

Univerzita Karlova  
Pedagogická fakulta  
Katedra germanistiky

## DIPLOMOVÁ PRÁCE

Deutsche Jugendsprache der Gegenwart anhand der Jugendzeitschriften „Bravo“  
und „Cool“. Eine sprachwissenschaftliche Untersuchung.

Contemporary German Youth Language Based on the Youth Magazines "Bravo"  
and "Cool". A Linguistic Study.

Současná německá mluva mládeže na základě časopisů pro mladistvé „Bravo“ a  
„Cool“. Jazykovědný výzkum.

Bc. Denisa Šteffelová

Vedoucí práce: doc. Dr. phil. PhDr. Dalibor Zeman, Ph.D.

Studijní program: Učitelství německého jazyka pro 2. stupeň základní školy a střední  
školy

Studijní obor: N NJ 20

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit mit dem Titel „Deutsche Jugendsprache der Gegenwart anhand der Jugendzeitschriften ‚Bravo‘ und ‚Cool‘. Eine sprachwissenschaftliche Untersuchung“ selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Alle sinngemäß und wörtlich übernommenen Textstellen aus fremden Quellen wurden kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde noch keiner anderen Prüfungskommission in dieser oder einer ähnlichen Form vorgelegt. Sie wurde bisher auch nicht veröffentlicht.

Prag, den 08. 07. 2023

Zuallererst möchte ich meinem Betreuer doc. Dr. phil. PhDr. Dalibor Zeman, Ph.D. für ihren unschätzbaren Rat, ihre kontinuierliche Unterstützung und ihre Geduld während meiner Masterarbeit danken. Ihr immenses Wissen und ihre Erfahrungen haben mich während der Forschungszeit im Masterstudium und im täglichen Leben ermutigt sowie persönlich sowie fachlich wachsen lassen.

## **ABSTRAKT**

Tato diplomová práce zkoumá lingvistickou výstavbu řeči mládeže v časopisech pro mladistvé *Bravo* a *Cool*. Cílem této práce je stanovit, jakými jazykovými a stylistickými prostředky je vymezena řeč mladých. V popředí analýzy, jež se snaží pomocí sociolingvistického základu zakotveného v teorii jazykových variet vymezit rozdíly a podobnosti mezi německou a rakouskou řečí mládeže, stojí stále rostoucí fenomén kombinování němčiny s angličtinou, tedy „Denglisch“. Práce také zkoumá, do jaké míry textové žánry v masových médiích ovlivňují jazykové varianty. Nejprve jsou definovány odborné termíny v kontextu lingvistiky variet, přičemž důležitou roli hrají diatopické a diastratické varianty. Následně jsou představeny charakteristiky současného jazyka, se zaměřením na jazykové a stylistické prostředky. Výsledky ukazují, že jak v časopise *Bravo*, tak v *Cool* se vyskytují anglicismy. Výzkum ukazuje, že používání lexikálních novotvarů v *Bravo* není výrazně častější než v *Cool*. Zdá se, že oba časopisy občas používají tyto novotvary, aby jejich texty byly zajímavější a přitažlivější, ale pravděpodobně nejsou tak výrazné jako jiné stylistické prostředky a jazykové tendence. Celkově přispívají časopisy *Bravo* a *Cool* k vytváření moderní jazykové atmosféry řeči mládeže prostřednictvím svého používání jazykových inovací, jako je například bricolage. Analýza mládežnického jazyka v těchto časopisech poskytuje náhled na jazykovou rozmanitost a kreativitu mladé generace a ukazuje, jak jazyk slouží jako prostředek pro vyjádření jejich zájmů a identity.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

sociolingvistika, jazykové variety, německá mluva mládeže, časopisy pro mládež, denglisch

## **ABSTRACT**

This diploma thesis examines the linguistic construction of the youth language in the widely read teenage magazines "Bravo" and "Cool". The aim of this work is to determine what linguistic and stylistic means define the speech of young people. In the foreground of the analysis, which seeks to define the differences and similarities between the German and Austrian youth languages using a sociolinguistic basis rooted in the theory of language varieties, is the ever-growing phenomenon of combining German with English, i.e. "Denglisch". The study also explores the extent to which text genres in mass media influence linguistic varieties. The thesis initially defines the specialized terms in the context of variation linguistics, with diatopic and diastratic varieties playing an important role. Subsequently, the features of youth language are presented, with an emphasis on linguistic and stylistic markers. The results show that both "Bravo" and "Cool" include Anglicisms. The investigation reveals that the use of lexical neologisms in "Bravo" is not significantly more frequent than in "Cool". It appears that both magazines occasionally employ such neologisms to make their texts more interesting and appealing, but they may not be as prominent as other stylistic features and linguistic aspects. Overall, "Bravo" and "Cool" contribute to creating a youthful and modern linguistic atmosphere through their use of language innovations, such as bricolage. The analysis of youth language in these magazines offers insights into the linguistic diversity and creativity of the younger generation, demonstrating how language serves as a means of expression for their interests and identities.

## **KEY WORDS**

sociolinguistics, variety linguistics, German youth language, teen magazines, Denglisch

## **ABSTRACT**

Die vorliegende Diplomarbeit untersucht die linguistischen Merkmale der Jugendsprache in den Jugendzeitschriften *Bravo* und *Cool*. Das Hauptziel besteht darin, die Jugendsprache aus linguistischer Sicht zu charakterisieren. Eine qualitative Sprach- und Diskursanalyse wird durchgeführt, um die Besonderheiten der Jugendsprache zu bestimmen. Dabei wird insbesondere auf das Phänomen des Denglisch eingegangen, das einen steigenden Gebrauch von Anglizismen kennzeichnet. Es wird auch erforscht, inwieweit die Textsorten in Massenmedien die sprachlichen Varietäten beeinflussen. Die Arbeit definiert zunächst die Fachbegriffe im Kontext der Varietätenlinguistik, wobei diatopische und diastratische Varietäten eine wichtige Rolle spielen. Anschließend werden die Merkmale der Gegenwartssprache vorgestellt, mit Schwerpunkt auf sprachlichen und stilistischen Kennzeichnungen. Die Ergebnisse zeigen, dass sowohl in *Bravo* als auch in *Cool* Anglizismen vorkommen. Die Untersuchung zeigt, dass die Verwendung von lexikalischen Neuschöpfungen in *Bravo* nicht deutlich häufiger ist als in *Cool*. Es scheint, dass beide Zeitschriften gelegentlich solche Neuschöpfungen verwenden, um ihre Texte interessanter und ansprechender zu gestalten, jedoch stehen sie möglicherweise nicht so stark im Vordergrund wie andere stilistische Merkmale und sprachliche Aspekte. Insgesamt tragen *Bravo* und *Cool* mit ihrer Verwendung von sprachlichen Innovationen, wie beispielsweise Bricolage, dazu bei, eine jugendliche und moderne Sprachatmosphäre zu schaffen. Die Analyse der Jugendsprache in diesen Zeitschriften bietet Einblicke in die sprachliche Vielfalt und Kreativität der jungen Generation und zeigt, wie die Sprache als Ausdrucksmittel für ihre Interessen und Identitäten dient.

## **SCHLÜSSELWÖRTER**

Soziolinguistik, Varietätenlinguistik, Deutsche Jugendsprache, Jugendzeitschriften, Denglisch

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung .....	9
1 Soziolinguistik.....	11
1.1 Soziolinguistische Einordnung.....	13
1.2 Varietätenlinguistik .....	14
1.2.1 Mediolekte.....	16
1.2.2 Funktionale Varietäten: Funktiolekte/Funktionalstile .....	17
1.2.3 Soziolekte .....	17
2 Deutsche Gegenwartssprache .....	19
2.1 Sprachliche und stilistische Tendenzen.....	20
2.1.1 Morphologische Varianz .....	21
2.1.2 Wortbildung.....	21
2.1.3 Lexikologie.....	23
2.1.4 Syntaktische Besonderheiten.....	28
2.2 Denglisch als ein neues sprachliches Phänomen.....	29
2.3 Diatopische Varianz .....	30
3 Jugendsprache als eine Sprachvarietät .....	32
3.1 Was ist die Jugendsprache? .....	35
3.2 Jugendsprache und Standardsprache .....	36
3.3 Jugendsprache und deutsche Gegenwartssprache .....	38
3.4 Sprachliche und außersprachliche Besonderheiten .....	41
4 Massenmedien.....	46
4.1 Mündlichkeit vs. Schriftlichkeit .....	47
4.2 Presstexte .....	49
4.3 Jugendzeitschriften.....	50
5 Vorgehensweise.....	52

6	Untersuchung der Jugendzeitschrift <i>Bravo</i> .....	54
6.1	Aufbau.....	54
6.2	Jugendtypische Tendenzen.....	59
6.2.1	Besonderheiten der Sprechsprachlichkeit.....	59
6.2.2	Wortbildungsmodelle .....	60
6.2.3	Lexik.....	61
6.2.4	Syntax.....	64
6.2.5	Stil .....	65
7	Untersuchung der Jugendzeitschrift <i>COOL!</i> .....	68
7.1	Aufbau.....	68
7.2	Jugendtypische Tendenzen.....	73
7.2.1	Besonderheiten der Sprechsprachlichkeit.....	73
7.2.2	Wortbildungsmodelle .....	75
7.2.3	Lexik.....	76
7.2.4	Syntax.....	79
7.2.5	Stil .....	80
8	Auswertung .....	83
	Fazit.....	88
	Resumé.....	90
	Literaturverzeichnis.....	91
	Anhang .....	98

## Einleitung

Die deutsche Jugendsprache der Gegenwart ist ein faszinierendes Forschungsfeld, das durch die Verwendung von Sprache in verschiedenen Medien und Kommunikationskanälen geprägt wird. Die vorliegende Diplomarbeit erforscht die linguistischen Merkmale der Jugendsprache in den Jugendzeitschriften *Bravo* und *Cool*. Das Ziel dieser Arbeit ist es zu bestimmen, wie die Jugendsprache aus der Sicht der Linguistik charakterisiert werden kann. Dazu wird die folgende Forschungsfrage gestellt: „Welche linguistischen Besonderheiten bestimmen die Jugendsprache?“. Um die Forschungsfrage zu beantworten, ist eine qualitative Sprach- und Diskursanalyse durchgeführt worden. Im Mittelpunkt der sprachwissenschaftlichen Analyse, die mithilfe der in Theorie verankerten Grundlage sowohl die Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede zwischen der deutschen und österreichischen Jugendsprache feststellt, steht das immer steigende Phänomen „Denglisch“. Dabei soll ebenfalls festgestellt werden, wie viel die Textsorten in Massenmedien die sprachlichen Varietäten bedingen. Die Auswertung öffnet die Diskussion, ob die Anglizismen vorwiegend in den Jugendzeitschriften vorkommen.

Zuerst werden die Fachbegriffe mit Rücksicht auf die Varietätenlinguistik definiert. Für diese Zwecke nehmen die diatopischen und diastratischen Varietäten eine bedeutende Position ein. Das nachfolgende Kapitel stellt die Merkmale der Gegenwartssprache vor, wobei sich sowohl den sprachlichen als auch stilistischen Kennzeichnungen gewidmet wird. Die erwähnten Tendenzen weisen nicht nur häufiges Vorkommen in der Fachliteratur auf, sondern beziehen sich auch auf die folgende Analyse der beiden Zeitschriften. In dieser Hinsicht stehen auf der einen Seite Neologismen und sogar Denglisch und auf der anderen Teutonismen mit Austriazismen im Vordergrund. Jedes Kapitel erläutert seine Relevanz im Hinblick auf die Jugendsprache. Das dritte Kapitel erreicht in diesem Sinne den Höhepunkt. Im vierten Kapitel werden die Zusammenhänge zwischen Textsorte und Massenmedien strukturiert dargestellt. Danach folgt der empirische Teil der Arbeit. In dieser sprachwissenschaftlichen Untersuchung werden die Jugendsprachen in den Zeitschriften *Bravo* und *Cool* analysiert. Zwei Hypothesen werden aufgestellt: Erstens, dass Anglizismen in beiden Zeitschriften vorkommen, um einen jugendlichen und modernen Sprachstil zu vermitteln, und zweitens, dass *Bravo* eine größere Vielfalt an lexikalischen Neuschöpfungen und sprachlichen Innovationen aufweist. Die Untersuchung erfolgt durch eine detaillierte Analyse relevanter Textpassagen aus den Zeitschriften, wobei sprachliche Merkmale wie Anglizismen, lexikalische Neuschöpfungen, Tabubrüche, sprachliche Stile und Register sowie Themen und

Interessengebiete erforscht werden. Die Ergebnisse werden miteinander verglichen, um Unterschiede und Gemeinsamkeiten festzustellen. Durch die sprachwissenschaftliche Analyse dieser Hypothesen wird ein umfassendes Verständnis der aktuellen deutschen Jugendsprache in den Zeitschriften *Bravo* und *Cool* angestrebt. Die Analyse basiert auf den qualitativen Methoden, wie beispielsweise Inhaltsanalysen und Auswertungen von Artikeln, Interviews oder Leserbriefen. Die Ergebnisse können wichtige Erkenntnisse über die Sprachentwicklung und den Einfluss von Medien und Popkultur auf die Jugendsprache liefern. Es ist wichtig zu betonen, dass es sich um eine möglichst komplexe Analyse handelt, die anhand der exzerpierten Zeitschriften *Bravo* und *Cool* möglich war.

# 1 Soziolinguistik

Nun werden die wichtigsten Begriffe der Soziolinguistik beschrieben, die für die weitere Analyse nötig sind und in die Praxis umgesetzt werden.

Die Soziolinguistik als eigenständige Disziplin innerhalb der Sprachwissenschaft hatte sich in der Zeit zwischen 1965 und 1975 etabliert.<sup>1</sup> Eine zusammenfassende und einheitliche Definition der Soziolinguistik lässt sich nur sehr schwer einführen, weil es in der Soziolinguistik immer noch Problembereiche und Überschreitungen gibt. Die Forschungsansätze mussten verglichen und näher untersucht werden.<sup>2</sup> Solche Komplexität weisen sowohl andere Begriffe als auch Diskurse dieser Arbeit auf (siehe Kapitel „Jugendsprache“). Eine mögliche Erläuterung vom „genuinen Bereich der Soziolinguistik“ stellt diese Auffassung vor: „(...), gibt es doch ein Bündel von Fragestellungen, die zentral das Verhältnis von Sprache und Gesellschaft betreffen und über eine allgemeine Annahme der Verschränkung von Sprache und Gesellschaft hinaus konkret zu erfassen versuchen“.<sup>3</sup> Es lassen sich mehrere Richtungen der Soziolinguistik unterscheiden, zwar eine philosophisch-anthropologische, eine psycho-kognitive, eine soziologisch-gesellschaftswissenschaftliche, eine interaktionistisch-kommunikationstheoretische, eine eigentlich *linguistische* und zuletzt eine germanistische Soziolinguistik.<sup>4</sup>

„Die germanistische Soziolinguistik ist als Sonderfall mit dem Merkmal ‚die deutsche Sprache betreffend‘ an allen genannten ‚Soziolinguistiken‘ beteiligt. ‚Deutsch‘ kann sich also beziehen auf den deutschen Kulturkreis und das Weltbild der deutschsprachigen Sprecher (anthropologische Soziolinguistik) oder auf Probleme sozialpsychologischer Art (Prestige/Stigma u.a.) innerhalb des Deutschen (psychologische Soziolinguistik) oder auf die deutsche Sprache als Merkmal von spezifisch deutschsprachigen Gesellschaftsverhältnissen, insbesondere bezogen auf die vormals fünf, jetzt vier deutschsprachigen Staaten mit unterschiedlicher Geschichte und Gesellschaftsstruktur (soziologische Soziolinguistik). Dann weist es hin auf kulturgebundene Handlungsschemata und Gesprächsregeln (...), die speziell mit der deutschen Sprache verknüpft

---

<sup>1</sup> Vgl. SCHLIEBEN-LANGE, Brigitte. *Soziolinguistik: eine Einführung*. 3., überarb. und erw. Aufl. Stuttgart: Verl. W. Kohlhammer, 1991, S. 70.

<sup>2</sup> Vgl. LÖFFLER, Heinrich. *Germanistische Soziolinguistik*. 4. neu bearb. Aufl. Berlin: Schmidt, 2010, S.13.

<sup>3</sup> SCHLIEBEN-LANGE, Brigitte. *Soziolinguistik: eine Einführung*. 3., überarb. und erw. Aufl. Stuttgart: Verl. W. Kohlhammer, 1991, S. 134.

<sup>4</sup> LÖFFLER, Heinrich. *Germanistische Soziolinguistik*, 2010, S.22f.

sind (interaktionistische Soziolinguistik).“<sup>5</sup> Daraus ergebene Dialekt-Standard-Situationen sind charakteristisch für das Dialekt-Standard-Kontinuum bzw. die Dialekt-Standard-Diglossie (siehe Abb. 1 – 2). Dies demonstriert die Überschneidung der Aspekte, die durch die bedeutende Rolle der Dialektalität in Form einer „Sprachbarriere“ gekennzeichnet werden könnte.<sup>6</sup> Man kann feststellen, dass es dabei um die Verbundenheit der Soziolinguistik sowohl mit dem Varietätenraum als auch der Gesellschaftsstruktur handelt. Im Endeffekt sollen diese Aspekte nie abgetrennt erforscht werden.<sup>7</sup>

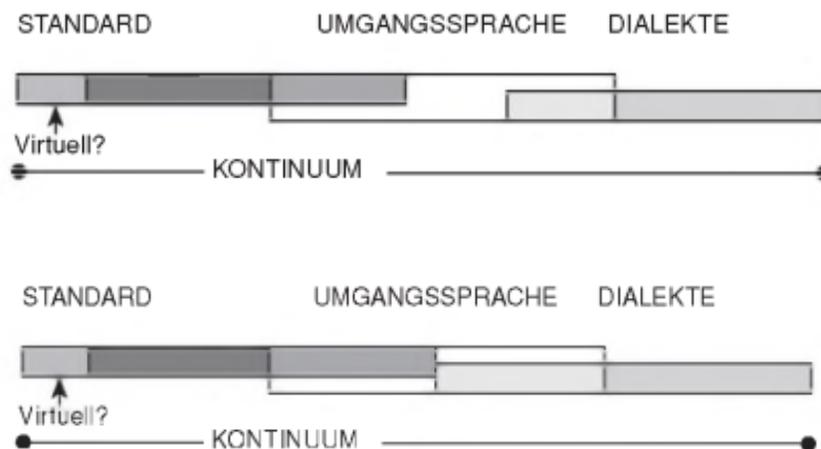


Abbildung 1 und 2: Dialekt-Standard-Kontinuum (LÖFFLER 2005, S. 21f)

Die eingeschränkte Auffassung von Soziolinguistik, die sich mit der Linguistik überschneidet, wird mehrmals in Frage gestellt. Es wird darauf hingewiesen, dass es in den Diskussionen über die Begriffsbestimmung von Soziolinguistik der Globalisierung des soziolinguistischen Ansatzes gewidmet wird,<sup>8</sup> womit die erwähnte Erklärung nicht einverstanden ist. Darauf reagierten andere Sprachwissenschaftler und bestimmen mögliche soziolinguistische Paradigmen.

<sup>5</sup> Ebd.

<sup>6</sup> Ebd.

<sup>7</sup> Ebd., S. 141.

<sup>8</sup> SCHLIEBEN-LANGE, Brigitte. *Soziolinguistik: eine Einführung*. 1991, S. 134.

## 1.1 Soziolinguistische Einordnung

Die neuere Soziolinguistik betont den interdisziplinären theoretischen Ansatz, der zur Ausdifferenzierung vom Gegenstand der Soziolinguistik beiträgt. Primär handelt es sich um „die soziale Bedeutung des Sprachsystems und seines Gebrauchs, was sich in 7 Teildimensionen aufteilen lässt: (1) die soziale, (2) sprachliche, (3) interaktive, (4) kontextspezifische, (5) evaluative, (6) historische und (7) biographische.<sup>9</sup> Erst erschien der Vergleich der soziolinguistischen Paradigmen im Jahre 1997 und wurde 2022 ergänzt und modifiziert. Den vier methodologischen Paradigmen lassen sich soziale Dialektologie/Varietätenlinguistik, Sprachsoziologie, Ethnographie der Kommunikation und letztlich interaktionale Soziolinguistik zuordnen (siehe Anhang Nr. 1).<sup>10</sup> Dies wurde um Sprachbarriereforschung erweitert (siehe Anhang Nr. 2) und dazu werden noch bedeutende Forscher einzelnen Paradigmen erwähnt. Ethnografie der Kommunikation wurde von Dell Hymes behandelt, Interaktionale Soziolinguistik von John J. Gumperz, Sprachsoziologie widmete sich John Fishman, mit Variationslinguistik beschäftigte sich William Labov und Sprachbarriereforschung wird mit Basil Bernstein verbunden.<sup>11</sup> Daneben beweisen unterschiedliche Gegenstände, dass sie aus anderen linguistischen Teilgebieten (z. B. Internetlinguistik) übertragen werden können. Dies gilt auch für die soziolinguistischen Fragestellungen, die in Bezug auf digitale Kommunikationsformen und Social Media (wie Messenger) eine Erweiterung vornehmen.<sup>12</sup>

Soziolinguistik als „Sprachwirklichkeitsforschung oder Varietätenlinguistik“ besteht aus vielen kleinen und selten größeren Einzelprojekten.<sup>13</sup> In dem Sprachverhaltensmodell veranschaulicht die sog. Varietätenlinguistik ein Grammatikregister, welche Merkmalsveränderungen bzw. Varietäten sich beobachten lassen. Im Zusammenhang mit dem Aspekt der Gesellschaftswissenschaft werden Bereiche des Individuums, der Gruppe, des Status, der Rolle und der Gesellschaft mit linguistischen Varianten kombiniert, die sich durch Korrelationen ergeben. Soziolinguistik gilt des Weiteren als integrative Erklärungswissenschaft,

---

<sup>9</sup> DITTMAR, Norbert. *Grundlagen der Soziolinguistik: ein Arbeitsbuch mit Aufgaben*. Tübingen: Niemeyer, 1997, S. 98f.

<sup>10</sup> Ebd.

<sup>11</sup> SCHLOBINSKI, Peter. *Grundlagen und Aspekte der Soziolinguistik*. 2022.[online] In *Networx*. Nr. 94, S. 52. Verfügbar unter: <https://www.repo.uni-hannover.de/bitstream/handle/123456789/11984/networx-94.pdf?sequence=3&isAllowed=y> (abgerufen am 15. 02. 2022).

<sup>12</sup> Ebd. S. 120.

<sup>13</sup> LÖFFLER, Heinrich. *Germanistische Soziolinguistik*, 2010, S. 13.

die alle Faktoren des kommunikativen Umgangs der Menschen untereinander in Beziehung setzt, wobei menschliches Verhalten in Form von verbalen und nichtverbalen Ausdrucksweisen beobachtet und untersucht wird.<sup>14</sup>

Zusammenfassend muss nur noch hervorgehoben werden, dass sich die Soziolinguistik den Verhältnissen zwischen Sprache und Gesellschaft widmet, was mehrmals in der Literatur behandelt wurde.<sup>15</sup> Dabei geht es hauptsächlich um Forschung der Gebrauchskontexten einzelner Merkmale.

## 1.2 Varietätenlinguistik

In diesem Teil werden die einzelnen Varietäten, sog. Lekte für Zwecke der Arbeit näher erläutert. In dem Sprachverhaltensmodell veranschaulicht die sog. Varietätenlinguistik ein Grammatikregister, welche Merkmalsveränderungen bzw. Varietäten sich beobachten lassen.<sup>16</sup> Die sieben sprachlichen Bereiche lassen sich nach dem Individuum (**Idiolekte**), nach dem Medium (**Mediolekte**), der Funktion (**Funktiolekte**), der arealen Verteilung (**Dialekte**), den Sprechergruppen (**Soziolekte**) nach Alter und Geschlecht (Kinder-, Erwachsenen-, **Altersprachen**; Frauen- und Männersprachen/ **Genderlekte**) und nach Interaktionstypen bzw. Situationen (**Situolekte**) unterscheiden. Folgende Forschungsgebiete weisen diverse sprachliche Merkmale auf, durch die sie definiert werden und die durch eine bestimmte Redekonstellation und von ihr gesteuerter Texttyp bedingt werden. Anhand dieses Modells (siehe Abb. 6) wird die sprachliche Vielfalt so dargestellt, dass sie nicht von dem Themenregister der Soziolinguistik abgetrennt werden kann.

---

<sup>14</sup> Ebd. 33.

<sup>15</sup> Vgl. SCHLOBINSKI (S. 3), DITTMAR (S.20f), SCHAFF, Adam. *Soziolinguistik*. Wien: Europaverl, 1976, S. 218.

<sup>16</sup> LÖFFLER, Heinrich. *Germanistische Soziolinguistik*. S. 33.

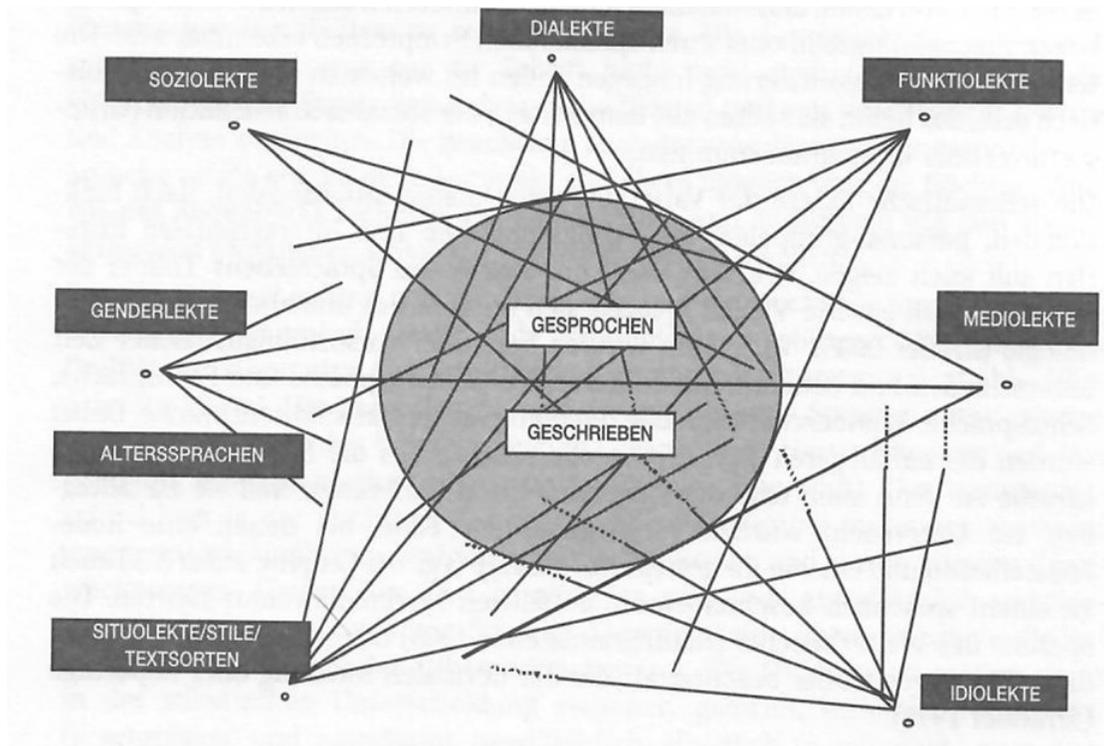


Abbildung 5: Ein soziolinguistisches Varietäten-Modell (LÖFFLER 2010, S. 79)

In diesem Falle könnten Soziolinguistik und Varietätenlinguistik so aufgefasst werden, dass es um fast übereinstimmende Disziplinen handelt, die sich der Sprachwirklichkeitsforschung widmen.<sup>17</sup> *Lekt* gilt in der Varietätenlinguistik als Synonym für *Subsprache*.<sup>18</sup>

Es gibt auch unterschiedliche Einordnung von Varietäten:

- I. Persönliche Dimension: Individuelle Varietät (Idiolekt)
- II. Diatopische Dimension: Lokale/ regionale Varietäten (Dialekte)
- III. Diastratische Dimension: Gruppen- und schichtspezifische Varietäten (Soziolekte)
- IV. Normativ-präskriptive Dimension: Standardvarietät
- V. Diaphasische Dimension (Situolekte)<sup>19</sup>

Dabei steht der Begriff *Register* zur Diskussion. Aus sozio-kognitiver Perspektive dienen Stile zur Vermittlung der Sprecherinformationen (wie Geschlecht, Alter, Herkunft). Im Vergleich dazu geben Register in Bezug auf Kontext oder Situation vor allem Auskunft über den Sprachgebrauch.

<sup>17</sup> Vgl. ebd., S. 79f.

<sup>18</sup> FELDER, Ekkehard. *Einführung in die Varietätenlinguistik*. [online] WBG Academic, 2016, S. 54. ProQuest Ebook Central, Verfügbar unter: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=7030084>. (abgerufen am 15. 02. 2023).

<sup>19</sup> DITTMAR, Norbert. *Grundlagen der Soziolinguistik: ein Arbeitsbuch mit Aufgaben*. Tübingen: Niemeyer, 1997, S. VI.

Sie sind auch enger an soziale Normen verbunden. In diesem Sinne ist Stil dem Register untergeordnet.<sup>20</sup>

### 1.2.1 Mediolekte

Die immer gültige Standard- oder Einheitssprache, „Hochdeutsch“ oder „Schriftdeutsch“ genannt, „ist ihrer Entstehung nach eine gelehrte Schriftsprache, die nach der Intention ihrer Schöpfer – es waren Literaten und Grammatiker – für literarische Zwecke und für Gegenstände höherer Natur bestimmt war“.<sup>21</sup> Erst mit der technischen Konservierung der mündlichen Sprache entbrannte eine lebhafte Diskussion über die Oralität und Schriftlichkeit. Die sprachliche Varianz bezieht sich auch auf unterschiedliche Sprechergruppen und gesellschaftliche Funktionen und Anlässe. Dies bedeutet, dass die geschriebene und gesprochene Sprache sich nicht nur nach den Werkzeugen der Produktionsverfahren richten (d. h. *schriftlich* = optisch/visuell; *mündlich* = auditiv/akustisch.)<sup>22</sup> Die Differenz besteht wiederum in „der Funktion, der kontextuellen Situierung im Sprachleben und einem unterschiedlichen Inventar sprachlicher Regeln und grammatischer Kennzeichnungen“<sup>23</sup> (siehe 1.2 Varietätenlinguistik).

Zusammengefasst kann das Sprechen nicht ohne seine unmittelbare Verknüpfung mit der Präsenz, seine Verankerung im Kurzgedächtnis oder Rückfragens im Redeverlauf untersucht werden. Es gibt mehrere Konfigurationen, d. h. Konstellationen der Beteiligten am Gespräch, die der Asymmetrie zugeordnet sein können. Zu den üblichsten gehören u.a.- einer gegenüber vielen (Reden, Moderation), einer gegenüber wenigen (Interview), wenige gegenüber wenigen (Familiengespräch, Konferenz), einer gegenüber einem (Alltagsdialog, Beratungsgespräch).<sup>24</sup>

Die Sonderstellung der Neuen Medien (Skype, SMS, Internet-Chat, E-Mails) trägt sehr stark zur Verwischung der Grenzen zwischen Oralität und Schriftlichkeit bei. Dabei tritt die fakultative Möglichkeit der Abwesenheit der Gesprächspartner in den Vordergrund – z. B. Telefongespräch. Auch die Kommunikation in den Internet-Chats als „geschriebene Spontan-Dialoge“ spricht gegen die traditionelle Einordnung der Oralität und Schriftlichkeit – dies ist für

---

<sup>20</sup> Ebd. 211f.

<sup>21</sup> Ebd. 80.

<sup>22</sup> Ebd. 81.

<sup>23</sup> Ebd.

<sup>24</sup> Ebd.

die sogenannte „geschriebene Mündlichkeit“ charakteristisch.<sup>25</sup> Von dieser konzeptionellen Mündlichkeit wird weiter in der Jugendzeitschriften „Bravo“ und „Cool“ und deren gewidmeten Kapiteln gesprochen.

### **1.2.2 Funktionale Varietäten: Funktiolekte/Funktionalstile**

Der Begriff „Funktion“ im Zusammenhang mit der Sprachfunktion (K. Bühler) lässt sich nicht so einfach erläutern. Eine andere Funktionsdefinition stellte Elise Riesel mit ihrer Sprachforschung der „Sprachfunktionen als Vorkommensbereichen“ vor, mit der sich hauptsächlich osteuropäische Linguistik beschäftigte.<sup>26</sup> Nach Funktionen sind fünf Vorkommensbereiche der Sprache zu unterscheiden: Alltagssprache, Literatursprache, Wissenschaftssprache, Instruktionssprache und Pressesprache, die sich anhand der Funktionalstile ursprünglich auf die ideale Wirklichkeit einer sozialistischen Gesellschaft bezogen.<sup>27</sup> Dabei handelt es sich um die Orientierung auf gesellschaftliche Verhältnisse. Das Schema der Funktionalstile enthält nicht die ganze Palette der Varietäten, weil es auch mehrfunktionale Varietäten gibt – wie beispielsweise Sprache der Werbung oder des Interviews. Die Alltagskommunikation wird in der Regel durch die Umgangssprache ausgedrückt und tendiert zu kurzen Sätzen und Nebenordnungen.<sup>28</sup> Die Pressesprache richtet sich an nicht feststellbare Anzahl anonymer Leser (Massenmedien). Die Zeitungen leisteten der Demokratisierung der Schriftsprache Hilfe.<sup>29</sup> Die Funktiolekte weisen jederzeit ihre gesellschaftliche Einbettung auf.<sup>30</sup>

### **1.2.3 Soziolekte**

Gruppenspezifische Varietäten werden auch Soziolekte genannt. Sie lassen sich durch mehrere sozialen Indikatoren sprachlicher Art kennzeichnen.<sup>31</sup> Solche soziolektale Merkmale sind symptomatisch für Stigma-/Prestige-Varietäten – zwar für Sprachschichten oder Ortsnamen,

---

<sup>25</sup> Ebd. 84f.

<sup>26</sup> LÖFFLER, Heinrich. *Germanistische Soziolinguistik*, S. 94f.

<sup>27</sup> Vgl. ebd. 95.

<sup>28</sup> Ebd. 96ff.

<sup>29</sup> Ebd. 110.

<sup>30</sup> Ebd. 112.

<sup>31</sup> Ebd. 112f.

zuletzt für Herkunft und Bildungsgrad der Sprecher.<sup>32</sup> Der Soziolekt ist als „Sprachgebrauch einer sozialen Gruppe (z. B. Berufssprache, Jugendsprache)“ definierbar.<sup>33</sup> Den „eigentlichen Soziolekten“, die auch Sondersprachen bezeichnet werden und denen eine sozial deutliche oder leicht erkennbare Kennzeichnung (beispielsweise Schüler)<sup>34</sup> zur Verfügung steht, werden transitorische (Alterssprachen), temporäre (Freizeitgemeinschaften) und habituelle (Geschlechtsspezifische Sprechweisen) Soziolekte zugeordnet.<sup>35</sup>

Transitorische Soziolekte sind die Alterssprachen<sup>36</sup> (Lebensalter-Sprachen<sup>37</sup>). Dabei werden vier Stufen erkannt:

- (1) Kindersprache (vom ersten Sprechen bis zum Beginn der Schulzeit)
- (2) Schüler- und Jugendsprache (bis zum Ende der beruflichen Ausbildung)
- (3) Erwachsenensprache (Zeit der Berufsausübung oder Kindererziehung)
- (4) Alters- oder Senioren-Sprache (Zeit nach der Berufsausübung)

Die Jugendlichen zwischen 14 und 18 Jahren weisen Unterschiede auf (bezüglich des Bildungsgrades und der Berufsausübung), die sich in der Jugendsprache widerspiegeln. Jede Generation hat andere Lieblingswörter, was sowohl auf regionale als auch zeitliche Begrenzung der Jugendsprache aufmerksam macht.<sup>38</sup> Nagelneue Aspekte wie Akü-Sprachen oder sogar der Netzsargon (*4u*: for you. *mfG*: mit freundlichen Grüßen) kommen vor. Objektive Analysen sprechen nicht über einen Sprachzerfall, sondern eine Stilveränderung<sup>39</sup>, mit der sich das dritte Kapitel über Jugendsprache beschäftigt.

---

<sup>32</sup> AMMON, Ulrich, Norbert DITTMAR und Klaus J. MATTHEIER. *Sociolinguistics: an international handbook of the science of language and society*. New York: Walter de Gruyter, 1988, S. 1121.

<sup>33</sup> „Soziolekt“, bereitgestellt durch das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache, Verfügbar unter: <https://www.dwds.de/wb/Soziolekt> (abgerufen am 22.02.2023).

<sup>34</sup> LÖFFLER, Heinrich. *Germanistische Soziolinguistik*. S. 117.

<sup>35</sup> AMMON, Ulrich, Norbert DITTMAR und Klaus J. MATTHEIER. *Sociolinguistics: an international handbook of the science of language and society*. New York: Walter de Gruyter, 1988, S. 1122.

<sup>36</sup> Ebd.

<sup>37</sup> LÖFFLER, Heinrich. *Germanistische Soziolinguistik*. S. 117.

<sup>38</sup> Ebd. 118.

<sup>39</sup> Ebd. 119f.

## 2 Deutsche Gegenwartssprache

Die Periodisierung der Sprachgeschichte wird in Frage gestellt – neu wird vorgeschlagen, dass das Gegenwartsdeutsch von 1950 bis heute begrenzt wird.<sup>40</sup> Das Gegenwartsdeutsch ist die Sprachstufe der deutschen Sprache, die zurzeit gesprochen und geschrieben wird. Im Gegenwartsdeutsch gibt es viele umgangssprachliche Ausdrücke, die häufig in informellen Situationen oder in der Alltagssprache verwendet werden. Diese Ausdrücke können sich jedoch je nach Region und Kontext unterscheiden. Die einzelnen sprachlichen Merkmale des Gegenwartsdeutsch spiegeln die Veränderungen wider, die die deutsche Sprache im Laufe der Zeit aufwies und immer noch aufweist.

Gegenwartsdeutsch wird sowohl durch den Schriftlichkeitsverlust als auch den Generationswechsel gekennzeichnet.<sup>41</sup> Im Zusammenhang damit wurde sogar das Phänomen der modernen „Erlebnisgesellschaft“<sup>42</sup> erwähnt. Darauf reagierte die Sprache der Medien, die sich auf das alltägliche Arbeiten und Konsumieren konzentrierte, deshalb entstanden neue Wortbildungsmuster in Form von Euphemismen, die keinen Bezeichnungsnotwendigkeiten entsprachen.<sup>43</sup> Beispielsweise:

- defizit: *gesamtdeutsches Kontaktdefizit, Erfahrungsdefizit, Finanzierungsdefizit*
- träger: *Ideenträger, Identifikationsträger, Sympathieträger*
- bedarf: *Fragebedarf, Kommunikationsbedarf, Zuwendungsbedarf*
- erlebnis und Erlebnis-: *Kinoerlebnis, Live-Erlebnis, Käuferlebnis, Erlebnis-Urlaub*<sup>44</sup>

Daneben kommen immer schmutzige Wörter oder Schimpfwörter vor. Sie gehören in den Bereich des Wortschatzes, der gewöhnlich als obszön betrachtet wird. Viele von ihnen gehören zum passiven Wortschatz der meisten Leute und sind in der lockeren Umgangssprache immer normaler geworden (*Arschloch* als Beispiel der Enttabuisierung) – d. h. sie werden immer häufiger

---

<sup>40</sup> ELSPASS, Stephan. *Vom Mittelneuhochdeutschen (Bis ca. 1950) Zum Gegenwartsdeutsch*. [online] *Zeitschrift Für Dialektologie Und Linguistik*, vol. 75, no. 1, 2008, pp. 1–20. JSTOR, Verfügbar unter: <http://www.jstor.org/stable/40505369> (abgerufen am 21. 03. 2023).

<sup>41</sup> GLÜCK, Helmut und Wolfgang Werner SAUER. *Gegenwartsdeutsch*. Stuttgart: Metzler, 1990, S. 30ff und 36.

<sup>42</sup> Damit beschäftigte sich der Soziologe Gerhard Schulze näher in seinem Werk *Die Erlebnisgesellschaft: Kulturosoziologie der Gegenwart* (1992).

<sup>43</sup> Vgl. ebd., S. 38f und KAEHLBRANDT, Roland. *Neuhochdeutscher Alltag: Vom semantischen Rauschen in der Erlebnisgesellschaft*. In HERINGER, Hans Jürgen. *Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen, Niemeyer 1994, S. 121.

<sup>44</sup> GLÜCK, Helmut und Wolfgang Werner SAUER. *Gegenwartsdeutsch*, S.37ff.

ausgeschrieben und ausgesprochen. Ausdrücke für praktische Liebe wurden erweitert und bieten bis jetzt vielfältigere Ausdrucksweise (z. B. *ficken, pimpern, büsteln, rammeln, vögeln* oder *pudern*). Das sexualsprachliche Klima lässt sich im Vergleich mit den vorigen Jahrhunderten als liberaler bezeichnen.<sup>45</sup>

Das Deutsche weist seine starke Rolle als Kultursprache Europas auf. Daneben lässt sich seine Integrationsfähigkeit beobachten. Ohne Sprachkontakte könnten die Sprachgemeinschaften gar nicht existieren, deshalb zeigt das Deutsche, dass es infolge der Erweiterung des Wortschatzes um eine lebendige und vitale Sprache handelt, die in der Gegenwart eine prominente Stelle einnimmt.<sup>46</sup> Das Gegenwartsdeutsch wird momentan durch „flüchtige Episoden in einem potentiell unendlichen Prozess kultureller Evolution“ gekennzeichnet.<sup>47</sup>

## 2.1 Sprachliche und stilistische Tendenzen

In der Gegenwartssprache Deutsch gibt es einige Tendenzen, die sich auf verschiedene Aspekte der Sprache beziehen. Gegenwartsdeutsch passt sich schnell an neue Entwicklungen und Gegebenheiten an, wie zum Beispiel neue Technologien oder gesellschaftliche Veränderungen. Die Verwendung von Anglizismen und Lehnwörtern aus anderen Sprachen ist im Gegenwartsdeutsch weit verbreitet. Diese werden oft in Bereichen wie Wirtschaft, Technologie und Medien eingesetzt. Es gibt regionale Unterschiede im Gegenwartsdeutsch, wie zum Beispiel Dialekte, die in verschiedenen Regionen Deutschlands gesprochen werden.<sup>48</sup> Daneben ist die Jugendsprache ein wichtiger Bestandteil des Gegenwartsdeutsch und entwickelt sich immer weiter (Bereiche wie Mode oder Musik).<sup>49</sup> Sie kann von älteren Generationen als unverständlich oder provokant empfunden werden.

---

<sup>45</sup> Vgl. ebd. 41ff.

<sup>46</sup> Vgl. KÖNIG, Ekkehard. *Das Deutsche: Von der Weltsprache zu einer europäischen Sprache unter vielen*. In *Germanistische Mitteilungen* 59/ 2004. S. 9, 14, 17.

<sup>47</sup> KELLER, Rudi. *Ist die deutsche Sprache vom Verfall bedroht*. Düsseldorf. 2004, S. 10. [online] Internetpublikation unter: <http://www.phil-fak.uniduesseldorf.de/uploads/media/Sprachverfall.pdf>. (abgerufen am 28. 02. 2022).

<sup>48</sup> Vgl. STICKEL, Gerhard. *Das heutige Deutsch: Tendenzen und Wertungen*. [online] In MORALDO, Sandro M./SOFFRITTI, Marcello (Hg.): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Rom: Carocci. S. 18. Verfügbar unter: [https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel\\_Das\\_heutige\\_Deutsch\\_Tendenzen\\_und\\_Wertungen\\_2004.pdf](https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel_Das_heutige_Deutsch_Tendenzen_und_Wertungen_2004.pdf) (abgerufen am 05. 04. 2023).

<sup>49</sup> Vgl. NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. 2018, S. 175.

### 2.1.1 Morphologische Varianz

Für die Gegenwartssprache ist Synkretismus auffällig – d. h. Zusammenfall von Flexionsmorphemen, der in deutschen substantivischen Paradigmen oft auftritt.<sup>50</sup> Nun lässt sich morphologische Vereinfachung der sprachlichen Neuerung zuordnen. Einige Genitivpräpositionen wie *statt*, *trotz*, *wegen* werden eher mit Dativ verwendet. In der Umgangssprache wird die morphologische Markierung des Genitivs mit *-es* oder *-s* schwächer beispielweise *die Mühen des Alltag(s)*. Dies hängt mit morphologischen Vereinfachungen in anderen Kasus zusammen. Es wird zunehmend auf die Markierung des Dativs und Akkusativs Singular mit *-en* verzichtet – wie *einen Automat(en)*, *dem Dirigent(en)*, *den Präsident(en)*, *einem Advokat(en)*.<sup>51</sup> Überwiegend wird die Pluralendung *-es* bevorzugt, weil Fremdwörter aus dem Englischen ständig mehr und mehr auftreten. Diese Formen sind aus Kurzwörtern gebildet (*Drogis*, *Alkis*).<sup>52</sup> Als Beispiele für gezielte normative Sprachveränderungen wurden zwei Phänomene erwähnt, zwar Sprachfeminismus und Rechtschreibreform.

Die Präsensformen stehen als Konkurrenzformen zu den Formkategorien des Futurs (werden + Infinitiv). Die Analyse des heutigen Gebrauchs der Präsensformen stellt klar, dass es dabei mehrere Bedeutungen gibt. Meistens werden Präsensformen verwendet, wenn man zukünftiges Geschehen ausdrücken möchte – z. B. *ich fahre morgen nach Köln*.<sup>53</sup>

### 2.1.2 Wortbildung

Die zunehmende und verstärkende Univerbierung lässt sich als Haupttendenz im Bereich der deutschen Wortbildung erkennen, d.h. Wortgruppen (*Bad an der See*) werden zu einem Wort (*Seebad*) zusammengefasst.<sup>54</sup> Zu den produktivsten Suffixen gehören *-er*, *-ung*, *-ei*, *-heit*, *-keit*, *-ig*, *-isch*, *-bar*. Für die Wortbildung des Substantivs sind Suffixe *-er*, *-ung* und *-ei* typisch:

---

<sup>50</sup> KUSOVÁ, Jana. *Morphologische Varianz der peripheren Substantivparadigmen im geschriebenen Gegenwartsdeutsch: schwache Maskulina, starke Feminina und gemischte Substantive*, 2014, S. 74.

<sup>51</sup> Vgl. STICKEL, Gerhard. *Das heutige Deutsch: Tendenzen und Wertungen*. In: Moraldo, Sandro M./Soffritti, Marcello (Hg.): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Rom: Carocci. 2004, S. 13ff. Verfügbar unter: [https://ids-pub.bsz-](https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel_Das_heutige_Deutsch_Tendenzen_und_Wertungen_2004.pdf)

[bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel\\_Das\\_heutige\\_Deutsch\\_Tendenzen\\_und\\_Wertungen\\_2004.pdf](https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel_Das_heutige_Deutsch_Tendenzen_und_Wertungen_2004.pdf) (abgerufen am 05. 04. 2023).

<sup>52</sup> GLÜCK, Helmut und Wolfgang Werner SAUER. *Gegenwartsdeutsch*. S. 62f

<sup>53</sup> BRAUN, Peter. *Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache: Sprachvarietäten*. 1993, S. 131f.

<sup>54</sup> Ebd., S.167f.

- Deverbative Personenbezeichnungen (*Flieger, Kreditnehmer*) und Gerätebezeichnungen (*Kocher, Blinker*)
- Strukturtypen, in denen das zugrundeliegende Verb eine Präfixbildung ist (*Erfindung, Ermangelung*) oder der Verbstamm auf eine verbale Zusammensetzung zurückgeht (*Übereinstimmung, Aneinanderkoppelung*)
- Denominale und deverbative Bildungen auf *-erei* (*Druckerei, Raserei*, oft pejorativ wie *Aufzieherei*)<sup>55</sup>

Derivation erfolgt oft durch Suffixoide bzw. Halbsuffixe, die durch Übergänge von freien Morphemen zu Wortbildungsmorphemen gekennzeichnet sind: *-mäßig* (*planmäßig*), *-fest* (*kochfest*), *-arm* (*bügelarm*), *-frei* (*alkoholfrei*), *-freudig* (*drehfreudig*), *-freundlich* (*magenfreundlich*) oder *-würdig* (*diskussionswürdig*).<sup>56</sup> Dasselbe gilt auch für die Präfixoide (bzw. Halbpräfixe), zu denen sich die Klasse der Augmentativa zählt u.a. *Riesen-, Spitzen-, Über-, Bomben-, Heiden-, Höllen-, Mords-, Affen-, Pfunds-, Hunde-, Bier-* (z. B. *hundemüde*). Solche Tendenzen treten auch bei anderen Sprachwissenschaftlern auf, wobei sie als neue Wortbildungsmuster angesehen werden.<sup>57</sup>

Es werden Abkürzungen durch das Anfügen eines der genannten Suffixe (*-y/ie, -o, -e*) an einem Wortstamm gebildet: z. B. *Studi < Student(in)*. Leider lassen sich keine klaren Regeln bei der Schreibung des *i*-Suffixes erkennen. Überwiegend bei Anglizismen werden *y*- und *ie*-Schreibungen übernommen. Manche Wörter kommen sogar in zwei (*Studis, Studies*) oder drei (*Softi, Softy, Softie*) Schreibvarianten vor.<sup>58</sup> Im Bezug darauf wird die Tendenz in Richtung *-ie* bei den schon völlig einbezogenen Anglizismen stärker. Dagegen erfolgt die Rechtschreibung mit *-y* vor allem bei noch nicht integrierten Wörtern. In der Sprache kommen Neuwörter vor – wie Anglosubstantive (*der Shit – der Scheiß*). Adjektive mit folgenden Suffixen *-mäßig, -voll, -bar* und *-ig* (z. B. *poppig, zombig, freakig*) werden in der Umgangssprache gebraucht.<sup>59</sup> Bei Verben sind

<sup>55</sup> Ebd.174f.

<sup>56</sup> STICKEL, Gerhard. *Das heutige Deutsch: Tendenzen und Wertungen*. In MORALDO, Sandro M./SOFFRITTI, Marcello (Hg.): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Rom: Carocci, 2004, S. 16. Verfügbar unter: [https://ids-pub.bszbw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel\\_Das\\_heutige\\_Deutsch\\_Tendenzen\\_und\\_Wertungen\\_2004.pdf](https://ids-pub.bszbw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel_Das_heutige_Deutsch_Tendenzen_und_Wertungen_2004.pdf) (abgerufen am 05. 04. 2023) und BRAUN, Peter. *Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache: Sprachvarietäten*. S. 175.

<sup>57</sup> GLÜCK, Helmut und Wolfgang Werner SAUER. *Gegenwartsdeutsch*, S. 75.

<sup>58</sup> Ebd. 76f und 81.

<sup>59</sup> Ebd. 87f.

die Desubstantiva und Anglizismen besonders auffällig. Sie machen auf ihren Grad der Eindeutschung aufmerksam – sie existieren in verschiedenen Personal- und Tempusformen.<sup>60</sup>

Leasen (verdeutsche Variante *mietkaufen*):

*man wird leasen* (Futur I)

*wenn ich es lease/wenn er es lease* (1. und 3. Person Singular Präsens)

*sollte das Auto geleast werden* (modale Passivkonstruktion)

*das geleaste Fahrzeug* (Partizipialbildung in attributiver Stellung)

*mit dem Geleasten fahren* (Substantivierung im Dativ)<sup>61</sup>

Weiter gibt es viele Verben und Präfixverben englischer Herkunft – meistens in wissenschaftlichen und technischen Fachsprachen (im PC-Jargon oder Argot der Lufttransporteure z. B. *Er hat den LH 682 von morgen gecancelt*: jemand sagt einen bestimmten Flug ab), aber auch im jugendsprachlichen Milieu (*abgefickt, anpowern, flippen, handicapen*). Im Bereich der Desubstantiva und Deadjektiva (Verben, die direkt von Substantiven bzw. Adjektiven abgeleitet sind) lässt sich eine starke Zunahme beobachten, beispielsweise *diäten, pillen, schönen*.<sup>62</sup>

### 2.1.3 Lexikologie

Viele Wörter erhalten neue Bedeutungen oder werden anders verwendet als früher. Dies hängt oft mit dem Einfluss von Anglizismen oder der Digitalisierung zusammen. Eine Wortbedeutung kann verschiedene Begriffe umfassen, die sich in der Praxis des Alltags erwiesen.<sup>63</sup> In die denotativen Bedeutungen gehen auch Merkmale ein, die sich aus Einstellungen der Menschen zum Bezeichneten ergeben. Die Konnotationen spiegeln die kommunikativen Bedingungen wider, unter denen usuell die denotative Bedeutung gilt: /Jugendsprache/: *Erzeuger* (für Vater).<sup>64</sup>

---

<sup>60</sup> Ebd. 90.

<sup>61</sup> Ebd.

<sup>62</sup> Ebd. 90ff.

<sup>63</sup> SCHIPPAN, Thea. *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*. 2002, S. 145.

<sup>64</sup> Ebd. 146 und 157f.

## Neologismen

Der Wortschatz wird durch Neologismen erweitert. Die Ursachen der Bildung von Neologismen entstehen im gesellschaftlichen Bedarf (z. B. Emanzipation, Umwelt) an neuen Benennungen, die als „Erstbenennungen“ für neue Objekte verwendet werden, als „Zweitbenennungen“, die als pragmatisch günstigere Einheit gewählt werden.<sup>65</sup> Der Bedarf an Neuwörtern ist im Bereich der Technik erheblich größer als im Bereich der Verben zur Benennung von Grundtätigkeiten. Daneben brauchen Handel und Werbung neue Benennungen für neuentwickelte Konsumgüter. Im politischen und kulturellen Leben entstehen Schlagwörter oder neue Eigennamen beispielsweise für Vereine.<sup>66</sup> Die Neologismen werden nach geprüften Wortbildungsmodellen gebildet, auf diese Weise werden sie schnell inkorporiert. Sie haben an Bildung von Komposita großen Anteil und treten oft als erste Konstituente (sogar \*Affixoide) auf:

- Technik: *Kompaktbauweise, -anlage, -baugruppe, -kamera, kassette.*
- Werbung: *Tintenkiller, Kuko-Reis; Top-Preis, Top-Angebot*
- \*Umwelt: *Ökoladen, Ökopackung, Ozonloch*
- Politik: *Fundamentalisten, Neuländer, Aitländer (der BRD)*
- Alltagssprache nach der Wiedervereinigung: *Ossi, Wessi*
- Sozialbereich: *Azubi, Wirtschaftsflüchtlinge*
- Gesundheitswesen: *Aidsfürsorge, -betreuung, -risiko.*<sup>67</sup>

Es gibt mehrere Gründe für ihre Entstehung:

- Synonymie oder Bedeutungs differenzierung (höhere Überlebenschancen spielen bei der Motivation eine wesentliche Rolle): *Frustration, Frust* sind Synonyme für *Enttäuschung*.
- Produktivität (in diesem Zusammenhang entstehen Neologismen oft reihenweise): *Problem- -haar, -haut, -kind, Risiko- -geburt, -familie, Killer-/-killer: Killerbakterien, Bakterienkiller.*<sup>68</sup>

---

<sup>65</sup> Vgl. ebd. 246.

<sup>66</sup> Ebd. 247.

<sup>67</sup> Ebd. 246.

<sup>68</sup> Ebd.

## Bedeutungswandel

Die Systemgebundenheit einer Bedeutung kann den Bedeutungswandel fördern oder hemmen.<sup>69</sup> Verwendung in einem festen Kontext verstärkt eine elliptische Bedeutung: Die Frage *Nimmt sie die Pille?* zielt auf eine bestimmte Sorte, auf Schwangerschaftsverhütungsmittel.<sup>70</sup> Betreffend ist in meisten Fällen die Alltagskommunikation. Die Tabuisierung führt zum Bedeutungswandel der Paraphrasen und der das Tabuwort ersetzenden Lexeme: *der Schwarze, der Böse* weisen auf ‚Teufel‘ hin. Die ersetzten Wörter können nicht nur positive, sondern auch negative Bedeutung annehmen und daneben eine weitere Bedeutung übernehmen: *einschlafen – Augen schließen – heimgehen – einschlummern/ von der Bühne abtreten – den Geist aufgeben – ins Gras beißen* für ‚sterben‘. In der alltäglichen Kommunikation stehen Höflichkeit, Scherz, Freundlichkeit und Ironie im Vordergrund. Adjektive mit einer positiven Bewertung werden in Verbindung mit einigen Substantiven ironisch gebraucht: *feiner Herr, feine Dame, nette Geschichte*. Auch Verben können ironische Bedeutung tragen: *ich danke bestens*.<sup>71</sup>

## Entlehnungen

Im Laufe der Zeit trugen kulturelle und wissenschaftliche Verbindungen dazu bei, dass die deutsche Sprache durch andere Sprachen bereichert und verändert wurde. Die letzten Jahrhunderte weisen viele Internationalismen auf. Das Englische wurde sogar seit dem Ende des zweiten Weltkrieges zur Modesprache. Lehnbildungen lassen sich als Neuwörter mit übernommenen Morphemen charakterisieren. Die terminologische Abgrenzung von Lehnwort und Fremdwort wird immer noch in Frage gestellt. Sowohl die Form als auch Funktion spielen bei dem Grad der Eindeutschung wesentliche Rolle. Häufig wird die Lautung abgewandelt und dem deutschen Sprachsystem angepasst.<sup>72</sup> Unter synchronem Aspekt lassen sich Lehnwörter von den deutschen Wörtern nicht unterscheiden, denn sie wurden dem Regelsystem angepasst. Beim Grad der Eindeutschung spielt eine wichtige Rolle neben der Form auch die Funktion der Fremdwörter, weil es dabei um Einheiten handelt, die in synonymischen Beziehungen zu einem einheimischen Wort stehen.<sup>73</sup>

---

<sup>69</sup> Ebd. 250.

<sup>70</sup> Vgl. ebd. 261.

<sup>71</sup> Vgl. ebd. 258f.

<sup>72</sup> Ebd. 263f.

<sup>73</sup> Vgl. ebd. 264f.

Hybride Bildungen sind als Kombinationen aus deutschen und fremden Morphemen charakterisierbar. Bei dem Assimilationsprozess, zwar bei der Eindeutschung, wird betont, dass „das Lehnwort von Anfang an grammatisch inkorporiert werden muss, damit es normgerecht in die Rede gefügt werden kann“. So erhalten Substantive Genusmerkmale, Verben übernehmen sowohl deutsche Konjugationsformen als auch die Kennzeichnung des Infinitivs. Kasus- und Numeruskennzeichnung weisen Besonderheiten auf: die Genuseinordnung kann bei Affixen nach dem Genus des Affixes (*-ismus* – mask., *-ität* – fem., *-ett* – neutr.) oder nach dem Genus semantisch benachbarter deutscher Wörter (engl. *girl* – neutr. – nach *das Mädchen*) bzw. nach dem natürlichen Geschlecht (*die Diva*) erfolgen.<sup>74</sup>

Internationalismen könnten zur Erleichterung der Kommunikation zwischen Menschen verschiedener Herkunftssprachen beitragen. Gleiche Wortschätze haben im Hinblick auf Fremdsprachenerwerb einen mehrfachen Gebrauchswert. Dabei könnten sie als Wortschätze einer möglichen europäischen Integration interpretiert werden.<sup>75</sup>

Bezeichnungsexotismen sind fremde Wörter, die nur zur Benennung der Gegebenheiten ihres Herkunftslandes gebraucht werden – z. B. die Währungseinheiten (*Dollar, Dinar, Rubel*), Namen oder Titel (*Wojewode*).<sup>76</sup>

Bei Teilentlehnungen wird die Bedeutung eines fremden Wortes einem deutschen Formativ zugeordnet. Dabei wird zwischen „Bedeutungsentlehnung“ oder „Lehnübertragung“ und „-übersetzung“ unterschieden. Im ersten Fall übernimmt ein deutsches Wort, das mit einer lexisch-semantischen Variante des fremden Äquivalents übereinstimmt, von ihm auch weitere Bedeutungen. Im zweiten Fall wird ein fremdes Wort mit deutschen Morphemen und Wörtern nachgebildet oder Morphem für Morphem übersetzt.<sup>77</sup>

Fremdwort und einheimisches Wort können zur Bedeutungs differenzierung beitragen (*Team* – *Gruppe, Autor* – *Schriftsteller*) und sie können sich im Bedeutungsumfang oder im Gefühlswert (*sensibel* – *empfindsam*) unterscheiden. Als Prestigewörter spielen heute Angloamerikanismen eine besondere Rolle (*managen, Manager, Management, Entertainer*). Der

---

<sup>74</sup> Ebd.

<sup>75</sup> BRAUN, Peter. *Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache: Sprachvarietäten*, S. 205.

<sup>76</sup> Vgl. SCHIPPAN, Thea. *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*. 2002, S. 266.

<sup>77</sup> Ebd.

englische Einfluss zählt sich zu den deutlichsten Entwicklungserscheinungen der deutschen Gegenwartssprache. Folgende Übersicht zeigt die Auffälligkeiten der Übernahme.

Direkte Übernahme (Sachentlehnungen)

a) wobei die Sprachökonomie bedeutende Rolle spielt (vorwiegend einsilbige Wörter):

*Fan, Hit, Flip, Look, Set, Job, Trend, Song, Stress*. Viele davon sind kompositionsfähig: *Fanclub, Partnerlook, Reinigungsset, Erdbeershake*.

b) Mehrsilbige, schwer aussprechbare Wörter ohne deutsche Entsprechung (Benennungsnotwendigkeit aus wirtschaftlichen Gründen): *Establishment, Know-how, Countdown*.

Rückentlehnungen: *Hamburger* für belegte Brötchen.

Komposita mit englischen Konstituenten: *Spray* in *Möbel-Spray, Deo-Spray ...*

Lehnübersetzungen und Lehnübertragungen: *longplaying – Langspielplatte, birth control – Geburtenkontrolle*.<sup>78</sup>

In Bezug auf die Globalisierung wird auch der Erfahrungshorizont durch öffentliche Medien erweitert (vor allem durch das Fernsehen) – zum Beispiel: *Big Band – Bobby – Brain-Trust – Butterflynstil – Cartoon – Cockpit – Cornflakes – Countdown – Designer – Driver – Drugstore – Fall out – Gang – Hearing – Hostess – Image*.<sup>79</sup>

Semantisch haben Anglizismen andere Eigenschaften, sogar fremde Eigenschaften genannt, und daneben gilt es, dass es dabei vom Grad und von der Art der Einbeziehung unterscheiden werden soll (ob ein Wort als Ganzes entlehnt oder ob es im Deutschen gebildet wird). Für den englischen Einfluss spricht auch die Verwandtschaft der beiden Sprache. Jede Kritik wendet sich an die Sprecher, nicht an die Sprache – deshalb geraten die Sprecher in Zweifel und so wird ihre Loyalität zu ihrer Sprache in Frage gestellt.<sup>80</sup>

---

<sup>78</sup> Ebd. 267f.

<sup>79</sup> BRAUN, Peter. *Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache: Sprachvarietäten*. 1993, S. 180f.

<sup>80</sup> EISENBERG, Peter. *Anglizismen im Deutschen* [online] In *Reichtum und Armut der deutschen Sprache: Erster Bericht zur Lage der deutschen Sprache*. Deutsche Akademie für Sprache und Dichtung und Union der deutschen Akademien der Wissenschaften (ed.), S. 73f. Berlin, Boston: De Gruyter, 2014.  
<https://doi.org/10.1515/9783110334739.5> (abgerufen am 27. 03. 2023).

#### 2.1.4 Syntaktische Besonderheiten

Im Sprachsystem lassen sich unterschiedliche Besonderheiten im Bereich der Syntax bestimmen – zwar Tendenz der Verkürzung oder Tendenz der Ausklammerung (z. B. *Bei uns sind die Tage während der Wintermonate viel zu kurz*).<sup>81</sup>

Die Hauptsatzwortstellung wird beim Gebrauch von *weil* immer vorwiegend bevorzugt. Die Stellung von *weil* entspricht hierbei der von *denn*. Die Verbzweitstellung (Hauptsatzwortstellung) nach *weil* ist in süddeutschen Mundarten (bes. im Bairischen) traditionell üblich. In den letzten 20 Jahren kommt sie auch in die Mediensprache vor – z. B. *Seine Frage sollten wir wieder aufgreifen, weil die ist für uns alle sehr wichtig* (statt: ...*weil die für uns alle sehr wichtig ist*). Diese Wortstellung, die sich auf nachgestellte *weil*-Sätze bezieht, weist eine soziostilistische Markierung auf. Sie beschränkt sich ebenfalls auf einen jugendlichen, lockeren Gesprächsstil.<sup>82</sup>

Die Gegenwartssprache umfasst eine Vielzahl stilistischer Merkmale, die von verschiedenen Faktoren abhängen, wie zum Beispiel der Zielgruppe, dem Zweck des Textes, dem Medium und dem Kontext. Abkürzungen kommen vor, um Texte zu verkürzen und zu vereinfachen. Daneben wird oft informelle Sprache, insbesondere in der Umgangssprache und in informellen Texten wie Social-Media-Posts und SMS-Nachrichten.<sup>83</sup> Emojis werden oft verwendet, um Emotionen und Gefühle auszudrücken und um Texte zu verkürzen. Ironie und Sarkasmus sind in der Gegenwartssprache weit verbreitet.<sup>84</sup>

Diese Tendenzen zeigen, dass sich die deutsche Sprache immer verändert und an die Bedürfnisse der SprecherInnen angepasst wird. Alles in allem weist die Gegenwartssprache auf ihre wesentlichen Neigungen hin – Differenzierung, Verdeutlichung, Systematisierung, Ökonomie, Abstraktheit, Sprachbewusstheit u.a.<sup>85</sup>

---

<sup>81</sup> BRAUN, Peter. *Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache: Sprachvarietäten*. S. 125.

<sup>82</sup> STICKEL, Gerhard. *Das heutige Deutsch: Tendenzen und Wertungen*. [online] In MORALDO, Sandro M./SOFFRITTI, Marcello (Hg.): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Rom: Carocci. S. 15, Verfügbar unter: [https://ids-pub.bsz.bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel\\_Das\\_heutige\\_Deutsch\\_Tendenzen\\_und\\_Wertungen\\_2004.pdf](https://ids-pub.bsz.bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel_Das_heutige_Deutsch_Tendenzen_und_Wertungen_2004.pdf) (abgerufen am 25. 03. 2023).

<sup>83</sup> LÖFFLER, Heinrich. *Germanistische Soziolinguistik*. S. 97 und 120.

<sup>84</sup> NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. S. 56.

<sup>85</sup> MOSER, Hugo. *Wohin steuert das heutige Deutsch? Triebkräfte im Sprachgeschehen der Gegenwart*. 1967. In BRAUN, Peter (Hg.). *Deutsche Gegenwartssprache. Entwicklungen, Entwürfe, Diskussionen*. 1979. S. 52-63.

## 2.2 Denglisch als ein neues sprachliches Phänomen

Denglisch lässt sich als ein Begriff bezeichnen, der sehr wahrscheinlich von Walter Heuer erfunden wurde und weiter massenhaft bis jetzt verwendet wird. Er beschreibt die Verwendung von englischen Wörtern und Ausdrücken in der deutschen Sprache, insbesondere in Situationen, in denen es auch angemessene deutsche Entsprechungen gibt. Dies wurde zur regen Debatte gestellt – schon in den Neunzigerjahren wurde dieses Wort von Gayle Tufts gebraucht oder in den Rezensionen Werner Lansburghs Roman *Dear Doosie* erwähnt.<sup>86</sup>

Gegen dem vom „Verein Deutsche Sprache“ vertretenen philologischen Purismus wandten sich Sprachwissenschaftler wie Rudolf Hoberg oder Jan Georg Schneider. Im Hinblick auf die zunehmende Globalisierung und Digitalisierung lässt sich die Neigung zur Amerikanisierung als „organische“ Weiterentwicklung der deutschen Sprache betrachten. Sie sollte als „Bereicherung für die deutsche Sprache“ angesehen werden.<sup>87</sup> Als Beispiele sind folgende sprachliche Floskeln und Ausdrücke zu nennen: *Never mind, Hello, Sorry, Wow, ausflippen, canceln, fighten, kidnappen, timen, tunen, upgedatet, switcht* von einem Programm ins andere, um ständig *with it* zu sein.<sup>88</sup>

Insgesamt wird Denglisch kontrovers diskutiert und es gibt sowohl Befürworter als auch Kritiker. Die Verwendung von Denglisch wird oft als Symptom für den Einfluss der englischen Sprache auf die deutsche Sprache und Kultur gesehen. Alle Sprachen werden sich verändern, wozu das Englische heftig beiträgt – „Veränderungen bringen Gewinne und Verluste mit sich“.<sup>89</sup> Die Aufgabe der Sprachgemeinschaften liegt darin, der stärkenden Mehrsprachigkeit Unterstützung zu bieten. Noch bleibt die Frage, ob es bei Jugendlichen wirklich nicht um eine Tendenz handelt, die nach Ansichten der Sprachwissenschaftler scheint, äußerst unpassend und unwillkommen zu sein.

---

<sup>86</sup> HEINE, Matthias. *Seit wann hat "geil" nichts mehr mit Sex zu tun? : 100 deutsche Wörter und ihre erstaunlichen Karrieren* [online], Hoffmann und Campe, 2016, S. 29ff. Verfügbar unter: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=7131838> (abgerufen 01. 04. 2023).

<sup>87</sup> HERMAND, Jost. *Amerikanismen und denglodeutsche Neubildungen. Abschied von der „Muttersprache“?. Von Teutsch zu Denglisch: Stationen deutscher Sprachgeschichte* [online], Böhlau Köln, 2018, S. 208f. Verfügbar unter: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=5613818> (abgerufen am 01. 04. 2023).

<sup>88</sup> Ebd. 202 und 205.

<sup>89</sup> HOBERG, Rudolf. *Englisches im Deutschen: Take it easy, but not too easy!*. [online] In STICKEL, Gerhard (Ed.), *Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz: Aktueller lexikalischer Wandel*. Berlin, Boston: De Gruyter, 2001, S. 301f. <https://doi.org/10.1515/9783110622669-017> (abgerufen am 28. 03. 2023)

## 2.3 Diatopische Varianz

Sprachsoziologie erforscht das Prestige eines Codes und Subcodes unter soziologischem Blickpunkt – d. h. „Soziologie ist das Kerngebiet, Linguistik ihr methodisches Instrumentarium“.<sup>90</sup> Die diatopische Varianz im Wörterbuch weist darauf hin, dass es sich nicht nur um standardsprachliche Varianten handelt.<sup>91</sup> In diesem Zusammenhang wird über die eigenen nationalen Varianten Deutschlands (Teutonismen), Österreichs (Austriazismen) und der Schweiz (Helvetismen/Schweizerismen) gesprochen.<sup>92</sup>

Die Änderungen der regionalen Sprachvarianz in Deutschland kommen nicht in gleicher Weise in Österreich und in der Schweiz vor, in denen die Dialekte scheinen stabiler zu sein. Im Hinblick auf die deutschen Touristen, die nach Österreich reisen, werden auch beispielweise für bestimmte Speisen „aus Deutschland importierte Ausdrücke“ verwendet: *Pfannkuchen* neben *Palatschinke*, *Tomate* neben *Paradeiser* oder *Blumenkohl* neben *Karfiol*.<sup>93</sup> Im Vergleich damit wird die Lage in der deutschsprachigen Schweiz durch eine klar definierte „Diglossie aus mündlichem Dialekt und schriftlicher Hochsprache charakterisiert – d. h. überregional gibt es nur einen schriftlichen Standard, der mit Ausnahme einiger lexikalischer Helvetismen mit der Standardsprache in Deutschland und Österreich übereinstimmt“.<sup>94</sup> In allen deutschsprachigen Regionen wird der Wortschatz sowohl durch neue Wortbildungen als auch Entlehnungen, überwiegend aus dem Englischen erweitert.<sup>95</sup> Zu weiteren Beispielen der Austriazismen gehören Ausdrücke wie *Jänner* („Januar“), *Marille* („Aprikose“) oder *Matura* („Abitur“).<sup>96</sup>

---

<sup>90</sup> DITTMAR, Norbert. *Grundlagen der Soziolinguistik: ein Arbeitsbuch mit Aufgaben*. 1997, S. 21.

<sup>91</sup> SUTTER, Patrizia. *Diatopische Variation im Wörterbuch* [online], 2017, Verfügbar unter: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/reader.action?docID=4810103&ppg=177> (abgerufen am 25. 03 2023).

<sup>92</sup> AMMON, Ulrich. *Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Das Problem der nationalen Varietäten*. Berlin; New York: De Gruyter, 1995, S. 76.

<sup>93</sup> Vgl. STICKEL, Gerhard. *Das heutige Deutsch: Tendenzen und Wertungen*. [online] In MORALDO, Sandro M./SOFFRITTI, Marcello (Hg.): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Rom: Carocci. S. 18. Verfügbar unter: [https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel\\_Das\\_heutige\\_Deutsch\\_Tendenzen\\_und\\_Wertungen\\_2004.pdf](https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel_Das_heutige_Deutsch_Tendenzen_und_Wertungen_2004.pdf) (abgerufen am 05. 04. 2023).

<sup>94</sup> Ebd. und AMMON, Ulrich. *Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Das Problem der nationalen Varietäten*., 1995, S.

<sup>95</sup> STICKEL, Gerhard. *Das heutige Deutsch: Tendenzen und Wertungen*. [online] In MORALDO, Sandro M./SOFFRITTI, Marcello (Hg.): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Rom: Carocci. Ebd. Verfügbar unter: [https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel\\_Das\\_heutige\\_Deutsch\\_Tendenzen\\_und\\_Wertungen\\_2004.pdf](https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel_Das_heutige_Deutsch_Tendenzen_und_Wertungen_2004.pdf) (abgerufen am 05. 04. 2023).

<sup>96</sup> AMMON, Ulrich. *Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Das Problem der nationalen Varietäten*. S.121 und 164.

Die Verwendung von Teutonismen, Austriazismen und Schweizerismen in der Jugendsprache hängt von verschiedenen Faktoren ab, wie dem regionalen Hintergrund der Sprecher und ihrer Sprachkompetenz. Allerdings gibt es einige typische Beispiele, die in der Jugendsprache in den jeweiligen Ländern verwendet werden. Es ist wichtig zu beachten, dass sich die Verwendung von Teutonismen, Austriazismen und Schweizerismen in der Jugendsprache ständig ändert und weiterentwickelt. Neue Wörter und Ausdrücke können schnell aufkommen und sich verbreiten, während andere langsam aus der Verwendung verschwinden können.

### 3 Jugendsprache als eine Sprachvarietät

Mit der Jugendsprache beschäftigte sich eine Reihe von Sprachwissenschaftlern aber erst in den 90er Jahren wurde sie zu einem „neuen, aktuellen Forschungsthema der Soziolinguistik des Deutschen“.<sup>97</sup> Daher dominierten zwei Forschungsansätze – die erste Auffassung richtete sich auf Jugendsprache als eine Varietät (Bausinger 1984, Sornig 1990) aber Schlobinski/Kohl/Ludewigt (1993) behandeln die Jugendsprache anhand der Stilanalyse.<sup>98</sup> Es werden im Zusammenhang damit Begriffe wie „Juventolekt“<sup>99</sup> oder „Gerontolekt“<sup>100</sup> angegeben. Dabei werden „verschiedene inhaltliche Schwerpunktsetzungen in Verbindung mit unterschiedlichen Forschungsrichtungen erkannt“.<sup>101</sup> Dies weist auf große Diversität des Forschungsfeldes hin. Im Folgenden werden einige Stellungnahmen erläutert – es handelt sich um „Jugendsprache als historisches Phänomen“, „Jugendsprache als Entwicklungsphänomen in der Sprachbiographie“, „Jugendsprache als Gruppen-, Medien-, internationales, Sprachkontaktphänomen und als Phänomen des Sprachbewusstseins.“<sup>102</sup>

Die historische Perspektive bestätigt, dass die „deutsche Sprache immer schon von den jüngeren Generationen geprägte Ausdrucksweisen in ihren Wort- und Formenbestand aufgenommen hat.“<sup>103</sup> Einige neuzeitliche Erscheinungen haben so ihre Wurzeln in der Geschichte – z. B. Sprachmischungen (*gassatum gehen* – historische Studentensprache, die Mischung von Latein und Deutsch aufweist) oder Bedeutungswandel (*geil*).<sup>104</sup>

Zu einer anderen wissenschaftlichen Richtung zählt sich die sprachbiographische Perspektive als Teil sozialer Lebensgeschichte, was sowohl mit der Sozialisationsphase der Jugend als auch Bildung sozialer Identität zusammenhängt. Daraus ergibt sich die Verwendung von

---

<sup>97</sup> POLENZ, Peter von. *Nationale Varietäten der deutschen Sprache. International Journal of the Sociology of Language* 83. Berlin/New York: de Gruyter, 1990, S. 23.

<sup>98</sup> Vgl. ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen*. Frankfurt a.M.: Peter Lang, 1998, S. 1.; FELDER, Ekkehard. *Einführung in die Varietätenlinguistik*. [online] Darmstadt: WBG Academic, 2016, S. 118. ProQuest Ebook Central, Verfügbar unter: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=7030084> (abgerufen am 13. 02. 2023).

<sup>99</sup> DITTMAR, Norbert. *Grundlagen der Soziolinguistik: ein Arbeitsbuch mit Aufgaben*. Tübingen: Niemeyer, 1997, S. 229.

<sup>100</sup> LÖFFLER, Heinrich. *Germanistische Soziolinguistik*, Berlin, 2016 S. 119.

<sup>101</sup> Vgl. NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. Tübingen: A. Francke Verlag, S. 65.

<sup>102</sup> Ebd., S. 66f.

<sup>103</sup> Ebd., S. 67.

<sup>104</sup> Ebd.

typologisierenden Bezeichnungen für andere Jugendliche, die weiter im Laufe der Zeit miteinander verglichen werden (z. B. der Übergang „von fett zu fabelhaft“).<sup>105</sup>

Die Jugendsprache wird oft als Gruppensprache untersucht. Es lässt sich über spezifische Sprechstile im Zusammenhang mit der Gruppenkommunikation sprechen. Solche Normen und Wertsetzungen der Gruppe „bilden einen gemeinsamen Bedeutungskontext als Voraussetzung für das Funktionieren einer gruppenspezifischen Verständigungsweise, wie sie in der interaktionistischen Jugendsprachforschung erfasst wird“.<sup>106</sup> Darum ermöglicht die aufgewiesene Vielfalt jugendlicher Sprechweisen, flexibel im unterschiedlichen Kontext zu kommunizieren. Eine dominierende Rolle übernimmt nun die digitale Kommunikation – verschiedene soziale Netzwerke im virtuellen Raum. Dies zeigt sich in den gemeinsamen Interessen – z. B. gemeinsame thematische Einstellung der Subkulturen (wie Hip-Hop-Foren).<sup>107</sup> Als Teil von Jugendkultur dient die Jugendsprache dazu, Gruppenzugehörigkeit zu beweisen. Zudem handelt es sich um die Durcheinandersetzung des Jugendlichen innerhalb der Gruppe, die mithilfe der angemessenen Verwendung der Gruppensprache ermöglicht wird. Dies lässt sich durch originelle Neuschöpfungen darstellen, wobei Kreativität eine bedeutende Rolle spielt und das Ausdrucksinventar erweitert bzw. aktualisiert.<sup>108</sup> In Bezug auf die Pragmatik werden die Sprachstile Jugendlicher so zusammengefasst: sie drücken u.a. „Gruppenolidarität ,jugendliche Identität, eine jugendspezifische Art der kritischen Verarbeitung sozial-kultureller Einflüsse, Emotionalisierung, Profilierungsstreben und pubertäres Prestigegeben“ aus.<sup>109</sup>

Medienkonsum spielt weltweit eine bedeutende Rolle im Jugendsprachegebrauch. In Bezug darauf erweist die Jugendsprache aktive, oft sowohl spielerische als auch kritische Auseinandersetzungen mit den medialen Stereotypen wie Anspielungen und Zitaten beispielsweise aus Songtexten, Kultfilmen, Jugendmagazinen oder Werbe- und Familiensendungen im Fernsehen, die kreativ eingearbeitet werden.<sup>110</sup>

---

<sup>105</sup> Vgl. ebd.

<sup>106</sup> NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. Tübingen: A. Francke Verlag, 2018. S. 68f.

<sup>107</sup> Vgl. ebd., S. 69f.

<sup>108</sup> Vgl. ebd., S. 296f.

<sup>109</sup> REINKE, Marlies. *Jugendsprache*. In HERINGER, HANS-JÜRGEN; SAMSON, GUNHILD; KAUFFMANN, MICHAEL; BADER, WOLFGANG: *Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Berlin: Walter de Gruyter, 2011, S. 297.

<sup>110</sup> Vgl. NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. S. 70 ff.

Die Jugendsprache bezieht sich nicht nur auf die nationale Ebene – sie belegt „ähnliche Strukturmerkmale von Jugendsprachen verschiedener Nationen, darunter: die Bildung von Abkürzungen und neuartigen Zusammensetzungen, Prozesse von Bedeutungsveränderungen sowie Entlehnungen“, sogar der immer stärkende Einfluss des Englischen.<sup>111</sup> Schon oben erwähnte Merkmale wie „bildliche Ausdrucksweisen, witzige Redensarten und Sprachspiele“ machen deutlich, dass es sich um ein „generelles Generationsspezifikum im Sprachgebrauch Jugendlicher handelt“, weil die Jugend aus der ganzen Welt in „vergleichbaren Gegenstandsfeldern (z. B. Musik, Freizeit) differenzierte Wortschatzregister ausgebildet hat.“<sup>112</sup>

Eine neue Perspektive gibt die Tatsache der „Sprachmischungen“ zu, weil es zurzeit viele Jugendliche mit Migrationshintergrund gibt (*hadi tschüss*).<sup>113</sup> Das gemischte Sprechen „wird oft aus einer Außensicht als ‚doppelte Halbsprachigkeit‘ angesehen.“<sup>114</sup> Im Zusammenhang mit Kontakt- und Jugendsprachen wird ein neuer multiethnischer Dialekt des Deutschen, zwar das Kiezdeutsch erwähnt, das „eine Bereicherung des Deutschen darstelle“.<sup>115</sup> Dies fördert die Entstehung von Innovationen, u. a. „Ortsangaben ohne Präpositionen und Artikel, neue Funktionsverbgefüge und Wortstellungsoptionen, *so als* Fokusmarker.“<sup>116</sup> Die Diskussion um Kiezdeutsch bleibt in der Linguistik noch offen.

Nach der Wuppertaler DFG-Studie wird deutlich, dass die befragten Jugendlichen „lockerer“ Sprache als Erwachsene, Ausdrücke aus dem Englischen, provokative Ausdrucksweisen, Abkürzungen und unvollständige Sätze sowie Spiel mit Sprache verwenden.“<sup>117</sup> Dies weist darunter darauf hin, dass Jugendsprache „ein prägnanter Bestandteil ihres Sprachbewusstseins ist“ u. a. erwiesene Typizitätsbeschreibungen und Gebrauchsbegründungen.<sup>118</sup>

Zusammenfassend ist es festzustellen, dass das Untersuchungsspektrum um Phraseologie, zwar Redewendungen und Sprüchen Jugendlicher erweitert wurde. Aus den pragmatischen Aspekten dominieren Begrüßungs- und Anredeformen (*Yo* für Hip-Hop-Szene)<sup>119</sup>,

---

<sup>111</sup> Ebd., S. 73.

<sup>112</sup> Ebd.

<sup>113</sup> Ebd., S. 75.

<sup>114</sup> Ebd.

<sup>115</sup> Vgl. ebd., S. 76.

<sup>116</sup> Ebd.

<sup>117</sup> Ebd., S. 77.

<sup>118</sup> Ebd.

<sup>119</sup> Ebd., S. 106.

Gesprächspartikeln, Interjektionen und Intensivierer oder Stilmerkmale wie Hyperbolik, bildliche Ausdrucksweise und Zitate. Weiter wurden unter textlinguistischer Perspektive medial geprägte schriftliche Äußerungen (Neue Medien, Jugendzeitschriften) analysiert.<sup>120</sup>

### 3.1 Was ist die Jugendsprache?

Der aktuelle Forschungsstand öffnet die Diskussion über „Typizität in der Heterogenität“ der Jugendsprache.<sup>121</sup> Der Begriff „Jugendsprache“ lässt sich nur scheinbar eindeutig definieren. Anhand der Forschungsanalyse wird eine zusammenfassende Definition angeführt: „Jugendsprache wird heute überwiegend, aber durchaus nicht ausschließlich, als ein mündlich konstituiertes, von Jugendlichen in bestimmten Situationen verwendetes Medium der Gruppenkommunikation definiert [...]“.<sup>122</sup> Als ‚Jugendsprache‘ wird „vor allem die von Jugendlichen in der Gleichaltrigengruppe gesprochene Sprache“ betrachtet. Für die Bestimmung des jugendspezifischen Sprachstils sind andere Varietäten von wesentlicher Bedeutung.<sup>123</sup>

Zurzeit wird betont, dass sie nicht kategorisiert werden sollte – es geht um ihre Komplexität und Multidimensionalität.<sup>124</sup> Stark kritisiert wird die Betrachtung der Jugendsprache als ein homogenes Phänomen. Das Gegenstandsfeld wird durch mehrere Erscheinungen erweitert – man spricht sogar über Heterogenität der Jugendsprache.<sup>125</sup> Die Großgruppe der Jugend lässt sich in verschiedenen Untergruppen gliedern – beispielsweise nach ihrer sozialen Zugehörigkeit (Lehrlinge, Studenten...).<sup>126</sup> Ein anderer Ansatz zeigt, dass sich die jugendlichen Gruppen nach persönlichen Präferenzen unterscheiden und sie dann noch einmal nach äußeren bzw. persönlichen Faktoren (u. a. Kleidung, Frisur, Interesse) weiter untergliedert – diese Untergruppen werden *peer groups* genannt (Peergroup bedeutet ‚Gruppe Gleichgestellter‘).<sup>127</sup> Im Hinblick darauf ergibt

---

<sup>120</sup> Vgl., ebd., S. 80f.

<sup>121</sup> Ebd., S. 84.

<sup>122</sup> Ebd., S. 78.

<sup>123</sup> Vgl. REINKE, Marlies. *Jugendsprache*. In HERINGER, HANS-JÜRGEN; SAMSON, GUNHILD; KAUFFMANN, MICHAEL; BADER, WOLFGANG: *Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Berlin: Walter de Gruyter, 2011, S. 296.

<sup>124</sup> Ebd., S. 108.

<sup>125</sup> Ebd., S. 84f.

<sup>126</sup> GÖRKE, Adrian. *Jugendsprachliche Merkmale als Ausdruck Glokaler Jugendsprachlicher Tendenzen* [online] In ZIEGLER, Arne (ed.). *Jugendsprachen/Youth Languages: Aktuelle Perspektiven internationaler Forschung/Current Perspectives of International Research*. Berlin, Boston: De Gruyter, 2018, S. 100. <https://doi.org/10.1515/9783110472226-006> (abgerufen am 12. 06. 2023).

<sup>127</sup> Ebd.; Vgl. MAVELLIA (1991), weiter vertreten bei AUGENSTEIN (1998) und ANDROUTSOPOULOS (1998).

sich ein schon erwähntes heterogenes Bild, das den nicht eingrenzbaren Interessenvielfalt der Jugendlichen entspricht.<sup>128</sup> Beide Ansichten sollten in Kauf genommen werden – es werden jedoch auch homogene Züge der Jugendsprache aufgewiesen, die sich in ihrer heterogenen Struktur verschiedene Sprechstile unterscheiden, die daneben gemeinsame sprachliche Tendenzen zeigen und eine Gesamtjugendsprache charakterisieren. Im Zusammenhang damit wird sogar über die Komplexität dieses Begriffs als Ausdruck der Glokalisierung (*glokal*<sup>129</sup> = ein Neologismus bestehend aus den Begriffen global und lokal) nachgedacht. Diese Bezeichnung wird zur Darstellung gebraucht, dass „ein globales Phänomen lokale Ausprägungen aufweist“.<sup>130</sup>

Forschungsgebiete gehen von den „soziolinguistischen Faktoren wie Alter, Geschlecht, Bildungsgang, regionale Herkunft und Migration auf den Sprachgebrauch Jugendlicher“ aus.<sup>131</sup> Aus diesem Grund konzentriert sich die Jugendsprache auf ihre Verhältnisse zur Standardsprache, zum Sprachwandel oder zur Jugendkultur.<sup>132</sup>

### 3.2 Jugendsprache und Standardsprache

Jugendsprache wird durch theoretische Konzepte in die Varietätenlinguistik verankert. Sie entspricht nicht der traditionellen Dichotomie *Hochsprache* – *Dialekt*, zwischen deren die Umgangssprache als eine Übergangszone genannt wird.<sup>133</sup> Nicht zu vergessen, dass Jugendsprache gegen die Standardsprache begrenzt wird. Jüngere Forschungsansätze sprechen über substandardsprachliches Kontinuum das „graduell zwischen Standardnähe und Dialektnähe unterscheidet und anstelle klarer Sprachkontraste fließende Übergänge annimmt.“<sup>134</sup> Nochmals wird auf die Überschneidungen sogar innerhalb Varietäten verwiesen, was die stärkende Heterogenität aufzeigt.<sup>135</sup> Manche Erscheinungen sind nicht spezifisch für den Sprachgebrauch Jugendlicher und variieren je nach Situation (unter unterschiedlichen Bedingungen), deswegen stimmt der konkrete Sprachgebrauch mit dem strukturalistischen Varietätenmodell nicht

---

<sup>128</sup> Vgl. ebd., S. 101.

<sup>129</sup> Dieser Begriff wurde von dem Soziologen Robert Robertson eingeführt.

<sup>130</sup> Ebd., S. 102.

<sup>131</sup> NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. S. 85.

<sup>132</sup> Ebd., S. 89.

<sup>133</sup> Ebd., S. 100.

<sup>134</sup> Ebd., S. 101.

<sup>135</sup> Ebd., S. 103.

überein.<sup>136</sup> Diese Auffassung wird aus mehreren Gründen in Frage gestellt, deshalb bietet das multidimensionale Model, zwar multidimensionaler Varietätenraum, eine angemessenere Erklärung.<sup>137</sup> Dieser Varietätenraum existiert unterhalb der Standardsprache und wird durch mehrere Aspekte beeinflusst – einige der deutlichsten Variationsdimensionen sind beispielsweise Geschlechterdifferenzierung, Bildungsgänge, kulturelle Zugehörigkeit, Mediennutzung und Migration.<sup>138</sup> In diesem Abschnitt wurde die sprachsystembezogene Sicht vorgestellt, im Folgenden wird die Perspektive zu einer sprecherbezogenen soziologischen Sicht gewechselt.

Soziolinguistische Stile weisen „als Ausdrucksformen sprachlichen wie nichtsprachlichen Handelns überdies auch paralinguistische und nonverbale Merkmale auf.“<sup>139</sup> Die Sprachstile Jugendlicher nehmen „besondere Funktion sozialer Distinktion ein, d. h. der Abgrenzung gegenüber der Außenwelt Erwachsener und der Identifikation in den Innenräumen jugendlicher Lebenswelten.“<sup>140</sup> Zu den stilistischen Kennzeichen zählen „Bricolage“ (näher erklärt in Kap. Jugendsprache und deutsche Gegenwartssprache) oder Anspielungen auf gemeinsame kulturelle Ressourcen (darunter mit einer bestimmten Erlebnisqualität verbundene Interjektionen), die auf Peer-groups (wie Schülergruppen) und Intragruppen-Kommunikation hinweisen.<sup>141</sup> Innersprachliche Variation wie Code-Shiftings werden später belegt. Abschließend wird gezeigt, dass sowohl Pluralität und Multiperspektivität als auch Einzelbiographie zur Konstruktion der Gruppenidentität beitragen.<sup>142</sup> Die Neologismen wie „Geronolekt“ und „Juventolekt“ wurden als Beispiel der Homogenität angeführt. Die Jugendsprachen sind und waren zur jeder Zeit „eine Quelle von Sprachwandel und Innovation“.<sup>143</sup> Dies nimmt auf beide schon erwähnte Ansätze (Varietät vs. Stil) Rücksicht.<sup>144</sup> Im Hinblick auf das Verhältnis von Jugendsprache und Standardsprache lassen sich Veränderungsprozesse charakterisieren. Als Beispiel der Bedeutungsveränderung (sowie -erweiterung, -verbesserung) werden *Tussi* (als Kurzform aus *Thusnelda*) oder *Proll* (als Kurzform von *Prolet* und *Proletarier*). Bei der *Destandardisierung*

---

<sup>136</sup> Ebd., S. 102f.

<sup>137</sup> Ebd., S. 103.

<sup>138</sup> Ebd., S. 103ff.

<sup>139</sup> Ebd., S. 105.

<sup>140</sup> Ebd.

<sup>141</sup> Ebd., S. 106.

<sup>142</sup> Ebd., S. 108.

<sup>143</sup> Ebd., S. 110.

<sup>144</sup> FELDER, Ekkehard. *Einführung in die Varietätenlinguistik*. [online] 2016, S. 118. ProQuest Ebook Central, Verfügbar unter: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=7030084> (abgerufen am 28. 07. 2022).

handelt es sich um eine Beschränkung im Bereich der Phraseologie, wobei „der Witz gerade auf der kreativen Abwandlung der ursprünglichen Form beruht.“<sup>145</sup>

z. B. Veni, vidi, pipi

to be or Nato be<sup>146</sup>

Dies gilt als Prozess der Stilbildung. Im Vergleich damit stellt die *Restandardisierung* ein Prozess der Stilverbreitung, wobei jugendsprachliche „Ausdrücke von anderen Sprechergruppen gebraucht werden, allgemeine Verbreitung finden und in die Wörterbücher der deutschen Standardsprache aufgenommen werden“.<sup>147</sup> Beispielsweise sind Ausdrücke wie *ätzend, cool, geil, abfahren, Macker, Prolo, Torte* zu erwähnen.<sup>148</sup>

### 3.3 Jugendsprache und deutsche Gegenwartssprache

Im Zusammenhang mit der wachsenden Vielfalt sprachkultureller Äußerungsformen Jugendlicher wird betont, dass sich die gesellschaftliche Differenzierung unmittelbar in unterschiedlichen Szenen, Milieus und Subkulturen zeigt.<sup>149</sup>

Folgende Merkmale charakterisieren deutsche Jugendsprache: Globalisierung, Fachvokabular (in Bereichen wie Mode, Medien und Musik), zunehmende gruppeninterne Kommunikation. Man spricht sogar über die „Freizeitkulturen“, die sich sowohl Erlebnis als auch Genuss gönnen, was „zunehmend einen Effekt subjektiver Selbstzurechnung darstellt“.<sup>150</sup> Dazu zählen sich Begriffe wie *sprayen, writen; jammen, stage diving; Hi, Party-People* oder *hoody*.<sup>151</sup> Für die Stildimension Jugendlicher ist Expressivität, Direktheit und Unernst typisch. Die Einwirkung der neuen Medien trägt dazu bei, dass die Grenzen von Mündlichkeit und Schriftlichkeit aufgehoben werden.<sup>152</sup> Die Korpusanalysen, die die Wuppertaler Studie bearbeitet (siehe oben), beziehen sich auf ausgewählte Stillmittel wie Anglizismen, Sprachspiele und

---

<sup>145</sup> NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. 2018, S. 113.

<sup>146</sup> Ebd.

<sup>147</sup> Ebd., S.114.

<sup>148</sup> Ebd., S. 115.

<sup>149</sup> Ebd., S. 174.

<sup>150</sup> Ebd., S. 174ff.

<sup>151</sup> Ebd., S. 175.

<sup>152</sup> Ebd., S. 175f.mari

Bricolagen und auf konversationelle Muster wie Frotzeln und Lästern.<sup>153</sup> Die konkreten Beispiele machen deutlich, dass sie von Jugendlichen „kontextadäquat und grammatikalisch korrekt nach den deutschen Wortbildungsregeln“ verwendet wurden – z. B. *der brennt bis zum siedepunkt*; *highlight*, *outdoor-freak*, *shoppen*.

„ich mag eigentlich die natur sehr gerne ich bin so\_n **outdoor-freak** so\_n bisschen“ (Gymnasiast, 11. Klasse, Freiburg)<sup>154</sup>

Einige Beispiele (wie *outdoor-freak*, *chillen*, *shoppen*) sind kontextabhängig und haben keine adäquate deutsche Entsprechung, weil sie eigentlich eine bildhafte Bedeutung tragen –, ein ‚outdoor-freak‘ ist kein ‚Freiluftfanatiker‘, ‚chillen‘ entspricht nicht ‚entspannen‘, ‚shoppen‘ bedeutet nicht ‚einkaufen‘.<sup>155</sup> In einer Folgestudie von Neuland/Schubert/Steffin (2007) wurde Gebrauch von Entlehnungen aus Schulfremdsprachen (Englisch, Französisch) und aus Migrantensprachen (Türkisch, Russisch, Polnisch) bei Schülern mit Deutsch als Muttersprache und DaZ überprüft. Dabei wurde aufgewiesen, dass die Jugendlichen jeden Tag in Kontakt mit Mehrsprachigkeit kommen. Aus diesem Zusammenhang ergibt sich die bewusste Nutzung des Bedeutungspotenzials jugendsprachlicher Internationalismen.<sup>156</sup> Die untersuchten Bricolagen, zwar Sprachspielereien, stammen von Film und Fernsehen (z. B. „Lollo Ferrari“) und werden von Jungen bevorzugt. Weitere Erscheinungen (Frotzel- und Lästermuster) bestätigen ihre status- und gruppenidentitätsregulierende Rolle. Es handelt sich um eine kleine kommunikative Gattung, die durch Doppelstruktur charakterisiert wird – zwar von verbaler Provokation und Spielmodalität. Dazu gehört auch „Dissen“ („dissen“ als Verb bedeutet „jemanden verachten/ respektlos behandeln“)<sup>157</sup>, das sich durch distinktive Merkmale davon unterscheidet. Diese Muster fördern die Selbstpräsentation nach außen. Beim Lästern muss das Referenzobjekt nicht anwesend sein im Gegensatz zu Frotzeln und Dissen.<sup>158</sup> Aus allen erwähnten Beispielen wird deutlich, dass „jugendspezifische Besonderheiten sich im Bereich von Lexikon, Semantik, Phraseologie, Stilistik und Pragmatik“ beweisen.<sup>159</sup> Zusammenfassend lässt sich bestimmen, dass Jugendliche im Alter

---

<sup>153</sup> Vgl. ebd., S. 181.

<sup>154</sup> Ebd.

<sup>155</sup> Ebd., S. 182.

<sup>156</sup> Vgl. ebd.

<sup>157</sup> DUDEN | Wie schreibt man „dissen“? | Rechtschreibung. *Duden | Sprache sagt alles*. [online]. Copyright © Cornelsen Verlag GmbH, 2023 (abgerufen am 28. 07. 2022). Verfügbar unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/dissen>.

<sup>158</sup> NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. 2018, S.183f.

<sup>159</sup> Ebd., S. 185.

von 15 bis 17 Jahren die meisten jugendtypischen Auffälligkeiten aufweisen und dass Mädchen zur Sprachsensibilität tendieren. Im Vergleich damit verwenden die Jungen eher pejorative Ausdrücke (*Spastis; du Wichser*), dies steht mit dem Gebrauch von kindersprachlichen Alliterationen und Onomatopoetika (*patschi putschi patsch; pa-ra-papapa*) im Kontrast.<sup>160</sup>

Jetzt wird endlich die Frage nach der Typizität in der Heterogenität gegenwärtiger Jugendsprache beantwortet. Man kann über innere und äußere Mehrsprachigkeit sprechen. Generell gilt, dass die Jugendsprache von Stilunterschieden nivelliert wird und zu informellen Stilen stärkere Tendenz hat. Dies bezieht sich auf Code-Shifting.<sup>161</sup> Schon erwiesene Bricolagen sind Prozesse einer Stillbasterei, die von Clarke und Lévi Strauss Konzept der „bricolage“ stammen.<sup>162</sup> Dabei geht es darum, dass signifikante Elemente verschiedener kultureller Bereiche (z. B. Werbung, Fernsehen, Öffentlichkeit) ausgewählt werden und in einen neuen Kontext transformiert und zu einem subkulturtypischen Stilmuster zusammengefügt werden (*Puzzle-Spaß* = mit der expliziten sexuellen Konnotation).<sup>163</sup> Zitationen lassen sich als spielerisch-ironische Abwandlung charakterisieren (z. B. „der aussieht wie James Bond“).<sup>164</sup> Beim Code-Switching verläuft ein Varietätenwechsel, was im Sprachgebrauch von Medien (z. B. Schreiben im Chat – Freizeitstil) widerspiegelt. Dabei mischen sich Aspekte der medienbedingten Variation, wie die expressive Verwendung typographischer Ausdrucksformen (Emoticons, Versalien, graphostilistische Mittel, phonetische Schreibweise, typische Abkürzungen) mit allgemeinen Kennzeichen des mündlichen Sprachgebrauchs Jugendlicher, wie Interjektionen, Intensivierungen, Vulgarismen, Phraseologismen, Apokopen und Synkopen.<sup>165</sup> Dies zeigt die Prinzipien der konzeptionellen Mündlichkeit. Ähnlich sieht auch die Onlinekommunikation in sozialen Netzwerken wie Instagram, Facebook, Whatsapp, Twitter oder TikTok aus.

Dabei treten vorwiegend Entlehnungen, sowie Anglizismen auf.<sup>166</sup> Man kann sogar über das Phänomen Denglisch sprechen. Es gibt zahlreiche Ausdrücke, die einen englischsprachigen Einfluss haben. Dies kann man an Beispielen wie „Swaggernaut“ (‚sehr coole Person‘), „fly sein“ (‚cool sein, abgehen‘), „napflixen“ (‚schlafen und daneben Netflix einschalten‘), „hustlen“ (‚sich

---

<sup>160</sup> Ebd., S. 185ff.

<sup>161</sup> Ebd., S. 192ff.

<sup>162</sup> Ebd., S.192.

<sup>163</sup> Ebd., S. 106, 192.

<sup>164</sup> Ebd., S. 192f.

<sup>165</sup> Ebd., S.195ff.

<sup>166</sup> Ebd., S. 199.

ins Zeug legen, hetzen‘) oder „squad“ (,Clique‘) sehen.<sup>167</sup> Dies trägt wesentlich zur äußeren Mehrsprachigkeit bei. Man kann ebenfalls über Migrantensprache sprechen. Solche Jugendlichen mit Migrantenhintergrund wechseln die Mutter- und zweite Sprache miteinander, deshalb kann Code-Switching situativ erfolgen und an Kommunikationssituationen gebunden sein.<sup>168</sup>

Es lassen sich zwei Sichtweisen auf die sprachlichen Merkmale beobachten – die der Jugendlichen<sup>169</sup> und die der Fachliteratur (wie Henne oder Zimmermann). Diese Arbeit widmet sich eher den Übereinstimmungen dazwischen. Die Analysen der Forschung weisen u. a. Intensiver, Partikel, Wortneubildungen, Kürzungen, Entlehnungen auf.<sup>170</sup>

Die Jugendsprache löst nicht nur eine Diskussion auf. Im Laufe der Jahre erscheinen viele neue Modelle oder Perspektiven, die die ziemlich neue Jugendsprachforschung bereichern. Die Meinungen sind noch nicht einig, ob es sich eher um eine Varietät oder um einen Stil handelt. Die traditionelle Gliederung zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit lockert sich so, dass die konzeptionelle Mündlichkeit dominiert. Soziologische Merkmale können nicht vergessen werden – Alter, Geschlecht und sozialer Hintergrund gehören zum notwendigen Bestandteil der Jugendsprachforschung. Die Jugendsprache verzeichnet eine Reihe von unterschiedlichen Merkmalen, die sie von der Standardsprache unterscheiden. Das immer steigende Phänomen Denglisch wird durch die Jugend so stark repräsentiert. Dabei spricht man über äußere Mehrsprachigkeit, die sich nicht nur auf das Englische beschränkt. Die Jugendsprache belegt die Prozesse der Nivellierung – u. a. Artikellosigkeit, Abweichungen von Verbkonjugation, sogar Variation in Deklination.

### **3.4 Sprachliche und außersprachliche Besonderheiten**

Auf der morphologischen Ebene zeigt sich die extreme Sprechsprachlichkeit so, dass Flexionsendungen und grammatische Wörter (Pronomen u.a.) vernachlässigt werden – was sich

---

<sup>167</sup> Allesprachen | Jugendsprache 2022: Definition und Wörterbuch: Allesprachen. [online] Verfügbar unter <https://www.allesprachen.at/blog/jugendsprache> (abgerufen am 01. 08. 2022).

<sup>168</sup> NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. 2018, S. 203.

<sup>169</sup> Vgl. NEULAND (2018).

<sup>170</sup> GÖRKE, Adrian. *Jugendsprachliche Merkmale als Ausdruck Glokaler Jugendsprachlicher Tendenzen* [online] In ZIEGLER, Arne (ed.). *Jugendsprachen/Youth Languages: Aktuelle Perspektiven internationaler Forschung/Current Perspectives of International Research*. Berlin, Boston: De Gruyter, 2018, S. 104. <https://doi.org/10.1515/9783110472226-006> (abgerufen am 12. 06. 2023).

durch Lautschwächungen, Kürzungen und Verschmelzungen ausdrückt. Der jugendspezifische Wortschatz wird stets durch Neologismen erweitert, bei denen sich charakteristische Besonderheiten wie Metaphorik, Expressivität und Emotionalität erkennen lassen. Zudem gibt es auch Begriffe, die sogar zu den verbreitetsten Kernwörtern der Jugendsprache (z.B. *cool*, *ätzend*) gehören. Darüber hinaus werden englische Lexeme in das deutsche Flexionssystem (*ein cooler Typ*) eingegliedert und teilweise werden Verben mit deutschem Infinitivsuffix (*powern*) ergänzt. Im Sprachgebrauch Jugendlicher treten Neubildungen als Ausdrucksverkürzungen (Kurzwörter, Initialwörter) und -erweiterungen (Komposition, Präfigierung, Suffigierung) auf. Der Derivationsbereich findet im Gebrauch von Affixen (*Hirni*, *ablachen*) und Affixoiden Verbreitung. Die Affixoide wie *super-* drücken am besten die Bedeutungsintensivierung aus, deshalb zählen sie sich zu den produktivsten hyperbolisierenden Sprachmitteln. Bezüglich der Bedeutung lassen sich nicht immer alle Zusammenhänge zwischen den Benennungen klarstellen – ins Spiel kommt die gezielte Mehrdeutigkeit, die sehr stark dazu beiträgt, dass beispielsweise die Erwachsenen die Aussagen der Jugendlichen ohne Kontext nicht verstehen.<sup>171</sup>

Die Phraseologismen lassen sich durch Mehrgliedrigkeit, Kohäsion und Figuriertheit charakterisieren. Die potenzielle Metaphorik von Lexemen wird von den Jugendlichen zu Nutze gemacht, damit idiomatische Ausdrücke neu gebildet oder remotiviert werden können, beispielsweise *Der Student geht solange zur Mensa, bis er bricht* (statt *Der Krug geht solange zum Brunnen, bis er bricht*).<sup>172</sup> Im weitesten Sinne betrifft das auch Grüße (*Hi*, *Ciao*, *Bye*), die auch in regionalen oder fremdsprachlichen Sonderformen vorkommen.

Die syntaktischen Besonderheiten weisen viele Gemeinsamkeiten mit der Gegenwartssprache auf wie Anakoluthen, Ellipsen, Parenthese, Ausklammerung, Tendenz zu Parataxe und asyndetische Satzanschlüssen. Alle erwähnten Tendenzen tragen zum spezifischen Jugendton wesentlich bei. Darüber hinaus werden nicht nur kreative Variationen standardsprachlicher Formen und Ausdrücke, sondern auch stereotype Floskeln gebraucht.<sup>173</sup>

---

<sup>171</sup> REINKE, Marlies. *Jugendsprache*. In HERINGER, HANS-JÜRGEN; SAMSON, GUNHILD; KAUFFMANN, MICHAEL; BADER, WOLFGANG: *Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Berlin: Walter de Gruyter, 2011, S. 298.

<sup>172</sup> Vgl. ebd., S. 298f.

<sup>173</sup> Vgl. ebd.

Obwohl sich die Wörter ständig ändern, bleiben ihre Stellung im Satz, die Umstände ihres Gebrauchs und die Verfahren ihrer Entstehung gleich.<sup>174</sup> Damit wird betont, dass einige Ausdrücke/Sprachmittel nicht nur von Jugendlichen, sondern auch von den Erwachsenen gebraucht werden. Die Jugendsprache unterscheidet sich davon in ihrer Fähigkeit neue Wörter und Wendungen zu kreieren. Jeder Jugendgruppe steht ein eigenes Ausdrucksrepertoire zur Verfügung, je nach ihren Hobbys und Interessen. Die Sprachmittel der Bewertung und Verstärkung können in unterschiedlicher Weise entstehen – dazu zählen sich Metaphern (*riesig, kolossal, kosmisch, astrein* u. a.), Bedeutungserweiterungen (*genial*) wie Konversion (*klasse, scheisse, panne, kult*).<sup>175</sup>

Außerdem erläutert Androutsopoulos, dass es „darauf kommt, wie die Anglizismen benutzt werden“. Man kann mit ihnen auch spielerisch umgehen.<sup>176</sup> Schon die Jugendlichen betrachten den Gebrauch von Anglizismen als gewöhnlich, weil sie einfach ein Teil ihrer Umgangssprache sind und damit ihre Hobbys bezeichnen. Dies hat zur Folge, dass es von der gegebenen Sprechweise abhängt, wie die Anglizismen von den Empfängern empfunden werden.<sup>177</sup>

Der Sprachgebrauch in Jugendmedien lässt sich anhand einigen Attributen festlegen – dies betrifft u. a. konzeptionelle Mündlichkeit, gruppensprachliche Elemente, fremdsprachliche Mittel. Die konzeptionelle Mündlichkeit orientiert sich an die Beziehung der Nähe.<sup>178</sup> Damit hängen die pragmatischen Änderungen des Gegenwartsdeutsch zusammen, die sich sogar auf die Gebrauchsbedingungen für die Anredepronomen *du* und *Sie* beziehen. Die Distanzform *Sie* war in den 60er Jahren als die übliche reziproke Anredeform unter bürgerlichen Erwachsenen außerhalb von Familie und Freundeskreis in Gebrauch. Die Gebrauchsregeln für *du* und *Sie* stabilisierten sich noch nicht, infolgedessen scheinen die Verhältnisse uneinheitlich zu sein. Darüber hinaus kann gesagt werden, dass für „Begegnungen jüngerer Menschen bis etwa zum Alter von 28 generell

---

<sup>174</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Wie sagt man sehr gut in der Jugendsprache?* [online] Unveröffentlichtes Manuskript für *Tip – Theorie, Information, Praxis*, 1998, S. 5f. Verfügbar unter: <https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2010/01/wie-sagt-man-sehr-gut-in-der-jugendsprache.pdf> (abgerufen am 25. 04. 2023).

<sup>175</sup> Ebd., S. 5.

<sup>176</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Jugendliche und Anglizismen* [online] In *Text für TIP – Landeskunde Spezial*, 2003, S. 1f. Verfügbar unter: [https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2010/01/jugendliche-und-anglizismen\\_2003.pdf](https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2010/01/jugendliche-und-anglizismen_2003.pdf) (abgerufen am 25. 04. 2023).

<sup>177</sup> Vgl. ebd., S. 3.

<sup>178</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Jugendmedien sprachwissenschaftlich betrachtet*. [online] merz (medien + erziehung), Nr. 4/2000, S. 5. Verfügbar unter: <https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2009/12/jugendmedien-sprachwissenschaftlich-betrachtet.pdf> (abgerufen am 25. 04. 2023).

reziprokes *du* gilt“.<sup>179</sup> Die Gruppenzugehörigkeit der Kommunikationspartner in einer bestimmten jugendkulturellen Szene spiegelt sich nicht nur in Verwendung von Mitteln der Bewertung und Verstärkung, Wortschatzvarianten, sozialen Kategorisierungen, Grußformeln und Anreden, sondern auch vom Auftreten des charakteristischen direkten Ton, der von der Außenperspektive als unhöflich/frech angesehen wird. Damit beschäftigte sich schon lange sowohl die Sprach- als auch Kulturgeschichte. Die zugeschriebene Unhöflichkeit der Jugend wird als Zeichen eines Sprach- und Sittenverfalls angesehen.<sup>180</sup> Als unhöflich werden die Jugendlichen aus der Außenperspektive Erwachsener bezeichnet.<sup>181</sup>

Im Zusammenhang mit der Jugendsprache spricht man von Bedeutungsverschiebungen – Vorkommen unbekannter Wortbestandteile (*Tabletten-Freak*), von Bedeutungsabweichungen bekannter Wörter (*geschafft* = müde, erschöpft sein), Bedeutungserweiterungen (*geil* – salopp: ‚in begeisternder Weise schön, gut; großartig, toll‘)<sup>182</sup> und Bildung neuer Wörter (*Fuzzi*).<sup>183</sup> Immerhin geht es dabei um Wortspielerein und Anwendung neuerer Wortbildungsmuster. Es wird darauf hingewiesen, dass einige Ausdrücke gar nicht auf Jugend beschränkt sind – dies betrifft beispielsweise die Bezeichnungen für die Freundin (*Frau* und *Weib*, *Puppe* und *Alte*) oder den Freund (*Kumpel* und *Typ*, *Boy* und *Scheich*). Auch Begrüßungsformeln wie *Hallo*, *Hey*, *Tachen* und *Na* können sich über ihre Verbreitung freuen.<sup>184</sup>

Unter dem Einfluss neuer technischer Medien verändern sich sprach- und kommunikationstheoretischer Zentralbegriffe. Gemeinsprachliche Ausdrücke, die „eine computertechnische Bedeutung“ bekommen haben (*Programm*, *speichern*), werden wieder in einen anderen Kontext

---

<sup>179</sup> STICKEL, Gerhard. *Das heutige Deutsch: Tendenzen und Wertungen*. [online] In: MORALDO, Sandro M./SOFFRITTI, Marcello (Hg.): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Rom: Carocci. 2004, S. 20f. Verfügbar unter: [https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel\\_Das\\_heutige\\_Deutsch\\_Tendenzen\\_und\\_Wertungen\\_2004.pdf](https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel_Das_heutige_Deutsch_Tendenzen_und_Wertungen_2004.pdf) (abgerufen am 25. 04. 2023).

<sup>180</sup> NEULAND, Eva. *Sie Lümmel, Sie! Kleine Typologie sozialer Kategorisierungen frecher Jugendlicher*. [online] In: Gautier L., Modicom P., Vinckel-Roisin H. (Hg.). *Diskursive Verfestigungen: Schnittstellen zwischen Morphosyntax, Phraseologie und Pragmatik im Deutschen und im Sprachvergleich*. Berlin, Boston: De Gruyter; 2018. S. 313. <https://doi.org/10.1515/9783110585292-020> (abgerufen am 25. 04. 2023).

<sup>181</sup> Ebd., S. 328 (abgerufen am 27. 04. 2023).

<sup>182</sup> DUDEN | Wie schreibt man „geil“? | Rechtschreibung. *Duden | Sprache sagt alles*. [online]. Copyright © Cornelsen Verlag GmbH, 2023 (abgerufen am 30.04.2023). Verfügbar unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/geil>.

<sup>183</sup> GLÜCK, Helmut und Wolfgang Werner SAUER. *Gegenwartsdeutsch*. S. 106f.

<sup>184</sup> Ebd., S. 112.

versetzt. Die Rede ist ebenfalls von „Anthropologisierung des Computers“ (*er will nicht*) in informeller Redeweise.<sup>185</sup>

Die neuen Medien sind untrennbaren Bestandteil der jugendsprachlichen Kommunikation und daher werden auch zu einem Generationenmerkmal.<sup>186</sup> Neue Medien und das Internet gehören ohne Zweifel zum Alltag der Jugendlichen.<sup>187</sup> Anhand der durchgeführten Analyse (Einzelfallstudie) von Anna Vasiljević lassen sich mehrere jugendsprachliche Phänomene, und zwar im Bereich Lexik und Morphosyntax, beobachten – Anglizismen, Schimpfwörter, Emoticons, Abkürzungen, Vorkommen von Partikeln u.a.<sup>188</sup> Auch die Tatsache, dass sich der jugendsprachliche Sonderwortschatz ständig ändert, stimmt mit der in Theorie verankerten Forschung (siehe Unterkapitel 3. 3.) überein.<sup>189</sup> Sowohl jede Generation als auch Zeit haben ihre spezifischen Jugendwörter. Dies unterstützt auch die jährliche Wahl des Jugendwortes von Langenscheidt. Das Jugendwort des Jahres 2018 war *Ehrenmann/Ehrenfrau*, d. h. ‚jemand, der etwas Besonderes für dich tut‘.<sup>190</sup> Der Tabelle gemäß werden die jugendsprachlichen Tendenzen im Laufe der Zeit veranschaulicht.<sup>191</sup>

Jahr	Wort	Bedeutung	Jahr	Wort	Bedeutung
2022	<i>smash</i>	‚etwas mit jemanden anfangen‘	2014	<i>Läuft bei dir</i>	‚Gut gemacht! Du hast es drauf! Cool!‘
2021	<i>cringe</i>	‚peinlich, zum Fremdschämen‘	2013	<i>Babo</i>	‚Boss, Chef:in‘
2020	<i>lost</i>	‚ahnungslos, verwirrt‘	2012	<i>YOLO</i>	‚You only live once‘
2019	--		2011	<i>Swag</i>	‚Coolheit, Lässigkeit‘

<sup>185</sup> Vgl. KALLMEYER, Werner. *Sprache und Neue Medien* [online]. Berlin, Boston: De Gruyter, 2000, S.294ff. <https://doi.org/10.1515/9783110622652> (abgerufen am 09. 06. 2023).

<sup>186</sup> Vgl. ebd.

<sup>187</sup> CHUN, Markus. *Jugendsprache in den Medien*. Duisburg-Essen: 2007, S. 81.

<sup>188</sup> VASILJEVIĆ, Anja. *Jugendsprache und Facebook. /Youth Language and Facebook*. S. 329–332.[online] In SPIEGEL, Carmen, GYSIN, Daniel (eds.). *Jugendsprache in Schule, Medien und Alltag*, Berlin: Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften, 2016. doi: 10.3726/978-3-653-04950-3 (abgerufen am 07. 06. 2023).

<sup>189</sup> Ebd., S. 330.

<sup>190</sup> ARNU, Titus und ZIPS, Martin. *Wie redest du, Alter? Süddeutsche Zeitung* 2018. [online] Verfügbar unter: <https://www.sueddeutsche.de/leben/jugendsprache-wie-redest-du-alter-1.4214188> (abgerufen am 11. 06. 2023).

<sup>191</sup> *Wähle das Jugendwort des Jahres 2023!*. Verfügbar unter: [www.langenscheidt.com/jugendwort-des-jahres](http://www.langenscheidt.com/jugendwort-des-jahres) (abgerufen am 11. 06. 2023).

2018	<i>Ehrenmann/Ehrenfrau</i>	‚guter Mensch‘	2010	<i>Niveaulimbo</i>	‚sinnlose Gespräche, bei denen das Niveau stetig sinkt‘
2017	<i>I bims</i>	‚Ich bin’s‘	2009	<i>hartzen</i>	‚(sinnlos) herumhängen‘
2016	<i>fly sein</i>	‚besonders abgehen‘	2008	<i>Gammelfleischparty</i>	‚Ü“-30-Party‘
2015	<i>Smombie</i>	Zusammensetzung aus Smartphone und Zombie: ‚Personen, die beim Gehen immer aufs Handy schauen und dadurch nichts mehr mitbekommen‘			

Übersicht: Jugendwort des Jahres (2008 – 2022)

#### 4 Massenmedien

Der Begriff *Medien* lässt sich auf unterschiedlichen Ebenen definieren. Meist steht diese Bezeichnung als Kurzwort für *Massenmedien*. Außerdem gibt es mehrere Klassifizierungen, die zuletzt um ein Quartärmedium erweitert werden. Es handelt sich um vier Medien-Gruppen:<sup>192</sup>

- (I.) die Primärmedien resp. die Menschmedien (z. B. Erzähler, das Theater)
- (II.) die Sekundärmedien resp. Schreib- und Druckmedien (z. B. Zeitung, Zeitschrift, Brief, Flugblatt, Buch)
- (III.) die Tertiärmedien resp. elektronischen Medien (z. B. Radio, Foto, Film, Handy)
- (IV.) die Quartärmedien oder digitale Medien (z. B. Computer, E-Mail, Chat, Webseiten).

In dieser Auffassung werden die neuen Medien als digitale Medien bezeichnet.<sup>193</sup> Ebenso gilt, dass die Überschneidungsfläche zwischen elektronischen (III.) und digitalen Medien (IV.) erheblich ist. Die Digitaltechnik wird immer noch auf Elektronik aufgebaut. Grundsätzlich ist festzustellen, dass die medienvermittelte Kommunikation der Überwindung räumlicher und auch zeitlicher Distanz Nutzen einbringt.<sup>194</sup>

<sup>192</sup> Vgl. DÜRSCHIED, Christa, Franc WAGNER und Sarah BROMMER. *Wie Jugendliche Schreiben: Schreibkompetenz und neue Medien* [online]. Berlin: De Gruyter, 2010, S. 27ff. Verfügbar unter: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.shib&db=e000xww&AN=348006&lang=cs&site=ehost-live&scope=site> (abgerufen am 13. 06. 2023).

<sup>193</sup> FAULSTICH, Werner. *Einführung in die Medienwissenschaft: Probleme, Methoden, Domänen*. Lindenberg: Fink, 2002, S. 25.

<sup>194</sup> Vgl. DÜRSCHIED, Christa, Franc WAGNER und Sarah BROMMER. *Wie Jugendliche Schreiben: Schreibkompetenz und neue Medien*. Berlin: De Gruyter, 2010, S. 29 und 33. Verfügbar unter: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.shib&db=e000xww&AN=348006&lang=cs&site=ehost-live&scope=site> (abgerufen am 13. 06. 2023).

Die Massenkommunikation wird durch mehrere Definitionen geprägt, ihre Merkmale lassen sich folgend zusammenfassen: kurzfristiger Verbrauch von Inhalten im überwiegenden Maße, Verknüpfung sowohl mit Technologien als auch Techniken (Medien), Vielzahl von Menschen (in einseitiger und indirekter Weise) zuletzt auch bestimmte Periodizität oder Kontinuität.<sup>195</sup> In dieser Hinsicht ist die Rede vom sogenannten „dispersen Publikum“ – d. h. eine Vielzahl von Menschen, die für den Kommunikator anonym sind. Es handelt sich um einen deutlicheren Begriff als die „Masse“.<sup>196</sup>

Im Zusammenhang mit der Jugend wird in der Jugendsoziologie die Bezeichnung „Multimedia-Generation“ gebraucht.<sup>197</sup> Damit rechnen die Jugendzeitschriften, deshalb lässt sich ihr Aufbau mithilfe der Intertextualität charakterisieren (Hinweise auf Soziale Netzwerke usw.).

#### **4.1 Mündlichkeit vs. Schriftlichkeit**

Es wird immer häufiger in verschiedenen Bereichen der Linguistik dem Verhältnis von Mündlichkeit und Schriftlichkeit gewidmet. Dabei wird zwischen Medialität (Realisierung – gesprochen/ geschrieben) und Konzeption unterschieden. Unter Konzeption lassen sich einige soziologische, stilistische und psycholinguistische Variablen zusammenfassen – wie die Dichotomie formell/ informell (Kontext und Stil), standardsprachlich / umgangssprachlich (areale Differenzierung) und zuletzt spontan/ vorbereitet (Sprachproduktion). Im massenmedialen Kontext können auch andere Kombinationen vorkommen, denen diese zwei Polen gar nicht ausreichen.<sup>198</sup>

---

<sup>195</sup> BURGER, Harald, LUGINBÜHL, Martin. *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien* [online]. 2014, S. 1. doi:10.1515/9783110285925 (abgerufen am 07. 06. 2023).

<sup>196</sup> Ebd., S. 8.

<sup>197</sup> Diese Bezeichnung wird darin verwendet – CHUN, Markus. *Jugendsprache in den Medien*, 2007, S. 81.; VASILJEVIĆ, Anja. *Jugendsprache und Facebook. /Youth Language and Facebook*. S. 327–335.[online] In SPIEGEL, Carmen, GYSIN, Daniel (ed.). *Jugendsprache in Schule, Medien und Alltag*, Berlin: Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften, 2016. doi: 10.3726/978-3-653-04950-3 (abgerufen am 07. 06. 2023).

<sup>198</sup> BURGER, Harald, LUGINBÜHL, Martin. *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. [online] 2014, S. 173f. doi:10.1515/9783110285925 (abgerufen am 07. 06. 2023).

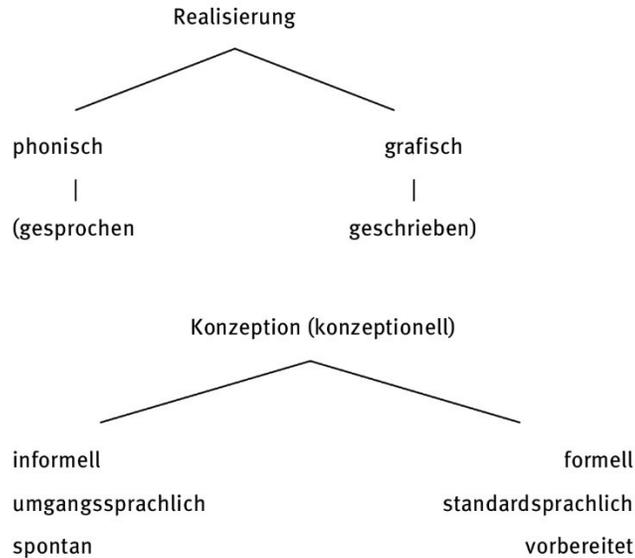


Abbildung 6: Medialität – Konzeption (BURGER/LUGINBÜHL 2014, S.174)

Bei dem Interview handelt es sich um die Transformation in sekundär geschriebenen Text (z.T. mit Merkmalen emulierter Mündlichkeit – d. h. Merkmale von Gesprächen werden schriftlich realisiert).<sup>199</sup> Die Grenzen zwischen primär gesprochen/geschrieben werden zurzeit verwischt.<sup>200</sup>

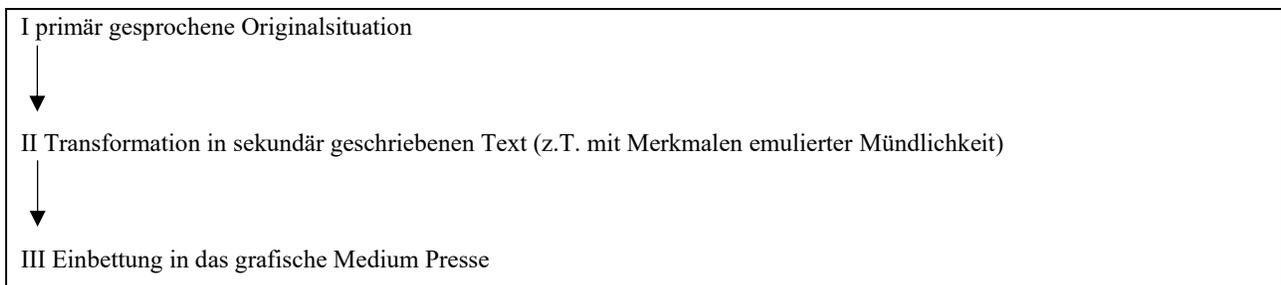


Abbildung 7: Die Differenzierung von Mündlichkeit und Schriftlichkeit bei dem „Presseinterview“ (BURGER/LUGINBÜHL 2014, S. 177)

Sonst bleibt das Verhältnis Kommunikator–Rezipient in der Presse unidirektional, vom Kommunikator auf den Rezipienten gerichtet. Die Einbettung ins Medium Presse (Stufe III) wird durch die Gliederung in Überschriften, Lead, Text und Foto mit Legende möglich. Die einzelnen

<sup>199</sup> „Emulierte Mündlichkeit“ (Bittner 2003; zur Debatte um das Modell von Koch / Oesterreicher vgl. Spitzmüller 2005) In BURGER, Harald, LUGINBÜHL, Martin. *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. [online] 2014, S. 174. doi:10.1515/9783110285925 (abgerufen am 07. 06. 2023).

<sup>200</sup> Ebd. S. 177.

Elemente (Schlagzeile, Foto-Legende u. a.) werden auch intertextuell mit dem Haupttext verknüpft.<sup>201</sup>

## 4.2 Presstexte

Die Medienlinguistik forscht alle Arten von Texten, die in den Massenmedien angeboten werden. Diese Texte können nach ihren Spezifika so zusammengefasst werden – u. a. journalistische, fiktionale Texte, Anzeigen, Werbetexte, Sponsoring-, Rezipienten-Texte. Die Presse übermittelt ihre Texte auf dem optischen Kanal, deshalb wird in dieser Hinsicht von der Multimodalität, gemeint ist ein „Zeichenrepertoire, das dann in verschiedenen Materialisierungen, mit verschiedenen Zeichenträgern konkretisiert werden kann (z. B. geschrieben oder gesprochen; Fotografie oder Malerei)“, gesprochen.<sup>202</sup> Das Zusammenspiel von Text und Bild wird auch in der Fachliteratur mehrmals betont.<sup>203</sup> Die überwiegende Tendenz zeigt sich in den Mischformen. Im Medium Presse lassen sich beispielsweise Abonnements- und Boulevardpresse unterscheiden. Andere Einteilungskriterien behandeln die regionale Zugehörigkeit oder den Erscheinensmodus. Daneben werden Zeitschriften nach Themenbereichen und Adressatengruppen geteilt.<sup>204</sup> Es gibt für jeden Bereich bestimmte Textsorten, die für ihn typisch sind. Die Differenzierung ist auch in diesem Fall unscharf.<sup>205</sup>

Strukturell gibt es monologische und dialogische Texte. Die Presstextsorten können aufgrund der allgemeinen funktionalen bzw. handlungstheoretischen Textsortentypologie eingeteilt werden.<sup>206</sup> Im Vordergrund stehen informationsbetonte, meinungsbetonte, auffordernde, instruierend-anweisende und kontaktorientierte Texte.<sup>207</sup> Die neuen Medien beeinflussen auch den

---

<sup>201</sup> Ebd., S. 179f.

<sup>202</sup> Ebd., S. 93, 95 und 98.

<sup>203</sup> Vgl. BRINKER, Klaus et. al. *Text- und Gesprächslinguistik* 1. Halbband [online]. Berlin: De Gruyter Mouton; 2000, S. 623. Verfügbar unter <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.shib&db=e000xww&AN=186385&lang=cs&site=ehost-live&scope=site> (abgerufen am 20. 06. 2023).

<sup>204</sup> Ebd., S. 220f.

<sup>205</sup> DÜRSCHIED, Christa, Franc WAGNER und Sarah BROMMER. *Wie Jugendliche Schreiben: Schreibkompetenz und neue Medien*. Berlin: De Gruyter, 2010, S. 27ff. Verfügbar unter: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.shib&db=e000xww&AN=348006&lang=cs&site=ehost-live&scope=site> (abgerufen am 13. 06. 2023).

<sup>206</sup> BURGER, Harald, LUGINBÜHL, Martin. *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. [online] 2014, S. 174. doi:10.1515/9783110285925 (abgerufen am 20. 06. 2023).

<sup>207</sup> LÜGER, Heinz-Helmut. *Pressesprache. Germanistische Arbeitshefte*. Tübingen: Niemeyer Verlag, 1995, S.76.

Bereich der Werbung. Die fünf Intentionenklassen sind für die Presstexte nicht in allen Aspekten geeignet, weil sie auf dem Kriterium der dominierenden Textintention (Textfunktion) basieren.<sup>208</sup> Die einzelnen Textsorten wie Beratungstexte umfassen zahlreiche Elemente von Presstexten (Fotos, Schlagzeilen, grafische Mittel des Layouts).<sup>209</sup> Lesebriefe nehmen eine Sonderstellung ein – sie sind als „Folgekommunikation erkennbar“, wenn sie sich explizit auf einen journalistischen Text in einer früheren Zeitungsausgabe beziehen, sonst werden sie von der Redaktion metakommunikativ als nicht-journalistische Texte betrachtet. Des Weiteren werden sie von der Redaktion nach den journalistischen Kriterien wie Verständlichkeit, Relevanz bearbeitet. Eine moderne mediale Textsortenkonzeption sollte alle Grenzabweichungen sowie Neuentwicklungen berücksichtigen.<sup>210</sup> Der Textsortenwandel bezieht sich auf die Phänomene wie Vermischtheit, Vernetztheit, Zersplitterung, Nichtabgeschlossenheit, Rezeptionsoffenheit, Autorenviefalt.<sup>211</sup>

### 4.3 Jugendzeitschriften

Die heutigen Kinder- und Jugendzeitschriften gehen auf eine alte Tradition zurück, die in Deutschland im 18. Jahrhundert anfang. Obwohl sie von den Kritikern abgelehnt wurden, erscheinen sie bis jetzt. Dies betrifft vor allem die meistens umstritten bewertete Zeitschrift *Bravo* (1956). Es lassen sich unterschiedliche Bewertungsmaßstäbe anwenden – beispielsweise wird zwischen kommerziellen (z. B. Journale wie *Bravo*, *Mädchen*) und nichtkommerziellen Blättern unterschieden. Andere Klassifikationen bieten weiter die Orientierung auf eine gewisse Weltanschauung (religiös – *Pico*) oder sogar auf die Schule bzw. den Schulunterricht (z. B.

---

<sup>208</sup> Vgl. BURGER, Harald, LUGINBÜHL, Martin. *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. [online] 2014, S. 222. doi:10.1515/9783110285925 (abgerufen am 20. 06. 2023); BRINKER, Klaus et. al. *Text- und Gesprächslinguistik* 1. Halbband [online]. Berlin: De Gruyter Mouton; 2000, S. 616f. Verfügbar unter <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.shib&db=e000xww&AN=186385&lang=cs&site=ehost-live&scope=site> (abgerufen am 20. 06. 2023).

<sup>209</sup> BURGER, Harald, LUGINBÜHL, Martin. *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. [online] 2014, S. 222. doi:10.1515/9783110285925 (abgerufen am 07. 06. 2023).

<sup>210</sup> BRINKER, Klaus et. al. *Text- und Gesprächslinguistik* 1. Halbband [online]. Berlin: De Gruyter Mouton; 2000, S. 615 Verfügbar unter <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.shib&db=e000xww&AN=186385&lang=cs&site=ehost-live&scope=site> (abgerufen am 20. 06. 2023).

<sup>211</sup> BRINKER, Klaus, Hermann CÖLFEN und Steffen PAPPERT. *Linguistische Textanalyse: eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. 2018, S. 152.

*Flohkiste*).<sup>212</sup> Die Verbreitung wird eher lokal beschränkt, überregional wird in Form von Abonnements erreicht.<sup>213</sup> Die Kinder- und Jugendzeitschriften können als Alltagsmedien oder Gebrauchsmittel bezeichnet werden. Sie geben nicht nur Auskunft, sondern tragen auch zur Konfrontation, Meinungsbildung und Unterhaltung bei. In den Jugendzeitschriften kommen Beilagen wie Comics, Geschichten, Witzen, Sachtexten, Lebensberatung, Bilder-Romanen, Mode, Idole oder Sexual-Aufklärung vor. Darüber hinaus gewähren sie bei den Jugendlichen in ihrem aktuellen Lebensabschnitt Unterstützung. Im Gegensatz zu Büchern sind solche Zeitschriften „minutenweise konsumierbar“.<sup>214</sup>

Die Fotografie wird bei der Presse mit dem Text eng verbunden (siehe die Fotostories in *Bravo*). Die Star-Porträts dienen oft zur symbiotischen Identifikation, die als Ausdruck nach der eigenen Identität verstanden werden kann. Jugendliche überprüfen am eigenen Bild die Wirkung auf sich selbst oder vergleichen ihr inneres, noch wenig gesichertes Selbstbild mit ihrem Abbild.<sup>215</sup> Bezüglich der Textsorten *Fotoroman* und *Beratungstext* handelt es sich um kurze Texte<sup>216</sup>, die konventionell gebraucht werden. Jede Ausgabe (z. B. *Bravo*, *Cool*) besteht aus gleichen Komponenten, die sich nur thematisch wechseln.

---

<sup>212</sup> KAMINSKI, Winfred. *Medienkompetenz in der Sozialen Arbeit* [online]. Frankfurt am Main: Wochenschau Verlag, 2017, S. 37f. Verfügbar unter: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=5102022> (abgerufen am 16. 06. 2023).

<sup>213</sup> Ebd., S. 39.

<sup>214</sup> Ebd., S. 43.

<sup>215</sup> Ebd., S. 67f.

<sup>216</sup> Vgl. BERGEROVÁ, Hana. *Phraseodidaktisches Potenzial der Textsorten Fotoroman und Beratungstext in Jugendzeitschriften* [online]. In MÜCKEL, Wenke. *Didaktische Perspektiven der Phraseologie in der Gegenwart: Ansätze und Beiträge zur deutschsprachigen Phraseodidaktik in Europa*. Berlin, Boston: De Gruyter, 2022-2023, S. 256. <https://doi.org/10.1515/9783110774375-012> (abgerufen am 20. 06. 2023).

## 5 Vorgehensweise

Diese Diplomarbeit konzentriert sich auf die Analyse der gegenwärtigen deutschen Jugendsprache anhand der renommierten Jugendzeitschriften *Bravo* und *Cool*. Das Hauptziel der Untersuchung besteht darin, die sprachlichen Merkmale und Variationen der Jugendsprache in diesen beiden Zeitschriften zu analysieren.

Es wird angenommen, dass englische Wörter und Ausdrücke vermehrt in den Texten der Zeitschriften verwendet werden, um einen jugendlichen und modernen Sprachstil zu vermitteln. Es wird vermutet, dass *Bravo* eine größere Vielfalt an kreativen Wortbildungen, neuen Wortschöpfungen und sprachlichen Innovationen aufweist, um den jugendlichen Lesern einen individuellen und einzigartigen Ausdruck zu ermöglichen. Dies wird auch durch die Tatsache unterstützt, dass sich die Jugendzeitschrift *Bravo* über größeren Umfang und größere Verbreitung freuen kann. Ein größerer Umfang bedeutet in der Regel, dass mehr Inhalte produziert werden, was wiederum auf eine gesteigerte Nachfrage hinweisen kann.<sup>217</sup> Diese Hypothesen sollen im Rahmen einer sprachwissenschaftlichen Untersuchung überprüft werden, indem relevante Beispiele aus den Zeitschriften *Bravo* und *Cool* analysiert werden. Es wird erwartet, dass die Verwendung von Anglizismen und lexikalischen Neuschöpfungen in den Texten beider Zeitschriften nachgewiesen werden kann. Diese Hypothesen werden auch in der Fachliteratur verankert: „In allen deutschsprachigen Staaten und Regionen verändert sich der Wortschatz nicht nur durch **neue Wortbildungen, sondern auch durch Entlehnungen**, und zwar überwiegend **aus dem Englischen**“.<sup>218</sup> Darüber hinaus wird beschrieben, dass es oft bei den Neuwörtern um die Anglizismen handelt.<sup>219</sup>

Zuerst werden die Texte in den Zeitschriften analysiert, um sprachliche Merkmale der Jugendsprache zu identifizieren. Dies umfasst die Untersuchung von lexikalischen Neuschöpfungen, Anglizismen, Tabubrüchen, sprachlichen Stilen und Registern sowie Themen und Interessengebieten. Die angeführten Beispiele werden anhand der Fachliteratur und des

---

<sup>217</sup> *BRAVO Abo* [online]. Verfügbar unter: <https://www.presseplus.de/BRAVO-Abo> (abgerufen am 08. 07. 2023).

<sup>218</sup> STICKEL, Gerhard. *Das heutige Deutsch: Tendenzen und Wertungen* [online]. In MORALDO, Sandro M./SOFFRITTI, Marcello (Hg.): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Rom: Carocci. S. 18. Verfügbar unter: [https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel\\_Das\\_heutige\\_Deutsch\\_Tendenzen\\_und\\_Wertungen\\_2004.pdf](https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel_Das_heutige_Deutsch_Tendenzen_und_Wertungen_2004.pdf) (abgerufen am 08. 07. 2023).

<sup>219</sup> Ebd., S. 19.

*Digitalen Wörterbuchs der deutschen Sprache (DWDS)* erklärt.<sup>220</sup> Dafür wird ein möglicher Vergleich der Jugendsprache in den beiden Zeitschriften vollzogen, um Unterschiede und Gemeinsamkeiten festzustellen. Die Ergebnisse der Analyse werden gegenübergestellt und verglichen. Dies ermöglicht es, spezifische Merkmale der Jugendsprache in den Zeitschriften zu identifizieren und mögliche Variationen und Einflussfaktoren zu untersuchen. Die Texte werden aufgrund ihrer wiederkehrenden Themen, Trends und popkulturellen Bezüge analysiert. Das weitere Forschen berücksichtigt den sozialen und kulturellen Kontext, in dem die Jugendsprache in den Zeitschriften verwendet wird. Darüber hinaus wird die Analyse von Artikeln, Interviews oder Leserbriefen ergänzt, um ein komplexes Verständnis der Jugendsprache in diesem Zusammenhang zu erhalten. Zuletzt lassen sich die gesammelten Daten und Ergebnisse auswerten, um Rückschlüsse auf die Entwicklung und Charakteristika der deutschen Jugendsprache in den Zeitschriften *Bravo* und *Cool* zu ziehen.

---

<sup>220</sup> DWDS – *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache* [online]. Verfügbar unter: <https://www.dwds.de/d/wb-dwdswb> (abgerufen am 08. 07. 2023).

## 6 Untersuchung der Jugendzeitschrift *Bravo*

Im Folgenden wird die Publikumszeitschrift *Bravo* vorgestellt. Bezüglich dieser Jugendzeitschrift wird eine kurze Charakteristik zur Verfügung gestellt.

„Alles, was Teenager bewegt - Deutschlands größte Jugendzeitschrift im Bauer Zeitschriftenabo. Für Teenager, die alles über **Pop & Rock** lesen und erleben wollen und Hilfe zu den **Themen suchen, die sie täglich beschäftigen**.“<sup>221</sup>

Die Jugendlichen sind mit drei Bereichen verknüpft, die ebenfalls in den Publikumszeitschriften bearbeitet werden – dies betrifft die Triade: Musik, Mode und Medien.<sup>222</sup>

Für die konkrete Analyse werden zwei Ausgaben erforscht, die die repräsentative Auswahl von jugendsprachlichen Phänomenen vertreten. Dies bezieht sich auf die Ausgabe Nr. 03, veröffentlicht am 1. Februar 2023, und Nr. 7, veröffentlicht am 24. Mai 2023. Beide Ausgaben umfassen 82 Seiten.

### 6.1 Aufbau

Die Zeitschrift *Bravo* folgt einem typischen Aufbau, der in verschiedene Abschnitte unterteilt ist. Die Titelseite ist das erste, was die Leser sehen, und sie ist in der Regel auffällig gestaltet. Sie enthält große Schlagzeilen, Bilder von Stars oder anderen prominenten Persönlichkeiten und Hinweise auf interessante Artikel oder Themen in der aktuellen Ausgabe. Diese Bilder dienen dazu, die Aufmerksamkeit zu erregen und eine visuelle Verbindung zu den Inhalten herzustellen. Nach der Titelseite folgt das Inhaltsverzeichnis, das eine Übersicht über die verschiedenen Abschnitte und Artikel der Zeitschrift zur Verfügung stellt. Es gibt eine große Anzahl von Rubriken, die sich mit Themen wie Musik, Stars, Mode, Interviews, Rätseln und anderen jugendrelevanten Inhalten (Freizeitkulturen – v. a. in Form von Musik- und Modestilen) befassen.<sup>223</sup> Jeder Abschnitt widmet sich einem bestimmten Thema und enthält entsprechende Artikel, Fotos und Informationen. Ein wichtiger Bestandteil der *Bravo* sind die Star-Porträts und Interviews. Hier finden die Leser Informationen über ihre Lieblingsstars, ihre Karrieren, persönlichen Leben und

---

<sup>221</sup> BRAVO. Bauer [online]. Verfügbar unter: <https://www.bauer-plus.de/bravo/> (abgerufen am 28. 06. 2023).

<sup>222</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Mode, Medien und Musik: Jugendliche als Sprachexperten*. In ANTOS, Gerd (ed.). *Fremdheit in der Muttersprache. Der Deutschunterricht* 6/1997, S. 10.

<sup>223</sup> Vgl. NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. 2018, S. 175.

aktuelle Projekte. Regelmäßig werden auch exklusive Interviews mit Stars veröffentlicht. *Bravo* beschäftigt sich in großer Zahl mit Musik. Es werden neue Songs, Alben und Musiker vorgestellt, Charts präsentiert und Berichte über Konzerte und Musikveranstaltungen veröffentlicht. Ein weiterer Schwerpunkt der *Bravo* liegt auf Mode und Style. Es werden Modetrends präsentiert, Styling-Tipps gegeben und Fashion-Editorials publiziert. Das Layout der *Bravo* zielt darauf ab, die Leser durch eine attraktive visuelle Gestaltung anzusprechen und ihnen eine amüsante und informative Leseerfahrung zu bieten. Zudem gibt es verschiedene Rätsel, Quizfragen und Horoskope, die die Leser unterhalten und zum Mitmachen auffordern.<sup>224</sup> Die Werbeanzeigen sind nur gering vertreten (beispielsweise RTL, *Bravo Sport*).

In *Bravo* gibt es häufig Beilagen wie Poster, Spiele oder Extras, die den Lesern zusätzlichen Spaß und Unterhaltung bieten. Diese Beilagen sind meistens in der Mitte oder am Ende der Zeitschrift. *Bravo* ist bekannt für ihre Poster von Stars und Prominenten. Diese Poster sind oft in hoher Qualität gedruckt und zeigen beliebte Musiker, Schauspieler, Models oder Sportler. Die Leser können die Poster heraustrennen und an ihre Wände hängen. Es gibt häufig auch ein breites Angebot an verschiedenen Spielen und Rätseln, die die Leser zum Mitmachen anregen. Dazu gehören Kreuzworträtsel, Sudoku, Labyrinth, Quizfragen u. a. Die Leser können ihre Lösungen direkt in der Zeitschrift eintragen. Manchmal bietet *Bravo* auch Extras wie Sticker, Sammelkarten, Postkarten oder kleine Geschenke. Diese Extras können thematisch mit den Inhalten der Zeitschrift verbunden sein oder einfach als Überraschung und Belohnung für die Leser dienen.

Die einzelnen Rubriken der gegenwärtigen Ausgaben bestehen aus vier oder fünf Hauptbereichen – *Stars & Entertainment*, *Leben & Fun*, *Info & Report*, *Dr. Sommer*, *Bravo Style-Guide\**. Die letzte erwähnte Kategorie erschien zum ersten Mal in der siebten Ausgabe (24. 5. 2023) und ersetzte zurzeit die bekannte *Foto-Love-Story*. Der gleich berühmte *Dr. Sommer*-Ratgeber beschäftigt sich mit Fragen rund um das Thema Sexualität, Liebe und Beziehungen. Er hat eine lange Tradition in der Zeitschrift und bietet jungen Lesern die Möglichkeit, offene Fragen zu stellen und Rat zu erhalten. Im *Dr. Sommer*-Ratgeber werden oft Tabus gebrochen und Themen angesprochen, über die in anderen Medien möglicherweise nicht offen gesprochen wird. Jugendliche können anonym ihre Fragen und Probleme einsenden, die dann von Experten beantwortet werden. Die Fragen können verschiedene Bereiche der Sexualität und Beziehungen

---

<sup>224</sup> *BRAVO Abo* [online]. Verfügbar unter: <https://www.presseplus.de/BRAVO-Abo> (abgerufen am 28. 06. 2023).

abdecken, wie zum Beispiel das erste Mal, Verhütung, LGBTQ+-Themen, Körperbild und Selbstwertgefühl. Die Artikel und Ratschläge im Ratgeber werden von Fachleuten verfasst und sollen den Lesern helfen, ihre eigenen Entscheidungen zu treffen und ihre persönliche Entwicklung zu unterstützen. Darüber hinaus lassen sich Bewusstsein und Verständnis für wichtige Themen im Zusammenhang mit Sexualität erhöhen.<sup>225</sup>

### **Bravo 03/23**

Das Coverthema wird färbig unterschieden – jede Ausgabe enthält eine andere Farbe (entweder Rot, Blau oder Pink). Als Coverthemen treten folgende Artikel auf:

<i>Stars &amp; Entertainment</i>	<i>Leben &amp; Fun</i>	<i>Info &amp; Report</i>
<b>Deutschland such den Superstar</b> <i>Was du von der besten Jury aller Zeiten lernen kannst (Interview)</i>	<b>Das erste Date</b> So könnte es perfekt werden!	<b>BRAVO Bestenliste</b> Die 30 lustigsten Filme aller Zeiten – Achtung: Flachwitz-Niveau!
<b>BRAVO Otto</b> Wer bekommt diesmal den Award? Mach mit und vote für deinen Lieblingsstar!	<b>Test</b> Wie kommst du deinem Schwarm näher?	
<b>Jamule &amp; Fourty</b> zwischen zwei Welten: harte Rapper und wirklich nette Jungs (Interview)	<b>Star-Fails</b> Die geheimen Talente deiner Stars!	
<b>RAYE</b> Die coole Sängerin zeigt es ihren Kritikern		
<b>Marco und Tobi</b> verarschen so ziemlich alles		
<b>Poster:</b> Jacob Rott, Nonakanal, Rosalia, Shawn Mendes, Zoe Wees, „Wednesday“		

<sup>225</sup> Pubertät: Dr. Sommer [online].Psychologie – Gesellschaft – Planet Wissen. Verfügbar unter: [https://www.planet-wissen.de/gesellschaft/psychologie/pubertaet\\_das\\_leben\\_ist\\_eine\\_baustelle/pwiedrsommernaufklaerungspapsterbravo100.html](https://www.planet-wissen.de/gesellschaft/psychologie/pubertaet_das_leben_ist_eine_baustelle/pwiedrsommernaufklaerungspapsterbravo100.html) (abgerufen am 28. 06. 2023).

**Bravo 07/23**

<i>Stars &amp; Entertainment</i>	<i>Leben &amp; Fun</i>	<i>Dr. Sommer</i>
<b><i>Hol dir diese Girl-Power!</i></b> Was du von <i>Ayliva, Badmómzjay, Nina Chuba &amp; Co</i> lernen kannst (Interview)	<b><i>Test Welcher Flirt-Typ bist du?</i></b>	<b><i>Hilfe, mein Body spinnt!</i></b> Was tun, wenn die Hormone verrücktspielen
<b><i>Benson Boone</i></b> Der Liebeskummer-Experte weiß, wovon er singt (Interview)	<b><i>10 Alle machen, was du willst-Strategien</i></b>	
<b><i>Alex Maria Peter</i></b> setzt sich für mehr Vielfalt ein und supportet die „IT’S ME“-Kampagne von Bravo (Interview)		
<b><i>Bebe Rexha</i></b> über Body-Shaming und den Druck, immer perfekt sein zu müssen (Interview)		
<b><i>Poster:</i></b> <i>Eminem, Miley Cyrus, Agust D, Ed Sheeran, Wincent Weiss, Harry Styles</i> und das Star-Memo-Game!		
<b><i>BRAVO Bestenliste:</i></b> die 30 coolsten Vampir-Filme und -Serien		

Übersichtstabellen mit Coverthemen

Die überwiegende Mehrheit der Bravo-Ausgaben Nr. 3 und Nr. 7, nämlich 45 % bzw. 38 %, widmet sich der Rubrik *Stars & Entertainment* (näher zu den Rubriken siehe Abb. 8 und 9).

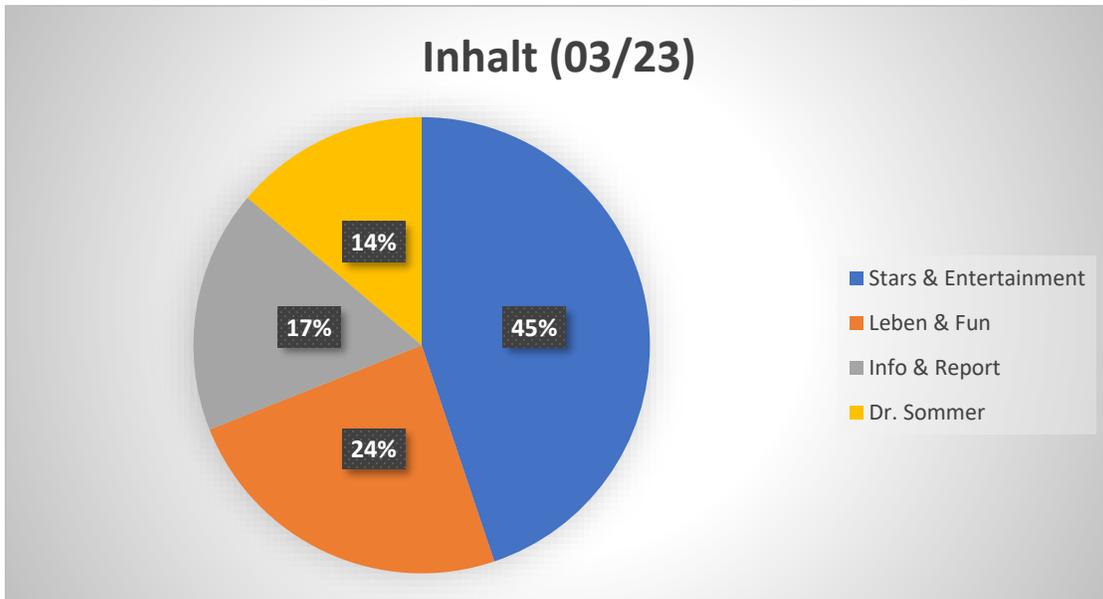


Abbildung 8: Rubriken in Bravo Nr. 03 (Ausgabe 03/23)

Quelle: Eigene Darstellung

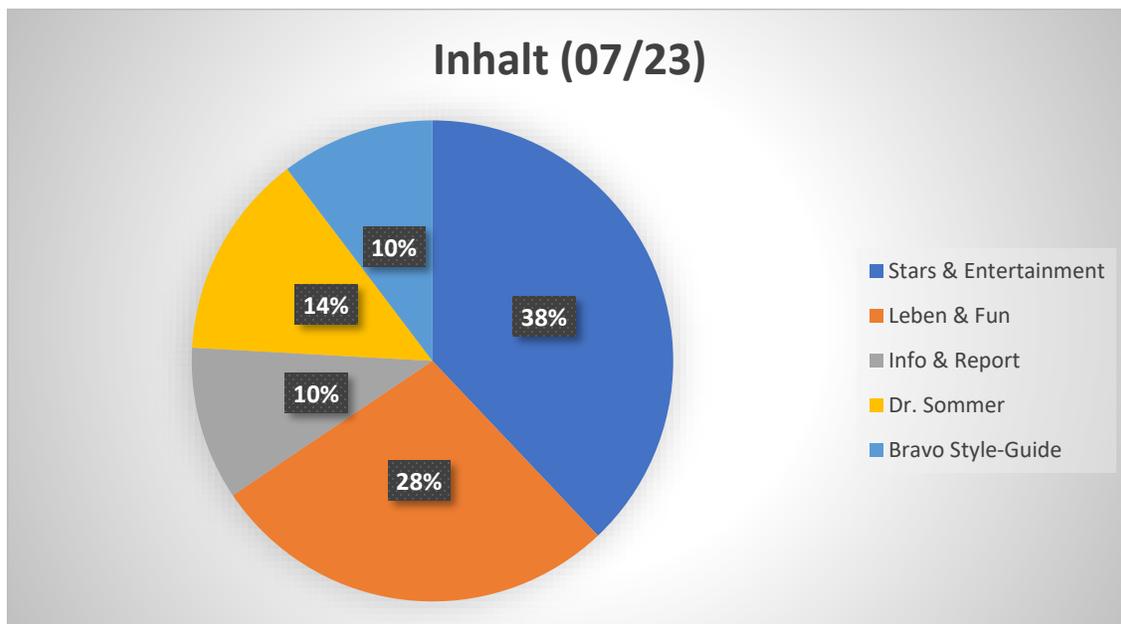


Abbildung 9: Rubriken in Bravo Nr. 07 (Ausgabe 07/23)

Quelle: Eigene Darstellung

## 6.2 Jugendtypische Tendenzen

Die Zeitschrift *Bravo* zeichnet sich durch bestimmte Merkmale der Jugendsprache (siehe Kapitel 3, v.a. 3.3 „Jugendsprache und deutsche Gegenwartssprache“) aus. Eine sprachwissenschaftliche Analyse zeigt, dass sie einen informellen und lebendigen Sprachstil verwendet, der sich auf die jugendliche Zielgruppe richtet.<sup>226</sup> Umgangssprache, Jugendslang und aktuelle Modewörter<sup>227</sup> sind typisch für die Sprache in *Bravo*. Es werden häufig Anglizismen und internationale Ausdrücke eingeführt, um einen modernen Charakter zu vermitteln. Die Themen in *Bravo* sind eng mit Popkultur, Musik, Stars, Mode und Beziehungen verbunden, und die Zeitschrift verwendet spezifische Sprache und Terminologie, um über diese Themen zu sprechen. Es ist wichtig zu beachten, dass die Jugendsprache in *Bravo* einem ständigen Wandel unterliegt und sich den aktuellen Trends anpasst.

An dieser Stelle werden die meist erscheinenden Merkmale zusammengefasst, die bereits im vorherigen Kapitel erwähnt wurden und ständig auf die vielfältige (zwar heterogene) Ausdrucksweise der Jugendsprache aufmerksam machen.<sup>228</sup> Es ist wichtig anzumerken, dass die Standardsprache in *Bravo* oft mit jugendsprachlichen Elementen kombiniert wird, um den spezifischen Stil und die Kommunikation mit der Zielgruppe der Jugendlichen aufrechtzuerhalten.

### 6.2.1 Besonderheiten der Sprechsprachlichkeit

In den Zeitschriften werden auch besondere Merkmale der Sprechsprachlichkeit hervorgehoben. Sie sollen den Eindruck erwecken, dass der Text mündlich vorgetragen wird oder einem Gespräch ähnelt (siehe Kapitel 4. 1 „Mündlichkeit vs. Schriftlichkeit“). In der Jugendsprache werden oft die verkürzten Formen bevorzugt (*Gesundheit hat Prio* statt *Priorität*), die in der Schlagzeile gebraucht wird.<sup>229</sup> Daneben werden Zusammenhänge zwischen Phonetik und Prosodik gezeigt.<sup>230</sup> Es wird eine starke Emotionalität (Dehnung) in der Sprache gezeigt, mit häufigem Einsatz von

---

<sup>226</sup> NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. 2018, s. 69.

<sup>227</sup> GLÜCK, Helmut und Wolfgang Werner SAUER. *Gegenwartsdeutsch*, S. 103.

<sup>228</sup> NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. 2018, S. 206f.

<sup>229</sup> Ebd., S. 74.

<sup>230</sup> Ebd.

Ausrufezeichen und Betonungen, deshalb kommen oft Signalwörter (wie *ey*, *okay* oder *total*) vor.<sup>231</sup>

Beispiele dafür sind:

- Dehnung (*uuuaaah*, *sooo*, *meega*): *Jemandem seine Zuneigung zu gestehen ist etwas, für das es **seehr** viel Selbstbewusstsein braucht.*<sup>232</sup>
- Partikel (*ja*, *halt*) bei Interview (DSDS-Jury): *Ich achte **ja** mehr auf die Stimme*<sup>233</sup>; *Aber in der Phase meines Lebens war **halt** viel Action.* (Jamule und FOURTY)<sup>234</sup>
- Apokopen: *Danach **hab** ich mich so sehr geseht.; Genau, morgen **treff** ich Jessy.*<sup>235</sup>
- Interjektionen<sup>236</sup>: *ALLE EKELN SICH **Eeeeeew!*** (Schlagzeile, Lead).<sup>237</sup>
- Begrüßungsformeln/Anredeformen: ***Hey**, kannst du dich erinnern?*<sup>238</sup>

## 6.2.2 Wortbildungsmodelle

In *Bravo* sind verschiedene sprachliche und stilistische Merkmale zu beobachten. Es werden Komposita auch mit dem Bindestrich verwendet, um Wörter aus verschiedenen Sprachen oder kulturellen Kontexten zu kombinieren. Sie werden sowohl mit deutschen als auch englischen Substantiven in Verbindung gebracht.<sup>239</sup> Es handelt sich um zusammengesetzte Wörter, bei denen das erste Substantiv die Rolle eines Adjektivs übernimmt und das zweite Substantiv näher beschreibt.<sup>240</sup>

Beispiele:

---

<sup>231</sup> ELSEN, Hilke. *Sonderlexik Jugend?* In NEULAND, Eva (Hrsg.): *Jugendsprachen – Spiegel der Zeit*. Frankfurt am Main 2003, S. 272.

<sup>232</sup> *Bravo*. Deutschland. Bauer Media. 03/23 (01. 02. 2023), S. 55.

<sup>233</sup> Ebd., S. 9.

<sup>234</sup> Ebd., S. 15.

<sup>235</sup> *Foto-Love-Story*. *Bravo*. Deutschland. Bauer Media. 03/23 (01. 02. 2023), S. 57 (Auftritt 7 und 11).

<sup>236</sup> NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. 2018, S. 74.

<sup>237</sup> *Bravo*. 07/23, S. 4.

<sup>238</sup> Ebd. 03/23, S. 21.

<sup>239</sup> STICKEL, Gerhard. *Das heutige Deutsch: Tendenzen und Wertungen* [online]. In MORALDO, Sandro M./SOFFRITTI, Marcello (Hg.): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Rom: Carocci. 2004, S. 19. Verfügbar unter: [https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel\\_Das\\_heutige\\_Deutsch\\_Tendenzen\\_und\\_Wertungen\\_2004.pdf](https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel_Das_heutige_Deutsch_Tendenzen_und_Wertungen_2004.pdf) (abgerufen am 08. 07. 2023).

<sup>240</sup> Vgl. ELSEN, Hilke. *Sonderlexik Jugend?* S. 271f.

- *Statement-Schmuck* („auffällige Schmuckkreation“; *Style-Tipp*, Beschreibung zum Bild), *Plus-Size-Model* (Lead), *Lewis Capaldi* ***Power-Vocals*** (*Star-Tinder*), *die Lehrer-Verarscher* (Cover), *DSDS-Jury* („Deutschland sucht den Superstar“, Cover),<sup>241</sup>
- *Red-Carpet-Outfits* („Mode vom roten Teppich“), *Flirt-Skills*, *Nummer-eins-Single*, *Heartbreak-Songs* („Trennungslieder“), *Stunt-Leute* („Trickvorführer“)<sup>242</sup>

Analogisch werden auch neue Komposita gebildet – *Curvy Model* > *Kurzhaar-Model*, *Kleiner-Bursen-Model*.<sup>243</sup>

Weiter werden auch andere Wortbildungsarten vertreten – beispielsweise explizite Derivation mithilfe des Präfixes *ab-* (*abgehen*, *absahnen*, *abliefern*) oder des Suffixes *-in* (*Durchstarterin*).<sup>244</sup> Ein Beispiel für Konversion in der Jugendsprache könnte die Verwendung des Substantivs *Scheiße*<sup>245</sup> als Adjektiv sein: *Auch wenn es **scheiße** ist*<sup>246</sup>.

### 6.2.3 Lexik

Anglizismen und Denglisch sind häufig anzutreffen. Jugendsprachliche Phänomene dominieren in den Schlagzeilen. In Interviews gibt es eine starke Tendenz zum Denglisch und zur Verwendung von Klischees, insbesondere wenn Erwachsene die Fragen beantworten. Dies zeigt die Heterogenität des sprachlichen Registers in der Zeitschrift.<sup>247</sup>

Die Anglizismen werden unterschiedlich integriert – oft enthalten sie grammatische Informationen (Gebrauch mit dem bestimmten oder unbestimmten Artikel),<sup>248</sup> d. h. sie werden

<sup>241</sup> *Bravo*. 03/23 (01. 02. 2023), S. 7, 23, 30.

<sup>242</sup> *Bravo*. 07/23 (24. 05. 2023), S. 3,4, 9,10, 19.

<sup>243</sup> Ebd. 03/23, S. 30.

<sup>244</sup> ELSEN, Hilke, S. 272; NEULAND, Eva. 2018, S. 74.

<sup>245</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Wie sagt man sehr gut in der Jugendsprache?* [online]. Unveröffentlichtes Manuskript für *Tip – Theorie, Information, Praxis*, 1998, S. 5. Verfügbar unter:

<https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2010/01/wie-sagt-man-sehr-gut-in-der-jugendsprache.pdf>

(abgerufen am 08. 07. 2023).

<sup>246</sup> *Bravo*. 07/23, S. 13.

<sup>247</sup> NEULAND, Eva. 2018, S. 206.

<sup>248</sup> EISENBERG, Peter. *Anglizismen im Deutschen* [online]. In *Reichtum und Armut der deutschen Sprache: Erster Bericht zur Lage der deutschen Sprache*. Deutsche Akademie für Sprache und Dichtung und Union der deutschen Akademien der Wissenschaften (ed.), S. 73f. Berlin, Boston: De Gruyter, 2014. <https://doi.org/10.1515/9783110334739.5> (abgerufen am 08. 07. 2023).

flexionsmorphologisch integriert (Pluralbildung mit der Endung *-s*: *der Song* > *die Songs*)<sup>249</sup>, manchmal werden sie auch ohne Artikel verwendet.<sup>250</sup>

Beispiele dafür sind:

- *Hate* („Hass“), *Crush* („beliebter Junge/beliebte Mädchen/Musiker...“<sup>251</sup>), *die Queen* („Königin“), *Social Media* („soziale Medien“); *ins Gym* („ins Fitnessstudio“), *Kids* („Jugendliche“), *als Person of Color* („Person von Farbe“), *Body-Positivity* („positive Einstellung zum Körper“)<sup>252</sup>
- *I feel you*, *Favorites*, *Glow up* (Schlagzeilen)<sup>253</sup>

Dies wird noch bei dem Phänomen Denglisch verschärft. Denglisch bezeichnet die Mischung von deutschen und englischen Sprachelementen in einem Kommunikationskontext. Es handelt sich um eine Form des Code-Switching, bei dem Jugendliche zwischen den beiden Sprachen wechseln.<sup>254</sup> In *Bravo* können verschiedene Beispiele für Denglisch beobachtet werden, bei denen englische Ausdrücke und Wendungen in die deutsche Sprache einbezogen werden.

Beispiele dafür sind:

- *checken* (to check) – ‚verstehen‘, ‚überprüfen‘<sup>255</sup>
- *supporten* (to support) – ‚unterstützen‘<sup>256</sup>
- *da war ich happy* (I was happy) – ich war glücklich<sup>257</sup>

Sein Potenzial wird auf ein Maximum gebracht, da in der neusten Ausgabe (Nr. 07) ungewöhnliche Kombinationen gebildet werden (die Anglizismen sind völlig integriert):

- **Sweete** Fragen („süße“),
- *Transparente Pants sind die **hotteren** Hotpants.* („attraktiv“) – dies wird sogar wiederholt, um die Hervorhebung zu verstärken.

---

<sup>249</sup> *Bravo*. 07/23, S. 8,16.

<sup>250</sup> ELSEN, Hilke. *Sonderlexik Jugend?* In NEULAND, Eva (Hrsg.): *Jugendsprachen – Spiegel der Zeit*. Frankfurt am Main 2003, S. 269.

<sup>251</sup> „Crush“. Englisch-Deutsch Übersetzung. Langenscheidt – Wörterbuch. Verfügbar unter: <https://de.langenscheidt.com/englisch-deutsch/crush> (abgerufen am 08. 07. 2023).

<sup>252</sup> *Bravo*. 03/23, S. 3, 8, 21; Ebd. 07/23 (24. 05. 2023), S. 19, 25.

<sup>253</sup> Ebd. 07/23 (24. 05. 2023), S. 4f.

<sup>254</sup> NEULAND, Eva. 2018, S. 32.

<sup>255</sup> „checken“, bereitgestellt durch *das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache*. Verfügbar unter: <https://www.dwds.de/wb/checken#1> (abgerufen am 08.07.2023).

<sup>256</sup> *Bravo*. 07/23, S. 20, 31

<sup>257</sup> Ebd. 03/23, S. 9.

- *Er gehört zu den krassesten und **gehyptesten** Pop-Newcomern der Welt. (,attraktivsten‘)*<sup>258</sup>

Als Beispiel lassen sich Auszüge aus der Foto-Love-Story anführen:

- *Du weißt, wie ich mit **den Girls playe!** (,mit den Mädchen spiele‘)*
- *David plappert mir alles nach – nur eben mit **Macho-Attitüde!** (,männliche Haltung‘)*
- *Jessy **flirtet** auf ihre Weise mit Angeber David, und das scheint zu **matchen***<sup>259</sup>  
(,bekämpfen‘)

Meistens bezieht sich der Fachvokabular auf Musik.<sup>260</sup> Häufiges Vorkommen weisen Interviews mit den SängerInnen (*Streams, touren*) auf.

Aus dem Bereich der Semantik dominiert der Bedeutungswandel (zwar die Bedeutungserweiterung).<sup>261</sup>

Beispiele dafür sind:

- *Entertainment-Nachschub* (Nachschub = ,Versorgung‘, militärisch)
- *ticken* (,denken‘)<sup>262</sup>
- *toxisch* (,feindlich‘), das sogar zum Modewort wird
- *einstecken* (,aushalten‘)
- *Kumpels* (,Freunde‘)<sup>263</sup>

Weiter gibt es auch Synonyme, die innerhalb eines Textes gebraucht werden (*Crush – Schwarm; Hit – Song – Lied*).

Es werden ebenfalls viele Phraseologismen und Floskeln verwendet, die ebenfalls umgangssprachlich oder aktualisiert sein können,<sup>264</sup> wie z.B.:

- *Pietro und Dieter **halten zusammen wie Pech und Schwefel.***
- *Warum sollte **ich um den heißen Brei reden?***
- *Alle **haben eine große Klappe**, nur du zweifelst an dir selbst?*<sup>265</sup>

---

<sup>258</sup> Ebd., S. 13,24, 59.

<sup>259</sup> *Foto-Love-Story. Bravo. Deutschland. Bauer Media. 03/23 (01. 02. 2023), S.60f.*

<sup>260</sup> NEULAND, Eva. 2018, S. 175.

<sup>261</sup> Ebd., S. 74.

<sup>262</sup> *Bravo. 03/23 (01. 02. 2023), S. 13, 25.*

<sup>263</sup> Ebd. 07/23, S. 8, 9,17.

<sup>264</sup> Vgl. NEULAND. 2018, S. 36, 73, 180.

<sup>265</sup> *Bravo. 03/23 (01. 02. 2023), S. 10f, 54.*

- Wer dem anderen zu schnell auf die Pelle rückt oder gleich zu intime Fragen stellt (salopp – ‚jemanden aufspüren‘).<sup>266</sup>
- Das neue Album von Bebe Rexha (33) geht durch die Decke (Lead; ‚viel Anerkennung bekommen‘).<sup>267</sup>

#### 6.2.4 Syntax

In Bezug auf die Standardsprache wird eine richtige Verwendung von Vergangenheitsformen, insbesondere in Temporalsätzen, beobachtet. Die Konjunktionen *denn*, *da* und *weil* kommen häufig vor, um Ursache-Wirkungs-Beziehungen oder Begründungen auszudrücken. Diese Konjunktionen dienen dazu, eine Begründung oder einen Grund für eine Aussage anzugeben.<sup>268</sup> *Denn* wird oft verwendet, um eine logische Schlussfolgerung zu ziehen oder eine offensichtliche Ursache anzugeben.<sup>269</sup> *Da* wird häufig verwendet, um einen Grund oder eine Bedingung anzugeben. *Weil* wird verwendet, um eine Ursache-Wirkungs-Beziehung zu betonen (z. B. *Aber auch was meine Persönlichkeit und Verletzlichkeit angeht, habe ich durch Arielle viel über mich selbst gelernt, weil unsere Charaktere sehr ähnlich sind*).<sup>270</sup> Die Sätze können verkürzt oder vereinfacht sein. Weiter treten oft Temporalsätze auf. (z. B. *Als ich mit meinen englischen Songs rauskam, hatte ich Momente, in denen ich stark gezweifelt habe.*)<sup>271</sup>. Es gibt auch Beispiele für die Parenthese:

- Maximal zwei Knaller-Hingucker (neben Schwarz und Weiß) kombinieren und einer Farbe die große Bühne überlassen – wie hier Orange.<sup>272</sup>

Die Einschübe (*neben Schwarz und Weiß*) und (*wie hier Orange*) werden in Klammern bzw. durch den Bindestrich zugefügt, um zusätzliche Informationen zu geben. Sie dienen dazu, spezifische Beispiele zu nennen und den Kontext zu erweitern.

---

<sup>266</sup> Ebd., S. 25.

<sup>267</sup> Ebd. 07/23, S. 22.

<sup>268</sup> BUSCHA, Joachim und Gerhard HELBIG. *Deutsche Grammatik: ein Handbuch für den Ausländerunterricht*. Berlin: Langenscheidt, 1991, S. 689.

<sup>269</sup> Ebd., S. 460.

<sup>270</sup> *Bravo*. 07/23, S. 19.

<sup>271</sup> Ebd., S. 10

<sup>272</sup> Ebd. 03/23, S. 7.

### 6.2.5 Stil

In *Bravo* werden die Leser direkt angesprochen und es wird häufig die zweite Person Singular gebraucht, um eine persönliche Verbindung herzustellen. Dadurch entsteht eine vertraute und zugängliche Atmosphäre. Die Rede ist von der schon erwähnten Sprache der Nähe – Duzen wird bevorzugt (*Hol dir diese Girl Power!*, Titelseite, 07/23).<sup>273</sup>

- *Der Otto-Preis* (Lead): JETZT BIST DU DRAN: *Stimm für deine Favoriten...*
- *Die besten Tipps fürs erste Date* (Artikel): *Mach keinen festen Ablaufplan...*<sup>274</sup>

*Bravo* setzt auf emotionale Sprache, um Begeisterung und Interesse bei den Lesern zu wecken. Superlative, Ausrufezeichen und positive Verstärkungen werden häufig verwendet, um Ereignisse und Persönlichkeiten zu beschreiben.<sup>275</sup> Diese stilistischen Merkmale verleihen der Zeitschrift *Bravo* ihren unverwechselbaren Charakter und ermöglichen es ihr, eine enge Verbindung zu ihrer jugendlichen Leserschaft aufzubauen.

- Jugendslang (Modewörter): *Influencerin*, *krass* („großartig“)
- Umgangssprache: *unterkriegen* („abratend“), *fies* („hässlich“), *schräg* („seltsam“)<sup>276</sup>, *knutschen* („küssen“; Schlagzeile), *munkeln* („sagen“; Lead)<sup>277</sup>
- Verwendung von Stilmittel der Intensivierung wie *mega*, *total*, *ultra*, *extrem*, *unheimlich* („sehr“): *habe ich mich **ultra gefreut*** (Interview mit Leony, deutsche Sängerin (26)), *unheimlich faul*<sup>278</sup>; *extrem viral*, der ***mega erfolgreichen** Trilogie*, *total gechillt*.<sup>279</sup>
- Emojis und Emoticons dienen zur Ausdruckssteigerung und Verstärkung von Gefühlen.

*Bricolage* bezieht sich auf die kreative Gestaltung oder Zusammenstellung von verschiedenen Elementen (aus kulturellen Bereichen wie Fernsehen, Werbung), die kombiniert

---

<sup>273</sup> STICKEL, Gerhard. *Das heutige Deutsch: Tendenzen und Wertungen* [online]. In MORALDO, Sandro M./SOFFRITTI, Marcello (Hg.): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Rom: Carocci. 2004, S. 20f. Verfügbar unter: [https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel\\_Das\\_heutige\\_Deutsch\\_Tendenzen\\_und\\_Wertungen\\_2004.pdf](https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel_Das_heutige_Deutsch_Tendenzen_und_Wertungen_2004.pdf) (abgerufen am 08. 07. 2023).

<sup>274</sup> *Bravo*. 03/23, S.12, 24f.

<sup>275</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen*. Frankfurt: Peter Lang 1998, S. 368f.

<sup>276</sup> *Bravo*. 07/23, S. 6, 10.

<sup>277</sup> Ebd. 03/23, S. 25, 32

<sup>278</sup> Ebd., S. 9, 19.

<sup>279</sup> Ebd. 07/23, S. 4ff.

werden. Dies wird als die innere Mehrsprachigkeit bezeichnet.<sup>280</sup> Weiter lassen sich solche Neuformen als sprachliche Innovationen betrachten.<sup>281</sup>

Beispiele dafür sind:

- Sprachspiele mit den Liedern (Code-Switching)<sup>282</sup>: *Shine bright* (als Vers aus dem Lied „Diamonds“ von Rihanna) wird als Schlagzeile verwendet (Star-Horoskop, siehe Abb. 10)<sup>283</sup>
- *Size-egal* statt *scheißegal* (Schlagzeile)<sup>284</sup>



Abbildung 10: Beispiel von Bricolage (Bravo Nr. 03/23)

*Bravo* legt Wert auf korrekte Rechtschreibung und bemüht sich um eine fehlerfreie Darstellung der deutschen Sprache. Wenn dort Interviews oder Aussagen von Prominenten wiedergegeben werden, werden diese oft in authentischer Form wiedergegeben, ohne die Standardsprache stark zu verändern.

Zusammenfassend wird klargemacht, dass die Medien sehr stark zu Sprachwandel und Restandardisierung (Stilverbretung) der Jugendsprache beitragen<sup>285</sup>. Die erwähnte Heterogenität der Jugendsprache zeigt sich in der vielfältigen Kombination unterschiedlicher Merkmale, die gemeinsam den Gesamteindruck des jugendsprachlichen Registers bilden. Die Auswahl von den Schlagzeilen auf der Titelseite belegt, was jetzt beschrieben wurde (siehe Anhang Nr. 3 und 4). Die letzte Schlagzeile (*Strong, straight, sweet*) weist auf den schockierenden Gebrauch von einzelnen

---

<sup>280</sup> Vgl. NEULAND, Eva. 2018, S. 182, 193, 195.

<sup>281</sup> S. 110

<sup>282</sup> Ebd., S. 194

<sup>283</sup> *Bravo*. 03/23, S. 53.

<sup>284</sup> Ebd., S.30.

<sup>285</sup> NEULAND, Eva. S. 195f.

Merkmale (ironisches Sprachspiel) hin,<sup>286</sup> weil die Rede von homosexuellen, bisexuellen und transsexuellen Künstlerinnen ist.

HORMON-ALARM Das hilft, wenn dein Body spinnt
TESTE DICH! Flirt-Skills checken und easy upgraden
BEBE REXHA „Fake-Image? Nix für mich!“
HOL DIR DIESE GIRL- POWER! Strong, straight, sweet – was du von den Stars lernen kannst!

Die Jugendsprache spielt eine wichtige Rolle bei der Gruppenzugehörigkeit von Jugendlichen. Durch den Gebrauch von spezifischen sprachlichen Merkmalen, Slang, Neologismen und sprachlichen Codes können Jugendliche ihre Identität ausdrücken und sich einer bestimmten Gruppe zugehörig fühlen. Dabei treten die Phänomene der Abgrenzung und Solidarität im Vordergrund auf. Die Verwendung einer eigenen Jugendsprache ermöglicht es Jugendlichen, sich von anderen Altersgruppen oder gesellschaftlichen Normen abzugrenzen. Es dient als Mittel, um eine eigene Identität und Individualität auszudrücken. Die Jugendsprache schafft ein Gemeinschaftsgefühl unter Gleichaltrigen. Durch den gemeinsamen Gebrauch bestimmter sprachlicher Merkmale fühlen sich Jugendliche verbunden und unterstützen einander. Aus diesen Gründen entstehen vor allem Neubedeutungen, um neue Sachverhalte zu benennen.

---

<sup>286</sup> Ebd., S. 180.

## 7 Untersuchung der Jugendzeitschrift *COOL!*

Die Publikumszeitschrift *COOL!* lässt sich als die österreichische Alternative von *Bravo* betrachten. Es richtet sich an Jugendliche und spricht ihre Interessen, Bedürfnisse und Lebensstil an. Es bietet eine Vielzahl von Inhalten, zwar:

„Das COOL Jugendmagazin ist ein unabhängiges österreichisches Magazin für **Musik und Stars** und berichtet insbesondere **über die Interessen der jungen ÖsterreicherInnen**“.<sup>287</sup>

Es gibt Ähnlichkeiten und Überschneidungen zwischen den Themen, die in beiden Jugendmagazinen bearbeitet werden, und es besteht eine gewisse Verbindung zwischen ihnen. Die konkrete Analyse basiert auf zwei Ausgaben: Nr. 133, Februar 2023 und Nr. 137, Juni 2023. Jede Ausgabe umfasst 34 Seiten und je nach Thema werden unterschiedlich viele Seiten belegt. Dies verdeutlicht, dass die Zeitschrift *Cool* eine flexible Gestaltung hat und sich an den Inhalten und Themen orientiert, um den Platz auf den Seiten optimal zu nutzen.

Durch diese flexible Anpassung können Themen, die eine größere Tiefe oder einen höheren Informationsgehalt erfordern, mehr Seiten in Anspruch nehmen, während andere Themen möglicherweise kürzer behandelt werden. Dies ermöglicht es der Redaktion, auf aktuelle Trends, Leserinteressen und relevante Ereignisse zu reagieren.

In beiden Zeitschriften gibt es Hinweise auf verschiedene Social-Media-Plattformen wie Snapchat oder Instagram und möglicherweise auch auf Netflix-Serien. Diese Hinweise lassen sich beispielsweise in Artikeln, Werbeanzeigen oder Tipps zu Online-Inhalten finden. Dies trägt dazu bei, dass es auf aktuelle Trends, Inhalte oder Neuigkeiten in den sozialen Medien und auf Streaming-Plattformen aufmerksam gemacht wird.

### 7.1 Aufbau

Die Zeitschrift *Cool* folgt in der Regel einem strukturierten Aufbau mit verschiedenen Rubriken, um eine breite Palette von Themen abzudecken. Die Titelseite enthält oft ein Hauptthema oder eine Hauptgeschichte, die Aufmerksamkeit erregen soll. Sie enthält in der Regel auch visuelle Elemente wie Bilder oder Illustrationen, um die Leser anzusprechen. Das Inhaltsverzeichnis gibt einen

---

<sup>287</sup> *COOL*. Impressum [online]. Verfügbar unter: <http://cool-magazin.at/2017/11/impressum/> (abgerufen am 28. 06. 2023).

Überblick über die verschiedenen Rubriken und Artikel in der aktuellen Ausgabe. Das Editorial ist ein redaktioneller Text, der oft von der Chefredakteurin oder dem Chefredakteur verfasst wird. Es kann einen Einblick in den thematischen Schwerpunkt der Ausgabe geben oder auf besondere Highlights hinweisen. Zwischen den Artikeln befinden sich oft Anzeigen von verschiedenen Unternehmen, Marken oder Produkten, die sich an die Zielgruppe der Zeitschrift richten. Wie bei den meisten Zeitschriften gibt es auch in *Cool* Werbeanzeigen, die sich zwischen den Artikeln befinden. Diese Anzeigen sind oft auf die jugendliche Zielgruppe ausgerichtet und bewerben Produkte und Dienstleistungen (in der Rubrik *Informiert* – z. B. WKO Steiermark seit Februar), die für sie relevant sind. Weiter gibt es regelmäßig auf der ersten Seite ein Gewinnspiel. Am Ende der Zeitschrift lässt sich gewöhnlich ein Impressum finden, das Informationen über den Herausgeber, das Verlagshaus, die Redaktion und andere rechtliche Hinweise enthält.

*Cool* enthält vier verschiedene Rubriken (*Stars*, *Entertainment*, *Life*, *Informiert*), die spezifischen Themen gewidmet sind. Jede Rubrik behandelt unterschiedliche Aspekte und bietet Artikel, Interviews, Tipps und Informationen zu den jeweiligen Themenbereichen (wie *Music News*, *Game Zone*, *Made in Austria* – Tipps und Neuheiten im Bereich der österreichischen Musik, die sich ständig auf der Seite 32 befindet). Im Vergleich zur Zeitschrift *Bravo* enthält die Zeitschrift *Cool* eine zusammengefasste Rubrik namens *Life*. Diese Rubrik widmet sich verschiedenen Tipps und aktuellen Trends, die das Leben der jungen Leser beeinflussen können. Sie hat zum Ziel, den Lesern praktische Ratschläge (v. a. bei *Aufklärung*), Inspiration und Informationen zu bieten, um ihr Leben interessanter, einfacher oder erfüllter zu gestalten. Diese Inhalte zeigen, dass die Zeitschrift *Cool* eine Vielfalt an Themen abdeckt, die für Jugendliche relevant sind, angefangen bei Musikempfehlungen bis hin zur Aufklärung zu intimen Themen (immer auf den Seiten 20-21 gibt es Lesebriefe zum Thema *Liebe, Sex, Beziehung*). Hier haben Leser die Möglichkeit, ihre Fragen, Erfahrungen und Meinungen zu diesen Themenbereichen mitzuteilen. Die Zeitschrift bietet in diesem Bereich Ratschläge, Informationen und möglicherweise auch Antworten auf Leserfragen, um Jugendliche in Bezug auf Liebe, Sex und Beziehungen aufzuklären und zu unterstützen.

Basierend auf den gesammelten Informationen, dass in *Cool* Nr. 133 (Ausgabe Februar 2023) und Nr. 137 (Ausgabe Juni 2023) die Rubrik *Entertainment* jeweils einen Anteil von 44 % bzw. 37 % hat, lässt sich festhalten, dass die Rubrik *Entertainment* in beiden Ausgaben eine hohe Relevanz und Beliebtheit unter den Lesern von *Cool* hat (siehe Abb. 11 und 12). Es ist anzunehmen,

dass die Redaktion von *Cool* bewusst auf die Vorlieben und Interessen ihrer Zielgruppe eingeht und diese Rubrik entsprechend gestaltet, um die Leser anzusprechen und zu unterhalten. Durch die Betonung dieser Rubrik können sie sicherstellen, dass die Leser mit aktuellen und spannenden Informationen aus der Unterhaltungswelt versorgt werden.

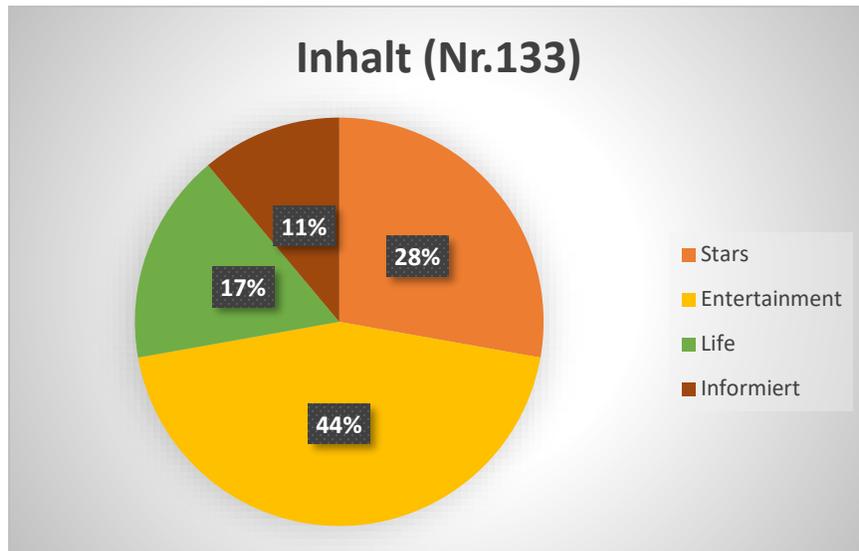


Abbildung 11: Rubriken in *Cool* Nr. 133 (Ausgabe Februar 2023)

Quelle: Eigene Darstellung

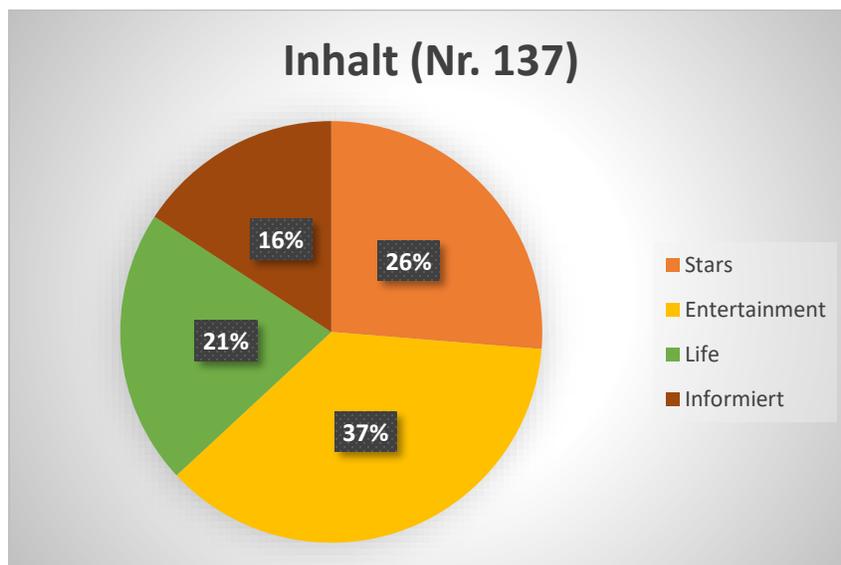


Abbildung 12: Rubriken in *Cool* Nr. 137 (Ausgabe Juni 2023)

Quelle: Eigene Darstellung

*Bravo* enthält fast keine Werbung. Dies bedeutet, dass der Anteil an Werbeanzeigen in der Zeitschrift *Bravo* im Vergleich zu redaktionellen Inhalten gering ist. *Bravo* konzentriert sich somit vermutlich mehr auf redaktionelle Inhalte wie Artikel, Berichte und Tipps, die sich an die Zielgruppe richten, ohne dabei stark von Werbung beeinflusst zu sein. Im Gegensatz dazu befindet sich in der Zeitschrift *Cool* auf jeder Doppelseite eine Werbung oder Werbeanzeige (bezahlte Werbung). Dies deutet darauf hin, dass Werbung einen größeren Teil des Magazins einnimmt. Aus diesem Grund gibt es weniger Rubriken und sie werden auch oft zusammengefügt, wie es schon beschrieben wurde.

Es ist interessant zu sehen, dass sowohl *Bravo* (03/23) als auch *Cool* (Nr. 133, Februar 2023) sich mit dem Thema *DSDS - Deutschland sucht den Superstar* beschäftigen, obwohl es territorial mit Deutschland verbunden ist. Dies deutet darauf hin, dass die Sendung eine große Reichweite und Beliebtheit im gesamten deutschsprachigen Raum hat und somit auch das Interesse der Leserschaft beider Zeitschriften anspricht. Des Weiteren ist es bemerkenswert, dass beide Zeitschriften Interviews mit denselben Persönlichkeiten (DSDS-Jury) führen. Dies zeigt, dass bestimmte Prominente in der Jugendkultur einen großen Einfluss haben und für die Zielgruppe von Interesse sind. Durch die Interviews erhalten die LeserInnen einen Einblick in das Leben und die Gedanken dieser Persönlichkeiten und können sich mit ihnen identifizieren. Ein weiterer Aspekt, der sowohl in *Bravo* (07/23) als auch in *Cool* (Nr. 137, Juni 2023) behandelt wird, sind ähnliche Themen wie *Selbstzweifel* und *Pickel*. Diese Themen sind für viele Jugendliche relevant und können eine Quelle der Unsicherheit und Frustration sein. Indem die Zeitschriften darüberschreiben und Tipps und Ratschläge geben, können sie ihren Lesern dabei helfen, mit solchen Herausforderungen umzugehen und ein positives Selbstbild zu entwickeln. Diese Gemeinsamkeiten in Bezug auf bestimmte Themen und Persönlichkeiten können darauf hinweisen, dass beide Zeitschriften sich an ähnliche Zielgruppen richten und deren Interessen und Bedürfnisse ansprechen möchten.

Die Cover-Schlagzeilen unterscheiden sich sehr gering von den, die im Inhalt angegeben werden (im Gegensatz zu *Bravo*: siehe Tabelle mit Coverthemen). Dies bedeutet, dass sie möglich eine konservative Richtung aufweisen und dass die auf dem Deckblatt angezeigten Schlagzeilen einen guten Überblick über die Themen und Inhalte geben, die die LeserInnen im Inneren der Zeitschrift erwarten können. Vorwiegend werden Anglizismen, deutsche Ausdrücke oder Überschriften mit Namen (Leony, Katja Krasavice, Taylor Swift) gebraucht.

**COOL! (133 Februar 2023)**

<i>Stars</i>	<i>Entertainment</i>	<i>Life</i>	<i>Informiert</i>
<i>Starzone</i>	<i>Music News</i>	<i>Teste dich: Ready for Super Bowl?</i>	<i>WKO Steiermark</i> (Werbeanzeige)
<i>Kontra K</i> (Interview)	<i>Live: Termine im Februar</i>	<i>Aufklärung</i> (Lesebriefe)	<i>Roto Frank</i> (Werbeanzeige)
<i>Knossi</i>	<i>DSDS: Die Jury im Interview</i>	<i>Aus der Redaktion</i>	
<i>Taylor Swift</i>	<i>Was läuft?</i>		
<i>Nina Chuba</i>	<i>Fan Radar: Mandalorian</i>		
	<i>Game Zone</i>		
	<i>Entertainment</i>		
	<i>Made in Austria</i>		

**COOL! (137 Juni 2023)**

<i>Stars</i>	<i>Entertainment</i>	<i>Life</i>	<i>Informiert</i>
<i>Starzone</i>	<i>Music News</i>	<i>Tabulos</i> (Interview)	<i>WKO Steiermark</i> (Werbeanzeige)
<i>Leony</i> (Interview)	<i>Lisa &amp; Lena Mantler: Interview zum Film „Get Up!“</i>	<i>Offline gehen, on Life sein</i>	<i>Jugendticket-Netz</i>
<i>Sem Eisinger</i> (Interview)	<i>Was läuft?</i>	<i>Aufklärung</i> (Lesebriefe)	<i>Lieb Bau Weiz</i> (Kommerzielle Mitteilung)
<i>Shirin David</i>	<i>Game Zone</i>	<i>Aus der Redaktion</i>	

<i>Kim Petras</i>	<i>Entertainment</i>		
	<i>Made in Austria</i>		
	<i>Live: Termine im Juni</i>		

Übersichtstabellen der Rubriken

## 7.2 Jugendtypische Tendenzen

Das Jugendmagazin *Cool* kann verschiedene Merkmale der Jugendsprache aufweisen. Es werden oft informelle und umgangssprachliche Ausdrücke verwendet, die in der Alltagssprache von Jugendlichen gebräuchlich sind. Jugendliche greifen häufig auf englische Wörter zurück, um ihre Texte aufzulockern oder einen bestimmten Stil zu erzeugen.<sup>288</sup> Englische Begriffe werden in die deutsche Sprache integriert oder auch als Lehnwörter verwendet. Die Jugendsprache zeichnet sich oft durch Kreativität, weil Jugendliche Wortspiele, Abkürzungen oder Veränderungen von Wörtern benutzen, um ihre eigene Sprache zu entwickeln.<sup>289</sup> In der Jugendsprache werden oft Wörter verkürzt oder Buchstaben weggelassen. Dies dient dazu, die Kommunikation zu beschleunigen, was mit der Sprachökonomie zusammenhängt.<sup>290</sup> In der digitalen Kommunikation verwenden Jugendliche gerne Emoticons und Emojis, um Emotionen und Stimmungen auszudrücken. Auch in Jugendmagazinen können solche Symbole in Texten, Überschriften oder Bildunterschriften auftauchen.<sup>291</sup> Dies wird im Folgenden mit konkreten Beispielen belegt.

### 7.2.1 Besonderheiten der Sprechsprachlichkeit

Die Verwendung der Gesprächspartikel *ja* zeigt eine Tendenz zur Sprechsprachlichkeit. Sie bezieht sich auf den Gebrauch von sprachlichen Elementen, die typisch für die gesprochene Sprache sind und einen informellen und mündlichen Stil vermitteln.<sup>292</sup> Die Partikel *ja* wird in den Beispielen verwendet, um Zustimmung, Bestätigung oder Hervorhebung auszudrücken. Es kann verwendet werden, um einen Punkt zu betonen oder eine Aussage zu unterstreichen. Diese Partikel kann auch

<sup>288</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen*. 1998, 582.

<sup>289</sup> NEULAND, Eva, 179f.

<sup>290</sup> Ebd., S. 196.

<sup>291</sup> Ebd.

<sup>292</sup> Ebd.

verwendet werden, um eine gewisse Vertrautheit oder Nähe zu vermitteln.<sup>293</sup> Hierbei wird der Apostroph verwendet, um das weggelassene Wort oder die weggelassenen Buchstaben zu kennzeichnen. Diese Kontraktionen mit Apostroph sind informelle Ausdrücke, die in der gesprochenen Sprache häufig vorkommen, während in der geschriebenen Standardsprache normalerweise die vollständigen Formen der Wörter verwendet werden.<sup>294</sup> Sie dienen der Sprachökonomie.<sup>295</sup> Es ist wichtig zu beachten, dass die Verwendung solcher Kontraktionen in schriftlichen Texten abhängig von der jeweiligen Situation und dem gewünschten Schreibstil sein kann – was wiederum mit der konzeptionellen Mündlichkeit korrespondiert.<sup>296</sup>

Beispiele dafür sind:

- *Wir befinden uns **ja** erst in der Anfangsphase der Erziehung* (Interview mit Kontra K); *Es ging **ja** gleich los...* (Interview mit Leony)<sup>297</sup>
- Kontraktion: *ne gute Kombo* (eine)<sup>298</sup>
- die Verwendung des Apostrophs für Verkürzungen (eine Tendenz aus dem Englischen): *'Ne* (Eine)*gute Frage, **hol'** mir ein gutes Stück, heute **waren's** sechs, **wo's** darum geht* (wo es; Interview mit Kontra K); ***liegt's, wird's.*** (liegt es, wird es; Interview mit Leony und Sem)<sup>299</sup>
- Apokope: *Hey Kathi, ich **hab** super starke Regelschmerzen* (Lesebrief an die Redakteurin – Aufklärung)<sup>300</sup>
- Synkope: *Hi **Mädls!*** (Begrüßungsformel<sup>301</sup> im Interview)<sup>302</sup>
- Inversion/Gedankenstrom: *Konkret darüber nachgedacht, was ich damit machen werde, oder etwas geplant, habe ich aber noch nicht.; Lieben wir!*<sup>303</sup>

<sup>293</sup> SCHLÜTER, Nadja. *Wir sollten Füllwörter lieben!* [online] jetzt.de, 15. 08. 2016. Verfügbar unter: <https://www.jetzt.de/sprache/warum-fuellwoerter-schoen-sind> (abgerufen am 08. 07. 2023).

<sup>294</sup> „Apostroph“. Duden [online]. Verfügbar unter: <https://www.duden.de/sprachwissen/rechtschreibregeln/apostroph> (abgerufen am 08. 07. 2023).

<sup>295</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen.* 1998, S. 522f.

<sup>296</sup> Ebd. und S. 74.

<sup>297</sup> *COOL Jugendmagazin.* Gonzomedia GesmbH, Graz. Nr. 133/ Februar 2023, S. 9 und Nr. 137/ Juni 2023, S. 9.

<sup>298</sup> Ebd., S. 23.

<sup>299</sup> Ebd. Nr. 133, S. 7; Ebd. Nr. 137, S. 8, 12.

<sup>300</sup> Ebd. Nr. 133, S. 21.

<sup>301</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen.* 1998, S. 479.

<sup>302</sup> *COOL.* Nr. 137, S. 22f.

<sup>303</sup> Ebd., S. 9; Ebd. Nr. 137, S. 13.

## 7.2.2 Wortbildungsmodelle

In der Zeitschrift *Cool* lassen sich ebenfalls Beispiele für explizite Derivation finden. Die genannten Beispiele wie *durchmachen*, (bzw. *durchgemacht*) *Durchbruch* und *durchprobieren*<sup>304</sup> zeigen die Verwendung von Derivationsprozessen, bei denen Präfixe oder Suffixe benutzt werden. Durch die Hinzufügung dieser morphologischen Elemente erhalten die Wörter eine neue Bedeutung.<sup>305</sup>

Die Beispiele wie *TBBT-Star* (‘The Big Bang Theory-Prominente’), *Ja-Wort*, *Babybauch* und *Exklusivinterview*<sup>306</sup> zeigen die produktive Wortbildungsart des Deutschen, zwar Komposition, bei der zwei oder mehr Wörter kombiniert werden, um ein neues Wort zu bilden. In der Jugendsprache werden oft Komposita verwendet, um bestimmte Konzepte oder Begriffe prägnant zu beschreiben. Häufigeres Vorkommen weisen auch Komposita ohne Bindestrich auf, im Vergleich mit dem Jugendmagazin *Bravo*.

Beispiele dafür sind:

- *Musikbranche*, *Musikgeschäft*, *Teaservideo*, *Geschlechtsanpassung*, *Tattoostudios*; *Endeffekt*, *nach zwei Soloalben*, *Rockband*.<sup>307</sup>

Die Verwendung von Abkürzungen wie *Doku* (für Dokument) *Insta* (für Instagram), *VÖ* (für Veröffentlichung), *BFF* (für beste Freundin) und *Rom-Com* (für romantische Komödie)<sup>308</sup> ist in der Jugendsprache weit verbreitet.

Daneben gibt es auch Beispiele für Konversion, bei der ein Wort seine Wortart ändert.<sup>309</sup>

In diesem Fall handelt es sich um den Gebrauch *hurra* als Interjektion und seine Umwandlung in den Satz (Substantiv): *hurra* > *ist sein letztes Hurra*.<sup>310</sup> Dadurch kann die Sprache flexibler und expressiver gestaltet werden.

---

<sup>304</sup> Ebd. Nr. 137, S. 7, 12, 21.

<sup>305</sup> ELSÉN, Hilke, S. 268.

<sup>306</sup> *COOL*. Nr. 133. S. 4, 6.

<sup>307</sup> Ebd., S. 7f, 14, 16.; Ebd. Nr. 133, S. 7, 12

<sup>308</sup> Ebd., S. 9., Ebd. Nr. 137, S. 5, 15f, 25.

<sup>309</sup> REINKE, Marlies. *Jugendsprache*, S. 298.

<sup>310</sup> *COOL*. Nr. 137, S. 5.

Das Beispiel *Jein*<sup>311</sup> zeigt eine Wortkreuzung, bei der zwei Wörter (hier konkret *Ja* und *Nein*) kombiniert werden, um eine neue Bedeutung zu erzeugen. Solche Wortkreuzungen können spielerisch und kreativ sein und in der Jugendsprache häufig vorkommen.

### 7.2.3 Lexik

In der Jugendzeitschrift *Cool* werden verschiedene sprachliche Merkmale verwendet, um über Musik zu sprechen. Dabei kommen unterschiedliche Vokabularien zum Einsatz:

- Musikvokabular (oft englische Entlehnungen)
- **LP**: Abkürzung für Langspielplatte, eine Musikveröffentlichung auf Vinyl.<sup>312</sup>
- **Die erste Single**: Das erste veröffentlichte Lied eines Albums.
- **Der Hit**: Ein sehr populärer und erfolgreicher Song.
- **Das Album**: Eine Sammlung von musikalischen Aufnahmen, die auf einem Tonträger veröffentlicht werden (*Music News*).<sup>313</sup>

Sie dienen dazu, verschiedene Aspekte von Musikveröffentlichungen auszudrücken.

- Phraseologismen: **Durch die Decke gehen** (auch in *Bravo* belegt): ‚Sehr beliebt‘ oder ‚erfolgreich werden‘
- Synonymie: *Eigentlich war **der Song nur ein Lied** auf ihrem letztjährigen Album.*<sup>314</sup>

Verwendung von Synonymen innerhalb eines Textes trägt dazu bei, höhere Abwechslung zu schaffen.

Es gibt weitere Beispiele für die Redewendungen (bzw. Phraseologismen), die oft in der Umgangssprache gebraucht werden (Interviews):<sup>315</sup>

- **Bock haben**: Lust haben, etwas zu tun (umgangssprachlich).
- **In Fahrt kommen**: zunehmend Fortschritte machen
- **Steht noch in den Sternen**: Unklar oder unsicher sein (Redewendung).

---

<sup>311</sup> Ebd., S. 17.

<sup>312</sup> „Langspielplatte“ beim Online-Wörterbuch Wortbedeutung.info [online]. Verfügbar unter: <https://www.wortbedeutung.info/Langspielplatte/> (abgerufen am 08. 07. 2023).

<sup>313</sup> *COOL*. Nr. 137, S. 12.

<sup>314</sup> Ebd. Nr. 133, S. 12f.

<sup>315</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen*. 1998, S. 380f.

- *Vor der Tür stehen*: Bevorstehen<sup>316</sup>
- *wenn der Stein einmal ins Rollen gekommen ist*: etwas beginnt
- *ist gerade in*: dem Zeitgeist (Mode) entsprechen<sup>317</sup>

Darüber hinaus gibt es ein häufiges Vorkommen von Denglisch und Anglizismen. Denglisch bezieht sich auf die Verwendung von deutschen Texten, die englische Wörter oder Ausdrücke enthalten.

Einige Beispiele dafür sind:

- *wird für seine crazy Look belächelt* (,auffälliges Aussehen‘)
- *postete Millie zu Silvester auf Insta* (,etwas auf Instagram veröffentlichen‘)
- *Auf TikTok ist mittlerweile nicht nur der Originalsong viral gegangen* (,sich schnell im Internet verbreiten‘)
- *Knossi scheut vor keiner Challenge zurück* (,Herausforderung‘)
- *auch neue, noch unveröffentlichte Songs performen* (,Lieder auf der Bühne singen‘)
- *Ihre Hits (Publikumserfolge‘) lassen uns abdancen* (,tanzen gehen‘; Lead – Artikel über Taylor Swift)
- *Zuerst gehyped, dann gecancelt* (,stark medialisiert, dann abgesagt‘ – #newsflash, Überschrift bei *Entertainment*)<sup>318</sup>
- *wurde im Mai für die Animation/Live-Action-Komödie mit Ryan Reynolds und Jason Momoa gecastet* (,für eine bestimmte Filmrolle ausgewählt‘; Artikel über Addison Rae – *Starzone*)
- *Der meistgestreamte Künstler auf Spotify könnte schon bald Geschichte sein* (d. h. die Musik des Künstlers wurde von vielen Menschen gehört und abgespielt, was auf seine Popularität und den Erfolg hinweist; Artikel über The Weeknd – *Starzone*)
- *Ich war da gerade bei einem Label in Australien gesignt* (,unterschrieben sein‘), *das mich dann irgendwann einfach gedroppt* (,fallengelassen‘) *hat*.
- *Denn wer ständig in der digitalen Welt scrollt* (,die Bildschirmansicht verschieben‘)<sup>319</sup>

---

<sup>316</sup> COOL. Nr. 133. S. 9, 13, 25.

<sup>317</sup> Ebd. Nr. 137, S. 7f.

<sup>318</sup> Ebd. Nr. 133, S. 4f, 13-16, 31.

<sup>319</sup> Ebd., Nr. 137, S. 4f, 7, 18.

Anglizismen sind direkte Übernahmen englischer Wörter in die deutsche Sprache.<sup>320</sup> In *Cool* tauchen oft Wörter oder Ausdrücke wie *Mama* („Mutter“), *Congrats zum Outing!* („Glückwunsch“), *bei den Golden Globes* (Film- und Fernsehpreisverleihung), *Gig* („Auftritt“) und *Sorry* („Entschuldigung“) auf.<sup>321</sup> Wie auch in *Bravo* werden sie unterschiedlich ins Deutsche einbezogen:

- *auf Tour sein, auf Welttour geht* (ohne Artikel), vs. *unsere Kiddies* („Kinder“) *die Queen* („Königin“; auch in *Bravo* belegt)<sup>322</sup>

Der Gebrauch von Denglisch und Anglizismen in *Cool* ist ein Merkmal des zeitgenössischen Sprachgebrauchs und verleiht der Zeitschrift einen modernen und internationalen Charakter. Im Gegensatz zu *Bravo* werden ab und zu deutsche Bezeichnungen bevorzugt.

- *Auf dem roten Teppich*: (statt *Red Carpet*) Eine metaphorische Redewendung für eine feierliche Veranstaltung oder einen VIP-Bereich.
- *In den sozialen Medien* (statt *social Media*; Rubrik *Starzone*).<sup>323</sup>

Weiter gibt es auch Beispiele des Bedeutungswandels – *zurückfeuern* (to shoot back –,sich verteidigen); *Die Zehn-Punkte-Kelle sehen*: Eine Metapher, um auszudrücken, dass jemand eine hohe Bewertung erhält (Artikel über Knossi).<sup>324</sup>

Ausgewählte Austriazismen wie *Jänner* („Januar“), *heuer* („dieses Jahr“) oder *latschen* („nachlässig gehen“) treten manchmal auf – z. B. *Hey Kathi, seit **Jänner** geh ich regelmäßig trainieren und liebe es* (Lesebrief an Kathi – Rubrik *Aufklärung*).<sup>325</sup> Die Verwendung diatopischer Varianz in *Cool* kann dazu beitragen, dass sich die LeserInnen in ihren eigenen regionalen Ausdrucksweisen und Sprechweisen wiedererkennen und eine größere Vielfalt und Authentizität in der Berichterstattung gewährleisten.

---

<sup>320</sup> GÖRKE, Adrian. *Jugendsprachliche Merkmale als Ausdruck Glokaler Jugendsprachlicher Tendenzen* [online]. In ZIEGLER, Arne (ed.). *Jugendsprachen/Youth Languages: Aktuelle Perspektiven internationaler Forschung/Current Perspectives of International Research*. Berlin, Boston: De Gruyter, 2018, S. 103f. <https://doi.org/10.1515/9783110472226-006> (abgerufen am 08. 07. 2023).

<sup>321</sup> *COOL*. Nr. 133, S. 4f, 7, 9.

<sup>322</sup> Ebd., S. 7, 9, 12, 16.

<sup>323</sup> Ebd., S. 4.

<sup>324</sup> Ebd. und S. 14.

<sup>325</sup> Ebd., S. 21.

#### 7.2.4 Syntax

In *Cool* lässt sich in der Regel eine Mischung aus Standardsprache und jugendsprachlichen Elementen beobachten. Die Syntax in der Standardsprache des Magazins folgt im Allgemeinen den gängigen syntaktischen Regeln der deutschen Sprache. Es gibt sowohl Hauptsätze als auch Nebensätze. Nebensätze können dabei unterschiedliche Funktionen haben, wie zum Beispiel Kausalsätze, Konditionalsätze oder Relativsätze. Sie werden gebraucht, um zusätzliche Erläuterungen zu einer Aussage zu geben: z. B. *Ich meine, es gibt **viele Leute, die** ganz oben und dann auch wieder schnell weg vom Fenster waren* (Interview).<sup>326</sup>

Der folgende Satz zeigt eine komplexe Satzstruktur mit mehreren Nebensätzen. Diese Satzstruktur ermöglicht es, einen Gedanken oder eine Entwicklung detailliert darzustellen und Zusammenhänge zu verdeutlichen (***Da wir selbst liebend gern skaten und ständig mit dem Board unterwegs sind, wurde dann irgendwie die Idee geboren, einen Skater-Film zu machen.***).<sup>327</sup> In beiden Fällen dienen *deswegen* und *da* (Adverb der Kausalität oder des Grundes) dazu, einen kausalen Zusammenhang oder eine Begründung herzustellen und Informationen zu verknüpfen.<sup>328</sup> Als Beispiel lässt sich anführen: ***Deswegen bin ich so ein bisschen am überlegen, ob's mich nicht mal in die Regie zieht oder ob ich mal was anderes im Hintergrund ausprobieren möchte.***<sup>329</sup>

Der Ausdruck *das muss ich zugeben* wird zu der Aussage zusätzlich eingefügt. Dies belegt das Beispiel: *Ich habe es in der Vergangenheit nie gerne gemacht, **das muss ich zugeben.***<sup>330</sup> Durch den Verzicht auf Konjunktionen entsteht ein rhythmischer und prägnanter Satzbau. Dies verleiht dem Text einen umgangssprachlichen und informellen Charakter, oft handelt es sich um uneingeleitete Nebensätze<sup>331</sup> (z. B. *Ich glaube, **solche Gedanken sind immer da, auch jetzt noch***).<sup>332</sup> Diese sprachlichen Phänomene dienen dazu, den Text im Interview fließend zu gestalten.<sup>333</sup> Weiter gibt es auch Beispiel für eine feststehende umgangssprachliche Redewendung

---

<sup>326</sup> Ebd. Nr. 137, S. 7.

<sup>327</sup> Ebd., S. 22.

<sup>328</sup> BUSCHA, Joachim und Gerhard HELBIG. *Deutsche Grammatik: ein Handbuch für den Ausländerunterricht*. Berlin: Langenscheidt, 1991, 641.

<sup>329</sup> *COOL*. Nr. 137, S. 22.

<sup>330</sup> Ebd., S. 7

<sup>331</sup> BUSCHA, Joachim und Gerhard HELBIG. *Deutsche Grammatik: ein Handbuch für den Ausländerunterricht*. Berlin: Langenscheidt, 1991, S. 644.

<sup>332</sup> *COOL*. Nr. 137, S. 7.

<sup>333</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Jugendmedien sprachwissenschaftlich betrachtet* [online]. merz (medien + erziehung), Nr. 4/2000, S. 5. Verfügbar unter:

in der deutschen Sprache. Syntaktisch betrachtet handelt es sich um eine passive Konstruktion, bei der das Verb *hören* im Infinitiv steht und durch das Hilfsverb *bekommen* ergänzt wird. Die Struktur der Redewendung ist wie folgt: [[Subjekt] + zu hören bekommen]<sup>334</sup> – z. B. *Wann wir die neuen Songs zu hören bekommen, steht aber noch in den Sternen; Auf dem Album **wird** man auch Sachen **von mir zu hören bekommen**, die man so von mir noch nicht kannte* (Artikel – Stars).<sup>335</sup> Auch Ellipsen werden in der Zeitschrift belegt. Sie zählen sich zu den Phänomenen der gesprochenen Sprache.<sup>336</sup>

Beispiel dafür ist:

- COOL: *Hast du schon Pläne für die Zeit nach der Rap-Karriere?*
- Kontra K: ***Auf keinen** – ich liebe ja meinen Job.* („Auf keinen Fall“)<sup>337</sup>

### 7.2.5 Stil

Im Jugendmagazin *Cool* wird ein Sprachstil verwendet, der Nähe und Vertrautheit vermitteln soll.<sup>338</sup> Dies zeigt sich unter anderem durch Duzen. Im Vergleich zur Zeitschrift *Bravo* (größere Unpersönlichkeit von Dr. Sommer-Ratgeber) wird in *Cool* eine vertrautere Atmosphäre geschaffen. Beispiele dafür sind die Lesebriefe in der Rubrik *Aufklärung (Frag doch Kathi!)*<sup>339</sup> und die Verwendung von *ihr* anstelle von *Sie* (z. B. *ihr verpasst das echte Leben*)<sup>340</sup> in bestimmten Artikeln. Im Jugendslang treten Ausdrücke wie *Ohrwurm* („erfolgreiches Lied“), *Gig* („Auftritt“), *realisieren* („sich bewusst machen“), *abchecken* („prüfen“) oder *Smombie* (Smartphone + Zombie; Jugendwort des Jahres 2015, siehe Kapitel 3. 4 „Sprachliche und außersprachliche Besonderheiten“) auf. Es gibt auch Bezüge zu sozialen Medien und Online-Plattformen wie

---

<https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2009/12/jugendmedien-sprachwissenschaftlich-betrachtet.pdf>  
(abgerufen am 08. 07 2023).

<sup>334</sup> „bekommen“, bereitgestellt durch das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache. Verfügbar unter: <https://www.dwds.de/wb/bekommen> (abgerufen am 08.07.2023).

<sup>335</sup> Ebd. Nr. 133, S. 1; Nr. 137, S. 14.

<sup>336</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen*. 1998, S.293.

<sup>337</sup> COOL. Nr. 133, S. 9.

<sup>338</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Jugendmedien sprachwissenschaftlich betrachtet* [online]. merz (medien + erziehung), Nr. 4/2000, S. 5. Verfügbar unter: <https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2009/12/jugendmedien-sprachwissenschaftlich-betrachtet.pdf>  
(abgerufen am 08. 07 2023).

<sup>339</sup> Ebd. Nr. 137, S. 20.

<sup>340</sup> Ebd., S. 18.

*hochladen, Content Creatorin, Community; bimmeln, Apps, Push-Nachrichten.*<sup>341</sup> Umgangssprachliche Ausdrücke wie *auf dem Klo, Heckmeck* („Blödsinn“) und *Klammoten* finden sich ebenfalls im Magazin (v. a. in den Interviews). Es kommen auch Intensivierungen vor, wie *superschnell* und *wunderschön*. Darüber hinaus werden Präfixe wie *Riesen-* oder *Mega-* und Adverbien wie *unheimlich* verwendet (*Riesen-Step, Mega-Erfolg; unheimlich viel*)<sup>342</sup>, um Verstärkung auszudrücken.<sup>343</sup>

In *Cool* gibt es verschiedene Formen der Intertextualität, die in den Texten verwendet werden. Intertextualität bezieht sich auf Bezüge zu anderen Texten, sei es in Form von direkten Zitaten, Anspielungen, Parodien oder sprachlichen Spielen.

Einige Beispiele dafür sind:

- Verwendung von Hashtags wie *#fail* und intertextuelle Bezüge zu Merchandise-Paketen (*Gewinnt ein Merhpaket*)<sup>344</sup>
- Erwähnung von QR-Codes, die auf eine Verbindung zu digitalen Inhalten oder anderen Medien verweisen.
- Intratextualität durch deutsche Schlagzeilen, wie *Gerüchte und Gewinner des Monats* (und Verweise auf andere Seiten in der Zeitschrift (*siehe Seite 15*))<sup>345</sup>
- Sprachspiele und intertextuelle Hinweise in Schlagzeilen, wie *Style Wars*<sup>346</sup> anstelle von *Star Wars* und Verweise auf Filme und Serien
  - *The Flash: Sheldon Coopers liebster Superheld kommt endlich ins Kino und das gleich mit einem echten Blockbuster, der nicht nur euch, sondern vielleicht auch eure Väter (Stichwort: Michael Keaton) begeistern könnte.*<sup>347</sup>
  - *Harry Potter: Ein Must-have für Potterheads und ein No-go für Muggel*<sup>348</sup>
- Sprachspiele und intertextuelle Bezüge in Schlagzeilen (bzw.) Überschriften, wie:

---

<sup>341</sup> Ebd., S. 7, 19.

<sup>342</sup> Ebd., S. 7.

<sup>343</sup> ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Wie sagt man sehr gut in der Jugendsprache?*[online]. Unveröffentlichtes Manuskript für *Tip – Theorie, Information, Praxis*, 1998, S. 3f. Verfügbar unter: <https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2010/01/wie-sagt-man-sehr-gut-in-der-jugendsprache.pdf> (abgerufen am 08. 07. 2023).

<sup>344</sup> *COOL*. Nr. 133, S. 5, 29.

<sup>345</sup> Ebd. Nr. 137, S. 12.

<sup>346</sup> Ebd. Nr. 133, S. 4.

<sup>347</sup> Ebd., S. 24.

<sup>348</sup> Ebd., S. 28.

- **Kontra K: Leben ist vollkontakt!** (Kontra K – Name des deutschen Rappers)
- **coole COOL-Ausgabe** (Editorial)
- **Was läuft? Laufzeit**
- *May the force be with you* (Star Wars) > *May the eggs...be with you* <sup>349</sup>
- *Interview Tabulos: Tattoo Talk* (Interview – Tabulos), bei dem mit Worten und Ausdrücken gespielt wird (Alliteration)<sup>350</sup>
- online > *OnLife sein* (d. h. nicht mehr im Internet surfen, sondern offline sein). <sup>351</sup>
- Bricolage wie *startet in La La Land* („Los Angeles“)<sup>352</sup>
- Code-Switching, bei dem zwischen verschiedenen Sprachen oder Sprachregistern gewechselt wird, wie im Zitat *I do not give a single Fuck anymore, ob jemand mich verstehen möchte oder nicht* und *Stop staring like an idiot!* (Im Kommentar von der Redakteurin).<sup>353</sup>

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die erwähnten Stilmischungen die Aspekte der medienbedingten Variation (u. a. typographische Ausdrucksformen wie Emoticons, Abkürzungen) mit allgemeinen Kennzeichen des mündlichen Sprachgebrauchs Jugendlicher (wie beispielsweise Interjektionen, Intensivierungen, Apokopen, Synkopen) vermischen.<sup>354</sup>

---

<sup>349</sup> Ebd., S. 3, 6, 24, 27.

<sup>350</sup> Ebd. Nr. 137, S. 16.

<sup>351</sup> Ebd., S. 18.

<sup>352</sup> Ebd. Nr. 133, S.30.

<sup>353</sup> Ebd. Nr. 137, S. 11, 17.

<sup>354</sup> NEULAND, Eva. S. 196.

## 8 Auswertung

Die Analyse der sprachlichen und diskursiven Merkmale ermöglicht es, die Charakteristika der Jugendsprache in den untersuchten Jugendzeitschriften zu bestimmen und mögliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Zeitschriften aufzuzeigen. Sie dient als Grundlage für die Beantwortung der Forschungsfrage und bietet eine fundierte Einschätzung der linguistischen Besonderheiten der Jugendsprache in diesem Kontext.

Die Auswertung der sprachlichen Ebenen in den Analysen zeigt, dass die Jugendsprache in den Jugendzeitschriften durch ihre spezifischen Merkmale in den Bereichen Wortbildung, konzeptionelle Mündlichkeit, Bedeutungsumwandlungen und sprachliche Spiele gekennzeichnet ist. Die Jugendsprache in den untersuchten Zeitschriften zeichnet sich durch auffällige Wortbildungsprozesse und den Einsatz von spezifischem Wortschatz aus. Hierbei werden wahrscheinlich Neologismen, Wortzusammensetzungen oder Bedeutungsverschiebungen verwendet, um einen jugendlichen und individuellen Ausdruck zu erreichen.

Da Interviews eine wichtige Textsorte in den Jugendzeitschriften darstellen, prägen sie den Bereich der konzeptionellen Mündlichkeit in der Jugendsprache (siehe Kapitel 6. 2. 1 und 7. 2. 1 „Besonderheit der Sprechsprachlichkeit“). Das bedeutet, dass die Sprache in den Interviews informell, dialogisch und authentisch wirkt, um eine direkte Verbindung zu den jugendlichen LeserInnen herzustellen. Es scheint, dass in der Jugendsprache der Zeitschriften bestimmte Bedeutungen von Wörtern oder Ausdrücken umgewandelt werden. Dies kann dazu dienen, Ironie, Sarkasmus oder einen gewissen Stil zu vermitteln und möglicherweise auch zur Schaffung eines jugendlichen Slangs beitragen.

Im Gegensatz zu den anderen sprachlichen Ebenen scheint die Jugendsprache in den Zeitschriften syntaktisch weniger auffällig zu sein. Sie unterliegt eher den Tendenzen der Standardsprache und folgt wahrscheinlich den syntaktischen Regeln (siehe Kapitel 6. 2. 4 und 7.2.4 „Syntax“).

Ein interessantes Merkmal der Jugendsprache in den Zeitschriften sind sprachliche Spiele, wie intertextuelle Hinweise und Stilmischungen. Dies zeigt, dass die Jugendsprache kreativ und spielerisch mit Sprache umgeht, um Aufmerksamkeit zu erregen und einen unterhaltsamen Charakter zu schaffen.

Die genannten sprachlichen Merkmale geben Einblicke in die Besonderheiten der Jugendsprache in den untersuchten Jugendzeitschriften und zeigen, wie diese Merkmale dazu beitragen, einen jugendlichen und individuellen Sprachstil zu prägen.

In der deutschen Jugendsprache, wie sie in den Zeitschriften *Bravo* und *Cool* gebraucht wird, lassen sich auch Merkmale der gegenwärtigen Standardsprache identifizieren. Obwohl die Jugendsprache häufig lockerer mit grammatikalischen Regeln umgeht, können in den Zeitschriften immer noch Elemente der Standardgrammatik und -syntax vorkommen. Das bedeutet, dass grundlegende grammatische Strukturen eingehalten und korrekte Satzkonstruktionen verwendet werden. Es ist nicht ungewöhnlich, dass Jugendliche in ihrer Sprache zwischen informellen und formalen Ausdrücken wechseln und diese miteinander kombinieren (Stilmischungen, Code-Switching u. a.).

Die Zeitschriften *Cool* und *Bravo* haben einige Überschneidungen in Bezug auf ihre Stilrichtungen und Themen, weisen jedoch auch Unterschiede auf. Sowohl *Bravo* als auch *Cool* behandeln ähnliche Themen wie Stars, Unterhaltung, Musik, Mode und Lifestyle (siehe Abb. 8–9 und Abb. 11–12). Beide Zeitschriften bieten Artikel, Interviews, Tipps und Informationen zu diesen Themenbereichen. Das Layout beider Zeitschriften ist ansprechend gestaltet und enthält Bilder, Überschriften und grafische Elemente (siehe Anhang Nr. 3 –6), um die Aufmerksamkeit der Leser zu gewinnen.

Sowohl in *Bravo* als auch in *Cool* gibt es Hinweise auf Code-Switching, also den Wechsel zwischen verschiedenen Sprachen oder Sprachregistern. Dies kann beispielsweise durch die Verwendung von englischen Songtexten (*Bravo* 03/23, *COOL* Nr. 133, siehe Anhang Nr. 7–8: fettgedruckte Zeilen), Zitaten oder Slogans in den Texten erfolgen. Beide Zeitschriften verwenden eine emotionale Ausdrucksweise, die sich in der Verwendung von Ausrufezeichen, Betonungen und intensiven Adjektiven zeigt. Dies dient dazu, die Begeisterung, Aufregung und Leidenschaft der jugendlichen Zielgruppe widerzuspiegeln.

Es scheint, dass in der Zeitschrift *Cool* weniger Verstärker vorkommen im Vergleich zu *Bravo*. In *Cool* finden sich möglicherweise weniger Wörter wie *ultra*, *total* oder *extrem*. Aufgrund der durchgeführten Analysen lässt sich feststellen, dass in der Zeitschrift *Cool* Kreativität und Sprachspiele, insbesondere in der Rubrik *Tabulos*, *Starzone* und *Entertainment*, im Gespräch sind.

Diese kreativen Ausdrucksweisen und Sprachspiele werden der Redakteurin zugeschrieben und tragen zur interessanten und unterhaltsamen Gestaltung der Texte bei.

Im Interview mit Pietro Lombardi (*DSDS*) in *Bravo* (Nr. 3/23, Seite 10) und in *Cool* (Nr. 133, Seite 22) werden dieselben Sätze zitiert. Es ist interessant zu beobachten, dass die gleiche Redewendung in beiden Zeitschriften auftaucht, was darauf hinweisen könnte, dass diese Ausdrucksweise in Bezug auf Pietro besonders relevant ist.

Die erste Hypothese, dass Anglizismen sowohl in der Zeitschrift *Bravo* als auch in *Cool* vorkommen, wurde bestätigt. In beiden Zeitschriften werden englische Begriffe und Ausdrücke gebraucht, die sich unterschiedlich ins Deutsche integrieren lassen. Die eingeführten Beispiele zeigen, wie die Anglizismen in Medien und speziell in Schlagzeilen oft gebraucht werden können, um eine gewisse Internationalität und Modernität zu vermitteln. Diese Hypothese korrespondiert mit der Jugendsprachforschung.<sup>355</sup>

Die Hypothese, dass in der Zeitschrift *Bravo* mehr lexikalische Neuschöpfungen und sprachliche Innovationen verwendet werden als in *Cool*, wurde nicht bestätigt. Es wurde vermutet, dass aufgrund des größeren Umfangs von *Bravo* mehr Neubildungen auftreten würden. Überraschenderweise ergaben die durchgeführten Analysen jedoch, dass im Jugendmagazin *Cool* mehr Neubildungen und Innovationen zu finden sind. Die Ergebnisse zeigen einen hohen Wettbewerb, da der Unterschied in Prozentpunkten gering ist (siehe Abb. 13). Fast 52 % der Neubildungen wurden in *Cool* nachgewiesen, während *Bravo* weniger als die Hälfte (48 %) aufweist. Die belegten Erscheinungen werden in einer Liste zusammengefasst (siehe Anhang Nr. 7 und 8). Es ist möglich, dass sowohl *Bravo* als auch *Cool* gelegentlich lexikalische Neuschöpfungen verwenden, um ihre Texte interessanter und ansprechender zu gestalten. Der Gebrauch solcher Neuschöpfungen kann dazu beitragen, eine jugendliche und moderne Sprachatmosphäre zu schaffen und den Texten eine gewisse Originalität zu verleihen. Auch andere stilistische Merkmale und sprachliche Aspekte treten in *Bravo und Cool* (Kombination von Bricolage, Sprachspielen, interkulturelle Hinweisen) hervor und von Bedeutung sind.

---

<sup>355</sup> STICKEL, Gerhard. *Das heutige Deutsch: Tendenzen und Wertungen* [online]. In MORALDO, Sandro M./SOFFRITTI, Marcello (Hg.): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Rom: Carocci. S. 18f. Verfügbar unter: [https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel\\_Das\\_heutige\\_Deutsch\\_Tendenzen\\_und\\_Wertungen\\_2004.pdf](https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel_Das_heutige_Deutsch_Tendenzen_und_Wertungen_2004.pdf) (abgerufen am 08. 07. 2023).

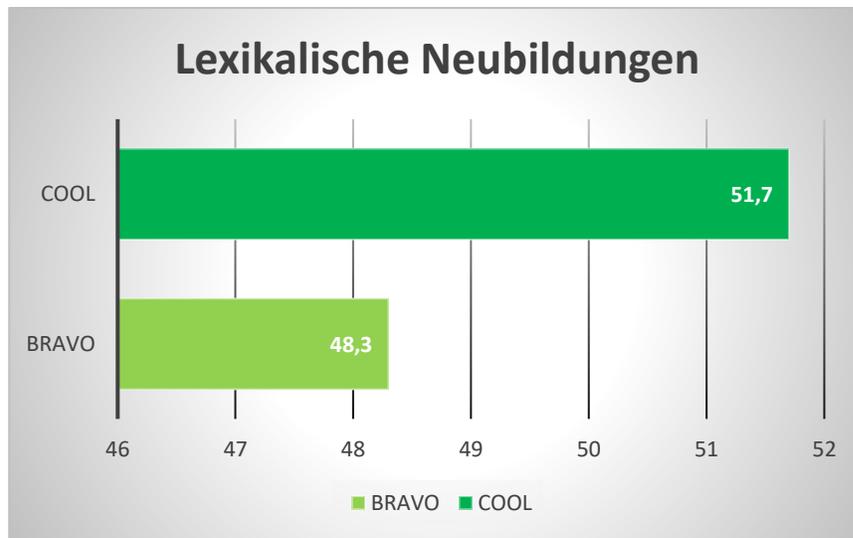


Abbildung 13: Vorkommen von lexikalischen Neubildungen in den ausgewählten Jugendmagazinen

Quelle: Eigene Darstellung

Es soll darauf hingewiesen werden, dass die Jugendsprache einem ständigen Wandel unterliegt und von verschiedenen Faktoren wie Region, Generation, Subkultur und sozialem Umfeld beeinflusst wird. Austriazismen spielen im Zusammenhang mit der Jugendzeitschrift *Cool* keine wesentliche Rolle. Es ist interessant festzustellen, dass in der Jugendzeitschrift *Cool* nur wenige Austriazismen vorkommen. Dies deutet darauf hin, dass die sprachliche Variation in Bezug auf den diatopischen Aspekt in dieser Zeitschrift gering ist. Stattdessen scheint die Sprache in Jugendzeitschriften eher allgemein verständlich zu sein und sich an ein breiteres Publikum zu richten. Dies könnte darauf hinweisen, dass die Sprache bewusst gewählt wird, um eine größere Leserschaft anzusprechen und die Texte für eine breitere Masse zugänglich zu machen. Es ist möglich, dass die Zeitschriften bewusst auf lokale sprachliche Merkmale verzichten, um eine überregionale Verständlichkeit und Akzeptanz zu gewährleisten. Die sprachliche Ausrichtung auf eine breitere Masse könnte auch dazu beitragen, die Verbreitung und den Erfolg der Zeitschriften zu fördern. Es gibt keine einheitliche Jugendsprache, da sich Ausdrücke und Trends im Laufe der Zeit ändern und von verschiedenen Gruppen unterschiedlich verwendet werden.

Jedoch kann man auch beobachten, dass bestimmte Stereotypen und regelmäßige Muster in der Jugendsprache auftreten können. Diese Stereotypen und Muster können sich durch wiederkehrende Ausdrücke, Trends oder Verhaltensweisen manifestieren. Beispielsweise können

bestimmte Wörter oder Phrasen in der Jugendsprache eine zeitweilige Popularität erlangen und von vielen Jugendlichen verwendet werden, bevor sie wieder verschwinden und von neuen Ausdrücken abgelöst werden. In Jugendzeitschriften treten sowohl heterogene Typizität als auch stereotype Floskeln auf. Allerdings ist es auch möglich, dass in Jugendzeitschriften stereotype Wendungen verwendet werden, die bestimmte Klischees oder Erwartungen bedienen. Dies kann dazu dienen, eine Verbindung zu den Lesern herzustellen und eine bestimmte jugendliche Identität oder Gemeinschaft zu repräsentieren. Darüber hinaus zeigt diese Tendenz die erwähnte Stilverbreitung des jugendsprachlichen Stils.

Es ist wichtig zu bedenken, dass Stereotypen in der Jugendsprache nicht alle Jugendlichen repräsentieren und dass individuelle Variationen und Unterschiede existieren. Nicht jeder Jugendliche verwendet die gleiche Jugendsprache und nicht alle Stereotypen treffen auf alle zu. Die Jugendsprache ist vielfältig und kann stark von individuellen Hintergründen, Interessen und Identitäten abhängen.

Es ist interessant, die Dynamik und Entwicklung der Jugendsprache zu beobachten, aber es ist auch wichtig, sie nicht zu generalisieren oder zu vereinfachen. Die Jugendsprache ist ein lebendiges und vielfältiges Phänomen, das sich kontinuierlich entwickelt und von verschiedenen Faktoren beeinflusst wird.

## Fazit

Diese Diplomarbeit befasst sich mit der Analyse der Jugendsprache in den Zeitschriften *Bravo* und *Cool*. Das Ziel der Untersuchung besteht darin, sprachliche Merkmale und Variationen der Jugendsprache in diesen beiden Zeitschriften zu analysieren. Es wird vermutet, dass englische Wörter und Ausdrücke verstärkt verwendet werden, um einen jugendlichen und modernen Sprachstil zu vermitteln. Außerdem wird angenommen, dass Bravo eine größere Vielfalt an kreativen Wortbildungen und sprachlichen Innovationen aufweist.

Die Arbeit umfasst eine qualitative Sprach- und Diskursanalyse, bei der sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede zwischen der deutschen und österreichischen Jugendsprache festgestellt werden. Es werden Fachbegriffe aus der Varietätenlinguistik definiert und die Merkmale der Gegenwartssprache sowie deren stilistische Kennzeichnungen erläutert. Im vierten Kapitel wird der Zusammenhang zwischen Textsorte und Massenmedien dargestellt, gefolgt von der empirischen Untersuchung. Es werden zwei Hypothesen aufgestellt, die im Rahmen einer sprachwissenschaftlichen Untersuchung überprüft werden, indem anschauliche Beispiele aus *Bravo* und *Cool* angeführt und analysiert werden. Es wird erwartet, dass der Gebrauch von Anglizismen und lexikalischen Neuschöpfungen in beiden Zeitschriften nachgewiesen werden kann.

Die methodischen Schritte enthalten die Analyse der Texte, um sprachliche Merkmale der Jugendsprache zu identifizieren. Dabei werden lexikalische Neuschöpfungen, Anglizismen, sprachliche Stile sowie Themen und Interessengebiete untersucht. Es wird ein systematischer Vergleich der Jugendsprache anhand der exzerpierten Beispiele in beiden Zeitschriften aufgezeichnet und mithilfe des Diagramms in Schlussauswertung (Abb. 13) veranschaulicht. Zusätzlich wird der soziale und kulturelle Kontext berücksichtigt, in dem die Jugendsprache in den Zeitschriften verwendet wird.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Jugendsprache in den Zeitschriften *Bravo* und *Cool* eine Vielfalt an sprachlichen Variationen und kreativen Ausdrucksformen aufweist. Der Gebrauch von Anglizismen und die Integration von englischen Elementen sind in beiden Zeitschriften nachweisbar, was auf den Einfluss der globalen Popkultur und des englischen Sprachraums hinweist. Es ist auch interessant zu beobachten, dass beide Zeitschriften auf Code-Switching zurückgreifen, indem sie verschiedene Sprachregister verwenden.

Diese sprachwissenschaftliche Analyse verdeutlicht, dass die Jugendsprache einem ständigen Wandel unterliegt und von verschiedenen Faktoren (u. a. Region, Alter) beeinflusst wird. Es gibt keine einheitliche Jugendsprache, sondern vielmehr eine Vielzahl von Variationen und individuellen Ausdrucksweisen. Es wird betont, wie Sprache als Mittel zur Identitätsbildung und zur Darstellung von Interessen und Trends dient.

Diese Forschungsergebnisse liefern wichtige Einblicke in die Sprachentwicklung und den Einfluss von Medien und Popkultur auf die Jugendsprache. Sie tragen dazu bei, das Verständnis der aktuellen deutschen Jugendsprache zu vertiefen und bieten Ansatzpunkte für weitere Untersuchungen in diesem Bereich.

## Resumé

Tato diplomová práce se zabývá analýzou mládežnického jazyka v časopisech *Bravo* a *Cool*. Cílem je analyzovat jazykové charakteristiky a variace mládežnického jazyka v těchto dvou časopisech. Předpokládá se, že se zvýšené míře používají anglická slova a výrazy, které pomáhají tvořit moderní jazykový styl mládeže. Dále se předpokládá, že časopis *Bravo* bude vykazovat větší rozmanitost kreativních novotvarů a jazykových inovací.

Práce zahrnuje kvalitativní analýzu jazyka a diskurzu, při které jsou identifikovány jak podobnosti, tak rozdíly mezi německým a rakouským mládežnickým jazykem. Definují se odborné termíny z oblasti variantní lingvistiky a jsou vysvětleny charakteristiky současného jazyka a jeho stylistické znaky. Ve čtvrté kapitole je popsán vztah mezi textovými žánry a masmédií, následovaný empirickým výzkumem. Jsou formulovány dvě hypotézy, které jsou v rámci lingvistického výzkumu ověřovány pomocí příkladů z časopisů *Bravo* a *Cool*.

Metodické kroky zahrnují analýzu textů za účelem identifikace jazykových charakteristik mládežnického jazyka. Jsou zkoumány lexikální novotvary, anglicismy, jazykové styly a rovněž témata či zájmové oblasti. Je provedeno systematické porovnání mládežnického jazyka na základě excerpovaných příkladů z obou časopisů, které je zaznamenáno a ilustrováno pomocí diagramu v závěrečné analýze (Obr. 13). Je také zohledněn sociální a kulturní kontext, ve kterém je mládežnický jazyk v časopisech používán.

Výsledky ukazují, že mládežnický jazyk v časopisech *Bravo* a *Cool* vykazuje různorodost jazykových variací a kreativních výrazových forem. Používání anglicismů a integrace anglických prvků je zaznamenatelná v obou časopisech, což naznačuje vliv globální popkultury a anglického jazyka. Je také zajímavé pozorovat, že oba časopisy používají kódové přepínání, tj. používání různých jazyků a jazykových registrů.

Tato jazyková analýza jasně ukazuje, že mládežnický jazyk podléhá neustálým změnám a je ovlivňován různými faktory (včetně regionu a věku). Neexistuje jednotný mládežnický jazyk, ale spíše množství variací a individuálních vyjádření. Je zdůrazněno, jak jazyk slouží jako prostředek k formování identity a vyjádření zájmů a trendů. Tato výzkumná zjištění poskytují důležité poznatky o vývoji jazyka a vlivu médií a popkultury na mládežnický jazyk. Přispívají k hlubšímu porozumění současnému německému jazyku mládeže a nabízejí výchozí body pro další výzkumy v této oblasti.

## Literaturverzeichnis

AMMON, Ulrich. *Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Das Problem der nationalen Varietäten*. Berlin; New York: De Gruyter, 1995, 575 S. ISBN 978-3110147537.

AMMON, Ulrich, Norbert DITTMAR und Klaus J. MATTHEIER. *Sociolinguistics: an international handbook of the science of language and society*. New York: Walter de Gruyter, 1988, 855-1912. ISBN 3-11-011645-6.

ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Mode, Medien und Musik: Jugendliche als Sprachexperten*. In ANTOS, Gerd (ed.). *Fremdheit in der Muttersprache. Der Deutschunterricht* 6/1997, 10-20. ISSN 0340-2258.

ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen*. Frankfurt a.M.: Peter Lang, 1998, 684 S. ISBN 3-631-33866-X.

BRAUN, Peter. *Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache: Sprachvarietäten*. 3. erweiterte Aufl. Berlin: Kohlhammer, 1993, 265 S. ISBN 3-17-012127-8.

BRINKER, Klaus, Hermann CÖLFEN und Steffen PAPPERT. *Linguistische Textanalyse: eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. 9., durchgesehene Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2018, 190 S. ISBN 978-3-503-17760-8.

DITTMAR, Norbert. *Grundlagen der Soziolinguistik: ein Arbeitsbuch mit Aufgaben*. Tübingen: Niemeyer, 1997, 358 S. ISBN 3-484-22057-0.

ELSEN, Hilke. *Sonderlexik Jugend?* In NEULAND, Eva (Hg.): *Jugendsprachen – Spiegel der Zeit. Internationale Fachkonferenz 2001 an der Bergischen Universität Wuppertal*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag Der Wissenschaften, 2003, 514 S. ISBN 978-3-631-39738-1.

FAULSTICH, Werner. *Einführung in die Medienwissenschaft: Probleme, Methoden, Domänen*. Lindenberg: Fink, 2002, 353 S. ISBN 978-3-825-22407-3.

FLEISCHER, Wolfgang, Marianne SCHRÖDER und Irmhild BARZ. *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. 2., durchges. und erg. Aufl. Tübingen: Niemeyer, 1995, 382 S. ISBN 3-484-10682-4.

GLÜCK, Helmut und Wolfgang Werner SAUER. *Gegenwartsdeutsch*. Stuttgart: Metzler, Bd. 252, 1990, 218 S. ISBN 3-476-10252-1.

BUSCHA, Joachim und Gerhard HELBIG. *Deutsche Grammatik: ein Handbuch für den Ausländerunterricht*. Berlin: Langenscheidt, 1991, 736 S. ISBN 978-3-324-00118-2.

CHUN, Markus. *Jugendsprache in den Medien*. Duisburg-Essen: 2007, S. 81.

KÖNIG, Ekkehard. *Das Deutsche: Von der Weltsprache zu einer europäischen Sprache unter vielen*. In *Germanistische Mitteilungen* 59/ 2004, 5-18.

KUSOVÁ, Jana. *Morphologische Varianz der peripheren Substantivparadigmen im geschriebenen Gegenwartsdeutsch: schwache Maskulina, starke Feminina und gemischte Substantive*. Wien: Praesens, 2014, 200 S. ISBN 978-3-7069-0784-2.

LÖFFLER, Heinrich. *Wieviel Variation verträgt die deutsche Standardsprache? Begriffserklärung: Standard und Gegenbegriffe*.- In EICHINGER, Ludwig M. und KALLMEYER, Wener (Hg.): *Standardvariation. Wie viel Variation verträgt die deutsche Sprache?* IDS-Jahrbuch 2004. Berlin, New York 2005, 7-27.

LÖFFLER, Heinrich. *Germanistische Soziolinguistik*. 4. neu bearb. Aufl. Berlin: Schmidt, 2010, 222 S. ISBN 978-3-503-12222-6.

LÜGER, Heinz-Helmut. *Pressesprache. Germanistische Arbeitshefte*. Tübingen: Niemeyer Verlag, 1995, 169 S. ISBN 9783110987768.

MOSER, Hugo. *Wohin steuert das heutige Deutsch? Triebkräfte im Sprachgeschehen der Gegenwart*. 1967. In BRAUN, Peter (Hg.). *Deutsche Gegenwartssprache. Entwicklungen, Entwürfe, Diskussionen. Kritische Information* 79. München: Fink, 1979. S. 49-68. ISBN 3-7705-1644-3.

NEULAND, Eva. *Jugendsprache*. Tübingen: A. Francke Verlag, 2018, 274 S. ISBN 978-3-8252-4924-3.

POLENZ, Peter von. *Nationale Varietäten der deutschen Sprache. International Journal of the Sociology of Language* 83. Berlin/New York: de Gruyter, 1990, 5-38.

REINKE, Marlies. *Jugendsprache*. In HERINGER, HANS-JÜRGEN; SAMSON, GUNHILD; KAUFFMANN, MICHAEL; BADER, WOLFGANG: *Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Berlin: Walter de Gruyter, 2011, 321. ISBN 3-484-73016-1.

SCHAFF, Adam. *Soziolinguistik*. Wien: Europaverl, 1976, 250 S. ISBN 3203505916.

SCHLIEBEN-LANGE, Brigitte. *Soziolinguistik: eine Einführung*. 3., überarb. und erw. Aufl. Stuttgart: Verl. W. Kohlhammer, 1991, 165 S. ISBN 3-17-011237-6.

SCHIPPAN, Thea. *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*. 2., unverändr. Aufl. Tübingen: Niemeyer, 2002, 306 s. ISBN 3-484-73002-1.

### **Untersuchte Zeitschriften**

*Bravo*. Deutschland. Bauer Media. 03/23 (01. 02. 2023), 82 S.

*Bravo*. Deutschland. Bauer Media. 07/23 (24. 05. 2023), 82 S.

*COOL Jugendmagazin*. Gonzomedia GesmbH, Graz. Nr. 133/ Februar 2023, 34 S.

*COOL Jugendmagazin*. Gonzomedia GesmbH, Graz. Nr. 137/ Juni 2023, 34 S.

### **Elektronische Quellen**

*Allesprachen | Jugendsprache 2022: Definition und Wörterbuch: Allesprachen* [online]. Verfügbar unter <https://www.allesprachen.at/blog/jugendsprache> (abgerufen am 01. 08. 2022).

ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Wie sagt man sehr gut in der Jugendsprache?* [online]. Unveröffentlichtes Manuskript für *Tip – Theorie, Information, Praxis*, 1998, S. 5f. Verfügbar unter: <https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2010/01/wie-sagt-man-sehr-gut-in-der-jugendsprache.pdf> (abgerufen am 08. 07. 2023).

ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Jugendmedien sprachwissenschaftlich betrachtet* [online]. merz (medien + erziehung), Nr. 4/2000, S. 5. Verfügbar unter: <https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2009/12/jugendmedien-sprachwissenschaftlich-betrachtet.pdf> (abgerufen am 08. 07. 2023).

ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. *Jugendliche und Anglizismen* [online]. In *Text für TIP-Landeskunde Spezial*, 2003, S. 1f. Verfügbar unter: [https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2010/01/jugendliche-und-anglizismen\\_2003.pdf](https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2010/01/jugendliche-und-anglizismen_2003.pdf) (abgerufen am 25. 04. 2023).

ARNU, Titus und ZIPS, Martin. *Wie redest du, Alter? Süddeutsche Zeitung* 2018 [online]. Verfügbar unter: <https://www.sueddeutsche.de/leben/jugendsprache-wie-redest-du-alter-1.4214188> (abgerufen am 11. 06. 2023).

„bekommen“, bereitgestellt durch das *Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache* [online]. Verfügbar unter: <https://www.dwds.de/wb/bekommen> (abgerufen am 08.07.2023).

BERGEROVÁ, Hana. *Phraseodidaktisches Potenzial der Textsorten Fotoroman und Beratungstext in Jugendzeitschriften* [online]. In MÜCKEL, Wenke. *Didaktische Perspektiven der Phraseologie in der Gegenwart: Ansätze und Beiträge zur deutschsprachigen Phraseodidaktik in Europa*. Berlin, Boston: De Gruyter, 2022-2023, S. 256. <https://doi.org/10.1515/9783110774375-012> (abgerufen am 20. 06. 2023).

*BRAVO Abo* [online]. Verfügbar unter: <https://www.presseplus.de/BRAVO-Abo> (abgerufen am 08. 07. 2023).

BURGER, Harald, LUGINBÜHL, Martin. *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien* [online]. 2014, 544 S. edISBN 9783110285918. doi:10.1515/9783110285925 (abgerufen am 07. 06. 2023).

BRINKER, Klaus et. al. *Text- und Gesprächslinguistik* 1. Halbband [online]. Berlin: De Gruyter Mouton; 2000, S. 623. Verfügbar unter <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,shib&db=e000xww&AN=186385&lang=cs&site=ehost-live&scope=site> (abgerufen am 20. 06. 2023).

„checken“, bereitgestellt durch das *Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache* [online]. Verfügbar unter: <https://www.dwds.de/wb/checken#1> (abgerufen am 08.07.2023).

*COOL*. Impressum [online]. Verfügbar unter: <http://cool-magazin.at/2017/11/impressum> (abgerufen am 28. 06. 2023).

„Crush.“ Englisch-Deutsch Übersetzung. *Langenscheidt – Wörterbuch* [online]. Verfügbar unter: <https://de.langenscheidt.com/englisch-deutsch/crush> (abgerufen am 08. 07. 2023).

DUDEN | Wie schreibt man „geil“? | Rechtschreibung. *Duden | Sprache sagt alles*. [online]. Copyright © Cornelsen Verlag GmbH, 2023 (abgerufen am 30.04.2023). Verfügbar unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/geil>.

DUDEN | Wie schreibt man „dissen“? | Rechtschreibung. *Duden | Sprache sagt alles*. [online]. Copyright © Cornelsen Verlag GmbH, 2023 (abgerufen am 28. 07. 2022). Verfügbar unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/dissen>.

DUDEN | „Apostroph“. [online]. (abgerufen am 08. 07. 2023). Verfügbar unter: <https://www.duden.de/sprachwissen/rechtschreibregeln/apostroph>.

DÜRSCHIED, Christa, Franc WAGNER und Sarah BROMMER. *Wie Jugendliche Schreiben: Schreibkompetenz und neue Medien* [online]. Berlin: De Gruyter, 2010, 27-33. ISBN 9783110236118. Verfügbar unter: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,shib&db=e000xww&AN=348006&lang=cs&site=ehost-live&scope=site> (abgerufen am 13. 06. 2023).

DWDS – Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache [online]. Verfügbar unter: <https://www.dwds.de/d/wb-dwdswb> (abgerufen am 08. 07. 2023).

EISENBERG, Peter. *Anglizismen im Deutschen* [online]. In *Reichtum und Armut der deutschen Sprache: Erster Bericht zur Lage der deutschen Sprache*. Deutsche Akademie für Sprache und Dichtung und Union der deutschen Akademien der Wissenschaften (ed.), S. 57-120, Berlin, Boston: De Gruyter, 2014. <https://doi.org/10.1515/9783110334739.5> (abgerufen am 08. 07. 2023).

ELSPASS, Stephan. *Vom Mittelneuhochdeutschen (Bis ca. 1950) Zum Gegenwartsdeutsch*. [online] *Zeitschrift Für Dialektologie Und Linguistik*, vol. 75, no. 1, 2008, pp. 1–20. JSTOR, Verfügbar unter: <http://www.jstor.org/stable/40505369> (abgerufen am 21. 03. 2023).

GÖRKE, Adrian. *Jugendsprachliche Merkmale als Ausdruck Glokaler Jugendsprachlicher Tendenzen* [online]. In ZIEGLER, Arne (ed.). *Jugendsprachen/Youth Languages: Aktuelle Perspektiven internationaler Forschung/Current Perspectives of International Research*. Berlin, Boston: De Gruyter, 2018, 97-122. <https://doi.org/10.1515/9783110472226-006> (abgerufen am 08. 07. 2023).

HEINE, Matthias. *Seit wann hat "geil" nichts mehr mit Sex zu tun? : 100 deutsche Wörter und ihre erstaunlichen Karrieren* [online], Hoffmann und Campe, 2016, 259 S. ISBN 3-455-85149-5. Verfügbar

unter: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=7131838> (abgerufen 01. 04. 2023).

HERMAND, Jost. *Amerikanismen und denglodeutsche Neubildungen. Abschied von der „Muttersprache“?. Von Deutsch zu Denglisch: Stationen deutscher Sprachgeschichte* [online], Böhlau Köln, 2018, S. 195-212. ISBN 9783412512712. Verfügbar unter: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=5613818>. (abgerufen am 03. 04. 2023).

HOBERG, Rudolf. *Englisches im Deutschen: Take it easy, but not too easy!* [online]. In STICKEL, Gerhard (Ed.), *Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz: Aktueller lexikalischer Wandel*. Berlin, Boston: De Gruyter, 2001, 299-302. <https://doi.org/10.1515/9783110622669-017> (abgerufen am 28. 03. 2023).

KAMINSKI, Winfred. *Medienkompetenz in der Sozialen Arbeit* [online]. Frankfurt am Main: Wochenschau Verlag, 2017, 145 S. eISBN 9783734405235. Verfügbar unter: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=5102022> (abgerufen am 16. 06. 2023).

KELLER, Rudi. *Ist die deutsche Sprache vom Verfall bedroht*. Düsseldorf. 2004, 11 S [online]. Internetpublikation unter: <http://www.phil-fak.uniduesseldorf.de/uploads/media/Sprachverfall.pdf>. (abgerufen am 28. 02. 2022).

Langspielplatte“ beim Online-Wörterbuch Wortbedeutung.info [online]. Verfügbar unter: <https://www.wortbedeutung.info/Langspielplatte/> (abgerufen am 08. 07. 2023).

NEULAND, Eva. *Sie Lümmel, Sie! Kleine Typologie sozialer Kategorisierungen frecher Jugendlicher* [online]. In Gautier L., Modicom P., Vinckel-Roisin H. (Hg.). *Diskursive Verfestigungen: Schnittstellen zwischen Morphosyntax, Phraseologie und Pragmatik im Deutschen und im Sprachvergleich*. Berlin, Boston: De Gruyter; 2018. S. 313-330. <https://doi.org/10.1515/9783110585292-020> (abgerufen am 25. 04. 2023).

*Pubertät: Dr. Sommer* [online]. Psychologie – Gesellschaft – Planet Wissen. Verfügbar unter: [https://www.planetwissen.de/gesellschaft/psychologie/pubertaet\\_das\\_leben\\_ist\\_eine\\_bausteile/pwiedrsommeraufklaerungspapstderbravo100.html](https://www.planetwissen.de/gesellschaft/psychologie/pubertaet_das_leben_ist_eine_bausteile/pwiedrsommeraufklaerungspapstderbravo100.html) (abgerufen am 28. 06. 2023).

SCHLOBINSKI, Peter. *Grundlagen und Aspekte der Soziolinguistik*. 2022 [online]. In Networx. Nr. 94, S. 52. ISSN: 1619-1021. Verfügbar unter: <https://www.repo.uni-hannover.de/bitstream/handle/123456789/11984/networx-94.pdf?sequence=3&isAllowed=y> (abgerufen am 15. 02. 2022).

SCHLÜTER, Nadja. *Wir sollten Füllwörter lieben!* [online]. *jetzt.de*, 15. 08. 2016. Verfügbar unter: <https://www.jetzt.de/sprache/warum-fuellwoerter-schoen-sind> (abgerufen am 08. 07. 2023).

STICKEL, Gerhard. *Das heutige Deutsch: Tendenzen und Wertungen* [online]. In MORALDO, Sandro M./SOFFRITTI, Marcello (Hg.): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Rom: Carocci. 11-32. Verfügbar unter: [https://idpub.bszbw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel\\_Das\\_heutige\\_Deutsch\\_Tendenzen\\_und\\_Wertungen\\_2004.pdf](https://idpub.bszbw.de/frontdoor/deliver/index/docId/5467/file/Stickel_Das_heutige_Deutsch_Tendenzen_und_Wertungen_2004.pdf) (abgerufen am 08. 07. 2023).

SUTTER, Patrizia. *Diatopische Variation im Wörterbuch* [online], 2017, 127. ISSN 1861-5651. Verfügbar unter: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/reader.action?docID=4810103&ppg=177> (abgerufen am 25. 03 2023).

VASILJEVIĆ, Anja. *Jugendsprache und Facebook. /Youth Language and Facebook*. S. 327–335.[online] In SPIEGEL, Carmen, GYSIN, Daniel (ed.). *Jugendsprache in Schule, Medien und Alltag*, Berlin: Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften, 2016. doi: 10.3726/978-3-653-04950-3 (abgerufen am 07. 06. 2023).

*Wähle das Jugendwort des Jahres 2023! Langenscheidt* [online]. Verfügbar unter: [www.langenscheidt.com/jugendwort-des-jahres](http://www.langenscheidt.com/jugendwort-des-jahres) (abgerufen am 11. 06. 2023).

## **Anhang**

Anhang Nr. 1 – Soziolinguistische Paradigmen im Vergleich (DITTMAR 1997, S. 99f)

Anhang Nr. 2 – Soziolinguistische Paradigmen im Vergleich (SCHLOBINSKI 2022, S. 52)

Anhang Nr. 3 – *Bravo* Nr. 03/23 (Titelseite, Inhaltsverzeichnis)

Anhang Nr. 4 – *Bravo* Nr. 0723 (Titelseite, Inhaltsverzeichnis)

Anhang Nr. 5 – *COOL* Nr. 133 (Titelseite, Inhaltsverzeichnis)

Anhang Nr. 6 – *COOL* Nr. 137 (Titelseite, Inhaltsverzeichnis)

Anhang Nr. 7 – Wörterliste der lexikalischen Neubildungen/bzw. sprachlichen Innovationen  
(*Bravo* Nr. 03/23)

Anhang Nr. 8 – Wörterliste der lexikalischen Neubildungen/bzw. sprachlichen Innovationen  
(*COOL* Nr. 133/23)

Soziolinguistische Paradigmen im Vergleich				
Paradigma SL wiss.schtl. Dimension	soziale Dialektologie/Varietätenlinguistik	Sprachsoziologie	Ethnographie der Kommunikation	Interaktionale Soziolinguistik
Gegenstand	grammatische Variation/ Variation sprachlicher Mittel im Diskurs/ Spracheinstellungen	Status und Funktion von Sprache und Varietäten	<i>Ways of Speaking</i> /soziolinguistische Stile und Register	interaktive Konstruktion/ Organisation des Diskurses
Erkenntnisleitende Prinzipien (Theorie)	Konstruktion eines Zusammenhangs soziologischer und linguistischer Kategorien (Korrelation)	Domänenspezifischer Sprachgebrauch (Soziologie des Sprech- & Kommunikationsverhaltens)	Kontextspezifische Angemessenheit kommunikativer und sprachlicher Mittel im Rahmen von Diskursgattungen/-welten	Diskursorganisation als interaktives soziales Handeln
Feldforschung	soziolinguistisches Interview (Querschnittstudien)	Fragebögen/ Interview (Querschnittstudien)	Teilnehmende Beobachtung (längerfristiges Teilnehmen an sozialen Aktivitäten natürlicher Gruppen)	Dokumentation sprachlichen und nicht-sprachlichen Interaktionsverhaltens in institutionellen/ formellen und informellen (natürlichen) Kontexten

Beschreibung	systemlinguistische Beschreibung (qualitative und quantitative regulative Regeln) unter Rückgriff auf außersprachliche Faktoren	Muster/ Regeln des Sprachwahlverhaltens (auch: Varietätenwahl) unter domänenspezifischen Gebrauchsbedingungen (Sprecher-/Kontextvariablen)	Kontextsensitive, paralinguistische und non-verbale Ausdrucksseiten berücksichtigende konstitutive/semantisch-pragmatische Sprachgebrauchsregeln für Diskurse	Instruktionsregeln zur kooperativen, angemessenen Organisation der Rede/des Diskurses durch Synchronisierung kommunikativer Mittel in Interaktionen
Erklärung	Soziale Dynamik von Varietäten in Sprachgemeinschaften/ Sprachwandel	Status- und Funktionsunterschiede von Sprachen und Varietäten (Parameter, die Gleichheit vs. Ungleichheit erklären)	Funktionale Angemessenheit kommunikativen Verhaltens in unterschiedlichen sozialen Kontexten	Kommunikative Kompetenz: Wie (und mit welchen Mitteln) gelingt die Synchronisierung verbaler und nicht-verbaler Verhaltensweisen (Fähigkeiten) in Interaktionen mit unterschiedlichen Zielen/ Zwecken sozialen Handelns

Tabelle 2-4: Soziolinguistische Paradigmen im Vergleich

	<b>Ethnografie der Kommunikation</b>	<b>Interaktionale Soziolinguistik</b>	<b>Sprachsoziologie</b>	<b>Variationslinguistik</b>	<b>Sprachbarrierenforschung</b>
<b>Paradigma prägender Forscher</b>	Dell Hymes	John J. Gumperz	John Fishman	William Labov	Basil Bernstein
<b>Gegenstand</b>	› Ways of Speaking/soziolinguistische Stile und Register	Interpersonale Kommunikation; Organisation des Diskurses	Status und Funktion von Varietäten; Spracheinstellungen	Sprachliche Varietäten und Variablen	Sprachliche Codes; schichtspezifische Varietäten
<b>Theorieansatz</b>	Angemessenheit kommunikativer und sprachlicher Mittel in Sprecherereignissen	Diskursorganisation als interaktives soziales Handeln	Domänenspezifischer Sprachgebrauch; Soziologische Ansätze	Strukturfunktionale Analysen des Sprachgebrauchs	Strukturfunktionale Analyse
<b>Beschreibung</b>	Kontextsensitive Sprachgebrauchsregeln für Sprecherereignisse; kommunikative Kompetenz	Instruktionsregeln zur Organisation des Diskurses durch Synchronisierung kommunikativer Mittel in Interaktionen	Muster und Regeln des Sprachwahlverhaltens unter domänenspezifischen Gebrauchsbedingungen	Sozial bedingte Variablen; nichtfreie Variation und Wandelprozesse	Sozial bedingte Variation
<b>Erklärungsansatz</b>	Funktionale Angemessenheit kommunikativen Verhaltens in unterschiedlichen sozialen Kontexten	Kommunizieren als Teil einer kommunikativen Ökologie; kommunikative Intentionen konstituieren sich in Interaktionen und auf der Folie von Kontexten und Hintergrundannahmen	Deskriptiv soziologisch und an Sprachnormen orientiert; Spannungsfeld zwischen mikro- und makrosoziolinguistischen Aspekten	Sprachliche Strukturen werden empirisch und über korrelative Analysen im Hinblick auf soziale Parameter analysiert	Sprachliche Strukturen werden empirisch und über korrelative Analysen im Hinblick auf soziale Parameter analysiert
<b>Feldforschung</b>	Teilnehmende Beobachtung	Dokumentation interaktionalen Verhaltens; Teilnehmende Beobachtung	Fragebogen/Interview	Soziolinguistisches Interview; Sprachbiografien	Interview; Test

Tab. 2-5: Soziolinguistische Paradigmen im Vergleich (modifiziert nach Dittmar 1997: 99 f.)

**BRAVO BESTENLISTE DIE 30 LUSTIGSTEN FILME ALLER ZEITEN** **03** 1.2.2023

# BRAVO

**JETZT VOTEN!**  
**BRAVO OTTO**  
IST HARRY DEIN LIEBLINGS-STAR? STIMM AB!

**CRAZY! DIE GEHEIMEN TALENTE DEINER STARS**  
MILLIE BOBBY BROWN

**JAMULE X FOURTY**  
Rapper zwischen zwei Welten  
PIETRO LOMBARDI

**Dr. Sommer**  
**GRUNDKURS SEX**  
LEKTION 3  
So kommst du zum ORGASMUS

**ÄTSCH, LEUTE!**  
Chartstürmerin RAYE zeigt es allen  
KATJA KRASAVICE

**MEHR POWER, MEHR SPASS!**  
Mutiger, stärker, glücklicher – coole Tipps der DSDS-Jury für dich

**DAS ERSTE DATE**  
So wird es perfekt  
♥ Lachen, flirten, knutschen ♥

**MARCO UND TOBI**  
Die Lehrerverarscher im Interview!

**+2 SUPER-POSTER**  
**6 POSTER**

**ÉLITE** **HEARTSTOP** **WEDNESDAY** **JACOB ROTT** **NONA** **ROSALÍA** **SHAWN** **ZOE WEES**

**TEST: WIE VERLIEBT SICH DEIN CRUSH IN DICH?**

**€3,20**  
DEUTSCHLAND  
AT: € 3,60  
CH: CHF 6,30

B. LUX: €3,80 ★ EE: €4,20  
NL: €3,90 ★ DK: dkr 39,95  
CZ: kc 155,00 ★ MT: €4,90  
SI: €4,40 ★ GR: €4,50  
I: €4,30 ★ PT: ES: €4,40

4 190191 703203 03

# INHALT

03  
23



Perfekt unperfekt

DINGE NICHT ZERDENKEN, SONDERN SICH SELBST FEIERN – UND NOCH MEHR COOLE TIPPS VON TATE MCRAE.



54

ENDLICH SELBST-BEWUSST

So fühlst du dich sofort stärker!

68



„Wir brauchen alle einen Safe Space!“

NOUR (17) UND JOLINE (19) WOLLEN DIE WELT MIT IHRER APP SICHERER MACHEN

## STARS & ENTERTAINMENT

- 4 **Hot Stuff** Neue Filme, Serien und die Tourdaten deiner Lieblings-Stars
- 6 **Star-Style** Die coolsten Looks von Justin & Hailey, Kylie Jenner und anderen Stars
- 8 **„Deutschland sucht den Superstar“** Was du von der besten Jury aller Zeiten lernen kannst
- 12 **BRAVO Otto** Wer bekommt diesmal den Award? Mach mit und vote für deinen Lieblingsstar!
- 14 **Jamule & Fourty** zwischen zwei Welten: harte Rapper und wirklich nette Jungs
- 16 **RAYE** Die coole Sängerin zeigt es ihren Kritikern ★
- 18 **Marco und Tobi** verarschen so ziemlich alles
- 20 **Tate McRae** ist perfekt unperfekt ★
- 22 **Lukas Graham** spielt Star-Tinder mit uns
- 33 **Poster: Jacob Rott, Nonakanal, Rosalia, Shawn Mendes, Zoe Wees, „Wednesday“**
- 64 **KATI K** So geht es Backstage bei der Sängerin ab!
- 80 **Star-Fragebogen** Dieses Mai mit Davina Michelle
- 81 **Verlosungen** Lies diese Ausgabe ganz genau und schau eins von drei BRAVO Jahresabos ab

★ Mit Mini-Poster

## LEBEN & FUN

- 24 **Das erste Date** So könnte es perfekt werden!
- 53 **Star-Horoskop** Das erwartet dich und deine Lieblings-Stars
- 54 **Selbstbewusst werden** 8 Tipps für mehr Stärke
- 56 **Foto-Love** „Der Pocketcall!“
- 62 **Test** Wie kommst du deinem Schwarm näher?
- 66 **Fun & Quiz** Was Engelszahlen bedeuten
- 78 **Star-Fails** Die geheimen Talente deiner Stars!

## INFO & REPORT

- 68 **Report** Nour und Jolina sind 17 und 19 und Chefinnen ihres eigenen Unternehmens
- 70 **Beauty-OPs** Brauchen Jugendliche Botox, größere Lippen oder eine Fettabsaugung? Der Faktencheck
- 72 **BRAVO Bestenliste** Die 30 lustigsten Filme aller Zeiten – Achtung: Flachwitz-Niveau!
- 81 **Impressum**
- 82 **Vorschau**

Blau = Coverthema

Dr.  
Summer

- 26 **Beratung** Eure Fragen des Monats
- 28 **Grundkurs Sex** Lektion 3: Orgasmus
- 30 **Size-egal** ob dick oder dünn? Ja!
- 32 **Sex-Mythen**



72

BRAVO BESTENLISTE

DIE 30 LUSTIGSTEN FILME ALLER ZEITEN



22

HIT-LIEFERANT LUKAS GRAHAM ...

... spielt eine Runde Star-Tinder!

Der Orgasmus

So erreichst du den Höhepunkt



28

Tiefenrosen, RTL+, Getty Images/Asrida Stawitz, Bravo, Callum Walker Hutchinson, Universal Music, Instagram/tobi.fr, Netflix, Jajo Kapel, Getty Images/Tristar Media, Getty Images/Ethan Miller, Johanna Berghorn, Fotos: Getty Images/Gilbert Carrasquillo, Universal Music, Netflix, Paula Bohme, bsp Media, Shutterstock.com

BRAVO 3

**BRAVO BESTENLISTE DIE 30 COOLSTEN VAMPIRFILME** **07** 24.5.2023

# BRAVO

**NEU! STYLE-GUIDE**  
Pink up Your Life!  
Haarfarben-Trends und coole Styling-Tipps für den Sommer

**7 SEITEN IN JEDER BRAVO**

**Dr. Sommer**  
**HORMON-ALARM**  
Das hilft, wenn dein Body spinnt

**HOL DIR DIESE GIRL POWER!**

**ALLE MACHEN, WAS DU WILLST**  
Yes! Mit diesen easy Tricks

**TESTE DICH!**  
Flirt-Skills checken und easy upgraden

**Strong, straight, sweet – was du von den Stars lernen kannst**

**BEBE REXHA**  
„Fake-Image? Nix für mich!“

**Alex Mariah Peter**  
„SELBSTLIEBE SCHÜTZT VOR HATE“

**2 SUPER-POSTER**  
VINCENT WEISS

**60 STAR-KARTEN**

**6 POSTER**

**EXTRA! FUNNY STAR-MEMO-GAME**

**BADMOMZJAY**  
**AYLIVA**  
**KATI K**

**BENSON BOONE**  
Der Sänger ist Liebeskummer-Experte

**HARRY STYLES**

**ED SHEERAN**  
**BREKKA**  
**AGUST D**  
**EMINEM**  
**HALLE BAILEY**  
**NICO SANTOS**  
**MALLEY CYRUS**

**€3,20**  
DEUTSCHLAND AT: €3,60 CH: CHF 6,30

BE, LUX: €3,80 ★ EE: €4,20 NL: €3,90 ★ DK: DKK 39,95 CZ: CZK 155,00 ★ MT: €4,90 SI: €4,40 ★ GR: €4,50 IT: €4,30 ★ PT, ES: €4,40

4 190191 703203 07

NEU UND IN  
JEDER-AUSGABE!



SEITENWEISE  
COOLE  
LOOKS UND  
TRENDS!

# INHALT

07  
23

Ab jetzt immer  
4 Seiten  
Star-News!



18

„Jeder sollte mutig seine  
Leidenschaften verfolgen.“

HALLE BAILEY (23) HAT ALS ARIELLE  
EINE GANZ BESONDERE BOTSCHAFT.



72

30 COOLE VAMPIR-FILME  
BRAVO BESTENLISTE – GLEICH CHECKEN!



60

Raus aus der  
Streit-Spirale

MIT DIESEN 7 TIPPS GEHT  
DU COOLER DURCHS LEBEN.

## STARS & ENTERTAINMENT

- 4 **Hot Stuff** Was du über deine Stars wissen willst, u.a. mit: **Apache 207, Cardi B, Doja Cat!** Plus: Klatsch, Gerüchte, Konzerte, neue Musik und Filme
- 8 **Hol dir diese Girl-Power!** Was du von **Ayiva, Badmómzjay, Nina Chuba & Co.** lernen kannst
- 12 **Benson Boone** Der Liebeskummer-Experte weiß, wovon er singt
- 14 **Alicia Awa** „Ich gebe ein Stück Seele in die Welt!“ ★
- 16 **Nico Santos** verrät, was hinter den 14 Songs auf seinem neuen Album „Ride“ steckt ★
- 18 **Halle Bailey** erweckt Arielle, die Meerjungfrau, zu ganz neuem Leben ★
- 20 **Alex Mariah Peter** setzt sich für mehr Vielfalt ein und supportet die „IT'S ME“-Kampagne von BRAVO
- 22 **Bebe Rexha** über Body-Shaming und den Druck, immer perfekt sein zu müssen ★
- 33 **Poster: Eminem, Miley Cyrus, Agust D, Ed Sheeran, Wincent Weiss, Harry Styles und das Star-Memo-Game!**
- 72 **BRAVO BESTENLISTE: die 30 coolsten Vampir-Filme und -Serien**
- 80 **Star-Fragebogen** @gregorhaegele

★ Mit Mini-Poster

## BRAVO STYLE-GUIDE

- 54 **Die angesagtesten Haarfarben** von Pink bis Grün
- 56 **Masken**, gesunde Bräune, perfekter Lidstrich
- 58 **Star-Looks: Jacob Rott, Rita Ora** und viele mehr!

## LEBEN & FUN

- 24 **Die 55 besten Kennenlern-Fragen**
- 60 **Gechillter durchs Leben** mit diesen 7 Tipps
- 62 **Test** Welcher Firt-Typ bist du?
- 64 **10 „Alle machen, was du willst“-Strategien**
- 66 **Fun & Quiz** Welche Marke gehört welchem Star?
- 76 **Dein Star-Horoskop** Das erwartet dich und deine Lieblingsstars in den nächsten Wochen
- 78 **Eislaufen? Kann ich!** Was die Stars für ihre Rollen lernen mussten
- 81 **BRAVO-Otto** für Revolverheld! Glückwunsch

## INFO & REPORT

- 68 **Gut, günstig, grün!** So geht nachhaltig shoppen
  - 70 **Wissen** Warum ist Verhütung nicht umsonst?
  - 82 **Vorschau**
- Rot = Coverthema

## Dr. Sommer

- 26 **Deine Fragen** Dr. Sommer antwortet
- 28 **Hilfe, mein Body spinnt!** Was tun, wenn die Hormone verrücktspielen
- 30 **Weg mit den Pickeln** Das hilft wirklich!
- 32 **Ab wann darf ich ...** Sex haben, heiraten & Co.



14

„Gut auszusehen  
ist nicht so wichtig“

ALICIA AWA (25) ÜBER CASTINGS, STYLE  
UND DEN DRUCK AUF SOCIAL MEDIA.



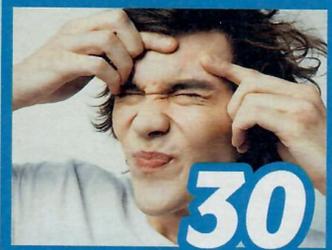
16

„Das waren meine  
Höhen und Tiefen“

NICO SANTOS ÖFFNET SEIN HERZ  
UND VERRÄT UNS, WAS HINTER  
SEINEN SONGS STECKT.

## Pickel loswerden

Die besten Tipps!



30

Titelfotos: Jonathan Gordon, Instagram/seimamix, Instagram/mic\_kaufmann, Instagram/ritora, Getty Images/Andreas Rantz/MTV, Getty Images/Joshua Sommer, Getty Images/Phillip Faraone, Erica Hernandez, Shutterstock.com, Anthony Phom, Universal Music, Getty Images/Tiffany Ross, Getty Images/John Phillips, Jakob Marwein, Likanssimoni, Claudio Weber, Instagram, bene.schulz, Instagram/selelagomez, Sony Music, Warner Bros., Shutterstock.com, Jakob Marwein, Maximilian Koenig





## EDITORIAL

**S**eid ihr bereit für die erste COOL-Ausgabe des neuen Jahres? Also wir sind in der Redaktion alle ziemlich hyped. Leo hat noch im Dezember Kontra K in Wien zum Interview getroffen und schwärmt seither über „eines der besten Interviews, die ich je führen durfte“. Was ihm der Deutschrap-Superstar alles erzählt hat, gibt's in dieser Ausgabe gleich auf vier Seiten. Kathi ist super aufgeregt, weil zum Valentinstag endlich ihr Lieblingsstalker zurückkehrt. Die Rede ist natürlich von der neuen „YOU“-Staffel auf Netflix, auf die ich mich ehrlicherweise auch schon freue. Fürs Erste ist mir das aber alles egal, denn für mich gibt es derzeit nur American Football. Meine Philadelphia Eagles werden am kommenden Wochenende (wenn ihr diese Zeilen lest, ist das Spiel bereits vorbei) hoffentlich das NFC Championship Game gewinnen und damit in den Super Bowl einziehen. Ich bin so hyped, dass ich derzeit fast nur mit Eagles-Klamotten durch Graz latsche, und für euch in dieser Ausgabe auch einen Football-Test zusammengestellt habe. Aber natürlich gibt es im neuen COOL noch viel mehr zu entdecken. Viel Spaß beim Durchblättern und Lesen!



Kathi

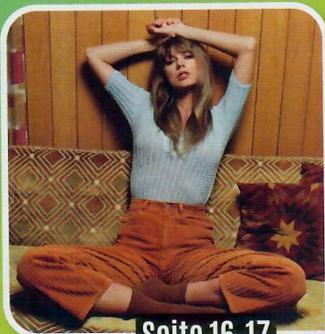
Daniel

Fotos: Adobe Stock, Lizz Krobath/Promolux (2), Disney, Beth Garrabrants, Jack Alexander



Seite 27

„The Mandalorian“



Seite 16-17

Taylor Swift



Seite 13

FLO

## Inhalt

### STARS

- 4-5 Starzone
- 6-9 Kontra K
- 14 Knossi
- 16-17 Taylor Swift
- 33 Nina Chuba

### ENTERTAINMENT

- 12-13 Music News
- 15 Live: Termine im Februar
- 22-23 DSDS: Die Jury im Interview
- 24-26 Was läuft? Fan Radar: Mandalorian
- 27
- 28-29 Game Zone
- 30-31 Entertainment
- 32 Made in Austria

### LIFE

- 18-19 Teste dich: Ready for Super Bowl?
- 20-21 Aufklärung
- 34 Aus der Redaktion

### INFORMIERT

- 10 WKO Steiermark
- 11 Roto Frank

## GEWINN

## SPIEL



Schickt uns eine E-Mail mit euren Kontaktdaten an [gewinnspiel@cool-magazin.at](mailto:gewinnspiel@cool-magazin.at) und gewinnt das neue Switch-Abenteuer „Kirby's Return to Dream Land Deluxe“.

Folgt uns auf



[www.cool-magazin.at](http://www.cool-magazin.at)



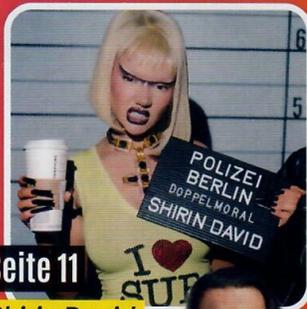
## EDITORIAL

Ich habe es in all den Jahren schon oft geschrieben und wahrscheinlich ist es auch ziemlich augenscheinlich, aber ich bin tatsächlich kein Jugendlicher mehr. Wer hätt's gedacht? Dementsprechend denke ich und verhalte mich anders – klar, war ich als Teenager auch noch starstrucked, vielleicht ohne Kreischen, aber trotzdem. Auch bei meinen ersten Interviews gab's noch so ein „Wow“, aber mittlerweile ist es für mich halt mehr ein Job. Ah okay, da ist jetzt schnell Sem Eisinger dran und da ist Leony. Ich habe vor unserem Interview zwar „Remedy“ nicht mehr aus dem Kopf bekommen und unseren Cam- und Content-Guy Marco damit genervt, aber ansonsten: Hallo, Fragen, Antworten, Danke, Tschüss. Beim unserem Meet & Greet und auch bei Leonys Auftritt habe ich aber wieder mal gesehen und gespürt, wie viel Fan man sein kann. Unsere Gewinnerin Leonie war einfach so aufgeregt. Wie aufgeregt? So. Und auch alle Jungs und Mädels in den ersten Reihen an den Zäunen haben mich mit Freude in den Augen angeschaut. Hatte ich fast vergessen. Ich hoffe, ihr könnt euch noch lange so begeistern... zum Beispiel auch für diese wirklich coole COOL-Ausgabe. Viel Spaß!



Kathi

Daniel



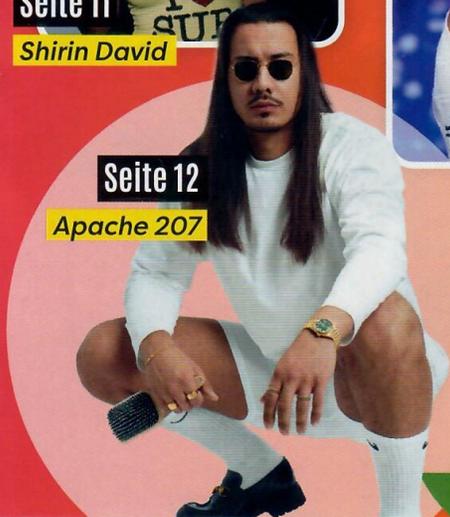
Seite 11

Shirin David



Seite 09

Sem Eisinger



Seite 12

Apache 207



Seite 18-19

Offline gehen, on Life sein!

## Inhalt

### STARS

- 4-5 Starzone
- 6-8 Leony
- 9 Sem Eisinger
- 11 Shirin David
- 14 Kim Petras

### ENTERTAINMENT

- 12-13 Music-News
- 22-23 Lisa & Lena Mantler: Interview zum Film „Get Up!“
- 24-26 Was läuft?
- 28-29 Game Zone
- 30-31 Entertainment
- 32 Made in Austria
- 33 Live: Termine im Juni

### LIFE

- 16-17 Tabulos
- 18-19 Offline gehen, on Life sein
- 20-21 Aufklärung
- 34 Aus der Redaktion

### INFORMIERT

- 10 WKO Steiermark
- 15 Jugendticket-Netz
- 27 Lieb Bau Weiz

## GEWINN

## SPIEL



Schickt uns eine E-Mail mit euren Kontaktdaten an [gewinnspiel@cool-magazin.at](mailto:gewinnspiel@cool-magazin.at) und gewinnt 1x2 Tickets für das „The Magical Music of Harry Potter“-Konzert in Graz.

Fotos: Adobe Stock, Lizz Krobath/Protolux (2), Instagram, Robert Wunsch, Stefan Gregorowius/RTL

Folgt uns auf      [www.cool-magazin.at](http://www.cool-magazin.at)

**BRAVO 03/23**

1. Chartstürmerin
2. Mehr Power, mehr Spaß
3. DSDS-Jury
4. die Lehrer-Verarscher
5. Mach mit und vote für deinen Lieblingsstar!
6. Tate McRae ist perfekt unperfekt
7. Star-Tinder
8. Lies diese Ausgabe ganz genau und sahn ein von drei BRAVO jahresabo ab
9. Star-Horoskop
10. Der Pocketcall (3x)
11. Star-Fails
12. Beauty-Ops (4x), Der Faktencheck
13. Flachwitz-Niveau
14. Size-egal ob dick oder dünn? Ja!
15. Sex-Mythen (2x)
16. Hit-Lieferant
17. Stalker-Serie
18. Das heiße Boxer-Drama
19. Jax brennt vor Eifersucht
20. Romcom
21. die Mystery-Teen-Serie
22. Star-Style
23. „Smiley-Patchwork-Hoodie“
24. Lockere Baggy-jeans
25. High-Waist-Radler
26. im Relaxed-Fit
27. Low-Sneaker
28. Style-Tipp (3x)
29. Poppiges Farb-Statement
30. Lange Casual-Jacke in Neon-Orange
31. College-Sweatshirt
32. Oversize-Blazer
33. Statement-Schmuck
34. Dad-Fit-Stoffhose
35. eine Designer-Decke
36. Spotify-Streams
37. DSDS-Familie
38. WhatsApp-Gruppe (2x)
39. Jubiläums-Staffel (2x)

40. mit einem Jury-Posten
41. auf den Star-Appeal
42. Musik-Karriere
43. hinter dem DSDS-Jury-Pult (2x)
44. ein echtes Dream-Team
45. DSDS Highlights
46. Mitjurorin
47. Kein Gag
48. Pop-Titan
49. Social-Media-Stars
50. Entertainment-Nachschub
51. BRAVO Otto-Wahl
52. Party-Leben
53. die „Kissenschlacht“-Rapper
54. keine Business-Gedanken
55. Musik-Branche
56. Party- und Frauen-Geschichten
57. war halt viel Action und Party
58. das Anti-Rapper-Leben
59. Mega-Hit
60. Plattenlabel
61. Musik-Karriere
62. Unsere Handys sind toxisch
63. sooo viele Dinge/sooo krass anstrengend
64. Mega-Star (2x)
65. Liebes-Song
66. Beide Features könnten krass werden.
67. Songwriting-Camp
68. Country-Ballade
69. Power-Vocals
70. krasse Love-Ballade
71. zusammen in Action kommt
72. zu schnell auf die Pelle rückt
73. Riesenproblem
74. G-Punkt (3x)
75. Plus-Size-Model
76. „Curvy Model“
77. „Kurzhaar-Model“, „Kleiner-Bursen-Model“
78. Fashion- und Beauty-Label
79. der Frust-Faktor
80. in eine Art Notfall-Modus
81. (ist heute) happier denn je ( <b>Lied: Happier</b> )
82. Shine bright ( <b>Lied: Diamonds</b> )

83. Happy Single
84. Riverdale-Star
85. happy machen
86. Gesundheit hat Prio
87. Extraportion
88. One-Direction-Star
89. Widder-Girl
90. dein Sterzeichen-Partner
91. Me-Time
92. „Ich gegen den Rest der Welt“-Mentalität
93. Alle haben eine große Klappe
94. Das muss dein Mantra werden
95. Draufgänger
96. BFF
97. das Lautsprechersymbol
98. das volle Romantik-Programm
99. so ein Scheiß-Romantiker
100. Macho-Attitüde
101. Du bist verknallt, yay!
102. Raus aus der Friendzone!
103. Kommt Backstage mit mir!
104. Pop-Newcommerinnen
105. der Merch-Stand
106. Charts-Tracks
107. Firmen-Gründerinnen (typographische Fehler)
108. dem Startup-Teens-Award
109. Sicherheits- und Wohlfühl-App
110. Beauty-Eingriffe (2x)
111. Botox-Behandlungen
112. Mach mich schön, Doc!
113. Youtuberin
114. Trigger-Warnung

**COOL Nr. 133/ 23**

1. der Deutschraps-Superstar
2. YOU-Staffel
3. ich bin so hyped
4. Eagles-Klamotten
5. Switch-Abenteuer
6. Chainsmokers-Hälfte
7. crazy Looks
8. Yeezy-Mitarbeiterin
9. Magic Mike-Star
10. US-Rapstar
11. „TBBT-“ und „The Flight Attendant-Star“
12. Style Wars
13. Der „my ex's best friend“-Sänger
14. crazy Looks
15. zurückfeuerte
16. hat gelandet
17. postete
18. auf Insta
19. #fail
20. Congrats zum Outing!
21. Kontra K: Leben ist vollkontakt!
22. den Sprung in die Champions League des Deutschraps.
23. von Partys, Bling-Bling und dem Fame blenden lassen
24. Berlin-Gig
25. US-Rapper
26. Rap-Kollegen
27. das Songschreiben
28. Dinger-die-man-besser-nicht-zu-sich-nehmen-sollte
29. damit ich wieder in Fahrt komme
30. abgefeuert
31. bin felsenfest davon überzeugt
32. Kiddies
33. Rap-Rente
34. ein echter Gute-Laune-Ohrwurm
35. werde vor positiven Vibes nur so sprühen
36. Covid-Verlauf
37. geht durch die Decke
38. Bibi & Tina-Stars
39. TikTok-Smash-Hit

40. Paramore-Album
41. ESC-Sieg
42. Hommage an Quentin Tarantinos Kultfilm (Kill Bill)
43. Spotify-Streams
44. Speed Up Version
45. ein Girlgroup-Revival
46. Durchbruch
47. Sound of-Liste
48. Retro-R&B-Pop
49. der Sieger der Herzen der zweiten „7 vs. Wild-Staffel“
50. RTL-Tanzshow
51. Zehn-Punkt-Kelle
52. Sensationshit
53. Headline-Konzerttickets
54. in Woche 1 aller Zeiten
55. Synthie-Popmusik
56. TikTok-Content
57. die Queen großer Gefühle
58. Rat unserer BFF
59. versemzelt
60. lässt Ex lieber Ex sein (Antwort: aufgewärmt schmeckt nur Gulasch)
<b>61. Shake it off! (Liedsong)</b>
62. Vergleiche sind Gift!
63. die Conference-Gewinner
64. ein NFL-Neuling
65. NFL-Wissen
66. Coach-Legende
67. Videospiel-Namensgeber
68. DSDS-Bezug
69. Jubiläumsstaffel
70. Wahnsinnsblick
71. DSDS-Jury
72. am Jurypult
73. herrscht ein schöner Vibe
74. eine Business-Frau
75. mit meinem eigenen Modelabel
76. in dem Streaminganbieter-Dschungel
77. „Stranger Thing“-Lockenkopf
78. „Spider-Man:Home“-Trilogie
79. Einserschülerin Honor
80. der „Stranger-Thing“-Star
81. Romantic-Comedy (Rom-Com)

82. Netflix-Original
83. Was läuft? Laufzeit
84. BFF
85. Fan radar
86. Kampf gegen Moff Gideon
87. Mug-alorian (Tasse-Beschreibung)
88. im Groggu-Design
89. „The Mandalorian“-Fanmodekollektion
90. May the eggs...be with you
91. „Naps & Snacks“-Penal
92. „Star Wars“-Galaxies
93. unser Hogwarts-Brief
94. Open-World-Action-Rollenspiel
95. Switch-Fassung
96. Gegner-Design
97. Parcours-Mechaniken sorgen für Action pur!
98. Bahn frei für „Avatar 3-5“
99. „Avatar“-Aufbruch
100. Franchise-Schöpfer
101. Flop > gefloppt wäre
102. startet in La La Land (Los Angeles)
103. „Assassin's Creed“-Reihe
104. weniger Sammel- und Nebenquest-Wahnsinn
105. auch eine OLED-Switch im Look des Spiels
106. der dritte Teil des Koop-Shooters
107. die Mysteryserie
108. US-Sender
109. seine neue Virtual-Reality-Brille
110. Auf Cover-Exkursion
111. eine coole folkshilfe-Nummer
112. „Nach dem Durchbruch kam der Sturz in die Leere.“
113. Hitparadenstürmer
114. Heartbroken ins neue Jahr
115. die ehemalige Vize-Miss-Oberösterreich
116. Dass Nina keine Eintagsfliege ist, hat sie..
117. in kein Genre „reinquetschen lassen“
118. den Disney-Klassiker
119. Das Live-Action-Remake
120. Halbzeit-Hit
121. die „good 4 u“-Sängerin
122. Plot-Twists