

DORIS STEFFENS

Klicken, bis der Arzt kommt

Neuer Wortschatz – im Internet präsentiert

1. Zum neuen Wortschatz im Deutschen

Eine Voraussetzung für die funktionierende sprachliche Verständigung ist die ständige Anpassung des Wortschatzes an sich wandelnde bzw. neue Gegebenheiten und Sachverhalte. Im Wesentlichen erfolgt diese Anpassung entweder durch Bildung neuer Wörter oder durch die Übernahme fremden Wortgutes, durch Entlehnungen. Mit diesen neuen sprachlichen Einheiten, den Neologismen, beschäftigt sich seit der zweiten Hälfte der 90er Jahre die Arbeitsgruppe Neologismen, die am Institut für Deutsche Sprache (IDS) in Mannheim angesiedelt ist.

Das Projekt der Arbeitsgruppe¹ ist ein Langzeitprojekt. Nachdem wir zunächst den Wortschatz des letzten Jahrzehnts des 20. Jahrhunderts in einem gedruckten Neologismenwörterbuch² und im Internet³ veröffentlicht haben, sind wir jetzt dabei, den des ersten Jahrzehnts des 21. Jahrhunderts zu ermitteln, zu beschreiben und zu gegebener Zeit zu publizieren.

1.1. Was verstehen wir unter Neologismen?

Folgende Begriffsbestimmung wird für den Untersuchungsgegenstand zugrunde gelegt: Ein Neologismus ist eine neue lexikalische Einheit bzw. die neue Bedeutung einer etablierten lexikalischen Einheit, die in einem bestimmten Abschnitt der Sprachentwicklung in einer Kommunikationsgemeinschaft

aufkommt, sich ausbreitet, als sprachliche Norm allgemein akzeptiert und in diesem Entwicklungsabschnitt von der Mehrheit der Sprachbenutzer eine gewisse Zeit lang als neu empfunden wird.

Seit Beginn der 90er Jahre sind in den Wortschatz gekommen:

neue Wörter wie

Blockbuster

Dreiliterauto

Euroland

Inlineskating

Parallelgesellschaft

Sars

Tankini

updaten

neue Bedeutungen bereits vorhandener Wörter wie

abhängen im Sinne von ‚entspannen‘

Adresse im Sinne von ‚E-Mail-Adresse‘ und ‚Internetadresse‘

Klatsche im Sinne von ‚sportliche Niederlage‘

Netz im Sinne von ‚Internet‘

neue feste Wortverbindungen wie

bis der Arzt kommt

fit wie ein Turnschuh

globales Dorf

Schluss mit lustig

(1) Die Verfasserin leitet dieses Projekt seit Ende 2002.

(2) Herberg, Dieter/Kinne, Michael/Steffens, Doris (2004): Neuer Wortschatz. Neologismen der 90er Jahre im Deutschen. Unter Mitarbeit von Elke Tellenbach und Doris al-Wadi. XXXIX/393 S. – Berlin/New York: de Gruyter, 2004. (Schriften des Instituts für Deutsche Sprache 11)

(3) www.lexiko.de. Die Präsentation dieser Neologismen erfolgt im Rahmen des am IDS aufgebauten lexikalisch-lexikologischen korpusbasierten Informationssystems *lexiko*. Das erklärte Ziel dieses Informationssystems, dessen Pilotprojekt das Projekt Neologismen ist, besteht darin, den Wortschatz der deutschen Sprache in umfassender Weise im Internet zu dokumentieren, allgemein verständlich zu erklären und linguistisch zu beschreiben.

Nach unserem Verständnis „[sind als] ‚neu‘ solche Phänomene markiert, die dem Sprachsystem am Beginn des Erfassungszeitraumes noch nicht angehört haben, an seinem Ende jedoch – mehr oder weniger – allgemein akzeptierte Bestandteile des Systems geworden sind.“ Das heißt, dass „die als ‚neu‘ markierten Lexeme und Einzelbedeutungen, die wir zusammenfassend Neologismen nennen – eine empirisch feststellbare Teilmenge des Allgemeinwortschatzes relativ zu einem jeweils zu definierenden Erfassungszeitraum bilden.“⁴⁴

Bezogen auf unser Vorhaben in der ersten Phase dieses Langzeitprojektes bedeutet das, dass wir uns mit den neuen Wörtern, neuen festen Wortverbindungen bzw. neuen Bedeutungen von etablierten Wörtern befasst haben, die in den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts aufgekommen und in die deutsche Allgemeinsprache eingegangen sind.

Allgemeinsprache: Gesamtheit der standardsprachlichen Mittel, die dem größten Teil der Angehörigen einer Sprachgemeinschaft zur Verfügung stehen

Die Wahl dieses Zeitraums von etwa zehn Jahren lässt sich in verschiedener Hinsicht gut begründen: Das letzte Jahrzehnt des Jahrhunderts/Jahrtausends schien uns kalendarisch markant, der Zeitraum ausreichend lang, und vor allem war dieses Jahrzehnt nach der Wiedervereinigung der beiden deutschen Staaten im Oktober 1990 das erste mit der nun wieder einheitlichen staatlichen Kommunikationsgemeinschaft. In Bezug auf neue Lexik besteht allgemein großer Informationsbedarf, denn häufig gibt es – und das nicht nur bei Deutschlernern – Unsicherheiten hinsichtlich Schreibung, Aussprache, Morphologie, Bedeutung und Gebrauch. Es liegt nahe, die entsprechenden Informationen in Wörterbüchern nachzuschlagen. In den großen allgemeinsprachlichen Gesamtwörterbüchern sind allerdings die neuesten Wörter oft noch gar nicht ge-

bucht. Insofern sind spezielle Neologismenwörterbücher, die ausschließlich neuen Wortschatz beschreiben, aufschlussreicher als allgemeinsprachliche Gesamtwörterbücher, die nur in größeren Intervallen neu bearbeitet werden. Neologismenwörterbücher, denen Prinzipien der wissenschaftlichen Lexikografie zugrunde liegen, die also z. B. auf einer breiten Materialbasis fußen, sorgfältig recherchiert sind und systematisch den Wortgebrauch beschreiben, gibt es zwar in vielen europäischen und außereuropäischen Sprachen, aber bis vor kurzem nicht für das Deutsche.

Um diese Lücke in der deutschen Wörterbuchlandschaft schließen zu helfen, wurde das oben genannte erste größere Neologismenwörterbuch für das Deutsche erarbeitet.

1.2. Zum Aufkommen von Neologismen und zur Rolle der Anglizismen

Der Wortschatz wird erweitert, weil jegliche gesellschaftliche Veränderung (gesellschaftliche Umbrüche betrifft dies in besonderem Maße) Bedarf an neuen Benennungen hervorbringt. In der Regel wird der entsprechende Bedarf mit Mitteln der Wortbildung oder über Entlehnungen aus anderen Sprachen befriedigt.

Eine Triebfeder für die Entstehung einer neuen lexikalischen Einheit ist, dass ein neuer Gegenstand/Sachverhalt eine entsprechende Benennung braucht (z. B. *Aquajogging*, *Dosenpfand*, *Wurm* als Neubedeutung im Sinne von ‚Computerwurm‘). Eine andere ist das Bedürfnis nach semantisch differenzierenden bzw. expressiven Benennungen (z. B. *abgezockt* als Neulexem in der Bedeutung ‚clever‘, *stylish*, *fit wie ein Turnschuh*).

Auch wenn nach wie vor die meisten neuen Wörter im Deutschen gebildet werden, und zwar in erster Linie durch Zusammensetzung, ist es eine objektive Tatsache, dass die Zahl der Entlehnungen ins Deutsche in den letzten Jahrzehnten stetig gestiegen ist, wobei es sich fast nur um Anglizismen (hier als Übernahmen aus dem britischen oder amerikanischen Englisch zu verstehen) handelt. Überhaupt gilt das Deutsche als die

(4) Herberg 1997, 62



Die Kultur der Marken, der Medien und des Pop.

Zeichnung: Tex Rubinowitz (2000)

europäische Sprache, die den größten Zuwachs an Anglizismen verzeichnet. Wie ist dies zu erklären?

Für dieses starke Vorkommen, das sich auf bestimmte Wortschatzbereiche konzentriert, gibt es sowohl außer- als auch innersprachliche Gründe. Insgesamt bestimmend ist die Entwicklung seit 1945: Die USA haben auf Gebieten wie Wissenschaft und Technik die Führungsposition inne, woraus sich auch die Dominanz des Englischen in der internationalen Kommunikation ergeben hat, das weltweit zur ersten Fremdsprache geworden ist. Speziell für die alte Bundesrepublik dürften zudem die wirtschaftliche Unterstützung durch die USA in Form des Marshallplans, ihre westlich orientierte Bündnispolitik sowie die nach dem verlorenen Krieg vorhandene besondere Aufgeschlossenheit ihrer Bürger gegenüber einem neuen Leitbild, für das sich die amerikanischen Lebensverhältnisse anboten, eine Rolle gespielt haben.

Ein innersprachlicher Grund für die relativ große Zahl englischer Entlehnungen ist, dass mit der Übernahme einer Neuerung (meist aus den USA) gleichzeitig auch deren Bezeichnung übernommen wird. Das ist sprachökonomisch zweifellos ein Vorteil: Die Benennungen sind oft kurz und knapp sowie kommunikativ eindeutig.

Fan, sinnverwandt mit Anhänger, ist **kommunikativ eindeutig** („begeisterter Anhänger von jmdm., etw.“). Anhänger hat dagegen fünf Bedeutungen, deren erste in bestimmten Kontexten eine Synonymiebeziehung begründet.

1. jmd., der entschieden, überzeugt für jmdn., eine bestimmte Sache [...] eintritt
 2. angehängter Wagen ohne eigene Antriebskraft
 3. Schmuckstück, das an einer Kette getragen wird
 4. Kofferanhänger
 5. (landsch.) Aufhänger an Kleidungs- u. Wäschestücken
- (vgl. Duden – Großes Wörterbuch in zehn Bänden 1999)

Mit der Übernahme erübrigt sich in der Regel die Suche nach einer adäquaten deutschen Benennung, die die aus dem Englischen gekommene ersetzen könnte. So hat sich *Mountainbike* eingebürgert, obwohl eine adäquate gleichbedeutende Übersetzung (*Bergfahrrad*) parat stand. In wenigen Fällen haben sich aber dennoch Übersetzungen etabliert und neben den Entlehnungen behauptet, z. B. *globales Dorf* neben *Globalvillage*. Die Neubedeutung *herunterladen* dürfte dem Lehnwort *downloaden* sogar – wahrscheinlich wegen der Unsicherheiten beim Gebrauch von *downloaden* – den Rang abgelaufen haben.

Lehnwort vs. Fremdwort

„Lehnwort“ wird hier in einem weiteren Sinne als Oberbegriff für Entlehnungen aus anderen Sprachen (vom vollständig assimilierten Lehnwort [z. B. *Streik*] bis zum wenig assimilierten Fremdwort [z. B. *Burn-out*]) verstanden und stellt sich damit neben das heimische Wortgut.

Ebenfalls eine Rolle spielt die enge Verwandtschaft zwischen dem Englischen und dem Deutschen, die das Wechseln zwischen

beiden Sprachen häufig gar nicht mehr als Grenzüberschreitung wahrnehmbar macht, sowie der Umstand, dass den Anglizismen häufig – abgesehen von gegebenenfalls semantisch feinen Unterschieden gegenüber entsprechenden deutschen Wörtern – ein höherer stilistischer bzw. kommunikativer Wert beigemessen wird. So werden Wörter wahrscheinlich wegen des vermeintlich besseren Klangs und ihres Neuigkeitswertes entlehnt und treten als Synonyme zu bereits vorhandenen (z. B. *outdoor* für im Freien, *sexy* für toll). Auch ein gewisses Impioniergehabe mag bei dem Gebrauch der Anglizismen im Spiel sein. Sprecher wollen Bildung, Modernität und Weltläufigkeit oder die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Sprechergruppe demonstrieren (z. B. *Location*, *stylish*).

Unbestritten ist aber auch⁵, dass Anglizismen den Wortschatz durch Bedeutungsdivergenzierung bereichern (z. B. *Event* vs. *Ereignis*), und dass sie

Event: ‚(öffentliches) Ereignis, (öffentliche) Veranstaltung mit Erlebnisqualität‘

(Herberg/Kinne/Steffens 2004)

Benennungslücken schließen (z. B. *Mobbing*, ein Wort, das prägnant einen Sachverhalt bezeichnet, der früher explizit unter Verwendung von Wörtern wie *schikanieren*, *vergraulen*, *wegekeln* beschrieben werden musste).

Mobbing: ‚das ständige Schikanieren, Unter-Druck-Setzen von jmdm. an seinem Arbeitsplatz o.Ä., häufig mit der Absicht, ihn von dort, aus seiner Position zu vertreiben‘

(Herberg/Kinne/Steffens 2004)

Trotz des relativ hohen Zuwachses von Anglizismen innerhalb des deutschen Allgemeinwortschatzes (mit relativ geringen Auswirkungen auf die Alltagssprache) trifft der

teilweise in der Öffentlichkeit entstandene Eindruck, dass neue Wörter praktisch nur noch Lehnwörter aus dem Englischen sind, nicht zu, denn die meisten neuen Wörter verdanken ihre Entstehung der deutschen Wortbildung.

Zu diesem Eindruck hat aber sicher beigetragen, dass derartige Übernahmen zumindest hinsichtlich Schreibung und Aussprache in besonderem Maße auffällig sind. Der deutsche Sprecher registriert sie ihrer Fremdheit wegen als neu (z. B. *Bungeejumping*, *Leanproduction*, *Shareholdervalue*), während er deutsche Wortbildungen viel weniger als neu wahrnimmt (z. B. die kommunikativ durchaus relevanten Wörter *Dosenpfand*, *Dreiliterauto*, *Festnetz*, *Freisprechanlage*, *Minusrunde*, *Schleierfahndung*). Befördert wird dieser Eindruck nicht zuletzt dadurch, dass durch die Werbesprache, die ohne Anglizismen bzw. englisches Sprachmaterial nicht auszukommen meint, der Gebrauch dieses fremdsprachlichen Wortgutes über die Medien oft noch vervielfacht wird.

Wie gesagt: Die stetig steigende Zahl von Anglizismen im Zuge der Übernahmen von Neuerungen aus dem US-amerikanischen Raum hängt ursächlich mit der Position der USA als Weltmacht und der Rolle des Englischen als wichtigster Verkehrs- und Wissenschaftssprache zusammen. So ist für unseren bisherigen Untersuchungszeitraum, die 90er Jahre, festzustellen, dass in den Fach- und Sachgebieten, in denen relativ viele Neologismen vorkommen, unter diesen der Anteil an Anglizismen bzw. Wortbildungen mit einem Anglizismus als Bestandteil ebenfalls besonders hoch ist:

- Computer/Internet (z. B. *E-Mail*, *Homepage*, *Internetadresse*)
- Medien (z. B. *Blockbuster*, *Latenightshow*, *Multiplexkino*)
- Sport (z. B. *inlineskaten*, *Indoorsport*, *Walking*)
- Wirtschaft (z. B. *E-Commerce*, *Einkaufsmall*, *outsourcen*)
- Bank-, Finanzwesen (z. B. *Direktbanking*, *E-Cash*, *Onlinebanking*)
- Freizeit/Unterhaltung (z. B. *auschillen*, *Infotainment*, *Raver*)

(5) Vgl. zu dieser Thematik z. B. Zifonun (2002)

- Telekommunikation (z. B. *Call-by-Call*, *SMS*, *Prepaidkarte*)
- Mode (z. B. *Baseballcap*, *Highheel*, *Out-doorjacke*)

Darin spiegeln sich Entwicklungen wider, die, abhängig von der gesellschaftlichen Gesamtsituation im Erfassungszeitraum, den Einfluss bestimmter Fach- und Sachgebiete auf die Allgemeinsprache der 90er Jahre zeigen.

1.3. Zur Auswahl der Stichwörter

Für die Stichwortauswahl der Neologismen des ersten Jahrzehnts des 21. Jahrhunderts, von uns „Nuller“jahre genannt, werden folgende Kriterien zugrunde gelegt, die bereits für das Vorgängerprojekt „Neologismen der 90er Jahre“ relevant waren:

Die Wörter müssen

- neu für den untersuchten Zeitraum sein
- Bestandteil der Allgemeinsprache sein und
- dem deutschen Sprachgebrauch entsprechen

(Letzteres bedeutet für Entlehnungen aus anderen Sprachen die Anpassung an das deutsche Sprachsystem, die sich in erster Linie in der Substantivgroßschreibung, der Genuszuweisung, der Flexion äußert.)

Die Neologismenkandidaten gewinnen wir durch eigene Exzerption, d. h. durch Auswertung und Verzettelung von Texten, z. B. von Zeitungstexten, aber auch aus der Sekundärliteratur oder aus den Vorschlägen zu den „Wörtern des Jahres“. Um die Stichwortsuche zu objektivieren, ist darüber hinaus geplant, neue Wörter durch einen computergestützten Abgleich zu gewinnen. So sollen systematisch Wörter ermittelt werden, die zu einem bestimmten Zeitpunkt erstmals in den elektronischen Textkorpora des IDS vorkommen. Anschließend wird geprüft, ob diese Wörter tatsächlich neu für den von uns untersuchten Zeitraum sind. Dazu werden sie in den bis zum Beginn des Untersuchungszeitraums (in Bezug auf neue Wörter der Nullerjahre konkret bis 2001) erschienenen, zu einem Kanon zusammengestellten Wörterbüchern nachgeschlagen sowie in den elektronischen IDS-Textkorpora recherchiert, um festzustellen, seit wann diese Wörter signifikant, d. h. häufig genug und in hinreichender Streuung, belegt sind. Wenn die Wörter in den betref-

fenden Wörterbüchern nicht verzeichnet und in den Korpus-texten vor 2001 nicht oder nur singular belegt sind, kommen sie für uns in die engere Wahl. Es muss sich nun noch erweisen, ob sie in den Nullerjahren auch tatsächlich kommunikativ relevant geworden sind. Das überprüfen wir an den Texten der Zeit ab 2001. Und wir werten die Wörterbücher aus, die seit 2001 erschienen sind.

Trotz guter Belegung und kommunikativer Relevanz kommen sehr viele Neubildungen nicht als Stichwörter infrage. Das sind insbesondere Zusammensetzungen, die reihenbildend zu einem Neologismus auftreten und in der Regel semantisch „durchsichtig“ sind, deren Bedeutung sich also aus den Bedeutungen der einzelnen Bestandteile zusammensetzt und nicht zwingend einer Erklärung in einem Wortartikel bedarf. Von den in den elektronischen IDS-Textkorpora mit *online* belegten Hunderten von Zusammensetzungen von *Onlineangebot* bis *Onlinezugang* werden, wie im Folgenden ersichtlich, einige „auffällige“ innerhalb des Wortartikels *online* unter der Überschrift „Wortbildungsproduktivität“ dargestellt, von denen wiederum einige, die markierten, einen eigenen Wörterbucheintrag haben und dorthin verlinkt werden.

online

Zusammensetzung:

sehr häufig als Bestimmungswort,

z. B. in

- Onlinebanking,
- Onlinedienst,
- Onlinehandel,
- Onlinemagazin,
- Onlinemedien,
- Onlineredaktion,
- Onlineshop,
- Onlineshopping,
- Onlinezeit

Wörter, die nicht zum kommunikativ relevanten allgemeinsprachlichen Teil des deutschen Wortschatzes gehören, scheiden wir aus. Das sind vor allem Sonderlexik wie eng Fach- oder Gruppensprachliches (z. B. Bezeichnungen für spezielle Sportarten wie *Kiteboarding*) und Okkasionalismen, d. h. Wörter, die aus irgendeinem bestimmten

Anlass gebildet wurden, aber nicht Allgemeinut geworden sind (z. B. *Sportaholic*, analog zu *Workaholic* gebildet, *verhunzigen*⁶; 2002 unter den „Wörtern des Jahres“). Probleme ergeben sich insbesondere bei der Entscheidung der Frage, ob ein Wort aus einer Fachsprache in die Allgemeinsprache eingegangen ist, denn hier besteht ein beträchtlicher Ermessensspielraum. Uns hilft auch nur bedingt weiter, dass unsere Textkorpora fast ausnahmslos Texte aus Tageszeitungen enthalten, also Texte, die keine reinen Fachtexte sind, sondern sich an das Laienpublikum wenden, so dass davon auszugehen ist, dass der dort vorkommende Wortschatz zumindest an der Grenze vom Fach- zum Allgemeinsprachlichen anzusetzen ist. Dann haben wir ihn in der Regel aufgenommen. Entsprechend handhaben wir es auch mit dem Wortschatz der Jugendsprache (z. B. *abziehen* als Neubedeutung mit den Lesarten ‚rauben‘ und ‚erpressen‘, *auschillen, bis der Arzt kommt*). Die Grenze zur Allgemeinsprache ist fließend. In der Regel sind die Medien maßgeblich an der Verbreitung von ursprünglich fach- und gruppensprachlicher Lexik beteiligt. So sind im Zusammenhang mit der Globalisierung in den 90er Jahren bestimmte Termini aus dem Bereich der Wirtschaft kommunikativ relevant geworden, weil in den Medien das verstärkte Gewinnstreben der Unternehmen mit seinen Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt zunehmend thematisiert wurde. So wurden auch die entsprechenden Begriffe interessierten Hörern und Lesern bekannt, ohne zwangsläufig Bestandteil ihres aktiven Wortschatzes zu werden. Diese Termini verdanken die Aufnahme in die Stichwortliste ihrer Brisanz und der sehr guten Belegung im Textkorpus (z. B. *Outplacement, Outsourcing, Shareholdervalue*). Bei den Recherchen in Bezug auf die Wörter der Nullerjahre hat sich bei etlichen Wörtern unserer aktuellen Liste herausgestellt, dass sie schon ein gutes Stück älter sind als vermutet. Obwohl erst im gegenwärtigen Jahrzehnt kommunikativ „auffällig“ geworden, erweisen sie sich im Nachhinein als bereits in den 90er Jahren gut belegt. Dabei handelt es sich vor allem um Wörter,

- auf die wir erst in den Nullerjahren durch den gesellschaftlichen Diskurs oder durch spektakuläre Ereignisse aufmerksam geworden sind (z. B. *Denglisch, Parallelgesellschaft, Wurm*)
- die sich eher schleichend durchsetzen, indem sie zunehmend mit vorhandenen Benennungen konkurrieren (z. B. [*in bestimmter Weise*] *aufgestellt, stylisch, zeitnah* als Neubedeutung im Sinne von ‚relativ schnell‘)

Eine weitere Gruppe von Wörtern erschien uns in der Phase ihres Aufkommens in den 90er Jahren noch als fachsprachlich. Nunmehr lässt sich feststellen, dass sich der Übergang von der Fach- in die Allgemeinsprache vollzogen hat (z. B. *Body-Mass-Index, Fengshui, Handbike*).

Solche Wörter sind zwar dem bereits erschienenen Printwörterbuch der Neologismen der 90er Jahre entgangen, für das inzwischen ebenfalls zugängliche Internetwörterbuch (vgl. Fußnote 3) konnten sie aber nachgearbeitet werden. Hier zeigt sich ein wesentlicher Vorteil des Mediums Internet: Stichwörter und Daten können jederzeit problemlos ergänzt und aktualisiert werden.

Derzeit erarbeiten wir die Wortartikel zu Stichwörtern des Kernbereiches der Nullerjahre. Diese Stichwörter zeichnen sich dadurch aus, dass sie die oben genannten Kriterien für die Aufnahme als Stichwort erfüllen und bereits jetzt, in der ersten Hälfte des Ermittlungszeitraumes, dank guter Belegung in den elektronischen IDS-Textkorpora ihre kommunikative Relevanz unter Beweis gestellt haben. Genannt seien z. B. Neologismen wie *Alcopop, Flipflop, Riesterrente, Praxisgebühr, Sars, Teuro*. (*Teuro* war „Wort des Jahres“ 2002; zu den „Wörtern des Jahres“ gehörten *Riesterrente* [2001], *Alcopop* und *Sars* [2003].) Selbst wenn Wörter des derzeitigen Kernbereiches innerhalb des Erfassungszeitraumes ihre Relevanz wieder verlören und infolgedessen in den IDS-Textkorpora nicht mehr bzw. nur mit Bezug auf frühere Verhältnisse vorkämen, also nicht lange zum Allgemeinwortschatz gehört hätten, wären

(6) abgeleitet von (Moritz) Hunziger, einem in Lobbyaffären verwickelten Kommunikationsmanager

diese Wörter als Neologismen, und zwar als so genannte Kurzzeitwörter der

Kurzzeitwort: „Wort, das in einem bestimmten Abschnitt der Sprachentwicklung in einer Kommunikationsgemeinschaft aufkommt, eine kurze Zeit lang kommunikativ relevant ist und in diesem Entwicklungsabschnitt wieder außer Gebrauch kommt.“
(Herberg 2002, 23)

Nullerjahre zu beschreiben. Von den oben genannten Neologismen kämen dafür unter Umständen alle in Frage, *Flipflop* beispielsweise dann, wenn die Schuhmode bald wieder einen erfolgreichen Trend bei Sandalen kreiert, der die Flipflops verdrängt.

2. Zur Neologismenpräsentation und -recherche im Internet

Die erste Ergebnisform des Neologismenprojektes war – wie eingangs erwähnt – ein Printwörterbuch, die zweite ist die 2005 fertig gestellte Präsentation dieser Neologismen im Internet.

Mit dem Internetwörterbuch soll nicht zuletzt den medialen Veränderungen Rechnung getragen werden, die sich darin zeigen, dass vor allem jüngere Menschen auf der Suche nach Informationen eher das Internet als ein herkömmliches Wörterbuch benutzen. Aber auch die Benutzer von Printwörterbüchern können aus den Recherchemöglichkeiten in der Onlinefassung, die den eigentlichen „Mehrwert“ gegenüber der Printfassung ausmachen, Gewinn ziehen. Hier ist nicht der Platz für eine ausführliche Projektbeschreibung. Stattdessen sollen anhand einiger Beispiele Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie Nutzer – z. B. Schüler oder Lerner – mithilfe dieses Internetwörterbuches an die Beschäftigung mit Wortschatz herangeführt und für sprachliche Fragen interessiert werden können.

Im Vorfeld sei gesagt, dass wir uns sehr wohl dessen bewusst sind, dass ein Wörterbuchbenutzer sein Hauptaugenmerk darauf richtet, Antwort auf eine konkrete Sprachfrage zu bekommen und dass er darüber hi-

naus vielleicht einfach in der elektronischen Wortliste „blättern“ und dabei vertraute oder unbekannte Wörter genauer betrachten will. Abgesehen davon, dass es unser ureigenes Anliegen ist, diese legitimen Nutzerbedürfnisse zu befriedigen, legen wir besonderen Wert auch darauf, dass unser Rechercheangebot genutzt wird, das mit dem in Printwörterbüchern üblichen Verweissystem nichts mehr gemein hat. Diese Recherchierbarkeit, die in erster Linie auf fachliche Resonanz stoßen dürfte, stellt den oben genannten „Mehrwert“ des Internetwörterbuches gegenüber dem gedruckten Wörterbuch dar. Mithilfe von so genannten – weiter unten dargestellten – Dialogboxen lassen sich beliebig viele Suchkriterien kombinieren und so die Stichwörter, auf die die gesuchten Angabeklassen zutreffen, ermitteln. Je sorgfältiger und differenzierter die Rechercheangebote vorbereitet sind, um so eher wird ein Nutzer in die Lage versetzt, die Suche entsprechend seiner jeweiligen Interessenlage bzw. Fragestellung erfolgreich durchzuführen.

Die folgenden, derzeit beantwortbaren Fragestellungen können die Vielfalt in den Kombinationen nur andeuten:

- Welche Verben sind Neubedeutungen?
- Wie viele Neologismen sind Mitte/Ende der 90er Jahre in Gebrauch gekommen?
- Welche Nomen haben mehr als ein Genus?
- Welche Verben bilden das Perfekt mit *haben*, welche mit *sein*?
- Welche Adjektive sind steigerbar/nicht steigerbar?
- Welche Neulexeme sind Lehnwörter/Teillehnübersetzungen/Scheinentlehnungen?
- Welche Nomen werden meist ohne Artikel gebraucht?
- Welche Verben sind Präverbfügungen?
- Welche Verben bilden Präverbfügungen?

Weitere Dialogboxen sind in Vorbereitung.

Im Bereich der Wortbildung sollen nicht nur die nach einem bestimmten Wortbildungstyp gebildeten Stichwörter (z. B. Zusammensetzungen, Kurzwörter) ermittelt werden können, sondern es soll auch eine vertiefende Suche angeboten werden, bei

der beispielsweise bei Zusammensetzungen die erste (bzw. zweite) Konstituente, bei Ableitungen und Kurzwörtern die Basis z. B. in Bezug auf die Wortart näher bestimmt werden kann.

Im Folgenden soll demonstriert werden, wie die Dialogboxen mit ihren jeweiligen Angeboten sinnvoll kombiniert werden können. Exemplarisch werden zwei Boxen vorgestellt:

Neologismtyp:

beliebig ⁷ Neulexem Neubedeutung
--

Wortarten:

beliebig keine Wortart Adjektiv Adverb Interjektion Nomen Verb

Ein Klick auf „Neulexem“, auf „Verb“ (in den obigen Dialogboxen jeweils fett) und auf das Feld „Suche“, und die Ergebnisliste ist da: Alle Verben, die Neulexeme sind, werden genannt (z. B. *abspacen, anklicken, anmailen, aufbrezeln, ausschillen*) und ihre Zahl wird angezeigt.

Wenn sich der Nutzer aus (fachlichem) Interesse mit diesem Rechercheergebnis noch nicht zufrieden gibt, beispielsweise, weil er die Verben nach bestimmten Merkmalen sortieren will, kann er die Suche natürlich fortsetzen und zu den genannten Suchkriterien weitere hinzufügen und somit das Suchergebnis entsprechend einschränken. So kann er in der (hier nicht dargestellten) Dialogbox „Grammatik“

„Perfektbildung mit *haben*“,
„Perfektbildung mit *sein*“,

„Perfektbildung mit *haben/sein*“ alternativ auswählen

und überdies

„Passiv bildbar“ oder

„Passiv nicht bildbar“ anwählen.

Beim Anklicken von „Neulexem“, „Verb“, „Perfektbildung mit *haben*“ und „Passiv bildbar“ erhält der Nutzer als Ergebnis z. B. *doppelklicken, downloaden, emailen, gaucken, gegenfinanzieren*, beim Anklicken von „Neulexem“, „Verb“, „Perfektbildung mit *haben*“ und „Passiv nicht bildbar“ z. B. *auschillen, chatten, chillen, herumzappen, schwächeln*.

Eine andere Suchanfrage: Gesucht werden die Verben, die Neulexeme sind, sortiert nach Wortbildungen bzw. Entlehnungen.

In der Dialogbox „Neologismtyp“ wird wiederum „Neulexem“ angeklickt und in der (hier nicht dargestellten) Dialogbox „Wortbildung“ „Präverbfügungen“. Der Klick auf die Wortart „Verb“ erübrigt sich in diesem Fall, da nur Verben Präverbfügungen sind. Als Ergebnis erhält der Nutzer z. B. *abspacen, anklicken, anmailen, aufbrezeln, ausschillen*. Der Klick auf „Neulexem“, „Verb“ und „Ableitungen“ ebenfalls in der (hier nicht dargestellten) Dialogbox „Wortbildung“ fördert die Neologismen-Verben zutage, die durch Ableitung (Konversion) gebildet sind. Es finden sich drei: *doppelklicken, gaucken* und *simsen*.

Der Klick auf „Neulexem“, „Verb“ und „Lehnwort“ in der (hier nicht dargestellten) Dialogbox „Entlehnung“ bringt als Ergebnis z. B. *carven, chatten, downloaden, emailen, hypen*.

Ermitteln lassen sich darüber hinaus auch Mischformen, d. h. Wortbildungen, deren Konstituenten unterschiedlicher Herkunft sind. Das Ergebnis lautet in unserem Fall: *abspacen, anmailen, ausschillen, herumzappen, wegzappen*.

Es ist auch möglich, Verben als ersten oder zweiten Bestandteil von Zusammensetzungen zu bestimmen. In diesem Fall werden nicht die Angaben verschiedener Dialogboxen miteinander kombiniert, sondern die Recherche wird mittels Klick auf „Zusammensetzungen“ innerhalb der (hier nicht dargestellten) Dialogbox „Wortbildung“ auf

(7) „beliebig“ ist Standardfunktion.

einer tieferen Ebene fortgesetzt. Anhand von Attributen kann nun eine Auswahl getroffen werden. Für das Bestimmungswort sind die folgenden vorgesehen:

Adjektiv
Adverb
Interjektion
Nomen
Präposition
Verb
Konfix
Adjektivphrase
Nominalphrase
Präpositionalphrase
Verbalphrase
englisch
andere Fremdsprache

Beim Anklicken von „Verb“ werden z. B. folgende Zusammensetzungen ausgeworfen: *Bezahlfernsehen, Drohkulisse, Einkaufsmall, Hörbuch, Hüpfburg*.

Diese wenigen Beispiele lassen die Vielfalt der Rechercheergebnisse bei einem ausgefeilten System von Rechercheangeboten nur erahnen.

3. Fazit

Das im Rahmen des lexikalisch-lexikologischen korpusbasierten Informationssystems *elexiko* im Internet kostenlos zur Verfügung stehende Neologismenwörterbuch präsentiert derzeit die Daten zu neuen Wörtern und neuen Bedeutungen von Wörtern, die in den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts Bestandteile des deutschen Allgemeinwortschatzes geworden sind. Es ist geplant, den Informationsgehalt und die Benutzerfreundlichkeit dieses Onlineangebotes kontinuierlich zu erhöhen. Selbstverständlich wird das vorhandene Datenmaterial durch das jeweils aktuelle aus dem Wortschatz der Nullerjahre erweitert und daran gedacht – unter Berücksichtigung der speziellen Textsorte „Wörterbuch“ – das multimediale Angebot und die Recherchemöglichkeiten zu verbessern.

Wir stellen uns vor, dass die Internetpräsentation der Neologismen, die in den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts Bestandteile des deutschen Allgemeinwortschatzes geworden sind, mit ihrem spezifischen Abfragekatalog besonders denen zugute kommt, die, wie Lehrer, Journalisten, Übersetzer und nicht

zuletzt Lexikografen, beruflich mit Sprache zu tun haben. Auch für das Fach Deutsch als Fremdsprache eröffnen sich vielfältige Nutzungsmöglichkeiten. Gerade die Neologismen dürften auch bei Schülern und Studenten und sprachlich interessierten Laien auf Interesse stoßen.

Wir laden Sie ein, unter www.elexiko.de das Neologismenprojekt kennen zu lernen.

Mit Fragen und Anregungen wenden Sie sich bitte an neologismen@ids-mannheim.de. ■

Literatur

Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in zehn Bänden (1999). Herausgegeben vom Wissenschaftlichen Rat der Dudenredaktion. Redaktionelle Bearbeitung: Werner Scholze-Stubenrecht ... Unter Mitarbeit von Brigitte Alsleben ... 3., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Mannheim u. a.: Dudenverlag.

Herberg, Dieter (1997): Neologismen im allgemeinen Wörterbuch oder Neologismenwörterbuch? Zur Lexikographie von Neologismen. In: Konerding, Klaus-Peter/Lehr, Andrea (Hrsg.): Linguistische Theorie und lexikographische Praxis. Symposiumsvorträge, Heidelberg 1996. Tübingen: Max Niemeyer Verlag. S. 61–68. (Lexicographica. Series Maior 82).

Herberg, Dieter (2002): Kurzzeitwörter oder: Der atmende Wortschatz. In: Kramer, Undine (Hrsg.): Archaismen – Archaisierungsprozesse – Sprachdynamik. Klaus-Dieter Ludwig zum 65. Geburtstag. Frankfurt a.M. u. a.: Peter Lang. S. 11–24. (Leipziger Arbeiten zur Sprach- und Kommunikationsgeschichte 9).

Herberg, Dieter/Kinne, Michael/Steffens, Doris (2004): Neuer Wortschatz. Neologismen der 90er Jahre im Deutschen. Unter Mitarbeit von Elke Tellenbach und Doris al-Wadi. XXXIX/393 S. – Berlin/New York: de Gruyter, 2004. (Schriften des Instituts für Deutsche Sprache 11)

Zifonun, Gisela (2002): Überfremdung des Deutschen: Panikmache oder echte Gefahr? In: Sprachreport 3/2002, S. 2–9