

Neologismus-Moderner Sprachwandel

Sprachwandel, nur etwas für Wissenschaftler?

Nein, denn ohne es zu wissen sind wir ein wichtiger Teil des modernen Sprachwandels.

Im folgenden Text werde ich intensiv auf den Sprachwandel eingehen und dessen Bestandteile sowie Folgen erläutern. Ich beziehe mich hierbei auf meine eigenen Erfahrungen und mein eigenes Wissen sowie auf die Texte „Wortschatz“ von Sascha Lobo, „5000 neue Wörter von Alkohol bis Zockerpapier“ von Markus Lippold als auch auf das Diagramm „Neuerungen im Wortschatz“ von Stefan Schäfer.

Der Grund, weshalb es Sprachwandel gibt, ist simpel: Die Sprache ist ein natürlicher Organismus der sich ständig weiterentwickelt, da er durch die Menschen lebt, die die Sprache sprechen und diese auch stetig weiterentwickeln. Der Wandel besteht grundlegend aus „Grenzüberschreitungen“ unserer Vorfahren, welche dann aus Funktionalität übernommen werden.

Die Quellen der Wortneuschöpfungen und somit des Sprachwandels liegen in drei hauptsächlichen Bereichen. Hierbei beziehe ich mich auf den Text von Sascha Lobo.

Dieser meint, dass die erste Quelle in der Jugendkultur liegt (Zeile 7-20). Jugendliche erfinden neue Wörter oder geben bereits vorhandenen Wörtern eine neue Bedeutung. Diese Arten von Neuerungen im Wortschatz, bezeichnet man laut Schäfer, als Neubedeutung und Urschöpfung. Dies sind Arten des Neologismus, welche Wörter beinhalten, die erst kürzlich Zugang zur allgemeinen Sprache gefunden haben. Die Jugendkultur ist nur unter Vorbehalt eine Quelle, da die „Jugendwörter“ keinen Zugang zur allgemeinen Sprache bzw. zur Sprache der Erwachsenen finden (Zeile 9-14).

Laut Lobo ist die zweite Quelle des Sprachwandels die Werbung. Diese „Wortschöpfer“ erfinden ständig neue Begriffe, um die Menschen und Märkte in ständiger Wallung zu halten und diese zum Kaufen zu bewegen. Diese Art des Neologismus bezeichnet man als Neuwort oder auch als Neulexem. Eine andere Art, welche auch in der Werbebranche verwendet wird, nennt sich Wortneubildung. Hier werden bereits vorhandene Morpheme oder Wörter neu zusammengesetzt oder abgeleitet. In der Werbung wird dies genutzt, damit die potenziellen Käufer etwas mit der Werbung verbinden können.

Die letzte hier genannte Quelle des Sprachwandels sind die neuen Technologien. Bei der Benennung der neuen Technologien handelt es sich häufig um Entlehnungen, aber auch um Neulexeme oder Urschöpfungen. Besonders im Bereich des technischen Fortschritts werden Neologismen entwickelt. Die neuen Wörter in der Technologie sind zwar oft sperrig, durch ihre große Popularität, gelangen sie jedoch schnell in die allgemeine Sprache. In diesem Bereich sind geschmeidig klingende Wortschöpfungen eher selten. Aus den Quellen der Wortneuschöpfungen kann man in Verbindung mit den Arten des Neologismus viele Beispiele finden. Ein Beispiel für ein Neulexem im Bereich der Werbung ist „porentiefrein“, für die Neubedeutung „wischen“, für die Urschöpfung „sitt“ und für die Wortneubildung „Computervirus“.

Nun werde ich zur letzten Quelle des Sprachwandels kommen: Den Migranten, die Teile ihrer eigenen Sprache in das neue Land mitbringen. Dazu gehören außerdem die mit der Globalisierung verbundenen Anglizismen. Die Migranten, die in ein Land kommen, bringen ihre eigene Sprachen mit. Oft vermischen sich diese dann mit der Landessprache. Es werden in vielen Fällen Endungen oder andere für die Fremdsprachler irrelevante Dinge weggelassen. Diese Sätze oder Wörter werden dann auch von den Muttersprachlern übernommen. Diese Art von Neologismus nennt man Entlehnung. Zu Entlehnungen gehören auch die Anglizismen, die sich durch die Globalisierung, aber auch durch das Erlernen von Fremdsprachen im jeweiligen Land weiter verbreiten. Ein Beispiel hierfür ist „surfen“.

Ob Anglizismen eine Gefahr oder eine Bereicherung sind, darüber wird insbesondere in deutschen Fachkreisen stark diskutiert. Fest steht, dass die modernen Wörter eventuell ältere Menschen überfordern. Den Sprachwandel kann man jedoch nicht stoppen und das sollte man auch nicht, denn nur so hat eine Sprache die Chance, sich weiterzuentwickeln, also sind Anglizismen und jegliche Arten von Neologismus als Bereicherung anzusehen.

Eine Sprache muss erst von mehreren gesprochen werden, sodass sie zur Sprache wird. Dies ist der Grundsatz der Neologismusforschung, da die Wortneuschöpfungen erst Zugang zu der allgemeinen Sprache beziehungsweise zum allgemeinen Sprachgebrauch gefunden haben müssen, bevor sie zur Sprache gehören.

Nun werde ich die Folgen des Sprachwandels erläutern.

Eine grundsätzliche Folge ist natürlich, dass sich die Sprache weiterentwickelt. Im Duden wird diese

Weiterentwicklung offenbar, wie Markus Lippold in seinem Text erläutert. Alle drei bis vier Jahre verändert sich der Wortschatz so stark, dass eine Grundüberarbeitung des Dudens nötig ist. Auffällig ist, dass im Duden nur etwa 140000 von 500000 Begriffen stehen, also nur der Kern der Sprache. Daraus ist zu folgern, dass sich der allgemeine Wortschatz alle drei bis vier Jahre grundlegend ändert. Die deutsche Sprache ist einem beschleunigten und rasanten Sprachwandel unterzogen, da sie sehr lange an ihrer Tradition festgehalten hat. Allein durch die Digitaltechnik hat es laut Lippold 5000 Änderungen gegeben. Hinzu kommen die Anglizismen. Hier muss man zwischen denen unterscheiden, die zum Beispiel ein kompliziertes deutsches Wort vereinfachen und zwischen denen, die einfach geläufiger sind, ohne jeglichen Vorteil gegenüber der deutschen Sprache zu haben.

Die neuen Wörter sind ein Spiegelbild unserer Gesellschaft. Aus meinen obigen Aussagen, hat sich ergeben, dass der Neologismus sehr vielfältig ist und gute wie schlechte Seiten hat. Jeder von uns hat etwas mit dem Sprachwandel zu tun, da dieser unsere Gesellschaft widerspiegelt (Markus Lippold) und nur durch die Gesellschaft von statten geht. Abschließend kann man also sagen, dass sich unsere Sprache durch den Neologismus weiterentwickelt und sich auch in Zukunft immer weiterentwickeln wird, sodass es zu für uns jetzt noch undenkbaren Wortneuschöpfungen kommen wird.

Johanna Schurz