folgende Wörter: *Service-Zentrum, Serviceangebot, Servicebereich, Serviceclub, Servicegesellschaft, Serviceintervall, Serviceklub, Servicekraft, Serviceleistung, Servicemitarbeiter, Servicemitarbeiterin, Servicenetz, Servicenummer, Serviceprogramm, Servicequalität, Servicestelle, Serviceunternehmen, Servicevertrag, Servicewüste, Servicezentrum, serviceorientiert*.

Die Komponente *Service* wird auch als Letztglied in einem Kompositum verwendet: *Arbeitsmarktservice, Auto-Service, Begleit-Service, Blumen-Service, Escort-Service, Fernseh-Service, Hotel-Service, Internet-Service, Kunden-Service, Leser-Service, Liefer-Service, Messe-Service, Party-Service, Rundfunk-Service, Rundum-Service, Sportservice, Tele-Service, Web-Service, Zimmer-Service* (DWDS).

Im Falle des Anglizismus *Service* spielt wahrscheinlich neben der weiten Bedeutung ‚jede Art von Dienstbarkeit‘ noch die Tatsache zusätzlich eine Rolle, dass deutsche Pendanten ein Morphem *-dienst/ dienst-* enthalten: *Kundendienst, Dienstleistung*. Das Wort *Dienst* ruft Assoziationen ‚berufliche Arbeit‘, ‚(berufliche) Pflichten‘, ‚Aufgaben‘ hervor. Im Wort *Service* kann man neben der Bedeutung ‚Bedienung‘ die zusätzliche Bedeutung ‚Betreuung‘ heraushören.

Das Nomen *Talk* ist ein Jargonismus, es bedeutet ‚Plauderei‘, ‚Unterhaltung‘, ‚(öffentliches) Gespräch‘. Eine leichte beiläufige Konversation heißt *Small Talk, Smalltalk*.

Das Wort *Talk* hat einen großen Bedeutungsumfang, sein integrierendes Sem ist ‚Gespräch‘, ‚ein mündlicher Gedankenaustausch über ein bestimmtes Thema‘, ‚ein Dialog‘. Mit diesem Wort kann man viele Formen eines Gesprächs bezeichnen, z. B.: *Unterredung, Aussprache, Rede, Rederei, Gerede, Vortrag*, auch *Klatschrunde, Gesprächsrunde, Schwatzsendung, Redestunde, Schauderederei*. Seine Synonyme sind weiter: *Gespräch, Interview, Konversation, Plauderei, Schwatz, Unterhaltung, Wortwechsel*. Man könnte z. B. ein Gespräch auch mit einer

festen Redewendung als *Round Table* bezeichnen. Wie es ersichtlich ist, kann mit dem Wort sowohl ein offizielles Gespräch als auch eine unbedeutende Plauderei bezeichnet werden. Häufig gebrauchte Wortbildungen mit dem Wort *Talk* als Erstglied sind: *Talkmaster* (Pseudoanglizismus), *Talkrunde*, *Talkshow*.

Das deutsche Wort *Unterhaltung* hat die Bedeutung ‚auf angenehme Weise geführtes Gespräch‘. Wenn ein Gespräch als *Talk* bezeichnet wird, geht ein wichtiger Bedeutungsgehalt des Wortes verloren. Es wird nicht zum Ausdruck gebracht, dass sich die Gesprächspartner dabei wohl fühlen. Die Atmosphäre der Freundlichkeit, Gemütlichkeit, Herzlichkeit, Vertrautheit beim Gespräch wird nicht wiedergegeben. Es heißt nur, dass man miteinander kommuniziert.

Das Wort *Konversation* ist z. B. ein Wort, das bildungssprachlich ist. Wer solche Wörter verwendet, ist gebildet, gehört zu Akademikern. Wenn das Wort *Konversation* ein Gespräch aufwertet, wertet das Wort *Talk* es ab.

Das Wort *Plauderei* bringt zusätzliche Informationen: es ist ein Gespräch, das in einer zwanglosen, ungezwungenen Atmosphäre verläuft. Es ist bemerkenswert, dass das deutsche Wort *Plauderei* ins Russische als *Chat* übersetzt wird, um wahrscheinlich dieses Sem der Ungezwungenheit beizubehalten.

Das Wort *Talk* hat trotz einer inhaltlichen Verarmung seine Vorteile: es ist griffbereit, wie ein Handy immer bei der Hand. Man kann sich schnell des Wortes bedienen.

Der Anglizismus *Event* ist auch ein Jargonismus und enthält im Unterschied zum deutschen ebenso semantisch unscharfen Wort *Ereignis*, das zu seiner Semantisierung in den Bedeutungswörterbüchern herangezogen wird, das Adjektiv *besonder...: ‚besonderes Ereignis‘*. Es ist ein Paradox, weil das Wort *Ereignis* auch ein Merkmal ‚etwas Besonderes‘ hat: Ein Ereignis ist ein *besonderer, nicht alltäglicher Vorgang, Vorfall*. Das zeigen Beispiele: *Das Konzert war ein Ereignis (etwas ganz Besonderes) für unsere Stadt*.

Als Synonyme zum Wort *Ereignis* gelten viele deutsche und fremde Wörter, die sich in ihrer Bedeutung unterscheiden und verschiedene Merkmale in den Vordergrund rücken: *Begebenheit, Begebnis, Geschehen, Geschehnis, Vorkommnis, Vorfall, Zufall, Erlebnis, Abenteuer*,



*Sensation, Nervenkitzel (ugs.), Wirbel, Phänomen, Einmaligkeit, Kuriosum, Besonderheit, Zwischenspiel, Episode, Zwischenfall, Intermezzo.*

Die Wörter *Event* und *Ereignis* sind Äquivalente, das Wort *Ereignis* wird für die Erschließung der Bedeutung von folgenden deutschen Wörtern verwendet: *Anlass, Begebenheit, Begegnis, Festlichkeit, Geschehnis, Vorfall.*

Seine Synonyme sind *Anlass, Erlebnis, Fest, Festlichkeit, Fete, Geselligkeit, Happening, Party, Schau, Schauspiel, Show, Spektakel, Treffen, Vergnügung.*

Die Bedeutung des Wortes *Event* wird auch als *Veranstaltung* erläutert, was ein „weitdeutiges“ deutsches Wort ist. Es ist deutlich, dass der Gebrauch des Wortes *Veranstaltung* nicht in allen Kontexten möglich ist: *Das Konzert war eine \*Veranstaltung für unsere Stadt.* Der Anglizismus *Event* hat folglich zwei verschiedene Bedeutungen und beide Bedeutungen sind „weitdeutig“.

In diesem Fall, wenn die Sprache zwei Wörter zur Verfügung stellt: *Event – Ereignis*, oder *Event – Veranstaltung*, ist der Anglizismus in der Alltagskommunikation ein absoluter Sieger: er ist kurz, besonders im Vergleich zum Wort *Veranstaltung*, modern und griffbereit.

### 3.3. Semantisch unscharfe Adjektive

Die Bedeutung der aus dem Englischen entlehnten untersuchten Adjektive ist im Deutschen semantisch unscharf. Im Deutschen ist das Adjektiv *cool* ein sehr häufig gebrauchter Anglizismus. So gibt es folgende Äquivalente des Anglizismus *cool*: *schön, angenehm, erstrebenswert, toll, super.* Zum inhaltlichen Gehalt des Wortes gehört der Ausdruck einer positiven Bewertung im weiten Sinne. Wenn man jemanden als *cool* charakterisiert, präzisiert man nicht, welche konkreten Eigenschaften ein Objekt der Bewertung besitzt.

Das Adjektiv *fair* gehört zweifellos auch zu semantisch unscharfen Anglizismen. Wenn man sich *fair* benimmt, heißt es, dass man allgemein übliche Anstandsregeln befolgt, die nicht präzisiert werden, was folgende Eigenschaften impliziert: *ehrlich, ehrenhaft, sittlich, anständig, gerecht, ordentlich, partnerschaftlich, kameradschaftlich, unparteiisch, vernünftig, edel, vornehm, ritterlich.* Es ist ein sehr vager, verschwommener Begriff.

Charakterisiert man jemanden als *fit*, bedeutet das, dass jemand *bei guter Gesundheit, durchtrainiert, energiegeladen, frisch, gesund (und munter), in Form, in guter (körperlicher) Verfassung, kräftig, kraftvoll, leistungsfähig, munter, trainiert; (geh.) rüstig; (umg.) auf der Höhe, gut drauf, befähigt, erfahren, fähig, geeignet; (bildungsspr.) qualifiziert, versiert* ist.

Der Anglizismus *okay* (auch o. k., O. K.) ist ebenfalls ein semantisch unscharfes Adjektiv. Seine deutschen Äquivalente sind *abgemacht, einverstanden, fest, gut, ja, in Ordnung, perfekt, verbindlich, vereinbart*. Er ist auch ein Jargonismus im Bereich Flugwesen, er bedeutet ‚geprüft und daher bestätigt‘. Die semantische Invariante der Bedeutung ist ein Ausdruck der Vereinbarung, dass etwas in Ordnung ist.

Das Adjektiv *top* ist zusätzlich zu seiner Eurysemie ein umgangssprachliches und emotional verstärkendes Wort. Es bedeutet ‚von höchster Güte‘, ‚hervorragend‘; ‚auf dem aktuellsten Stand‘, ‚hochmodern‘. Die Liste der Synonyme würde zu viel Platz einnehmen. Das sind die Wörter, die den höchsten Grad eines Lobs ausdrücken: *erstklassig, ausgezeichnet, brilliant, phänomenal, vorzüglich, glänzend* u. a. Zu nennen wären andere Anglizismen der Synonymgruppe *in, up to date, hip*. Der Anglizismus *top* liegt aber an der Spitze der gebräuchlichsten Adjektive der Synonymgruppe.

### 3.4. Semantisch unscharfe Verben

Zu den semantisch unscharfen Verben gehören die entlehnten Anglizismen *managen, starten, stoppen, testen*.

Das Verb *starten* wird besonders häufig gebraucht, es ist ein mehrdeutiges Verb. Zu diesem Verb sind im Duden 116 synonyme Verben und feste Wortverbindungen angegeben, es bildet eine der größten Synonymgruppen in der deutschen Sprache. Diese Vielfalt zeigt, dass die als Synonyme angeführten Verben statt des Verbs *starten* gebraucht werden können und Träger von verschiedenen Mitbedeutungen sind. Darunter sind feste Redewendungen wie *den Startschuss geben, den/die Anker lichten, in See stechen, sich auf die Socken machen* u. a. Das sind Metaphern, sprachliche Mittel der Bildlichkeit, die die Sprache lebendig machen und zur sprachlichen Kreativität beitragen. Die stilistische Vielfalt der Verben mit der Bedeutung

‚beginnen‘, ‚anfangen‘, die ihre semantische Invariante ist, ist auf verschiedene Stilschichten und stilistische Färbungen zurückzuführen: gehoben *anheben, seinen Anfang nehmen*, umgangssprachlich *mit von der Partie sein, abrausen, abrauschen, salopp abzischen, losschieben*. Das Verb *starten* ist jedoch ein universales sprachliches Mittel zum Ausdruck des Beginns einer Handlung: es ist kurz und prägnant.

Das Verb *managen* kommt zum häufig verwendeten Nomen *Manager* hinzu und bildet mit anderen Wörtern wie *Management, Marketing Manager, Manager-Ausbildung* u. a. im Deutschen eine Wortfamilie. Das Verb *managen* ist ein semantisch unscharfes Verb, es ist auch mehrdeutig. Seine Bedeutung wird mit Hilfe von mehreren Verben erläutert. Das sind die Verben *handhaben, bewerkstelligen, bewältigen; leiten* und (jemanden, besonders einen Künstler, einen Berufssportler) *geschäftlich betreuen, lancieren*. Das Verb *managen* wird als Synonym der folgenden Verben im Duden angegeben: *aufbauen, betreuen, durchführen, schaffen, organisieren, auch sponsern, powern*. Die semantische Invariante der Bedeutung ist ‚leiten, organisieren‘; das Verb hat eine weite Begriffsbasis. Eine Synonymgruppe mit dem Verb *managen* im DWDS ist: *(die) Verantwortung übernehmen, (eine) Aufgabe übernehmen, etwas regeln, (sich) einer Sache annehmen, (sich) um etwas kümmern, (das) Nötige veranlassen, (eine) Sache in die Hand nehmen* (DWDS).

#### 4. Fazit

Mit dem Fortschreiten der Digitalisierung gewinnen neue elektronische Kommunikationsformen, die sich einer besonderen geschriebenen Sprache bedienen, immer mehr an Bedeutung. Trotz ihrer schriftlichen Form hat die Sprache solche Merkmale der gesprochenen Sprache wie die geringere Normierung und die Situationsgebundenheit. Die Nachrichten werden in der alltäglichen, digitalen Kommunikation schnell per SMS und/oder WhatsApp ausgetauscht. Getippte persönliche Dialoge im Internet und per Handy sind mündlichen Gesprächen ähnlich. Damit sich „das Gespräch“ reibungslos abwickelt, müssen die Äußerungen der Kommunikationspartner schnell konzipiert werden und sprachökonomisch sein. Spontanes Schreiben und Kurzwortgebrauch sind typische Merkmale der digitalen Kommunikation: semantisch unscharfe und kurze Wörter gehören zum Basiswortschatz der neuen Kommunikationsformen.

Vor allem Jugendliche ziehen im Alltag die elektronischen Kommunikationsformen der traditionellen mündlichen Kommunikation für die Verabredung von Treffen, für „Small Talk“ usw. vor. Sie verwenden gerne Anglizismen, die den Anforderungen von Lapidarität und Kürze bestens entsprechen und aus diesem Grund sehr häufig verwendet werden. Die Häufigkeit des Gebrauchs von solchen Anglizismen ist auch auf ihre semantische Vagheit und ihren großen Begriffsumfang zurückzuführen. Sie bezeichnen einen Sachverhalt verallgemeinernd, ohne auf differenzierende Merkmale eines Denotats einzugehen. Die besonders häufig vorkommenden Anglizismen in der digitalen Kommunikation im deutschsprachigen Raum sind die Nomen *Event, Power, Service, Show, Talk, Team, Ticket*; die Adjektive *cool, fair, fit, live, okay, top*; die Verben *starten, stoppen, testen*, die heutzutage auch in die traditionelle Kommunikation (alltägliche Unterhaltung, Fernsehen, Radio und Presse) eindringen und darin Wurzeln schlagen.

Viele analysierte Anglizismen sind Jargonismen und umgangssprachliche Wörter, was sie von den entsprechenden deutschen Wörtern, die stilistisch neutral sind, unterscheidet. Sie funktionieren als stilistische Synonyme der neutralen deutschen Wörter, z. B.: das Wort *Talk* (Jargon) wird dem Wort *Gespräch* vorgezogen, das Wort *Event* (Jargon) – den Wörtern *Ereignis* und *Veranstaltung*.

Die Analyse der Semantik der häufig verwendeten Anglizismen in den Bedeutungswörterbüchern GWDS und DWDS hat gezeigt, dass der Begriff „*Weitdeutigkeit*“/*Eurysemie* nicht mit dem Begriff *Mehrdeutigkeit*/*Polysemie* gleichzusetzen ist. Semantisch unscharfe Anglizismen können auch mehrdeutig sein. Die Bedeutung der semantisch unscharfen Wörter oder der lexikalisch-semantischen Varianten der mehrdeutigen Wörter enthält aber unbedingt eine semantische Invariante. Dank dieser Eigenschaft fungieren viele Anglizismen in der digitalen Kommunikation als universelle Bezeichnungen, sie erfüllen eine wichtige kommunikative Aufgabe in der „traditionellen“ Kommunikation. Die Frage nach ihrer Überflüssigkeit wäre überflüssig: Sie sind als kürzere Wörter mit einem großen Bedeutungsumfang nützlich und brauchbar.

Die Verwendung von Anglizismen in der Alltagskommunikation bedeutet nicht, dass die deutsche Sprache allgemein zu verkommen droht. In der Sprache der Belletristik oder in Textsorten der Print-Medien

wie Essay oder Glosse wird auf eine gepflegte und reichhaltige Ausdrucksweise viel Wert gelegt. Es wird folglich zwischen verschiedenen Sprachstilen und Registern unterschieden. Die Entwicklung eines Bewusstseins für funktionale Angemessenheit bei der Sprachverwendung steht jedoch im Vordergrund.

## Quellenverzeichnis

- URL 1: Manager Magazin. *Wie gute Teams funktionieren* [online]. [Zugriff am: 15. 10. 2019]. Verfügbar unter: <https://www.manager-magazin.de/unternehmen/karriere/a-613592.html>
- URL 2: Watson. *Fans rufen „Löw raus“ – der Bundestrainer reagiert lässig* [online]. [Zugriff am: 15. 10. 2019]. Verfügbar unter: <https://www.watson.de/sport/fu%C3%9Fball/141538725-dfb-elf-fans-rufen-loew-raus-der-bundestrainer-reagiert-laessig>

## Literaturverzeichnis

- ALCHAZOVA, Natalja und Ludmila GROSUL, 1990. Anglijskije širokoznačnije glagoly i ich količestvennaja karakteristika. In: Viktorija JARTSEVA, Hrsg. *Lingvističeskije issledovanija naučnoj, chudoshestvennoj i publitsističeskoj literatury*. Kišinev: Štiinca, S. 3–11.
- ALEFIRENKO, Nikolaj und Zoya VALYUKH, 1990. Teoretičeskije osnovy frazeografičeskoj reprezentacii formal'no-sodershatel'noj variantnosti frazeologizmov. In: *Problemy rusškoj i obtšej frazeografii*. Novgorod: NGU, S. 23–32.
- AMOSOVA, Natalija, 1963. *Osnovy anglijskoj frazeologii*. Leningrad: izd. Leningradskogo universiteta.
- AMOSOVA, Natalija, 2013. *Osnovy anglijskoj frazeologii*. 3-e izd. Moskva: Editorial URSS.
- CARSTENSEN, Brodo. *Anglizismen-Wörterbuch. Der Einfluss des Englischen auf den deutschen Wortschatz nach 1945*. Berlin: de Gruyter, 1996.
- CRYSTAL, David, 2001. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- DAVYDOVA, Galina, 1987. Funkcionalnij analiz konstrukcij s širokoznačnymi slovami v sovremennom nemeckom jazyke. In: *Voprosy sistemnoj organizacii reči*. Moskva: MGU, S. 154–171.
- DEVKIN, Valentin. *Deutsch-Russische Wörterbuch der umgangssprachlichen und saloppen Lexik*. Moskva: ETS, 2002.

- DEVKIN, Valentin, 1979. *Nemeckaja razgovornaja reč'. Sintaksis i leksika*. Moskva: „Mezhdunarodnye Otnošenija“.
- DEVKIN, Valentin, 1974. *Problemy nemetskoj razgovornoj reči (leksika i sintaksis)*. [Dissertation, Autoreferat]. Moskva.
- DUDEN. *Das große Wörterbuch der deutschen Sprache (GWDS)* [online]. [Zugriff am: 15. 10. 2019]. Verfügbar unter: <http://www.duden.de>.
- Duden – *Das Synonymwörterbuch. Ein Wörterbuch sinnverwandter Wörter*, 2014. Berlin: Bibliographisches Institut.
- Das digitale Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS)* [online]. [Zugriff am: 15. 10. 2019]. Verfügbar unter: <https://www.dwds.de>
- EISENBERG, Peter, 2013. Anglizismen im Deutschen. In: *Reichtum und Armut der deutschen Sprache: Erster Bericht zur Lage der deutschen Sprache* [online]. Berlin: de Gruyter, S. 57–120. [Zugriff am: 15. 10. 2019]. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1515/9783110334739-57>
- KOLOBAJEV, Viktor, 1983. *Slova širokoj semantiki i sposoby ich konkretizatsii v anglijskoj naučnoj literature (na materiale meditsinskoj naučnoj publitsistiki)*. [Dissertation, Autoreferat]. Leningrad.
- KOVÁCS, Eva, 2009. Anglizismen im Deutschen: eine Gefahr oder eine natürliche Erscheinung? In: *Germanistische Studien VII*, S. 181–190.
- KREMENETSKAYA, Irina, 2013. Evisemija kak odin iz lingvističeskich prisnakov konkretnych sutschestvitel'nych. In: *Lingua mobilis*. 6 (45), S. 20–24.
- KUDINOVA, Valentina, 1994. *Širokoznachnije glagoly v sovremennom nemeckom jazyke*. [Dissertation, Autoreferat]. Moskva.
- LENTA, Anatol, 2002. La eurisemia entre otros tipos de relaciones categoriales léxico-semánticas. In: *ELUA. Estudios de Lingüística*. N. 16 (2002), S. 373–378.
- LENTA, Anatol und Ion GUTU, 2008. Eurysémie et typologie des signes linguistiques. In: *Revista de Filologie Románica*. Vol. 25, S. 139–145.
- MALYUTINA, Evgenija, 2008. *Glagoly širokoj semantiki v kognitivnom aspekte (na materiale istorii anglijskogo jazyka)* [online]. [Dissertation, Autoreferat]. S. Petersburg. [Zugriff am: 15. 10. 2019]. Verfügbar unter: [ftp://lib.herzen.spb.ru/text/malutina\\_ei\\_akd.pdf](ftp://lib.herzen.spb.ru/text/malutina_ei_akd.pdf).
- MEDNIKOVA, Esfir', 1989. Semantika slova. Noviye aspekty. In: Ludmila LEONOVA u. a., Hrsg. *Formalniye i semantičeskije aspekty slova* [online]. Kalinin: KGU. S. 10–17. [Zugriff am: 15. 10. 2019]. Verfügbar unter: [http://edu.tltsu.ru/sites/sites\\_content/site84/html/media27587/minimum.pdf](http://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site84/html/media27587/minimum.pdf)
- NEFEDOVA, Lyubov und Irina KHAPAEVA, 2009. O javlenii evisemii inojazyčnoj leksiki v sovremennom nemetskom jazyke. In: Elena NIKULINA, Hrsg. *Sbornik materialov naučnoj sessii po itogam vypolnenija naučno-issledovatel'skoj*

- raboty na fakultete inostrannykh jazykov Moskovskogo pedagogičeskogo gosudarstvennogo universiteta*. Moskva.
- PLOTKIN, Wulf und Ludmila GROSUL, 1982. Širokoznaťnost' kak leksiko-semantičeskaja kategorija. In: Viktorija JARTSEVA, Hrsg. *Teoretičeskije problemy semantiki i jejo otrashenija v odnoznačnykh slovarjach*. Kišinev: Štiinca. S. 81–86.
- POGARELL, Reiner, Markus SCHRÖDER und Rudolf BARTZSCH, 2007. *Wörterbuch überflüssiger Anglizismen*. Paderborn: IFB.
- POPOVA, Viktorija, 1984. *Širokosnačnije glagolnye frazeologizmy sovremenno nemeckogo jazyka kak problema leksikografii i frazeografii*. [Dissertation, Autoreferat]. Moskva.
- SEMINA, Julia, 2009. Javlenie širokosnačnosti v otečestvennom jazykoznanii. In: *Almanach sovremennoj nauki i obrazovanija*. 2 (21). Č. 3. S. 160–163.
- SCHMITT, Karin, 2010. *Neue Medien, neue Sprache*. Marburg: Tectum Verlag.
- SHUKOVA, Tatiana, 1987. K voprosu ob opredelenii v paradigmatičeskom aspekte slov s naiboleje obshchimi leksičeskimi značenijami. In: *Voprosy jazykoznanija* [online]. 2, S. 85–95. [Zugriff am: 15. 10. 2019]. Verfügbar unter: <http://www.ruslang.ru/doc/voprosy/voprosy1987-2.pdf>
- SUDAKOVA, Olga, 1990. *Semantika i funkcionirovanije širokoznačnykh imen suščestvitelnykh (na materiale anglijskogo i nemeckogo jazykov)*. [Dissertation, Autoreferat]. Moskva.
- UFIMTSEVA, Anna, 1974. *Tipy slovesnykh znakov*. Moskva: Nauka.
- URL 3: Wörterbuch Wortbedeutung.info. *Flickwort* [online]. [Zugriff am: 15. 10. 2019]. Verfügbar unter: <https://www.wortbedeutung.info/Flickwort/>
- ZHELONKINA, Tamara, 2011. Širokoznaťnost' vs mnogoznaťnost'. In: Marina PIMENOVA, Hrsg. *Kognitivnaja lingvistika: novyje paradigmy i novyje rešenija*. Vyp. 15. Moskva: Institut jazykoznanija RAN. S. 236–244.
- ZHELONKINA, Tamara, 2014. O širokoznaťnosti prilagatelnykh v sovremenno nemeckom jazyke. In: *Vestnik Baltijskogo federalnogo universiteta im. I. Kanta* [online]. Serija: filologija, pedagogika, psihologija. Vypusk 2. S. 35–42. [Zugriff am: 15. 10. 2019]. Verfügbar unter: [https://journals.kantiana.ru/upload/iblock/161/Zhelonkina%20T.\\_35-42.pdf](https://journals.kantiana.ru/upload/iblock/161/Zhelonkina%20T._35-42.pdf)

**Abstract**

The paper deals with the question of whether excessive use of Anglicisms is observed in the modern German language. As a crucial linguistic reason for the frequent use of Anglicisms their eurysemy (semantic vagueness) is considered. The digital transformation of the media industry is seen as an extra-linguistic reason. These questions are treated by a study on the semantics of Anglicisms most commonly used in electronic and print media.

**Keywords**

anglicism, semantics, lexical meaning, eurysemy, semantic vagueness, semantically fuzzy words, digital transformation