

падения (а иногда и сходные черты) обуславливают значительные трудности для переводчиков с русского языка на китайский и наоборот, поскольку при переводе необходимо выбрать из имеющихся в наличии средств как собственного, так и чужого языка именно те, которые не исказят сути передаваемого содержания, позволят сберечь не только его смысл, но и свойственную переводимым единицам культурную информацию.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Телия В.Н., Дорошенко А.В. Лингвокультурология - ключ к новой реальности феномена воспроизводимости нескольких словных образований // Язык, культура, общение: сборник научных трудов в честь юбилея заслуженного профессора МГУ имени М. В. Ломоносова С.Г. Тер-Минасовой. М.: Гнозис, 2008. С. 207-216.
2. Словарь лингвокультурологических терминов / Отв. ред. М. Л. Ковшова. М.: Гнозис, 2017.
3. Чжоу Х. Русско-китайский и китайско-русский фразеологический словарь с компонентами «сердце» и «душа». Луганск: Глобус, 2010.

DER EINFLUSS VON ENGLISCH IN DER DEUTSCHEN SPRACHE ANHAND EINES VERTRETERS DER NEUEN MEDIEN. UND IN WEITERER FOLGE DER EINFLUSS DES BUNDESDEUTSCHEN IN DER ÖSTERREICHISCHEN STANDARDSPRACHE

ВЛИЯНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА НЕМЕЦКИЙ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЯ НОВЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НАРЯДУ С ВЛИЯНИЕМ ФЕДЕРАЛЬНОГО НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА СТАНДАРТНЫЙ АВСТРИЙСКИЙ ЯЗЫК

B. Englert

Б. Энглерт

Österreichischer Austauschdienst (OeAD GmbH)

Wien, Österreich

Австрийская служба обменов (OeAD)

Вена, Австрия

e-mail: benjamin.englert@oead-lektorat.at

Englisch dominiert nicht nur weltweit als Lingua franca, sondern hält auch Einzug in viele andere Sprachen, indem Wörter, Begriffe und Wendungen übernommen werden. Der Beitrag thematisiert den Einfluss der neuen Medien auf die deutsche Alltagssprache anhand eines konkreten YouTubers. Weiterführend zeigt dieses Beispiel, da viele Influencer aus Deutschland

kommen, wie wiederum das Bundesdeutsche sich in der österreichischen Standardsprache auswirkt.

Сегодня английский язык не только преобладает во всем мире как «лингва франка», но также оказывает влияние на другие языки, заимствующие множество английских слов и выражений. В статье речь идет о влиянии новых средств массовой информации на повседневный немецкий язык на примере определенного YouTube блогера. Так как большинство инфлюэнсеров из Германии, в дальнейшем этот пример показывает, как федеральный немецкий язык влияет на стандартный австрийский.

Schlüsselwörter: Denglisch; Denglifizierung; Anglizismus; Jugendsprache; Sprachwandel; Identität

Ключевые слова: Denglisch; Denglifizierung; англицизм; подростковый сленг; языковые изменения; идентичность.

Wie der Mensch und die Gesellschaft ständiger Änderung unterworfen ist und sich dadurch entwickelt, gilt das auch für die Sprache, die sich nicht in einem statischen Zustand befindet und permanenter Beeinflussung unterworfen ist. Was aber beeinflusst Sprachen? Jede Sprache hat einen unterschiedlich großen Wortschatz und eine Sprache mit kleinerem Wortschatz, neigt tendentiell eher dazu Wörter zu übernehmen, die z.B. nicht in der eigenen Sprache existieren. Oder ein Fremdwort zu übernehmen, wenn es etwas besser bzw. treffender beschreibt, als ein bereits existierendes Wort in der eigenen Sprache. Auch modische Trends können einen Einfluss darauf haben, Fremdwörter zu übernehmen.

Die Gründe, warum sich gewisse Sprachen ausbreiten und in andere einwirken konnten und können, sind also vielfältig. So kann das militärisch begründet sein, als z.B. die Kolonialisierung, wo die diversen Kolonialmächte sich ausbreiteten und ihre jeweiligen Sprachen mitbrachten bzw. anderen aufkotroyierten. Die Ausdehnung des Britischen Weltreichs sorgte für eine Ausbreitung der englischen Sprache auf der ganzen Welt. Nichtsdestotrotz konnte sich wiederum Französisch als Sprache der Diplomatie durchsetzen und hat diese Bedeutung bis heute inne. Überhaupt konnte sich Französisch, zusammen mit Italienisch, im Bereich der Kunst und Kultur fest etablieren und findet sich unter anderem in der Architektur und Musik. Deutsch wiederum war im Bereich der Technik und Wissenschaft bedeutend, aber auch im militärischen Bereich, wo sich so einige deutsche Begriffe in anderen Sprachen durchsetzen konnten. Auch Spanisch verbreitete sich in Folge der Kolonialisierung in vielen Teilen der Welt, interessanterweise fanden aber wenige spanische Wörtern Aufnahme in anderen Sprachen.

Auch Ansehen und Beliebtheit einer Sprache konnte eine Rolle spielen, ob eine Fremdsprache bzw. Fremdwörter übernommen wurden. Auch wenn

z.B. Frankreich vor 200 Jahren militärisch und politisch als Großmacht galt und als Gegner gesehen wurde, war Französisch durch Entwicklungen in Kunst und Kultur vielenorts en vogue und galt daher als modisch und geschmackvoll. Deswegen finden sich in Österreich aber auch Russland, die damals aus diversen Gründen ein Naheverhältnis zum französischen Hof hatten, nach wie vor viele französische Begriffe.

In diesem Zusammenhang ist auch der gesellschaftliche Austausch zu sehen. Die Heiratspolitik der europäischen Adelshäuser führte Thronfolger vom französischen Hof nach Wien und umgekehrt und dann weiter nach Spanien, oder eine Deutsche wurde nach Russland verheiratet, während in Italien wiederum ein Sohn einer Ehe zwischen einem italienischen Adligen und einer Habsburgerin entstammte usw. Doch es blieb nicht nur beim Adel, denn oft reiste Personal mit und zwischen Herkunfts- und Zielland blieben Kontakte bestehen. Auch Architekten, Techniker, Künstler, Militärs etc. wurden quer durch Europa entsendet, was dafür sorgte, dass es zu einem Sprachtausch, und da v.a. in der Fachlexik, kam. Gerade wenn Gesellschaften sich auf unterschiedlichen Stufen befinden, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass Fachbegriffe übernommen werden. Gerade wenn es zu neuen Erfindungen oder Entwicklung kommt, liegt es auf der Hand, dass der Erfinder für neue bzw. unbekannte Teile, Prozesse, Vorgänge etc. passende Wort dazu kreiert und es zu diesen neuen Begriffen noch keine entsprechenden Äquivalent in anderen Sprache geben kann.

Was die Verbreitung von Sprachen betrifft, liegt es nahe, dass, je dominanter und dynamischer ein Land in der gesellschaftlichen, kulturellen, politisch-militärischen, ökonomischen und/oder wissenschaftlichen Entwicklung ist, desto größer die Wahrscheinlichkeit ist, dass die dazugehörige Sprache Einfluss auf die „unterlegene“ andere Sprachen nimmt.

Auf die heutige Zeit umgelegt kann man das anhand der USA beobachten. Auch wenn das Britische Weltreich eines der größten und mächtigsten war, hatte Englisch nicht diesen Einfluss auf andere Sprachen, wie es das Französische hatte. Englisch hat sich durch die Kolonisierung des Weltreichs heute definitiv als „lingua franca“ durchgesetzt. Aber die Durchdringung von Sprachen mit englischen Begriffen, ist nicht auf die Bedeutung der englischen Sprache im Zusammenhang des Britischen Weltreichs zurückzuführen, sondern dem Einfluss der Massenmedien, die im 20. Jahrhundert aufkamen und schnell von den USA dominiert wurden.

Hier ist das Kino und die Einführung des Fernsehens zu erwähnen, der zunehmende Medienkonsum und andere Entwicklungen in diesem Bereich. Was die Entwicklung von Film und Fernsehen betrifft, war und ist Hollywood maßgeblich beteiligt. Zwar schafften es in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts noch Produktionen aus Deutschland (Metropolis, Nosferatu)

und auch Russland (Panzerkreuzer Potemkin) Maßstäbe zu setzen, doch zeigten Filme aus den USA, wie „Vom Winde verweht“, „King Kong“, „Der Zauberer von Oz“ etc., wohin die Reise geht. Ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts kommen eigentlich so gut wie alle bedeutenden Filme bzw. sogenannte Blockbuster fast ausschließlich aus den USA. Diese verbreiteten den American Way of Life – vorerst auf der halben Welt. Ab den 1980er Jahren professionalisierte sich die Popkultur und neben Kino und Film verbreitete sich der amerikanische Lifestyle im Fernsehen nun auch durch Serien und TV-Shows – die nun über den ganzen Globus empfangen werden konnten.

Während also der Einfluss aus den USA wuchs, ist jener aus Westeuropa in Folge des 2. Weltkrieges erodiert. Die UdSSR konnte innerhalb ihres Blocks Einfluss geltend machen und jene von außerhalb blockieren, jedoch konnte die UdSSR über ihre Sphäre hinaus nie auch nur annähernd an die mediale Bedeutung der USA bzw. Hollywoods herankommen.

Wie bereits erwähnt, kostete der 2. Weltkrieg nicht nur unzählige Menschenleben, sondern führte auch zu einem Exodus an fähigen, begabten und intelligenten Menschen, die überwiegend in den USA Zuflucht fanden. Während es also zu einem Braindrain in Europa kam, konzentrierte sich in den USA besagter „brain“. Von den Auswanderern aus Europa profitierten nicht nur Kunst und Kultur, wo Kulturschaffende eben u.a. in Hollywood unterkamen, sondern auch Forschung und Wissenschaft. Während Europa bzw. die Welt noch mit dem Wiederaufbau beschäftigt war, entwickelte sich in den USA die universitäre und außeruniversitäre Forschung mit den Jahrzehnten und Englisch verdrängte Deutsch oder Französisch als Publikationssprache.

Als drittes kann noch die Tendenz einer oligopolen Wirtschaft angeführt werden. Die wirtschaftliche Dominanz von US-Firmen führt sowohl in der Wirtschafts- als auch Alltagssprache zu einer Durchdringung englischer Termini. Dafür sorgen Marken und Firmen der „old economy“ wie McDonalds, Kraft Foods, Ford, Starbucks etc., die im der Produktion und/oder Dienstleistungsbereich tätig sind; Zwitter wie Apple, Amazon, Microsoft usw. sind überwiegend im IT-Sektor tätig, bieten aber auch physische Produkte und/oder Dienstleistungen an; und Konzerne der „new economy“ wie YouTube, Facebook, twitter, Alphabet (Google) etc. bieten ihre Dienste hauptsächlich im Bereich des Internets an.

Werbung und Marketing wird oft weltweit bzw. zentral gesteuert. US-Konzerne wenden oft englische Slogans an, um weltweit einen Wiedererkennungswert und Identifikation zu erreichen (z.B. Apple: Think different). Das kopierten in der Vergangenheit kleinere oder mittlere Geschäfte außerhalb der USA, im vermeintlichen Glauben hip zu sein. So hat Douglas, eine deutsche Drogeriekette, den Slogan „Come in and find out“ verwendet. Es stellte

sich aber bei einer Studie heraus, dass die Kundschaft solche Botschaften oft gar nicht versteht (<https://www.spiegel.de/lebenundlernen/uni/denglisch-in-der-werbung-komm-rein-und-finde-wieder-raus-a-310548.html>). Deswegen satteln manche Weltkonzerne, inzwischen wieder um und setzen auf Regionalität. McDonald's verwendet nicht mehr weltweit den englischen Slogan „I'm loving it“, sondern setzen auf die jeweiligen Landessprachen: „Ich liebe es“ oder „Вот что я люблю“.

Es kann also durchaus ein Risiko sein pauschal eine Sprache zu verwenden. Denn was in einem Land, einem Kulturkreis, einer Sprachregion verstanden wird, kann woanders nicht funktionieren oder gar missverstanden werden.

Da immer mehr chinesische Firmen zu Weltkonzernen aufsteigen, könnte es hier interessant werden, wie diese zukünftig verfahren. Chinesisch verwendet doch eine komplett andere Schrift und oftmals ist die Ikonografie und ihre Entschlüsselung auf Grund der unterschiedlichen Kultur und Geschichte eine ganz andere.

Anhand dieser drei Bereiche konnten sich langsam aber sicher englische Begriffe ausbreiten und sich so unter anderem in der deutschen Sprache etablieren. Sowohl in der Alltagssprache, angetrieben durch die Popkultur und der Werbung, als auch im wissenschaftlichen Bereich, wo bereits etliche Begriffe in diesem Artikel verwendet wurden und nichts ungewöhnliches darstellen. Der Prozess hat zwar begonnen, doch die Übernahme von Anglizismen ging noch langsam vor sich. Übernommen wurden vorerst überwiegend Substantive, wobei in der Alltagssprache auch Adjektive und Kraftausdrücke einfließen, aber noch vereinzelt blieben.

Das sollte sich allmählich mit einer anderen medialen Entwicklung ändern, nämlich der Entstehung des Internets Ende der 1960er Jahre. Hier dauerte es zwar Jahrzehnte, bis die Technik für die breite Masse zugänglich und nutzbar wurde, dafür hat sie in den letzten 10-15 Jahren die Gesellschaft, und damit auch die Sprache, massiv beeinflusst und geändert! Passenderweise würde man das heutzutage neudeutsch als „Gamechanger“ bezeichnen. Ironischerweise ist sich die deutsche Sprache (noch) nicht einig, ob man diese Substantive zusammenschreiben, oder durch einen Bindestrich trennen soll, also „Game-Changer“. Deswegen kann man viele neudeutsche Begriffe in beiden Versionen schreiben, analog dazu also Braindrain und/oder Brain-Drain. Nicht zu vergessen die Unsicherheit bezüglich der Verwendung des korrekten Artikels. Insofern ist es nicht ungewöhnlich, dass die Artikelnutzung, je nach Region, abweichen kann. So findet sich für „Mail“ die Möglichkeit diese als „die Mail“ oder „das Mail“ zu schreiben.

Jedenfalls hat das Internet bzw. die neuen Medien dazu geführt, dass sich die Sprache, vor allem bei der Jugend, massiv geändert hat und zu einer zu-

nehmenden Denglifizierung führt. Dabei handelt es sich um eine Wortkreation bzw. Zusammensetzung aus Deutsch und Englisch. In letzter Konsequenz beschränkt sich das nicht nur auf die Jugendsprache, denn auch Jugendliche werden irgendwann erwachsen. Wenn auch das Denglisch wieder etwas abgelegt werden sollte, werden genügend Begriffe in den allgemeinen Wortschatz übernommen und weitergegeben.

Das Internet basiert überwiegend auf dem Englischen. Egal ob es sich um „Clicks“ handelt, man sich „einloggen“ muss, einen „Link“ öffnet, man eine „Mail“ schreiben möchte oder „likes“ vergibt, viele Begriffe kommen gezwungenermaßen aus dem Englischen, weil das Ursprungsland die USA war.

Was die deutsche Sprache betrifft, werden viele englische Begriffe schlicht und einfach ins Deutsche übernommen. Im Französischen gibt es den Versuch dem entgegenzusteuern und eigene französische Begriffe zu kreieren. Und im Russischen gibt es generell den kreativen bzw. pragmatischen Zugang englische Begriffe zumindest zu transkribieren. Das mutet aber manchmal skurril an englischen Begriffe kyrillisch zu lesen, weil es, wie beim Deutschen, oft sicherlich ein Äquivalent in der eigenen Sprache gäbe, aber dennoch der englische Begriff herangezogen wird, nur eben transkribiert.

In der deutschen Alltagssprache hat durch den einfachen Zugang zum und die massenhafte Verwendung des Internets ein verstärkter Anglizismus Einzug gehalten. Wie bereits weiter oben erwähnt, geschah dies bereits durch die Verbreitung der Massenmedien, spätestens aber in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Die letzten 15-20 Jahre dürften aber durch das Internet den stärksten Einfluss gehabt haben. Denn früher war die Vermittlung englischer Begriffe nur durch die alten Medien möglich, die nicht von jedem und jeder zu jeder Zeit aufgenommen werden konnten. Seit kurzem sind wir durch den permanenten Zugang zum Internet und über die neuen Medien dauervernetzt, was Menschen auf der ganzen Welt verbindet und Englisch zur Lingua franca macht. Die Kommunikation zwischen den Menschen verschiedener Sprachen führt wiederum dazu, dass Fremdwörter, in der Regel eben englische Begriffe, übernommen werden und dadurch in die Alltagssprache einfließen können.

Der Einfluss von Anglizismen und die Verbreitung dieser durch Influencer anhand eines konkreten Beispiels

Doch wie kommt es dazu, dass Anglizismen zu diesem Denglisch führen? Einen wesentlichen Einfluss haben die neuen Medien, die es jedem und jeder ermöglichen, sich über diverse Plattformen einem Publikum zu präsentieren und mitzuteilen. Dadurch hat sich sogar ein neuer Berufszweig entwickelt, der sich unter anderem Influencer nennt.

Als Beispiel möchte ich einen YouTuber aus Deutschland heranziehen, der sich Rezo nennt. Er erreichte schlagartig breite Bekanntheit, als er vor der Europawahl 2019 einen sogenannten „Rant“ (in etwa Schimpftirade) in Richtung CDU/CSU losließ und der Partei ihre Inkompetenz und Verlogenheit aufzählte und vor Augen hielt. Er benannte diesen Rant „Die Zerstörung der CDU“, konnte aber alles was er sagte mit Quellen und Zitaten belegen. Das der Titel mit dem Begriff „Zerstörung“ arbeitet, kann als stilistisches Mittel betrachtet werden. Wie weiter unten noch verdeutlicht wird, geht es darum nicht auf konservativ-herkömmliche Weise Kritik zu äussern, sondern in auf-rüttelnder Art und Weise, die auch dem Alter bzw. der Generation und vor allem ihrer Sprache entspricht. Ein Titel wie „Empört Euch!“ von Stephane Hessel, immerhin Jahrgang 1913, klingt nett, aber letztlich harmlos. Zerstörung ist hier also als Kritik zu verstehen.

Grundsätzlich sind Kritik ja nichts neues und passieren ständig, doch wie es Rezo hier tat, war in der Medienlandschaft komplett neu und schlug ein wie eine Bombe. Das Video dauert knapp 55 Minuten, wurde bis heute knapp über 19 Millionen mal gesehen und hat über 300.000 Kommentare (<https://www.youtube.com/watch?v=4Y11ZQsyuSQ>). Warum kam das Video so gut an? Es war das erste Mal, dass nicht Kritik in „kultivierter“ Form geäußert wurde, sondern explizit in Jugendsprache. Außerdem nicht in Form gepflegter Fernsehdebatten und gehobener Sprache, sondern eben in Form eines Videos. Dieses war natürlich professionell geschnitten und bearbeitet, kümmerte sich aber nicht um eine gewählte Ausdrucksweise, sondern vermittelte seine Unzufriedenheit so, wie es Rezo und jener Altersklasse entsprach. Doch mit Jugendsprache ist hier keinesfalls Dialekt oder ähnliches zu verstehen, im Gegenteil, Rezo trägt stakkatoartig die Verfehlungen der CDU im makellosen hochdeutsch auf – jedoch versetzt mit Anglizismen, was für „ältere Semester“, die bereits seit den 1990er Jahren einer Menge an Anglizismen ausgesetzt sind, über das normale Maß hinausgeht. Sei es durch Anglizismen im Nominalstil der Fachbegriffe der Wissenschaft, wo wie bereits erwähnt Englisch dominiert und alle anderen Sprachen verdrängt, aber auch durch die - oftmals eigentlich überflüssige - Übernahme von Begriffen, die durch das Fernsehen kultiviert wurden, wie „Challenge“, „Season“ (für Staffel bei Serien und nicht Jahreszeiten), „voten“; den unzähligen Beispielen aus der Berufswelt wie Meetings, Calls und aktuell Home Office (derer sich mindestens drei unterschiedliche Schreibformen finden lassen) und natürlich in der Werbung. Für alle soeben aufgezählte Begriffe gäbe es eigentlich durchaus einfache deutsche Entsprechungen. Dennoch wird vielfach das englische Wort verwendet.

Wie dem auch sei, das Video und die Sprache Rezos entspricht dem Zeitgeist der Jugendsprache. Insofern fühlen sich nicht nur Jugendliche und

junge Menschen angesprochen, verstanden und gehört, sondern auch ein älteres Publikum fühlt sich angesprochen - trotz der Jugendsprache. Denn die vorgetragenen Fakten sind sauber recherchiert und in einem exzellenten Stil vorgetragen. Durch Rezos Unkonventionalität und direkte Art die Dinge auszusprechen, fühlen viele die Dinge ausgesprochen und nicht geschönt um den heißen Brei gesprochen. Für manche mag das Denglisch gewöhnungsbedürftig sein oder gar gezwungen wirken, doch versteht man die Aussagen und die vorgetragenen Fakten, sind nicht von der Hand zu weisen.

Wegen all dem stieß er auf breites Medieninteresse und tritt seitdem öfters öffentlich bzw. im Fernsehen auf. Aber in Folge des denglischen Stils, wird er auch angegriffen, indem versucht wird nicht die Kritik zu entkräften, sondern sich nur auf seine Sprache und seinen Stil einzuschließen, was aber vollkommen am Problem vorbei geht, weil es nicht die Sprache ist, die die Fürsprecher mögen, sondern die Fakten. Im selben Stil, und weil diese Vermittlungsform en vogue ist, versuchten einige angesprochene Politiker in ähnlicher Form, also über Videos auf YouTube zu antworten, was aber scheiterte, weil das schlicht und einfach nicht authentisch rüberkam. Auch manche Medienschaffende, die in diesem Video von Rezo kritisiert wurden, weil sie ihrer Recherche- und Aufklärungspflicht nicht oder nur mangelhaft nachkommen, reagierten verschnupft auf seine Kritik und versuchen seither Rezo wiederum zu „zerstören“. Bemerkenswert ist jedenfalls, dass viele „Eliten“, Wissenschaftler, Organisationen, aber auch Medienschaffende, Künstler etc. Rezos Initiative aufgreifen, begrüßen und sogar gut heißen, weil er in einer Art und Weise Kritik äußert und anstehende massive Probleme aufzeigt und anspricht, die sich „in ihren Kreisen“ nicht geziemt, letztlich oft also bei Entscheidungsträger ungehört bleibt und deswegen nutzlos erscheint und durchaus Frust hinterlässt.

Seit jenem „Zerstörungs-Video“, wie er es selbst bezeichnete, aus dem Jahr 2019, hat er nur eine Handvoll solcher Videos bzw. Rants produziert, weil seine Hauptbeschäftigung eigentlich die Musik und das Produzieren derselben sind. Er ist Webvideoproduzent und Unterhaltungskünstler bzw. Entertainer, neudeutsch also Influencer. Die „Zerstörungs-Videos“ entstanden seinem Vernehmen nach aus Ärger heraus.

Das neue Video wurde am 21.08.2021 hochgeladen, wobei es aus zwei Teilen besteht. Der erste Teil hat eine Länge von knapp 28 Minuten, wurde bis 07.09.2021 über 5,2 Millionen mal angesehen und hat über 53.000 Kommentare (<https://www.youtube.com/watch?v=rIj3qskDAZM>). Der Titel lautet „Zerstörung Teil 1: Inkompetenz“ und richtet sich abermals hauptsächlich, aber nicht nur, gegen die CDU, weil die Partei für ihn das Sinnbild von Inkompetenz und/oder Unehrllichkeit darstellt. Die Veröffentlichung ist sicher-

lich auch nicht zufällig gewählt, weil ja in Bälde die Bundestagswahl stattfindet.

Zur Verdeutlichung folgt ein Transkript einiger seiner Aussagen seines aktuellen Videos, wo sich natürlich wesentlich mehr Anglizismen befinden. Zum besseren Verständnis ist in der Regel der ganze Satz transkribiert. Die englischen Wörter sind fett markiert, wobei bei einfachen Übersetzungen diese einfach am Ende des Satzes in Klammer gesetzt sind; wenn es einer längeren Erläuterung bedurfte, findet sich diese als normale Anmerkung nach dem transkribierten Satz.

Gleich zu Beginn des Videos eröffnet Rezo (ca. Sekunde 5), dass es nicht um beliebige und damit harmlose Versprecher gehen soll und wird, sondern es konkrete Dinge und Äusserungen und Verhaltensweisen sind, die ihn ärgern und stören und er nun aufzeigen möchte: „Nicht irgendein **random** Versprecher.“ (zusätzlich noch mögliche Übersetzung, aber eher nicht passend: „zufällige“)

0:35: „Ob das mit politischer Macht zu tun hat, oder damit, dass in manchen Parteien halt mehr **lose** Leute unterwegs sind als in anderen, mag ich nicht beurteilen, ich kann nur sagen, wer verkackt hat.“

Adjektiv vom Verb „to lose“ und gleich ins Deutsche flektiert. In der Jugendsprache könnte man hier „verpeilt“ verwenden, hochdeutsch würde der Begriff „verwirrt“ diese Personen beschreiben.

2:50: „Ironischerweise hatte sein Social media Team zu dem Zeitpunkt **literally** schon Bilder auf social media **gepostet**...“

Literally wird von Rezo öfter verwendet und ersetzt schlicht und einfach die deutsche Entsprechung „sprichwörtlich“, wobei die deutsche Bedeutung hier nicht ganz passt und eher der englischen Entsprechung, nämlich als Füllwort, eingesetzt wird. Das Verb „posten“ (englisch betont bzw. ausgesprochen) hat sich in der Alltagssprache bereits etabliert.

4:00: „Denn einmal, als der Bundespräsident grade ne Rede gehalten hat und **literally** grade über das Leid der Menschen vor Ort sprach, hat Laschet ne sichtlich gute Zeit. Also er hat da im Hintergrund nicht nur kurz über nen **Joke** geschmunzelt, sondern wirklich in einem Ausmaß dargelacht, wofür du in nem Schulunterricht rausgeschmissen werden würdest.“ (=Witz)

5:40: „...dann ist es ja **cool** und ist auch irgendwie **basically** was dran [...]. Aber wenn man sich dann das Originalbild ankuckt und einfach sieht, dass sie die Männer dabei einfach **rausgescropt** haben, dann ist dann schon so...**why**?“

„Basically“ verhält sich ähnlich zu literally, wobei auch hier die Aussage ist: „...irgendwie im Grunde da was dran“. „to crop“ bedeutet grafisch bearbeiten und rausschneiden, also hier auch konjugiert.

8:08: „**By the way**, Julia, einfach Werbung für einen Online Alkoholshop auf den eigenen Kanälen zu verbreiten, ist als Ministerin auch unfassbar unprofessionell.“
In der Welt der Kurznachrichten und Chats hat sich das Kürzel BTW eingebürgert, was einfach „übrigens“ bedeutet.

8:50: „Erst mal geht es weiter mit Fällen, wo man sich gar nicht so sicher sein kann, ob da jemand wirklich soo inkompetent ist, oder einfach **straight-up** die Bevölkerung verarscht.“ (=geradeheraus)

11:30: „Damals hatten viele Expert-Innen, aber auch Kunstschaffende gesagt «Ey, **Guys**, wenn ihr diese Richtlinie in der EU so durchboxt, dann muss Deutschland nachher **Uploadfilter** einbauen, das steht so drinnen»“ (=Leute; übernommener Fachbegriff)

13:25: „Ein anderes Beispiel wo man sich denkt «ey, so **lost** kann man gar nicht sein», ist als Armin Laschet einmal in einem Interview über das CDU Wahlprogramm gesprochen hat.“ (=verpeilt, verwirrt)

14:50: „Entweder er kennt das eigene Wahlprogramm nicht, dann wär er halt schon todes**lost** inkompetent.“ (eigene Wortkreation und Steigerung, Bedeutung siehe gerade oben)

15:00: „Solche komischen **Moves** sind bei Laschet übrigens kein Einzelfall.“ (=Dinge, Handlungen)

17:55: „Da war auch ein Untersuchungsausschuss, wegen so **odgy** Sachen, wo auch hunderte Millionen Euro Steuergelder irgendwie so **weird** weggegeben wurden.“ (=zweifelhaften, undurchsichtigen; unnötig)

18:20: „Entweder **hardcore** inkompetent und einfach fahrlässig Steuergelder **gewastet**.“ (=total; verschwendet)

19:00: „In diesem Part ging es um Fälle, wo Politiker so **wake** Sachen machen, dass es schwer fällt sie als «nur» inkompetent zu bewerten...“

Wortherkunft nicht ganz klar, eventuell von „to wake up“, hier aber als Gegenteil gemeint, also Dinge gemacht zu haben, wo man eben nicht wach war und deswegen die Bedeutung von „verrückte, komische Sachen machen“, oder auch weitergehend „zweifelhafte Sachen machen“.

23:25: „Nen Fortschritt, den wir im letzten Jahrhundert gemacht haben, einfach rückgängig zu machen, ist faktisch kein vorantreiben, sondern ein Rückschritt in eine Zeit, in der es **literally** zwei Deutschlands gab.“

23:45: „Also auch dafür kann man ihr nicht wirklich **Credits** geben.“ (=Vertrauen)

25:05: „Grade der Ernährungs- und Landwirtschaftsbereich ist ein sehr gutes Beispiel, um nochmal zu verdeutlichen, um welche **Scale** von Problemen es in der Politik geht.“ (=welche Fülle von...)

Schaut man sich die Videos an, fällt auf, dass nach wie vor Substantive aus dem Englischen übernommen werden, aber vielfach auch Verben, Füllwörter und Adjektive, was im Prä-Internet-Zeitalter eher selten der Fall war. Wer sich der Jugendsprache nicht (mehr) bedient, mag es deswegen als etwas gezwungen bzw. künstlich erscheinen, vor allem, weil die Benutzung der englischen Begriffen oft nicht notwendig erscheinen. Der Einsatz englischer Wörter erscheint oft auch recht wahllos und/oder sinnbefreit, manchmal ist es aber auch ein stilistische Mittel, um Beispiele z.B. zu verdeutlichen.

Den zweiten Teil veröffentlichte er noch am selben Tag (<https://www.youtube.com/watch?v=Ljcz4tA10IU>).

Welchen Einfluss hat das Bundesdeutsche in den neuen Medien in die Österreichische Standardsprache?

Solange die alten Medien wie Film, Fernsehen, Kino und Zeitung noch analog hergestellt und terrestrisch ausgestrahlt wurden, konnten sich regionale Eigenheiten gut bewahren.

Mit Ausbreitung der Massenmedien und einer zunehmenden Produktion von deutschen Produktionen, verbreitete sich dadurch auch das Bundesdeutsche. Zusätzlich stellte die Synchronisation von ausländischen Filmen eine erste Normierung dar. Denn durch den großen Markt Deutschland, fand die Synchronisation logischerweise auch in Deutschland statt und der österreichische bzw. restliche deutschsprachige Raum wurde gleich mitbedient. Es liegt auf der Hand, dass eine Synchronisation z.B. in der Schweiz wegen der spezifischen Intonation und Lexik auch nur den eigenen Markt abdeckt und für Deutschland etc. uninteressant ist.

Der zunehmende Konsum von Massenmedien hat mit den Jahrzehnten seine Spuren hinterlassen, indem sich vor allem bundesdeutsche Ausdrücke festsetzen und allmählich Austriazismen zurückdrängen konnten.

Richtig in Fahrt kam eine bundesdeutsche Normierung und Standardisierung im Zuge der Globalisierung und Digitalisierung.

Die schöne neue Welt des Internets, die schon in ihrem Ursprung Englisch ist, führt innerhalb der deutschen Sprache also zu einer Denglifizierung. Darüber hinaus aber auch zu einer Dynamisierung bezüglich der Übernahme bundesdeutscher Begriffe und nun verstärkt auch Phonetik. Denn in der Welt des Internets, wo Role models, Influencer, YouTuber, Entertainer, Instagrammer etc. unzählige Follower haben und ihren Content in regelmäßigen Abständen updaten (müssen), um aktuell und gefragt zu bleiben, spielen simple ökonomische Faktoren eine nicht unwesentliche Rolle und es stellt sich die Frage: Wie erreicht man so viele Leute wie möglich?! Hier empfiehlt sich ein Buch von Georg Frank mit dem Titel „Ökonomie der Aufmerksamkeit“, wo er bereits Ende der 1990er Jahre, also sogar noch bevor das Internet vollends in der Gesellschaft angekommen ist, die Faktoren Zeit und Aufmerksamkeit thematisiert. Er analysiert, dass die Menge Informationen zunehmen wird, die Menge aber an Zeit gleich bleibt. Wie schafft man es also Aufmerksamkeit zu generieren? Denn es ist Aufmerksamkeit, die ein knappes, aber eben im Informationszeitalter wertvolles Gut darstellt.

Jedenfalls schafft man Aufmerksamkeit durch Content und Identifikation. Letzteres erreicht man durch gemeinsame Ikonografie, aber eben auch Sprache. Insofern gibt es auf der einen Seite den wesentlich größeren deutschen Markt, deren Webikonen durch die gleiche Sprache Follower über die deutschen Grenzen hinaus erreichen können. Ein österreichischer oder südtiroler Influencer muss sich irgendwann die Frage stellen, ob er bzw. sie nur

lokal begrenzt agieren und bekannt bleiben möchte, oder eben versucht ein größeres Publikum anzusprechen und die Überlegung aufkommt, sich sprachlich anzupassen. Dieselbe Problematik müssen sich auch Musiker, Schriftsteller, Journalisten usw. stellen, sofern sie vor haben über die eigene Landesgrenze hinaus agieren zu wollen. Dieser Anpassungsdruck führt eben zur bereits weiter oben erwähnten Normierung und Standardisierung der Sprache bzw. Verlust von Diversität.

Auch wenn die alten Massenmedien bereits Einfluss auf die österreichische Standardvarietät des Deutschen nahmen, stellt das nichts im Vergleich zur massiven Durchdringung der Gesellschaft bzw. Jugend mit den neuen Medien dar. Das Internet und der ständige Konsum von diversen Social Media Kanälen hinterlässt bereits seine Spuren. Inzwischen geht es weniger um die Frage der Lexik á la „Tomate oder Paradeiser?“, was als Piefchinesch bezeichnet bzw. kritisiert wird, also der unnötigen Verwendung von deutschen Begriffen für bereits existierende österreichische Begriffe. Sondern der Entwicklung, phonetisch kaum mehr heraushören zu können, ob ein Jugendlicher nun aus Deutschland kommt, oder es sich doch um eine/n ÖsterreicherIn handelt. Denn der ständige Konsum von Videos und Clips, führt auch zu einer Übernahme von Wörtern und aber auch Phonetik.

Dies lässt sich übrigens auch bei Leuten beobachten, die zwarritisches Englisch lernen, aber nach einem Aufenthalt in den USA sich den US-Akzent aneignen.

Abschließend ließe sich die Frage stellen, ob diese Entwicklung eigentlich so schlimm wäre? Das kommt auf den Standpunkt an. Entweder man legt auf Unterschiede und Diversität Wert und möchte eine Vielseitigkeit und eigenständige Identität bewahrt wissen. Oder nimmt Vereinheitlichungstendenzen und -prozesse einfach hin und kann dem sogar etwas positiv-pragmatisches abgewinnen.

Die Übernahme fremder Wörter in den eigenen Wortschatz war und ist ein normaler Prozess. Gerade für Dinge und Prozesse macht es Sinn, wenn es in der eigenen Sprache noch keine Entsprechungen gibt. Im Internetzeitalter hat aber ein Prozess eingesetzt, der weit über dieses Maß hinauszugehen scheint. Inwieweit die Übernahme fremder Wörter um eine Modeerscheinung handelt, oder sich wirklich „hybride Sprachen“ entwickeln könnten, ist abzuwarten.

QUELLENVERZEICHNIS

1. G. Frank. „Ökonomie der Aufmerksamkeit“, Hanser Verlag, 1998.
2. S.Hessel. „Empört Euch!“, Ullstein Verlag, 2011.