Margret Altleitner. 2007. *Der Wellness-Effekt. Die Bedeutung von Anglizismen aus der Perspektive der kognitiven Linguistik* (Europäische Hochschulschriften, Reihe XXI Bd. 310). Frankfurt am Main u. a.: Peter Lang, 376 S.

Hans Ruef

Universität Freiburg/Schweiz
Av. de l'Europe 20
CH-1700 Freiburg
hruef@bluewin.ch

Margret Altleitner hat für ihre Münchener Dissertation als Untersuchungsgegenstand Anglizismen in der gegenwärtigen deutschen Standardsprache gewählt. Sie will deren Bedeutung aus kognitiv-linguistischer Perspektive untersuchen. Nun ist eine solche Aufgabenstellung tatsächlich viel versprechend: Was passiert kognitiv gesehen, wenn ein englischer Ausdruck in die deutsche Sprache übernommen wird? Wie wird er aus seinem (Fillmore'schen) Frame herausgelöst und in ein deutsches Frame eingepasst? Antworten würden zu einer Weiterentwicklung der kognitiven lexikalischen Semantik beitragen.

In einem ersten Teil ihrer Arbeit legt die Autorin ihre theoretischen Grundlagen dar. Dabei expliziert sie nicht nur ihr Verständnis der zentralen Termini der kognitiven Linguistik, sondern stellt auch Grundwissen zu den Themen *Entlehnung, Anglizismus, Sprache und Denken, Spracherwerb, Bedeutung als soziale Konstruktion, Sprache und Identität, Zweisprachigkeit und Übersetzen* dar. Dies geschieht sorgfältig formuliert, ist jedoch auch mit vielen Redundanzen versehen.

Im zweiten, empirischen Teil berichtet die Autorin zuerst über eine eigene Sammlung von Anglizismen aus Presse, Rundfunk und Fernsehen. Diese relativ unsystematische Sammlung dient dazu, Hypothesen aufzustellen, die dann in die Hauptuntersuchung mittels eines detaillierten Fragebogens Eingang finden. Dieser Fragebogen besteht aus 53 Fragen zur Bedeutung und Verwendung von Anglizismen im Deutschen, hauptsächlich zu lexikalischen Entlehnungen wie *Weekend, Wellness, smart, Lifestyle*, daneben zu einigen Lehnbedeutungen (z. B. *herunterbrechen, aufgestellt*) und grammatischen Entlehnungen (z. B. *etwas erinnern*). Die Fragen sind im Allgemeinen mit Antwortalternativen versehen, eine offene Antwortmöglichkeit wird hinzugefügt. Insgesamt liegen 215 ausgewertete Fragebogen vor. Parallel und zum Vergleich wurden 91 Fragebogen in einer englischen Version, die von Informanten mit englischer Muttersprache ausgefüllt worden waren, ausgewertet. Die Ergebnisse sind für jede einzelne Frage reichhaltig und mit ausführlichem Kommentar versehen in Kapitel 7 dargestellt.

Die Autorin kommt zum Schluss, dass nur bei fünf von 13 untersuchten Anglizismen von einer durch den Gebrauch konventionalisierten Grundbedeutung ausgegangen werden kann, nämlich bei *easy, by, Flyer*,

Wellness und *Group*. Zwei davon (*easy* als Adjektiv und *Wellness*) haben interessanterweise keine oder keine eindeutige Bedeutungsentsprechung im Englischen. Bei den übrigen lexikalischen Anglizismen liegt die Übereinstimmung in der Bedeutungsfestlegung unter den Informanten unter 75%.

Aus kognitiv-linguistischer Sicht wäre ein solches Ergebnis nachvollziehbar, denn die Integration ins Bedeutungsgefüge eines Frames kann bei solchen neueren Entlehnungen noch vage sein. Ebenso kann diese Integration die Bedeutungsentwicklung in eine andere Richtung lenken, als dies in der Herkunftssprache Englisch der Fall ist. Ein interessantes Ergebnis bestünde auch darin, dass offenbar bei Unsicherheit die äußere Form eines Anglizismus im Hinblick auf seine Bedeutung interpretiert wird. So ordneten 30% der Antwortenden dem Anglizismus *Commitment* die Bedeutung ‚Zusammenhalt‘ zu, wohl auf Grund des Verständnisses von *Com-* als ‚gemeinsam‘ oder ‚zusammen‘, wie die Autorin vermutet (S. 223). Hier wäre es möglich, das kognitive Prinzip der Motivation ins Spiel zu bringen.

Die zusammenfassende Analyse der Auswertungsergebnisse durch die Autorin geht allerdings andere Wege. Schon der Fragebogen selbst ist teilweise konzipiert zur Erhebung von Konnotationen und Assoziationen, hauptsächlich in Form von Bewertungsfragen. Als Fazit daraus ergibt sich für die Verfasserin, dass der Gebrauch von Anglizismen „mit einer Reihe hedonistischer Werte und äusserer Merkmale, die vor allem der Aussenwirkung dienen“ verbunden sei (S. 297). Damit fällt sie hinter ihren eigenen kognitiven Ansatz einer lexikalischen Semantik zurück, da sie nun Denotation gegen Konnotation ausspielt und zum Schluss kommt:

„Das Bedürfnis, das dem Gebrauch von Anglizismen zugrunde liegt, ist meines Erachtens selten ein sprachliches, aus einem Mangel an Ausdrucksmöglichkeiten entstandenes Bedürfnis, sondern das Bedürfnis, sich selbst oder sein Anliegen möglichst positiv darzustellen“ (S. 302).

Dass dies in ihren Schlüsselaussführungen zu sprachpflegerischen Thesen führt, liegt auf der Hand. Aus der interessant angelegten Untersuchung wären jedoch besser die im Sinne der kognitiven Linguistik weiter weisenden Ergebnisse hervorgehoben worden.