



Jannis Androutsopoulos

... und jetzt gehe ich chillen: Jugend- und Szenesprachen als lexikalische Erneuerungsquellen des Standards

Abstract

Jugend- und Szenesprachen sind wichtige Ressourcen für den lexikalischen Wandel der Standardsprache „von unten“, dessen letzte Etappe der Eingang in ein gesamtsprachiges Wörterbuch ist. Ziele dieses Beitrags sind es, den Verbreitungsprozess jugendsprachlicher lexikalischer Innovationen zu modellieren und die Rolle der Massenmedien im lexikalischen Wandel von unten zu klären. Die Diskussion verbindet die Mikroperspektive der soziolinguistischen Akkomodations- und Netzwerktheorie mit der Makroperspektive der Massenmedien als Indikatoren der gesellschaftlichen Reichweite sprachlicher Innovationen. Drei analytische Dimensionen werden aufeinander bezogen. Zunächst wird versucht, innovationsfreudige lexikalische Kategorien zu identifizieren. Der zweite Schritt gilt der sozialen Verbreitung lexikalischer Innovationen, wobei die individuelle sprachliche Akkommodation und Imitation genauso angesprochen wird wie die Rolle der Massenmedien als Quellen für Sprachmoden und als Indikatoren für die gesellschaftliche Verbreitung sozialektal markierten Wortschatzes. Auf dieser Grundlage werden „Karrieren“ jugendsprachlicher Ausdrücke in der öffentlichen Kommunikation quantitativ und qualitativ untersucht. Die zunehmende Erscheinungshäufigkeit ausgewählter lexikalischer Einheiten wird im Zeitungskorpus des IDS verfolgt. Am Beispiel *chillen* wird ein Entwicklungspfad herausgearbeitet, der von der metasprachlichen Thematisierung über den Gebrauch als Zitat bis hin zum Eingang des Ausdrucks in die Eigenperspektive der Journalisten führt.

1. Einleitung

Im Frühjahr 2002 hat Thomas Gottschalk den Medienpreis für Sprachkultur in der Sparte Rundfunk erhalten. Sein virtuoser Umgang mit sprachlichen Varietäten mache die Vielfältigkeit der deutschen Sprache sichtbar, so die Begründung der gastgebenden Gesellschaft für deutsche Sprache. In seiner Dankesrede bezeichnete sich Gottschalk als sprachlichen Vermittler zwischen sozialen Gruppen, der in der Lage ist, Pubertierende genauso zu verstehen wie ihre Großeltern. An einem Vergleichsbeispiel zeigte er dann auf, wie die Sprechstile der Generationen auseinander gehen. Als Beispiel für Jugendsprache zitierte er dabei seinen 12-jährigen Sohn mit einem Satz, der sich in etwa so anhörte: *Ich war voll lang im Internet und jetzt gehe ich chillen*. Damit führte Gottschalk dem erwachsenen Publikum ein Stück aktueller Jugendsprache vor. Was er vermutlich nicht wissen konnte: Sein Beispiel macht auch ein Stück aktuellen Sprachwandels sichtbar. *Chillen* (bzw. *auschillen*) und *Chill-out* hörte man in Deutschland zum ersten Mal im Zuge der aufkommenden HipHop- und Techno-Kultur gegen Ende der 1980-er Jahre. Das Verb *chillen* (auch *aus-* oder *abchillen*) bezeichnete damals einen Zustand fauler Geselligkeit auf oder nach einer Party, das Sich-Zurückziehen nach wildem Tanzen, um Kräfte zu sammeln; das Substantiv *Chill-out* bezeichnetet die einschlägige Räumlichkeit. In weniger als 15 Jahren hat *chillen* die Grenzen der Musikszene überschritten und Eingang in die Umgangssprache gefunden – eine „Karriere“, die von Erweiterung der Wortbedeutung, morphologischer Integration und lexikalischer Produktivität¹ begleitet und durch die

¹ Neben den Verbformen *chillen* und *auschillen* liegen mehrere Nominal- und Verbalkomposita sowie eine Adjektivbildung (*chillig*) vor.

Aufnahme von *auschillen* in die neueste Ausgabe des Duden Universalwörterbuchs (2003) bestätigt wird.² Gegenwärtig liefern die Massenmedien Anzeichen dafür, dass *chillen* im Begriff ist, in die altersunabhängige Umgangssprache einzugehen, ohne dabei vom ursprünglichen Nutzerkreis zu verschwinden. Die soziale Verbreitung des Ausdrucks spiegelt den Wandel bestimmter Kulturpraktiken von der Subkultur zum populären Lebensstil wider; die Art und Weise seines Gebrauchs durch Gottschalk ist ein Beispiel für Jugendsprache als Ressource für Standardvariation.

Gegenstand dieses Beitrags ist der lexikalische Wandel der Standardsprache „von unten“ – die Verbreitung sprachlicher Innovationen von jugendkulturellen Szenen in die gesamte Sprachgemeinschaft, von der Jugendsprache in den kolloquialen Standard. Mein Ausgangspunkt für die Untersuchung von Standardvariation durch Sprachwandel *in statu nascendi*³ ist ein pragmatischer, gebrauchsorientierter Standardbegriff mit zwei Hauptkomponenten: gesamtgesellschaftliche Reichweite und Angemessenheit in formellen bzw. öffentlichen Situationen (vgl. Barbour/Stevenson 1998). Standardsprachlich ist also zum einen der allgemein verständliche, nicht mundartlich oder schichtenspezifisch eingeschränkte Wortschatz, zum anderen der für bestimmte Rollen und Situationstypen, insbesondere in der öffentlichen Kommunikation angemessene Wortschatz. Ein gebrauchs- und situationsbezogenes Standardverständnis ermöglicht es, die soziolinguistische Verbreitung von Innovationen an ihrem Vorkommen in bestimmten Situationen bzw. Textsorten festzumachen.

Standardvariation als Ergebnis lexikalischen Wandels von unten ist ein vielschichtiger Prozess, und jeder Versuch, ihn auch ansatzweise zu erfassen, muss m.E. auch analytisch vielschichtig vorgehen. In diesem Beitrag werden drei analytische Dimensionen aufeinander bezogen. Am Anfang steht die innersprachliche Dimension mit dem Ziel, innovationsfreudige lexikalische Kategorien zu identifizieren, deren Realisierungen immer wieder den Weg von den Jugend- und Szenesprachen in die Allgemeinsprache finden (Kap. 3). In einem zweiten Schritt wird die soziale Verbreitung lexikalischer Innovationen diskutiert. Prozesse der individuellen sprachlichen Akkommodation und Imitation werden dabei genauso angesprochen wie die Rolle der Massenmedien im Verbreitungsprozess. Ich unterscheide zwischen Medien als Quellen für Sprachmoden einerseits, Medien als Indikatoren für die gesellschaftliche Verbreitung soziolektal markierten Wortschatzes andererseits (Kap. 4). Drittens, auf dieser Grundlage werden „Karrieren“ jugendsprachlicher Ausdrücke in der öffentlichen Kommunikation quantitativ und qualitativ untersucht (Kap. 5). Quantitativ gilt es, die Zunahme der Erscheinungshäufigkeit ausgewählter lexikalischer Einheiten im Zeitungskorpus des IDS zu verfolgen. Qualitativ wird am Beispiel *chillen* ein Entwicklungspfad herausgearbeitet, der von der metasprachlichen Thematisierung über den Gebrauch als Zitat bis hin zum Eingang in die Eigenperspektive der Journalisten führt.

² Der DUW-Eintrag lautet: „aus|chil|len [engl. to chill out= sich entspannen] (Jugendspr.): sich [nach einer Anstrengung] entspannen, erholen; ausruhen: die Bar ist perfekt zum a. und abhängen.“

³ Mattheier (1998: 825) betont die Relevanz der Forschung über „Sprachwandel, der sich in der Gegenwart ‚in statu nascendi‘ beobachten lässt, der aber (noch) nicht zur ‚Geschichte‘ der Sprache gerechnet werden kann.“

2. Jugendsprache und Sprachwandel

Wortkarrieren wie die von *chillen* sind nur ein Teilaспект der Beziehung zwischen Jugendsprache und Sprachwandel. In der Soziolinguistik gilt als etabliert, dass dem Sprachgebrauch der Jugend eine wichtige Rolle im Sprachwandel von unten zukommt:⁴ „Adolescents are the linguistic movers and shakers, at least in western industrialized societies, and, as such, a prime source of information about linguistic change and the role of language in social practice.“ (Eckert 1997a: 52). In den letzten Jahren setzt sich die Erkenntnis zunehmend durch, dass die Rolle des Jugendalters im Sprachwandel wichtiger ist als bisher angenommen.⁵ Kotsinas (1997) unterscheidet vier Innovationstypen im Sprachgebrauch Jugendlicher, die sich auf die ganze Sprachgemeinschaft ausbreiten können: (a) lexikalische Innovation (Kreation eines besonderen Wortschatzes), (b) Lautwandel (Kreation oder häufigere Verwendung neuer phonologischer Varianten), (c) Grammatikalisierungsprozesse, (d) Entstehung oder Konsolidierung neuer Koiné- oder Kontaktvarietäten.

Für die Schwerpunktsetzung des vorliegenden Beitrags auf der lexikalischen Ebene sprechen korpustechnische Vorteile, die historische Tiefe des Phänomens im Kontext der deutschsprachigen Forschung und die öffentliche Wahrnehmung des jugendsprachlich initiierten Wortschatzwandels. In ihren Untersuch zur historischen deutschen Studentensprache haben Helmut Henne und seine Mitarbeiter nachgewiesen, dass manche studentischen Begriffe des 18. und 19. Jahrhunderts (z.B. *flott, Kneipe*) heute zur Alltagssprache gehören.⁶ Schon seit damals ist die Beziehung zwischen Jugendsprache und Standard ambivalent, indem Jugendsprache einerseits als Erneuerung, andererseits als Bedrohung der Gemeinsprache gilt (Neuland 1994).

Die Jugendsprachenforschung hat sich von der Vorstellung von Jugendsprache als einer homogenen Varietät verabschiedet. Jugendsprache wird als Sammelbegriff für sprachlich-kommunikative Muster verstanden, die in der Jugendphase habituell verwendet und in der Regel auch von der Gemeinschaft als solche erkannt werden (Androutsopoulos 2001a, in Druck). Speziell in Bezug auf den Wortschatz benutze ich im Folgenden Jugendsprache als Oberbegriff für den allgemein gebräuchlichen, überregionalen, gruppen- und szenenübergreifenden Wortschatz Jugendlicher, dessen Grenze zur altersunabhängigen Umgangssprache unscharf ist. Selbstverständlich gibt es keinen einheitlichen jugendsprachlichen Wortschatz, sondern eine Vielzahl von jugendlichen Sprechstilen mit jeweils lokalen Besonderheiten, aber auch bestimmten gemeinsamen Konturen. Freilich steht der nachweisbare „gemeinsame Kern“ des Jugendwortschatzes in keinem Widerspruch zu ebenso nachweisbaren kleinräumigen gruppenspezifischen Besonderheiten (vgl. Androutsopoulos 1998: 462-467 mit Bezug auf Steger 1988). Von der so verstandenen „Gesamtjugendsprache“ (Jakob 1988) sind sozial eingeschränkte Szenesprachen zu unterscheiden. Unter Szenesprache verstehe ich

⁴ Vgl. Eckert (1997a, 1997b), Kerswill (1996), Kotsinas (1997), Labov (2001). Jugend ist „the time when linguistic change from below is advanced“ (Eckert 1997b: 163); „teenage language (...) is where linguistic innovations and new trends tend to make their first appearance, some of them even entering and becoming part of the standard language“ (Stenström 1996: 146).

⁵ Vgl. Cheshire (1987), Eckert (2000), Kerswill (1996); „the role of young people in the process of language change on the whole is underestimated and should be looked into at greater length“ (Kotsinas 1997: 131).

⁶ Vgl. Henne (1984), ähnlich Neuland (1994) zur Studentensprache des späten 19 Jhs.

sozial identifizierte Konfigurationen von Merkmalen aus verschiedenen sprachlichen Ebenen, die sich spezifischen jugendkulturellen Praxisgemeinschaften zuordnen lassen (beispielsweise Musik-, Fußball- oder Computerspielfans). Szenen sind lokale Netzwerke mit überregionalen, mitunter globalen Verbindungen und Vorbildern, die sich in ihrem Wortschatz widerspiegeln. Im weiteren Verlauf werde ich die Begriffe Jugend- und Szenesprache in ein Inklusionsverhältnis zueinander setzen: Viele lexikalische Innovationen setzen in jugendkulturellen Szenen an und verbreiten sich von dort aus in die überregionale, szenenübergreifende Jugendsprache. Innersprachlich lässt sich die Trennlinie zwischen Jugend- und Szenewortschatz an ihren unterschiedlichen Semantiken im Sinne von Steger (1988, 2000) ziehen. So lassen sich Jugendsprachen primär als Alltagssemantiken auffassen, Szenesprachen primär als Fachsemantiken bzw. Fachjargons, die Steger als eine „Verzahnung von fachsprachlichen Semantiken“ mit „soziätären konnotathaltigen Gruppensprachen“ definiert (Steger 2000: 360). Prototypisch für Jugendsprache in diesem Sinne wären Wörter wie *cool*, *abchecken* und *abhängen*, während Wörter wie *Piece* („Groß-Graffiti“), *Tag* („hingekritzelter Unterschrift“) und *Toys* (abwertend für „Anfänger“) einer bestimmten Szenesprache, die der Graffiti-Writer, angehören.

Der Beitrag von Jugend- und Szenesprachen zur lexikalischen Erneuerung der Gemeinsprache wird in der alltäglichen Sprachkultur wie in den Massenmedien recht häufig thematisiert: „inzwischen sogar in Manager-Kreisen salonfähig“, merkt der Mannheimer Morgen 1989 zum Wort *ausflippen* an.⁷ Die üblichen analytischen Zugänge zum Erneuerungsprozess sind die Untersuchung der lexikografischen Praxis und die Untersuchung von „Wortkarrieren“ im öffentlichen Sprachgebrauch (vgl. Herberg 2001, 2002; Jung 1994; Linke 2000, 2003). Neuland (1994) hat eine vermehrte Aufnahme jugendsprachlicher Bezeichnungen und Bedeutungsvarianten in allgemeinsprachigen Wörterbüchern der späten 1980-er und frühen 1990-er Jahre nachgewiesen, wobei manche Neuzugänge nach einigen Jahren die diasystematische Markierung „nach oben“ wechseln. Auch die Alltagserfahrung zeigt: Was in den 1980-ern in Jugendsprache-Lexika stand, findet sich heute in jeder Zeitung oder auch in Werbekommunikaten für die gesamte Sprachgemeinschaft. Beispiele hierfür sind die Bewertungen *cool* und *geil*: So konnte man Anfang 2004 das Wort *cool* in der Sprache eines Bundesministers belegen, und zwar im Zusammenhang mit einer durchaus ernsten Angelegenheit: man *kann ja cool herangehen*.⁸ Wenige Tage später konnte man im Radio die Behauptung hören, dass *manche Börsianer es prima fanden, wie das Toll collect-Konsortium super cool reagiert hätte*.⁹ Bereits einige Jahre früher war *cool* in der politischen Werbung für die Bundestagswahlen 1998 zu verzeichnen (Abbildung 1). Im bekannten Slogan des Medienmarktes Saturn erscheint *geil* als „Stimme“ des Unternehmens, die nicht nur Jugendliche, sondern Jedermann adressiert (Abbildung 2). Vor der Folie eines gebrauchsbezogenen Standardbegriffs stellt sich hier die Frage, ob derartige Wortverwendungen nicht den Eingang eines Ausdrucks zum altersunabhängigen kolloquialen Standard markieren.

⁷ Mannheimer Morgen, 05.05.1989, Feuilleton.

⁸ Bundesverkehrsminister Manfred Stolpe in einem Fernsehinterview über die LKW-Mautgebühren (RTL Nachtjournal, 11.2.2004).

⁹ Radionachrichten über dasselbe Thema (Deutschlandfunk, 18.2.2004).

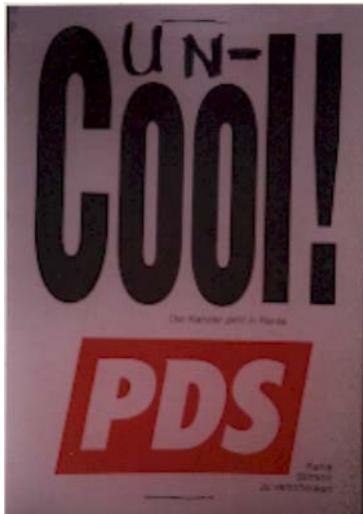


Abbildung 1: Werbeplakat zu den
Bundestagswahlen 1998



Abbildung 2: Saturn-Werbeslogan (2002)

Allerdings wäre der Schluss verfehlt, Jugendsprache laufe stets auf eine Erneuerung des Standards hinaus. Zimmermann (2003: 34) weist darauf hin, dass der Eingang in die altersunabhängige Umgangssprache nicht der Regelfall, sondern nur ein spezifischer Teilprozess des jugendsprachlichen Wandels ist, vielleicht sogar eine Ausnahme.¹⁰ Selbst dann ist nach Zimmermann „eine Sicht der Übernahme durch die gesamte Sprachgemeinschaft unsinnig“ (2003: 32), sondern Innovationen verbreiten sich immer bis zu einem gewissen Grad. Liegt jedoch eine Entwicklung hin zum Standard vor, so gilt es, sie im tatsächlichen Sprachgebrauch nachzuzeichnen:

„In die Standardsprache eingehen‘ heißt nicht, dass das Element selbständig die Grenzen überschreitet oder dass ein Gremium den Gebrauch in der anderen Varietät, der Standardsprache erlaubt, sondern dass die Sprecher das Element in formelleren Situationen (und ohne diskursive oder metakommunikative Distanzierung oder Auszeichnung) gebrauchen und somit die gegebene *Markierung* eines Elementes als *jugendlich* implizit aufheben“ (Zimmermann 2003: 34, Hervorhebungen im Original).

Um der Aufhebung sozialektaler Markierungen im Sprachgebrauch nachzugehen, reicht m.E. die Methode des lexikografischen Vergleichs nicht aus. Ein Wort kann *de facto* dem kolloquialen Standard angehören, lange bevor es lexikografisch verzeichnet bzw. seine diasystematische Markierung entsprechend angepasst wird, wie es Linke (2003) am Beispiel der Kollokation *Spaß haben* nachgewiesen hat.¹¹ Daher ist die Untersuchung des lexikalischen Wandels von unten neben der lexikografischen Analyse auf die Auswertung von Korpora öffentlicher Kommunikation, neuerdings auch des Internets angewiesen.¹²

¹⁰ Wie im Sprachwandel generell sind die meisten empirisch feststellbaren lexikalischen Varianten „nie in irgend einem dauerhaften Sprachwandelprozess involviert“ (Mattheier 1998: 826; vgl. auch Fritz 1998).

¹¹ Nach Linke (2003: 66) müssen bestimmte Wörter aufgrund ihrer häufigen Verwendung in Massenmedien und „trotz des fehlenden Wörterbucheintrags für das unmittelbare Gegenwartsdeutsch als lexikalisiert betrachtet werden“. Zu den Einschränkungen der Exzerption sozialektaler Lexik in der Lexikografie vgl. Kunkel-Razum (2003).

¹² Vgl. Bauer (1994), Jung (1994). Nach Bickel (2001:122) können Suchmaschinen-Ergebnisse „als Hinweise auf Frequenz und Vorkommen eines Wortes (...) wesentliche Zusatzinformationen zu Verbreitung und Vorkommen“ lexikalischer Einheiten liefern; zum Einsatz von Suchmaschinen in der Lexikografie vgl. Kunkel-Razum (2003: 280).

3. „Verbreitungskandidaten“

Die Null-Hypothese könnte lauten: Der Beitrag von Jugend- und Szenesprachen zur lexikalischen Erneuerung der Gegenwartssprache beschränkt sich auf eine Reihe von Einzelausdrücken, deren Auswahl vollkommen von außersprachlichen Faktoren abhängt.¹³ Die Frage nach möglichen innersprachlichen Regelmäßigkeiten stellt sich sowohl in Bezug auf Lexikalisierung (Aufkommen neuer lexikalischer Einheiten oder neuer Sememe im kolloquialen Standard) als auch auf Grammatikalisierung (Entstehung oder Verfestigung einer Wortbildungsstruktur oder grammatischen Konstruktion).

Im lexikalisch-phraseologischen Bereich gehe ich von der Unterscheidung zwischen referenzieller und expressiver Motivation von Innovationen aus: Lexikalischer Wandel von unten betrifft sowohl Einheiten, die einem primären Benennungsbedürfnis entsprechen, als auch solchen, die als Ausdrucksvarianten fungieren. Referenziell notwendige Innovationen entstammen oft Szenesprachen und Fachjargons und verbreiten sich als Funktion technologischen und soziokulturellen Wandels.

Kategorisierungen für neue Gruppen- und Musikstile zum Beispiel verbreiten sich in die Allgemeinsprache insofern, als die bezeichneten Stile ein gewisses Maß an öffentlicher Aufmerksamkeit auf sich ziehen oder sogar für breitere gesellschaftliche Kreise attraktiv erscheinen. So sind Kategorisierungen wie *Raver*, *Punker* oder *Hacker* wohl der gesamten Sprachgemeinschaft ein Begriff, dies gilt für *Speedmetaller*, *Doomies*, *Crusties* oder *Geeks* jedoch nicht. Im Gegensatz dazu lexikalisieren Ausdrucksvarianten ein bereits vorhandenes Denotat neu, freilich mit konnotativen Besonderheiten durch neue Bildspenderbereiche, intertextuelle Bezüge usw. Die Geschichte der Umgangssprache (Sornig 1990) zeigt, dass Basiskonzepte der Alltagssemantik besonders gerne und schnell erneuert werden. Durch die Erneuerung der lexikalischen Oberfläche erhoffen sich Sprecher zusätzliche Expressivität, d.h. Aufmerksamkeit auf die sprachliche Form, eine in den Jugendsprachen wie im Standard ausschlaggebende Motivation für sprachliche Innovationen (Kotsinas 1997: 130). Durch Verbindung mit prestigereichen Gruppen oder Trends können Ausdrucksvarianten einen zusätzlichen „Schwung“ bekommen. Das mit Anglizismen generell verbundene Prestige scheint die Verbreitungschance jugendsprachlicher Varianten englischen Ursprungs zu erhöhen.

Eine praktische Möglichkeit, erfolgreiche Ausdrucksvarianten der Jugendsprache zu überprüfen, ist die Untersuchung der Markierung ‚jugendsprachlich‘ in der lexikografischen Praxis (Neuland 1994). Die so markierten Wörter haben sich in der Regel¹⁴ als „Gesamtjugendsprache“ etabliert und können von dort aus in die Allgemeinsprache eingehen. Sortiert man die Ergebnisse von Neuland (1994) nach semantisch-funktionalen Kriterien, fällt die Frequenz von Bewertungen und Personenbezeichnungen sofort auf: Sie machen fast vier Fünftel des Bestandes aus (Tabelle 1). Ein ähnliches Bild zeigt die Auswertung der aktuellen DUW-Ausgabe von 2003 (Tabelle 2). Aus einer Gesamtsumme von 70 Einträgen sind 27% Bewertungen,

¹³ So spricht Neuland (1994: 83) über „einzelne, besonders auffällige lexikalische und phraseologische Elemente jugendlicher Sprachstile mit einem vielleicht besonders hohen sozialen Distinktionswert“.

¹⁴ Bis auf Einträge veralteter Jugendsprache (z.B. *Zahn*).

26% Personenbezeichnungen und 14% Ausdrücke der Befindlichkeit (Wahrnehmung bzw. Gefühle). Die weiteren 33% (23 Einheiten) gehören anderen semantisch-funktionalen Kategorien zu, darunter die Gesprächswörter *hey*, *logo*, *klaro*.

Tabelle 1: Als ‘jugendsprachlich’ markierte Lexeme in drei Wörterbüchern (Quelle: Neuland 1994)

	Bewertungen	Kategorisierungen	Rest
Wahrig 1986/91	cool* geil+	Prolo*	Zoff*
Duden 1989	abgefickt ätzend+ geil	Braut Macker Torte	tote Hose
Paul 1992	ätzend* cool* geil+	Prolo* Schnalle+ Torte+	abfahren* anmachen+
	42%	37%	21%

* = Neuauflage im Vergleich zur jeweils vorangehenden Ausgabe.

+ = Veränderung der Markierung zu ‘jugendsprachlich’ im Vergleich zur vorangehenden Ausgabe.

Tabelle 2: Als ,jugendsprachlich’ markierte Einträge in der aktuellen DUW-Ausgabe (‘2003)

Bewertungen (19)	Kategorisierungen (18)	Befindlichkeit (9)	Rest (23)
affengeil	Alte	beeumeln	abchecken
astrein	Bluse	beölen	angefickt
atzend	Boy	blicken	aufklatschen
brural	Braut	Bock	auschillen
bringen	Eule	bocken	ficken klatschen
fett	Eumel	eumeln	schwallen
fetzig	Fass	losmachen	zuschwollen
geil	Macker	schaben	-----
hHärte	Oma	stehen	Bambule
Tte Hose	Opa		Date
krass	Perle		Gas
lässig	Scheich		heavy
maximum	Torte		Joint
schaffe	Wuchtbrumme		Kutte
schlaff	Zahn		Schau
steil	-----		Seher
uncool	Gruftie		Stuhl
wahnsinn	Normalo		Teil
zombig	Prollo		-----
			pogen
			Rave

			hey
			logo
			null

Dass jugendsprachliche Bewertungen in den allgemeinsprachigen Wörterbüchern so stark vertreten sind, ist freilich kein Zufall. Sie sind ein äußerst produktiver Wortschatzbereich der Jugendsprache und werden in der Öffentlichkeit als Jugendsprache-Stereotype wahrgenommen.¹⁵ Der lexikografische Vergleich zeigt, dass in den letzten Jahrzehnten Bewertungen wie *irre, der Hammer, super, lässig, astrein, tierisch, cool* von der Jugend- in die Allgemeinsprache aufgestiegen sind.¹⁶ Die Tatsache, dass es sich hier fast ausnahmslos um positive Bewertungen handelt, ist vermutlich als Teil einer allgemeineren Tendenz zu werten, Tabuwortschatz aus den offiziellen Mechanismen der lexikalischen Erneuerung auszuschließen.

Erfolgreiche „Aufsteiger“ finden sich auch unter den Gesprächswörtern. Ein gutes Beispiel ist *hallo*: Im WDU ist es als *Halbwüchsigsprache* verzeichnet und auf die 1950-er datiert,¹⁷ im DUW (1989) und Weinrich (1993) noch als ‘jugendsprachlich’ markiert. Sein Aufstieg in den 1990-er Jahren, den die Markierungsveränderung im DUW ratifiziert (⁵2003 „ugs.“), wird erkennbar u.a. in der Verwendung in Talkshows (*hallo und herzlich willkommen*) sowie in der Werbung. In Werbeanzeigen der Computerbranche zum Beispiel wird *hallo* als Teil der Konstruktion beruflicher Kommunikation eingesetzt und lässt sich ohne weiteres mit Nachname und *Sie*-Anrede kombinieren. Sicherlich ist hier auch das Verhältnis zwischen Erneuerung der lexikalischen Oberfläche und Wandel der Umgangsformen relevant. *Hallo* ist Teil eines gesellschaftlichen Wandelprozesses, der die sprachliche Markierung von Hierarchie abschwächt (vgl. auch Linke 2000).

Die jugendsprachlich markierten Personenbezeichnungen im DUW sind teils Ausdrucksvarianten für das Denotat ‚junge Frau/junger Mann‘ (*Torte, Schnalle, Boy, Tussi* u.a.), teils Kategorisierungen für in den 1970-ern und 1980-ern aufgekommene soziale Typen bzw. Mentalitäten (*Freak, Chaot, Softi, Grufti, Normalo*). *Typ* ist hier ein Beispiel für eine mittlerweile in die Allgemeinsprache verbreitete Ausdrucksvariante. Erkennbare lexikologische Regelmäßigkeiten in diesem Bereich sind der hohe Anglizismenanteil¹⁸ und die Nutzung innovativer Wortbildungsmuster, u.a. Ableitungen auf *-i* und *-o* (vgl. Androutsopoulos 1998:169ff., 431ff.).

Rekurrente Innovationen von unten sind weiterhin im Übergangsbereich zwischen Lexikalisierung und Grammatikalisierung zu verorten. Ein Beispiel sind verstärkende Erstglieder vom Typ *Killer-, Bomben-, Spitzen-* und reihenbildende Zweitglieder vom Typ *-fan, -freak, -fuzzi, -junkie, -sau*. Die lexikalische Belegung dieser Wortbildungsstrukturen wird kontinuierlich erneuert durch neue Einheiten aus der Umgangssprache oder verschiedenen Jargons (Androutsopoulos 1998, 2000). Im gegenwärtigen Zeitungsdeutsch zeigen *-freak* und *-junkie* typische Merkmale eines frühen Grammatikalisierungsstadiums: semantische Abschwächung (von ‚heroinsüchtig‘ zu ‚leidenschaftlich interessiert‘), erweiterte Distribution (von Bestimmungswörtern, die Suchtsubstanzen bezeichnen zu Bestimmungswörtern aus ganz verschiedenen semantischen Feldern, vgl. *Schokoladenjunkie, Telefonjunkie*,

¹⁵ Vgl. Androutsopoulos (1998), Jakob (1988), Kunkel-Razum (2003: 282).

¹⁶ Hier ist vor allem WDU (1987) eine wertvolle Quelle.

¹⁷ Dort mit dem Zusatz „gerne engl ausgesprochen“, was heute freilich nicht mehr gilt.

¹⁸ Zum Stellenwert von Anglizismen-Neologismen in der Gegenwartssprache vgl. Herberg (2001).

Angeljunkies, Esoterikjunkies, Wissensjunkies) und Vorkommen fast nur noch in Komposita.¹⁹

Jugend- und Szenesprachen tragen schließlich zur Produktivität und Verfestigung bestimmter Grammatikalisierungsprozesse bei.²⁰ Im diskurspragmatischen Bereich sind die Einleitung von Redeerwähnungen durch die Partikel *so* (*und ich so: cool!*) und die Verbstämme zur Beschreibung von Handlungen und Einstellungen (*gähn, kotz, laber laber, schäm* usw.) zu nennen. In der Syntax sind das Negationswort *null* als undeckliniertes Negationsadjektiv und als Negationsadverb (*null Kohle, null interessant, ich blick das null*) sowie die Intensivierung der definiten Nominalphrase (*Sie ist voll die gute Lehrerin*, „eine voll gute Lehrerin“) anzuführen. In der Wortbildung sind die Suffixe *-i* und *-o*, denominale Konversionen (Typ *kult*) sowie die Produktivität der Kurzwortbildung zu erwähnen.²¹ Diese produktiven Muster sind Teil der „Gesamtjugendsprache“, einige ihrer Realisierungen bereits in den allgemeinen Sprachgebrauch eingegangen.

Hervorzuheben ist die „Kluft“ zwischen dem unter Jugendlichen belegten Gebrauch der genannten Innovationen und ihrer massenmedialen Verwendung bzw. lexikografischen Dokumentation. Neuland (1994, 2001) zeigt an Personenbezeichnungen wie *Penner, Proll* und *Tussi*, dass die lexikografische Erfassung jugendsprachlicher Varianten oft mit semantischen oder Distributionsunterschieden gegenüber dem unter Jugendlichen dokumentierten Gebrauch einhergeht. Das Gleiche gilt für polyseme Ausdrücke aus anderen Wortschatzbereichen: Viele Bewertungen haben eine enge, charakterisierende und eine weite, unspezifisch-evaluative Bedeutung;²² Verben wie *ausflippen* und *sich etw. einfahren* haben eine engere und eine weitere, daraus abgeleitete Bedeutung,²³ bei Passe partout-Verben wie *abchecken* ist nur ein Teil des Bedeutungsspektrums lexikografisch belegt; im Grammatikalisierungsbereich greifen massenmediale Verwendungen eher auf frühere als auf spätere bzw. fortgeschrittenere Stadien eines Musters zurück. Insgesamt wird in der öffentlichen Kommunikation oft nur ein Ausschnitt aus dem semantischen bzw. kombinatorischen Spektrum jugendsprachlicher Innovationen realisiert. Wie sich die Polysemie von *chillen* – die enge Bedeutung versteht sich als Verbalform von *Chill-out* („Ausrufen auf oder nach einer Party“), die weite Bedeutung lexikalisiert ein zentrales Konzept der Alltagssemantik („ausrufen“, „entspannen“) – im öffentlichen Diskurs manifestiert, wird in Kap. 5.2. dargestellt.

¹⁹ Daten aus der Analyse des IDS-Zeitungskorpus (vgl. Kap. 5).

²⁰ Vgl. ausführlich Androutsopoulos (1998, 2000) sowie Günthner (in diesem Band).

²¹ Vgl. Androutsopoulos (1998) sowie Albrecht (1990: 105f.): „Ein weiteres Charakteristikum des Substandards auf lexikalischem Gebiet ist die vergleichsweise größere Häufigkeit von Wortkürzungen und Wortdeformationen [, die] nur selten Aufnahme in die formellsten Sprachstile [finden ...] Im Deutschen scheinen Apokopen ähnlich wie im Italienischen vor allem im Bereich der Jugendsprache aufzutreten“.

²² Vgl. u.a. *abgefahren* (‘außergewöhnlich’/‘sehr gut’), *flippig* (‘unkonventionell’, ‘hektisch’/‘gut’), *genial* (‘intellektuell hervorragend’/‘sehr gut’), *cool* (‘lässig’, ‘überlegen’/‘sehr gut’), *easy* (‘leicht, problemlos’/‘sehr gut’). (Androutsopoulos 1998: 386ff., 440f.).

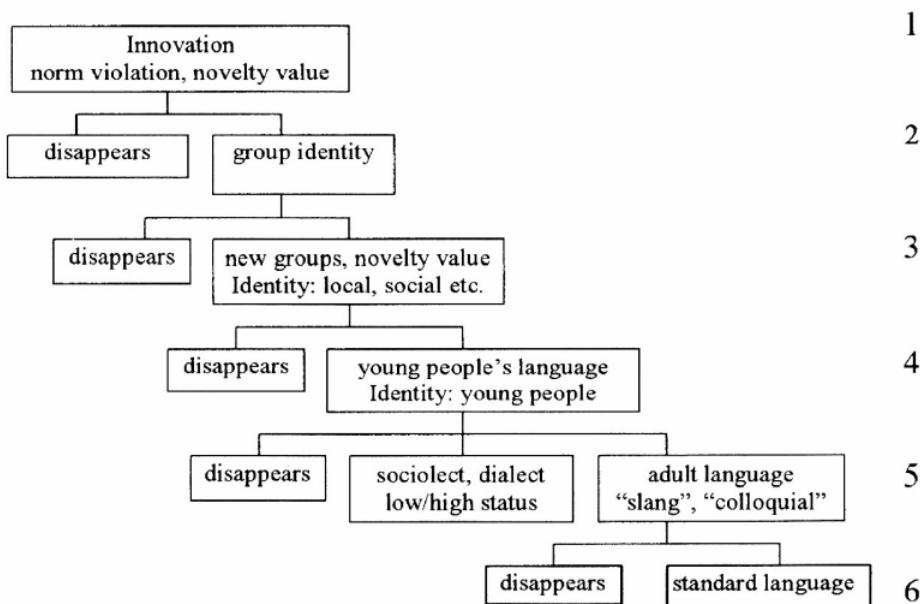
²³ Vgl. *ausflippen*: „a. sich einem Druck durch Drogengenuss entziehen; b. sich außerhalb der gesellschaftlichen Norm stellen; c. die Nerven verlieren; d. vor Freude außer sich geraten“ (DUW 2003); *sich etw. einfahren*: „a. Drogen einnehmen; b. etw. erleben“ (Androutsopoulos 1998: 290, 390).

4. Verbreitungsprozesse

4.1 Ein Stufenmodell der Verbreitung sprachlicher Innovationen

Die soziale Verbreitung dieser und anderer Innovationen über die Jugendsprache hinaus kann aus einer Makro- wie aus einer Mikroperspektive betrachtet werden. Als makroperspektivischen Rahmen stelle ich zunächst ein Stufenmodell der Verbreitung sprachlicher Innovationen der schwedischen Soziolinguistin Ulla-Britt Kotsinas (1997) vor. Kotsinas (1997) modelliert die Verbreitung jugendsprachlicher Innovationen als einen sechsstufigen Prozess (Abbildung 3). Innovationen, die durch Normverletzung oder durch das Bemühen um Originalität entstehen (Stufe 1), können sich in einzelnen Gruppensprachen etablieren (Stufe 2), anschließend auf neue Benutzerkreise ausbreiten (Stufe 3) und in die „Gesamtjugendsprache“ eingehen (Stufe 4). Von dort aus können sie zum Teil eines bestimmten Soziolektes werden oder als markierte Varianten in die altersunabhängige Umgangssprache eingehen (Stufe 5). Im Extremfall finden sie schließlich Eingang in den Standard (Stufe 6). Die „Standardisierung“ jugendsprachlicher Innovationen ist der letzte Schritt eines Diffusionsprozesses, der sich größtenteils im Nonstandardbereich abspielt.

Abbildung 3. Ein Stufenmodell der Verbreitung sprachlicher Innovationen (Kotsinas 1997)



Das Modell kann am Beispiel *chillen* veranschaulicht werden. Als kontaktinduzierte Innovation sind *chillen* und *Chill-out* kein Produkte spontaner Interaktion, sondern betreten den deutschsprachigen Raum (Stufe 1) durch die Rezeption angloamerikanischer Populärkultur (House- und Ravekultur, Rapmusik) in den späten 1980-er Jahren. Ihr Aufstieg auf die „Gesamtjugendsprache“ (Stufe 4) scheint sich von den späten 1980-ern bis zu den späten 1990-ern abgespielt zu haben. *Chillen* hat sich vermutlich zuerst unter den frühen Aktivisten der Technokultur in Deutschland verbreitet. Die erste Love Parade fand 1989 mit nur 150 Teilnehmern statt, 1991 war die

Technokultur noch auf einzelne Großstädte eingeschränkt (Berlin, Frankfurt, München, Ruhrgebiet). In diesen Szene-Kernen, aus denen später die Organisationselite der bundesweiten Technoszene entstanden ist, etabliert sich das Wort vermutlich zuerst (Stufe 2). Mit der Popularisierung der einschlägigen Kulturpraktiken und der Entstehung lokaler Szenen in den frühen und mittleren 1990-ern kommt der Übergang zur überregionalen Szenesprache (Stufe 3). Bereits hier sind *chillen* und *Chill-out* Schlagworte der Musikindustrie und werden in Szenemedien gebraucht. 1999 nimmt der Große Duden den Ausdruck *Chill-Out-Room* („Erholungsraum für Raver“) auf.

Der Übergang von Stufe (3) zu (4) erfolgt durch die direkte und mediale Diffusion symbolischen Materials von einzelnen Szenen in den Mainstream der Jugendkultur und von älteren an jüngeren Jugendlichen. Spätestens Ende der 1990-er Jahre erreicht *chillen* eine gruppen- und szenenübergreifende Bekanntheit, und zwar vor allem in der erweiterten Bedeutung ‘entspannen, ausruhen’. Diese Stufe spiegeln das eingangs genannte Beispiel Gottschalks und die Aufnahme von *auschillen* in das DUW wider (die Variante *auschillen* ist allerdings weniger gebräuchlich).

Manche Innovationen beenden ihre „Karriere“ auf Stufe (3) oder (4), die Verbreitung in die altersunabhängige Umgangssprache ist nicht als Regelfall zu betrachten. Doch ist *chillen* im Zeitungskorpus des IDS ab 1996, ab 2000 sogar verstärkt belegt (vgl. Kap. 5.2). Ausschlagend hierfür ist vermutlich das Prestige, welches *chillen* als Teil eines Geflechtes popkultureller Praktiken zukommt. Um die Jahrhundertwende entdecken Events aller Art das Konzept für sich. Der sprachliche Niederschlag dieses Trends ist die Verbreitung des Ausdrucks in den öffentlichen Diskurs, die parallel zur weiteren Verwendung in den Musikszenen bzw. unter Jugendlichen generell stattfindet. Wie schnell der Übergang von Stufe (4) zu (5) stattfinden kann, belegt das Beispiel *kultig*: Bereits Anfang der 1990-er Jahre war der Bewerter in Musikszenen populär (Androutsopoulos 1998), 1997 wird er als neuer jugendsprachlicher Ausdruck verzeichnet (Neuland/Heinemann 1997). Doch finden sich bereits 1997 im IDS-Zeitungskorpus mehrere Belege für *kultig* in der Bedeutung ‘beachtenswert, komisch’. 1998 wird das Wort in der Werbekampagne eines Telekommunikationskonzerns verwendet, die man auf Stufe (5) ansiedeln kann. Die wissenschaftliche Dokumentation als „jugendsprachlich“ und die massenmediale Verwendung finden in diesem Fall nahezu gleichzeitig statt.

Die Endstufe des Modells, den Eingang in die Standardsprache (Kotsinas 1997) bzw. den „Gebrauch durch Erwachsene in mehr oder weniger formellen Situationen“ (Zimmermann 2003) hat *chillen* noch nicht erreicht – bei vielen Wörtern in der Tat fraglich, ob sie je erreicht wird.²⁴ Der oben erwähnte Gebrauch von *cool* durch einen Bundesminister in einem offiziellen Kontext legt nahe, dass *cool* nun auch Stufe (6) erreicht, was jedoch das Wort von der Umgangssprache Jugendlicher (Stufe 4) nicht automatisch verschwinden lässt.

4.2. Akkommodation, Imitation und „Mitnahme“ ins Erwachsenenalter

²⁴ Ähnlich Mattheier (1998: 834): „Den Endpunkt, der vielfach nicht erreicht wird, bildet ein Sprachzeichen, dessen Verwendungsmöglichkeiten nicht mehr in irgendeiner Weise eingeschränkt sind“.

Wie hat man sich den Übergang von Stufe (3) bzw. (4) zur Stufe (5) aus der Mikroperspektive der individuellen Sprecherinnen und Sprecher vorzustellen? Hier greife ich eine Unterscheidung von Zimmermann (2003: 34) auf und verbinde sie mit einschlägigen soziolinguistischen Ansätzen. Zimmermanns erste Option – „Übernahme durch Erwachsene, die beruflich mit Jugendlichen zu tun haben in der Kommunikation mit diesen oder über Jugendthemen“ – entspricht der Theorie der sprachlichen Akkommodation.²⁵ Zimmermanns zweite Option – Übernahme „durch Erwachsene in der ungezwungenen Umgangssprache, etwa um sich ‚jugendlich zu geben‘“ – entspricht dem Konzept der sprachlichen Identitätsakte (*acts of identity*). Schließlich ist der Fall zu berücksichtigen, dass Jugendsprache von den Jugendlichen selbst ins Erwachsenenalter mitgenommen wird.

In ihrer Studie über Akkommodation Erwachsener an Jugendliche hat Augenstein (1998) intergenerationale Dialoge in drei verschiedenen Konstellationen untersucht: Mutter-Tochter-Gespräche, Gespräche Jugendlicher mit Radio-Moderatoren sowie mit Sozialarbeitern in einem Jugendzentrum. Akkommodation findet in allen drei Konstellationen statt, allerdings in unterschiedlicher Art und Weise. Typisch für die Radiomoderatoren ist der Versuch, „blödelnd und frotzelnd auf eine Wellenlänge mit den Jugendlichen zu kommen“ (1998: 260). Die Mütter setzen jugendsprachliche Abtönungen und Bewerter in emphatische Perspektivenübernahmen ein, die auf die Position der Töchter verweisen sollen. Generell kommt Jugendsprache im Munde Erwachsener stets aus der Fremdperspektive – sie referiert „auf die Wertvorstellungen, Einstellungen und Gefühle der Jugendlichen, als dass die *eigenen* Wertvorstellungen (...) mittels Jugendsprache ausgedrückt werden“ (1998: 261). Weiterhin stellt Augenstein fest: „Offenbar gebrauchen Erwachsene Jugendsprache so, wie sie sie wahrnehmen: als sozialen Marker.“ (1998: 260) Auffallend ist dabei, dass stark markierte Formen vermieden werden, z.B. kommen Lautwörter, bestimmte Bewertungen und die Intensivierung der definiten Nominalphrase (*voll die gute Lehrerin*) bei keinem erwachsenen Gesprächspartner in Augensteins Daten vor.

Ob solche kurzfristigen Konvergenzen im intergenerationalen Dialog den Ausgangspunkt für langfristige sprachliche Akkommodation seitens der Erwachsenen bilden können, lässt Augenstein mangels empirischer Daten offen. Sie weist jedoch auf die Selbsteinschätzung der befragten Sozialarbeiter hin, „die auch im Gespräch mit Nicht-Jugendlichen eine bereits routiniert von ihnen vorgenommene jugendsprachliche Redeweise beobachten“ (1998: 260). Hier lässt sich zumindest die Vermutung formulieren, dass in bestimmten Berufsgruppen, in denen intensive Kontakte zu Jugendlichen und Jugendszenen gepflegt werden, langfristige Akkommodation möglich ist.²⁶ Ich denke an Lehrer, Redakteure von Jugendmedien, Moderatoren, Werbetexter, Musiker, Mitarbeiter im Musikvertrieb, Clubbetreiber und -mitarbeiter, Event-Organisatoren – ein weites Feld, das in empirischen Studien sicherlich feiner zu

²⁵ Die Akkommodationstheorie unterscheidet zwischen kurzfristiger (short-term) und langfristiger (long-term) sprachlicher Akkommodation. Bei der kurzfristigen Akkommodation findet eine ein- oder beidseitige Annäherung zwischen Sprechern im aktuellen Gespräch statt. Werden die übernommenen Varianten auch in anderen Gesprächen und Situationen ohne Anwesenheit der ursprünglichen Modellsprecher gebraucht, kann man von langfristiger Akkommodation sprechen (Giles / Coupland / Coupland 1991; Trudgill 1986).

²⁶ Schlobinski et al. (1993:194) dokumentieren den Fall eines Vaters, der einen Plattenladen führt und nach Auskunft der Tochter „immer nur so“ (d.h. jugendsprachlich) spricht, wobei nicht klar hervorgeht, ob dies nur Jugendlichen oder auch Erwachsenen gegenüber der Fall ist.

differenzieren wäre. Diese Erwachsenen haben ausreichende Gelegenheiten, neue sprachliche Trends der Jugendkulturen zu verfolgen, und – im Falle langfristiger Akkommodation – diese Trends in den eigenen Sprachgebrauch einzusetzen, sei es unter sich oder im Gespräch mit anderen Erwachsenen, die über fortwährende Kontakte zu Jugendkulturen und Szenen nicht verfügen. Unter langfristig akkomodierenden Erwachsenen wird man also die Sprecher vermuten, die im Sinne des soziolinguistischen Netzwerkansatzes Elemente jugendlicher Sprechstile in Netzwerke Erwachsener übertragen.²⁷ Allerdings liegen hierzu meines Wissens keine empirischen Erkenntnisse vor.

Ein anderes Szenario für die Übernahme von Jugendsprache durch Erwachsene bietet das Konzept der Identitätsakte (*acts of identity*) von Le Page / Tabouret-Keller (1985) an. Demnach übernimmt man sprachliche Muster (in unserem Falle: Jugendvokabeln), um sich mit bestimmten Aspekten der Bezugs- oder Modellgruppe (z.B. Jugendlichkeit oder bestimmte Trends) zu identifizieren. Bedingungen hierfür sind nach Le Page u.a. der Zugang zur Modellgruppe und ihrer Sprache sowie die Fähigkeit, den eigenen Sprachgebrauch zu verändern. Bereits die langfristige Akkommodation durch direkten Kontakt stellt einen sprachlichen Identitätsakt dar. Doch erfasst das *acts of identity*-Konzept ein weiteres Phänomenspektrum, einschließlich der Orientierung an soziolinguistischen Stereotypen und massenmedialen Vorbildern. In einer kritischen Übersicht neuerer Studien stellt Auer fest, dass selbst in Fällen vermeintlicher Akkommodation an den aktuellen Gesprächspartner in Wirklichkeit eine Orientierung an Stereotypen (typischen Vertretern einer sozialen Gruppe) stattfindet.²⁸ Das Konzept der *acts of identity* kommt auch Überlegungen über die Verbindung soziologischer Milieutheorien mit der Sprachwandelforschung entgegen. Eichinger (2001) stellt die Vermutung auf, dass bestimmte Erwachsenenmilieus symbolische Anleihen bei den dynamisch orientierten jüngeren Stilen aufnehmen. Der Rückgriff auf symbolische Ressourcen der Jugendkulturen mit dem Wunsch, „sich ‚jugendlich zu geben‘“ (Zimmermann 2003: 34), schöpft nicht nur aus direkten Kontakten mit Jugendlichen, sondern auch aus massenmedialen Stereotypen jugendlicher Sprechweisen. Im Extremfall können die symbolischen Anleihen der Erwachsenenmilieus auch den in Fachkreisen gern kritisierten Jugendsprache-Lexika entstammen (vgl. Januschek 1989, Neuland 1994).

Neben der sprachlichen Akkommodation und Imitation Erwachsener ist damit zu rechnen, dass Jugendliche selbst durch Kontinuität in ihrer Sprachbiografie zur Erneuerung des

²⁷ Zum soziolinguistischen Netzwerkansatz vgl. Milroy (1992), Croft (2000), Labov (2001). Croft betont: „repeated interactions with other members of one or both networks leads to the transfer of a language [...] from one social network to the other“ (2000: 180). Dem Netzwerkkonzept zufolge wird der Transfer von Individuen initiiert, die „weak ties“ (schwache Bindungen) zu beiden beteiligten Netzwerken unterhalten. Die Innovationen müssen allerdings von den Kernmitgliedern des Nehmer-Netzwerkes adoptiert werden, um sich auf weitere Netzwerkmitglieder zu verbreiten. Zu beachten ist die Unterscheidung zwischen dem Netzwerkkonzept Milroys (1992), wonach der Transfer von Individuen mit schwachen Bindungen zu mehreren Netzwerken geleistet wird, und dem Labovs (2001), das Individuen mit hohem Prestige in ihrer Gemeinschaft und Kontakten außerhalb dieser hervorhebt.

²⁸ „Several findings suggest that the driving force behind change in the individual and also in the community is not imitation of the (perceived) language of one's interlocutor, but rather an attempt to assimilate one's language to the possibly stereotyped characteristics of a group one wants to be part of, or resemble“. (Auer o.J.: 14).

standardsprachlichen Repertoires in bestimmten lexikalischen Bereichen beitragen. Kotsinas (1997: 129) führt diese „Mitnahme“ als eine Möglichkeit des Übergangs von Stufe (4) zu (5) an. Dies ist nicht selbstverständlich, zumal Jugendsprache in der Variationslinguistik als altersspezifischer Soziolekt aufgefasst wird, den Sprecher hinter sich lassen (Löffler 1994). Nach Chambers (1995) findet beim Übergang von der Jugend ins frühe Erwachsenenalter eine Bewegung zu standardorientierteren Sprechstilen statt. Der Grund hierfür ist der Standardisierungsdruck, der mit dem Einstieg in den Arbeitsmarkt einhergeht (Chambers 1995: 178). Dementsprechend ist zu erwarten (und anekdotisch beobachtbar), dass die Auftretenshäufigkeit jugendsprachlicher Marker in Wortschatz, Syntax und Gesprächsformeln im frühen Erwachsenenalter kontinuierlich abnimmt. Allerdings gibt es offensichtlich Ausnahmen, indem die SprecherInnen bestimmte „angesagte“ bzw. Lieblingsvokabeln ihrer Jugend beibehalten. Darunter wären auch Vertreter der oben diskutierten innovationsfreudigen Kategorien (Bewertungen, Kategorisierungen, Gesprächswörter) zu erwarten. Die zunehmende gesellschaftliche Akzeptanz, ja geradezu Umarmung von Jugendlichkeit und Allem, was damit zusammenhängt, erleichtert nicht nur diese Mitnahme, sondern alle angeführten Akkomodations- und Imitationsprozesse.

4.3. Die Rolle der Massenmedien im Diffusionsprozess

Festzuhalten ist, dass sprachliche Identitätsakte sowohl auf direkte Netzwerkkontakte als auch auf medial vermittelte soziolinguistische Stereotype zurückgreifen können. Die Massenmedien bieten genau das, was für Identitätsakte generell erforderlich ist: „some (possibly limited, or even mistaken) knowledge of the language of the model group“ oder auch „an abstract image of the group“, an dem sich imitierende Sprecher orientieren können (Auer o.J.). In Werbung, Talkshows und anderen Mediengattungen werden zahlreiche Konstruktionen jugendlicher Sprechstile dargeboten, die sich Rezipienten als stilistisches Modell aneignen können.

Die Vorbehalte der soziolinguistischen Theorie gegen Massenmedien als eine Einflussgröße im Sprachwandel fasst Labov folgendermaßen zusammen: „all of the evidence (...) points to the conclusion that language is not systematically affected by the mass media, and is influenced primarily in face-to-face interaction with peers“ (2001: 228). Die soziale Verbreitung sprachlicher Innovationen kann sich aus der Sicht der variationistischen Soziolinguistik nur durch kurz- und langfristige Akkommodation in der direkten Kommunikation vollziehen (Trudgill 1986: 40). Allerdings wird Massenmedien eine Rolle in der Verbreitung von lexikalischen und phraseologischen Innovationen eingeräumt, und zwar nicht durch *Akkommodation*, sondern durch *Imitation* (Trudgill 1986, Chambers 1998).²⁹ In der germanistischen Diskussion weisen Holly / Püschel (1993) auf mögliche Effekte von Fernsehkommunikation auf die Gegenwartssprache hin, die den Wortschatz einschließen: Popularisierung der Standardvarietät, Erweiterung der passiven Varietätenkompetenz, Förderung von Normtoleranz im Standard, Multiplikation und Verstärkung von Sprachtrends.

²⁹ „Certain highly salient linguistic features, such as new words and idioms, or fashionable pronunciations of individual words, may be *imitated* or ‘*copied*’ from television or radio (rather than accommodated to).“ (Trudgill 1986, 40f., Hervorhebung im Original)

Das Verhältnis zwischen Medien und lexikalischen Wandel kann verschiedene Formen annehmen. Wichtig scheint mir an dieser Stelle die Unterscheidung zwischen *langfristigem lexikalischem Wandel* einerseits, *Sprachmoden* andererseits. Als Beispiel für den ersten Fall nennt Trudgill (1986: 41) ein massives Eindringen lexikalischer Varianten vom Amerikanischen ins Britische Englisch, das er auf Medienkontakte zurückführt. Man könnte dies mit der Rolle der Massenmedien bei der Popularisierung der Standardvarietät und der Aufnahme hochdeutschen Wortschatzes in Dialekte vergleichen (Holly / Püsche 1993).³⁰ Sprachmoden hingegen sind per Definitionem kurzfristig und werden nach einer kurzen Popularitätsphase oft obsolet. Sie betreffen nicht nur lexikalische Einheiten, sondern auch Formeln oder vorgefertigte Äußerungen. Nach Chambers (1998) haben Mediensprüche ephemeren Charakter und sind oft Gegenstand von Sprachbewusstheit:³¹

„Beyond a doubt, mass communication diffuses catch-phrases (...) Such catch-phrases are more ephemeral than slang, and more self-conscious than etiquette. They belong to the moment of their currency to the most superficial linguistic level. (...) lexical changes based on the media are akin to affectations. People notice them when others use them, and they know their source.“ (Chambers 1998: 126)

Dem aufmerksamen Beobachter bieten sich mehrere aktuelle Beispiele für Sprachmoden in Deutschland. An dieser Stelle seien drei Fälle angeführt: Erstens, „Kultsprüche“ wie *Ich habe fertig* des italienischen Fussballtrainers Trapatoni, ursprünglich Schlusswort einer Pressekonferenz,³² und *Da werden Sie geholfen* von Verona Feldbusch, ursprünglich Werbeslogan für eine Telekommunikationsfirma. Zweitens, das „Weichei-Fieber“ (Beeh et al. 2000). 1999 hat ein Radio-Wettbewerb zu einer Welle lexikalischer Kreativität im Bereich der sozialen Kategorisierungen nach dem Muster von *Weichei* und *Warmduscher* geführt. Die teilweise recht komplexen Nominalkomposita sind meistens ironisch bzw. abwertend und semantisch oder syntaktisch restriktionsverletzend, beispielsweise *Die-Frau-fürs-Leben-gefunden-Haber* und *Wie war ich?-Frager*. Drittens, der Fall „Kanaksprak“ bzw. „Türkendeutsch“: Um die Jahrhundertwende arbeiteten Comedy und Film mit Stilisierungen von Migrantjugendlichen, einige Wörter und Wendungen wurden in der Mehrheitsgesellschaft populär (Androutopoulos 2001b).

Dass mediale Sprachmoden kein Phänomen der 1990-er Jahre sind, belegt der Fall Rainer Brandt: Der Synchronsprecher war in den 1960-ern und 1970-ern für die Eindeutschung verschiedener TV-Serien verantwortlich, u.a. die Serie „Die Zwei“ (1971/72)), wo er die Stimme von Tony Curtis war. Brandts freche Sprüche sollen nicht nur zum Erfolg der Serie in Deutschland wesentlich beigetragen haben, sondern wurden (nach eigenen Angaben) von den Zuschauern begeistert übernommen. Auf Brandt soll auch die unter Jugendlichen verbreitete und in Jugendsprache-Lexika verzeichnete Variante *tschiüssikovski* zurückgehen.³³

³⁰ Vgl. Muhr (2003) und weitere Beiträge in Herring (2003).

³¹ Bezeichnenderweise stammen Chambers Beispiele für Mediensprüche aus der Jugendkultur.

³² Trapattonis „Kult-Rede“ steht im Internet in Ton und Bild zur Verfügung: www.fsv-witten.de/fertig.htm (letzter Zugriff: 05.03.2004).

³³ Quelle: „40 Jahre ZDF: Die Zwei“ (www.zdf.de/ZDFde/inhalt/5/0,1872,2039621,00.html; letzter Zugriff: 31.05.2004). Dort heißt es u.a.: „Beim Sender war man zunächst einigermaßen skeptisch. Als aber das überragend fantastische Echo der Zuschauer sich nicht nur in der Sehbeteiligung niederschlug,

Trotz ihrer Kurzlebigkeit sind Sprachmoden als Quellen für Standardvariation in mehrfacher Hinsicht interessant. Einzelne Modenwärter können im weiteren Verlauf ihrer Karriere in den neutralen gemeinsprachlichen Wortschatz eingehen. Andersson / Trudgill (1990) modellieren einen Teil des lexikalischen Wandels als einen Prozess, der vom Slang zu Modewörtern (*vogue words*) und dann zum „neutralen Vokabular“ führt. Beispielsweise ist die „Warmduscher-Welle“ schon vorbei, hat jedoch einige „erfolgreiche“ Ausdrücke hinterlassen (Beispiel *Frauenversteher*). Ähnlich könnten nach der „Kanaksprak-Welle“ einzelne Ausdrücke bzw. Kollokationen wie *voll krass* dauerhaft in die Umgangssprache eingehen. Das Fernsehen ist vermutlich das Medium mit der größten potenziellen Vorbildwirkung für Sprachmoden. Instruktiv ist hier das Beispiel *Warmduscher* – ein Wort, das den Radiomachern zufolge von Harald Schmidt „erfunden wurde“ (Beeh et al. 2000). Vermutlich war *Warmduscher* (genauso wie *Weichei*) in der Umgangssprache bereits da, Harald Schmidt hat erst seine öffentliche Karriere losgetreten. Generell kann die Verwendung von Kultsprüchen und Modewörtern aus dem Munde Prominenter ihre Verfestigung im allgemeinen Sprachschatz fördern. Die Rezipienten können dieses symbolische Material in ihre Alltagskommunikation aufnehmen und weiter verarbeiten. Kultsprüche und Modewörter werden in Primär- oder Sekundärthematisierungen (vgl. Holly et al. 2001) angeeignet, ihr Status wird in Anschlussinteraktionen fortdauernd ausgehandelt. Der Fluss medienvermittelter Modewörter konstituiert den öffentlichen Diskurs mit und trägt zur symbolischen Reproduktion einer Sprach- bzw. Nationalgemeinschaft bei (Spitulnik 1997). Durch die Teilnahme an Sprachmoden, könnte man sagen, bestätigen wir unsere Teilhabe an der gleichen Gemeinschaft.

Selbst wenn man den sprachlichen Einfluss der Massenmedien bestreiten oder auf kurzfristige Sprachmoden beschränken mag: Die Aufnahme von Innovationen in die öffentliche Kommunikation ist an sich ein bedeutsamer Schritt im lexikalischen Wandelprozess. Ein zunehmendes Vorkommen in den Massenmedien indiziert eine fortschreitende Kenntnis bzw. Verbreitung in der gesamten Sprachgemeinschaft und trägt zur Weiterverbreitung des fraglichen Ausdrucks bei. Die Konsolidierung einer Innovation auf Stufe (5) des Kotsinas-Modells ist in der Tat ohne die Massenmedien kaum vorstellbar, genauso wie auf einer niedrigeren Stufe die Verbreitung szenespezifischer Innovationen und die Konstitution einer Gesamtjugendsprache auf die Vermittlungsfunktion der Jugendmedien angewiesen ist.³⁴ Um es frei nach Luhmann (1996: 10) zu formulieren: Was die Dudenredaktion über den lexikalischen Wandel der Gegenwartssprache weiß, weiß sie durch die Massenmedien. Der (sozial-stilistischen) Legitimierung durch die Aufnahme in das Wörterbuch geht eine Legitimierung durch die Aufnahme in Modelltexte voraus. Der Begriff Modelltexte (Ammon 1995) erfasst Massenmedien als normsetzende Instanzen. Ihre Bedeutung besteht nicht (nur) darin, als „personale Modelle“ zu dienen, sondern auch darin, dass sie von anderen normsetzenden Instanzen als mustergültig anerkannt sind (vgl. auch Ammon, in diesem Band). In ihrer Wechselwirkung mit Kodizes, Sprachexperten und anderen

sondern die abends gelaufenen neuen Sprüche morgens im Bus oder der Bahn zu hören waren, hatten wir es geschafft.“ Zu *tschüssikovski* vgl. Androutsopoulos (1998: 472).

³⁴ Jakob (1988: 320f.) hebt hervor, dass erst die professionellen Organisationsstrukturen der Jugendkultur, darunter die jugendspezifischen Medien, „die Herausbildung einer Gesamtjugendsprache“ bewirken können.

Normautoritäten bestimmen Massenmedien mit, was bereits zum Standardwortschatz gehört oder (noch) im unscharfen Übergangsraum zwischen Standard und Nonstandard anzusiedeln ist.

Das massenmediale Aufkommen einer sprachlichen Innovation hat eine qualitative und eine quantitative Dimension. Die quantitative Dimension ist die Häufigkeitszunahme, wobei zu unterscheiden gilt zwischen einer abrupten Ab- und Zunahme, die Modewörter kennzeichnet, und einer ständigen Zunahme (vgl. Linke 2003). Die qualitative Dimension ist die Pragmatik des Ausdrucks im öffentlichen Diskurs. Die Erscheinung in den Massenmedien ist notwendig, aber nicht ausreichend für die symbolische Akzeptanz in den Standard. Vielmehr geht es darum, ob und wie Modelltext-AutorInnen die lexikalischen Innovationen von unten als „fremde“ oder „eigene Stimme“ einsetzen, die Bindung der Innovationen an ihre ursprünglichen Träger und Kontexte aufrechterhalten oder aufheben.

Der Übergang von der „fremden“ zur „eigenen“ Stimme scheint bereits in der langfristigen Akkommodation in direkter Kommunikation (vgl. Kap. 4.2) eine Rolle zu spielen.³⁵ Jugendsprache im Munde Erwachsener kommt vermutlich zuerst aus der Fremdperspektive, bevor sie dauerhaft angeeignet wird. Zum mindest die Frühphase des intergenerationalen Transfers dürfte durch *Polyphonie* gekennzeichnet sein, indem neue Varianten nicht automatisch in die Rede der akkomodierenden bzw. imitierenden Erwachsenen aufgenommen, sondern zuerst als Zitate verwendet oder auf andere Weise metasprachlich hervorgehoben werden. Ein Beispiel aus dem Bereich der Massenmedien bietet Scholz (2000). In Anlehnung an das oben diskutierte Stufenmodell von Kotsinas rekonstruiert er die Karriere einer sozialen Kategorisierung vom lokalen Argot von Bologna (Italien) bis zu einer überregionalen Zeitung. Eine italienische Rap-Gruppe übernimmt den Argot-Ausdruck *ballotta* („Clique“) und setzt ihn in ihren Texten als Selbstbezeichnung ein. Das Wort taucht daraufhin in einem Szenemagazin auf, zuerst im Interview mit der Gruppe, dann auch im Diskurs der Redakteure selbst. Schließlich taucht *ballotta* in der Musikbeilage einer überregionalen italienischen Tageszeitung auf, allerdings als Wortzitat. Während damit das Wort zum ersten Mal von einem überregionalen Publikum rezipiert wird und eine gesamtgesellschaftliche Reichweite erreicht, wird es nicht als Teil der Zeitungssprache ratifiziert, sondern durch die Zitatmarkierung als Element der Szenesprache zur Schau gestellt. Ein Ziel der empirischen Untersuchung von jugendsprachlichen Wortkarrieren im öffentlichen Diskurs liegt darin, den Moment aufzuspüren, in dem solche Distanzmarkierungen wegfallen (vgl. Zimmermann 2003).³⁶

5. Verbreitungskarrieren

Das IDS-Korpusystem Cosmas-II bietet die Möglichkeit, das umfangreiche Korpus geschriebener Sprache des IDS auf die Vorkommenshäufigkeit lexikalischer Einheiten und Kollokationen zu untersuchen.³⁷ Ähnlich wie bei einer neueren Untersuchung von *Spaß* und *Spaß haben* in der Zeitungssprache (Linke 2003) wird im Folgenden eine

³⁵ Zur Polyphonie in Alltagsinteraktionen vgl. Günthner (2002).

³⁶ Diese Fragestellung wird im Neologismenprojekt des IDS nicht verfolgt (vgl. Herberg 2001, 2002).

³⁷ Zum Cosmas-II vgl. <http://www.ids-mannheim.de/cosmas2>

Kombination quantitativer und qualitativer Analyse durchgeführt. Überprüft wurden rund 25 jugendsprachliche Wörter, Kollokationen und Konstruktionen, u.a. *abgefahren*, *ausgeflippt*, *chillen*, *cool*, *dissen*, *fett*, *Freak*, *geil* (und intensivierte Formen), *Junkie*, *krass*, *null Bock*, *Proll*.³⁸ Mehrere davon kommen in Mengen von weniger als 100 Tokens vor.³⁹ Bei Wörtern mit höheren Belegzahlen wurde das Vorkommen im kompletten IDS-Bestand dreier Zeitungen ausgewertet: TAZ (1986-2002), Mannheimer Morgen (1994-2002) und Zeit (1994-1999). Die quantitative Auswertung liefert recht verlässliche Hinweise auf die Verbreitung einer Innovation in der Zeitungssprache, differenziert nach Jahrgang und Zeitung.⁴⁰ Die qualitative Analyse des Fallbeispiels *chillen* zieht mehrere Kriterien in Betracht: Sein Vorkommen als Zitat oder Motto, in der Überschrift oder im Fließtext; das Thema und die soziale Kategorisierung des Sprechers (z.B. Schüler, Raver, HipHopper); schließlich die Gesprächsrolle des Subjekts und die morphologische Form des Verbs (Infinitiv, nominalisierter Infinitiv, Deklination, syntaktische Ergänzungen, Kollokationen).⁴¹

5.1 Zunahme der Vorkommenshäufigkeit: *cool*, *geil*, *chillen*

Die Recherche im gesamten Korpus geschriebener Sprache des IDS zeigt eine zunehmende Vorkommenshäufigkeit für mehrere Bewertungen.⁴² Die beiden nachfolgenden Grafiken zeigen die Ergebnisse für *geil* und *cool* in den drei ausgewählten Zeitungen. Da die Korpora pro Jahrgang unterschiedlich groß sind,⁴³ wurde das durchschnittliche Vorkommen pro Million Wörter berechnet.

Die Grafik für *geil* (Abbildung 4) zeigt, dass die Vorkommenshäufigkeit des Ausdrucks in der Tageszeitung innerhalb von 17 Jahren um rund das Achtfache gestiegen ist. Von durchschnittlich eineinhalb Vorkommen pro Million Wörter (pMW) im Jahr 1986 wird ab 1988 ein Durchschnitt von zwischen 6,5 und 8,5 Vorkommen erreicht. Dieses steigt ab 1996 auf über 10 Vorkommen an, 2002 waren es 10,3 Vorkommen pMW. (Bei einem Korpus von Rund 17 Mio. Wörtern für 2002 sind dies 189 Vorkommen.) Im Mannheimer Morgen ist ein Anstieg von weniger als einem Vorkommen 1989 zu 3,7 Vorkommen pMW im Jahr 2003 zu verzeichnen. Eine mittlere Position nimmt die ZEIT ein. Von 1995 zu 1999 zeigt sich ein Anstieg von ca. 70%, zwischendurch werden noch höhere Werte erreicht.

³⁸ Aus praktischen Gründen liegt den Recherchen teilweise das online zugängliche, teilweise das umfangreichere interne Korpus zugrunde; die genaue Quelle wird wo nötig als *public* bzw. *intern* angegeben.

³⁹ Beispielsweise kommt *chillen*: 68 und *dissen*: 48 Mal im *public*-Korpus vor.

⁴⁰ Durch ein manuelles Pre- und Postediting wurden Eigennamen, Titel und irrelevante Sememe oder Wortkombinationen aussortiert.

⁴¹ Textsorten lassen sich im Cosmas II nicht eindeutig identifizieren, daher wird Textsortenvariation (die sehr wohl zu erwarten ist) nicht systematisch berücksichtigt.

⁴² Neben *cool* und *geil* vgl. *kultig* (1995: ein Beleg, 1998: 19) und *hip* (1992: drei Belege, 1999: 127).

⁴³ Das TAZ-Korpus beläuft sich auf insgesamt 237 Millionen Wörter, was einem Durchschnitt von 17. Mio. Wörtern pro Jahr entspricht. Der Mannheimer Morgen ist im IDS-Zeitungskorpus mit 137 Mio., die Zeit mit 24 Mio. Wörtern vertreten.

Abbildung 4: *geil* im IDS-Zeitungskorpus (Vorkommen in Mio. Wörtern)

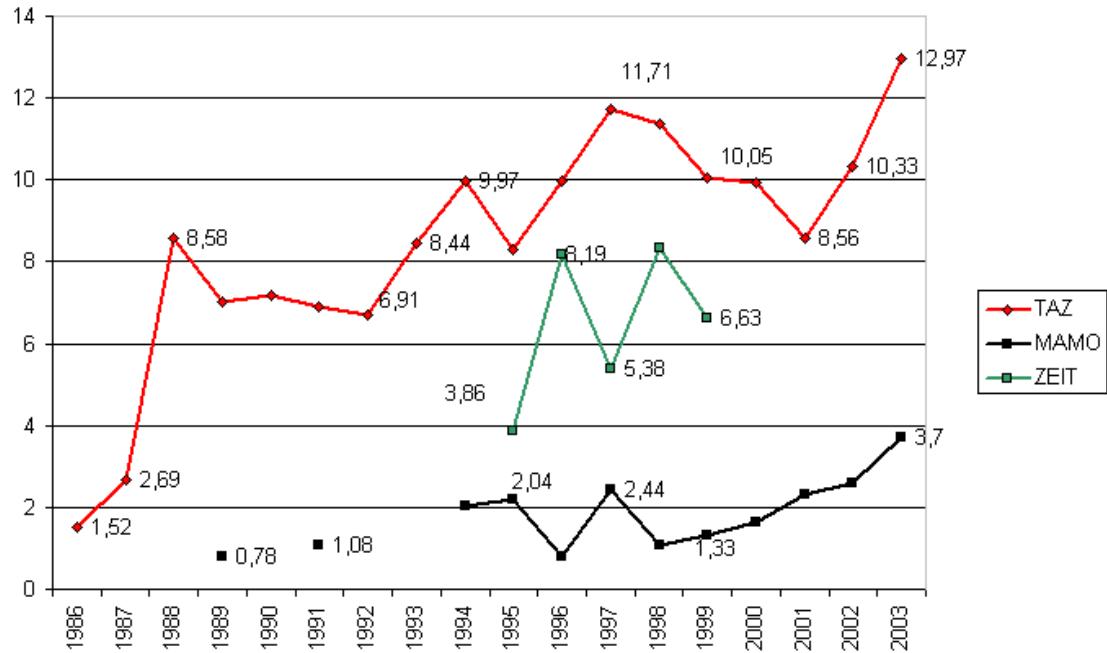
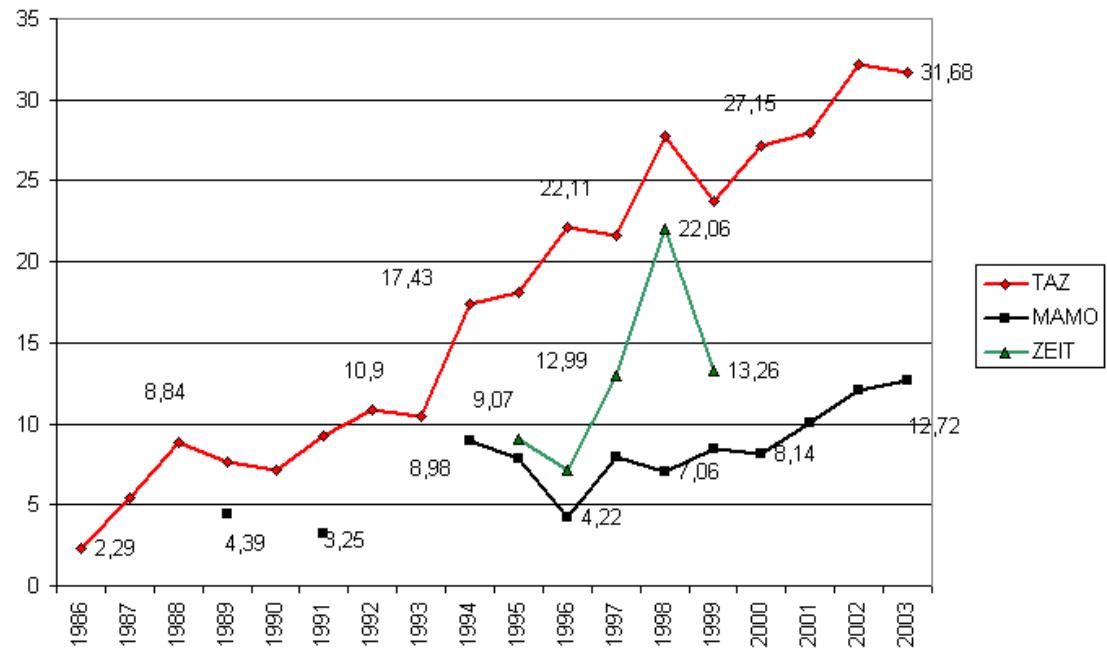


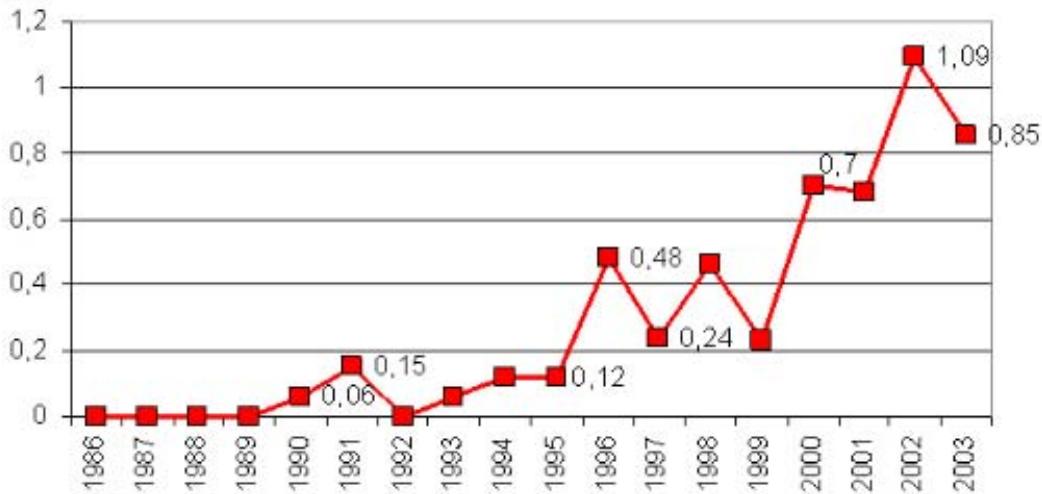
Abbildung 5: *cool* im IDS-Zeitungskorpus (Vorkommen in Mio. Wörtern)



Das Muster für *cool* ist ähnlich, allerdings mit wesentlich größeren absoluten Zahlen (Abbildung 5). In der Tageszeitung steigt die Häufigkeit des Ausdrucks von 2,2 Vorkommen pMW im Jahr 1986 zu mehr als 31 Vorkommen ab 2002 – eine Verfünfzehnfachung, und in absoluten Zahlen dreimal häufiger als *geil*. Im Mannheimer Morgen beträgt das Vorkommen 4,3 im Jahr 1989 und mehr als 10 ab 2001. In der ZEIT

steigen die Werte von 9 (1995) zu 13 (1999), mit einer Spitze von 22 Vorkommen pMW für 1998.

Abbildung 6: *chillen* in der TAZ (Vorkommen in Mio. Wörtern)



Die Daten für *chillen* zeigen eine viel geringere Frequenz in einer kleineren Zeitspanne (1996-2001).⁴⁴ Aufgrund der geringen absoluten Zahlen ist eine Auszählung nur im TAZ-Korpus ergiebig (Abbildung 6). Die Werte steigen ab 1996 allmählich an, 2001 wird eine Spitze von knapp einem Vorkommen pMW erreicht, die in etwa dem Vorkommen von *geil* im Jahr 1986 entspricht. (Allerdings kommen Bewertungen generell viel häufiger vor als Inhaltswortschatz.) In der nachfolgenden qualitativen Analyse werden alle 68 Belege für *chillen* (in allen Wortformen) in neun Zeitungen berücksichtigt.⁴⁵

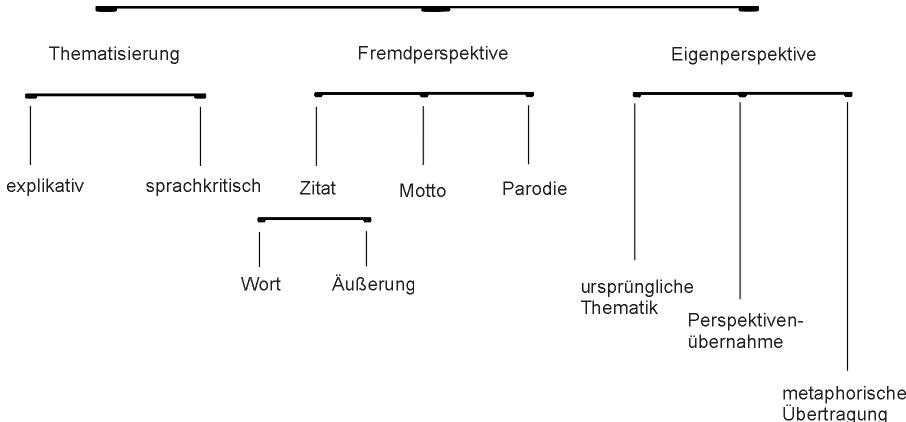
5.2 Von der Fremd- zur Eigenperspektive: die „Karriere“ von *chillen*

Die 68 Vorkommen von *chillen* im IDS-Zeitungskorpus von 1996-2003 werden in drei Kategorien klassifiziert: Thematisierung, Fremd- und Eigenperspektive (Abbildung 7). Die Karriere lexikalischer Innovationen im öffentlichen Diskurs beginnt mit ihrer metasprachlichen Thematisierung, wobei Zeitungstexte teils als Vermittler, teils als Sprachkritiker fungieren. Die Fremdperspektive ist durch die formale Distanzmarkierung (Anführungszeichen) und dem spezifischen Themenzusammenhang gekennzeichnet und lässt sich in Zitate, Motto und Parodien einteilen. Der Übergang in die Eigenperspektive der Journalisten ist durch das Fehlen von Anführungszeichen oder metasprachlichen Kommentaren gekennzeichnet. Diese Belege lassen sich weiter nach dem Themenbezug, dem Übergang von der Referenz- in die Sprecherrolle und nach dem Vorkommen metaphorischer Übertragungen unterteilen.

⁴⁴ Im Gesamtkorpus liegt außerdem ein frühes Vorkommen im Jahr 1990 vor.

⁴⁵ Die Häufigkeit steigt von drei Belegen 1996 zu 25 im Jahr 2000 und sinkt wieder auf zehn Belege im Jahr 2001.

Abbildung 7. Gebrauchsweisen von *chillen* im IDS-Zeitungskorpus (N=68)



5.2.1 Thematisierung

Medien als Vermittler greifen das in kleinerer Reichweite längst Übliche auf und stellen es einem größeren Kreis als neu und „exotisch“ vor. Zeitungsberichte über (vermeintliche) Sprachtrends stellen den heutigen Innovationen der Jugendsprache (z.B. *chillen*) frühere gegenüber (z.B. *ausflippen*) und tragen so zur Domestizierung des Exotischen bei. Die Häufung soziolektaler Ausdrücke, der Rückriff auf beliebte „Zitiervokabel“⁴⁶ und ihre Einbettung in eine klischeehafte Skizze jugendkulturellen Lebensgefühls sind typisch für explikative Thematisierungen. So erläutert der Mannheimer Morgen (Beispiel 1) *chillen* in seinem „authentischen“ Zusammenhang, neben lebensweltlich verwandten Begriffen wie *Rave*, begleitet von Stimmen der Beteiligten, die weitere als szenetypische gerahmte Ausdrücke enthalten (vgl. den letzten Satz). In einem Sprachbericht greift die Berliner Zeitung auf den Topos von Jugendsprache als Sondersprache zurück und rahmt *chillen* als aktuelle Ausprägung dieses Topos (Beispiel 2). Im Gegensatz dazu setzt die sprachkritische Thematisierung eine größere Verbreitung des fraglichen Ausdrucks in der Sprachgemeinschaft voraus und ist daher typisch für spätere Stadien des Diffusionsprozesses. Dabei geht es nicht um die Sprache der Jugendlichen selbst, sondern um den Rückgriff von Unternehmen und Institutionen auf soziolinguistische Stereotype von Jugend und Szenen.⁴⁷ Unter anderem wird *voll geil* als Beispiel für „krampfhaft jugendlich[en]“ Ton in der Jugendliteratur genannt und der Gebrauch von *voll fett* im „Bibellesebund-Magazin für Adoleszente“ kritisiert. Die TAZ druckt eine an Clubgänger gerichtete Werbekampagne der Bierbrauer ab, „die an ranschmeißerischem Irrsinn ihresgleichen sucht“ (Beispiel 3). *Chillen* erscheint dort neben weiteren Markern eines vermeintlichen Szenestils wie dem englischen Phrasem *that's it*.

1. „Meditation“ wollte als Titel des Raves, so der Szene-Ausdruck für Techno-Partys, nicht recht passen, denn die Atmosphäre war alles andere als besinnlich: Ein Drittel der Walzmühle verwandelte sich nach und nach in eine riesige Tanzfläche, auf der man sich dichtgedrängt und

⁴⁶ Henne (1986: 197) beschreibt *null Bock* in den späten 1970-er Jahren als beliebte „Zitiervokabel der Medien, wenn es um Jugendsprache geht“.

⁴⁷ Das IDS-Korpus liefert mehrere Beispiele hierfür, beispielsweise erscheint *voll krass* als Name eines Schülerprojekts und im folgenden Titel des Schülerwettbewerbs: *Rauschdrogen contra Verkehrssicherheit – Voll krass und mega was?*

schweißgebadet bis in die frühen Morgenstunden bewegte. Die restlichen zwei Drittel hätten wahrscheinlich Möglichkeit zum „**Chillen**“ (**Szene-Jargon für Ausruhen**) bieten sollen, waren aber ähnlich überfüllt wie die Tanzfläche, was allgemein Unmut erregte. Trotzdem hätten die meisten sicher dem Fazit von Bernd, einem 22jährigen aus Basel, der nur für die „Meditation“ nach Ludwigshafen gekommen war, beigeplichtet: „Echt korrekt zum Abfahren hier.“
(Mannheimer Morgen, 19.03.1996, Feuilleton)

2. Dass es zu allen Zeiten eigenständige Jugendsprachen gibt, weiß jeder, der sich dazu bekennt, einmal jung gewesen zu sein. Die PONS-Autoren heben wiederkehrende Muster hervor: unter anderem die willkürlich geänderten Wort-Bedeutungen. Erklärt der DUDEIN das Wort „krass“ noch als „besonders extrem“, bedeutet es unter Jugendlichen „gut“ oder „sehr gut“. Beim Wort „fett“ denkt der über Dreißigjährige an Cholesterin und störende Rettungsringe um die Hüfte. Dabei ist es für Jugendliche ein Ausdruck des Lobes: „ne fette Party“ etwa. Immer wieder bilden englische Wörter neue deutsche Hybridformen. Waren es einst „ausflippen“ oder „antörnen“, sind es heute **Worte wie „chillen“ (sich ausruhen, von: to chill)** oder „cruisen“ (ziellos umherfahren, von: to cruise). Das Buch nennt auch „dissen“ (sich abfällig äußern, von: to dish).
(Berliner Zeitung, 20.12.2001, Feuilleton)
3. Die deutschen Brauer müssen verrückt sein. Unter der Überschrift „The best of what germans do best: Deutsche Bierbraukunst“ schalten sie zur Love Parade in Szeneheften eine Werbekampagne, die an ranschmeißerischem Irrsinn ihresgleichen sucht. „Zwölf Uhr morgens, die Party geht ihrem Ende zu, und du bist fix und fertig. **Chillen ist nun angesagt.** Wohin? Auf keinen Fall nach Hause, sondern besser mit den Freunden ab zum nächsten Biergarten und Spaß haben. Ein gepflegtes Bierchen in angenehmer Runde hat noch nie geschadet und hebt die Laune. Frische Luft einsaugen und Sonne tanken, that's it.“
(TAZ, 12.07.1999, Ressort Aktuelles)

5.2.2 Fremdperspektive

In Verwendungen aus der Fremdperspektive erscheint *chillen* in zitierten Äußerungen (Beispiele 5-6), in Wortzitaten (Beispiel 7), Motto (Beispiel 8) und Parodien (Beispiel 9) und bleibt dabei durchgehend mit seinem ursprünglichen sozialen Kontext verbunden: Es geht um die fremden Lebenswelten der Musikszene und andere jugendkulturelle Veranstaltungen, außerdem um schulische Themen, Computer und Hobbys. Dabei kommen sowohl die enge als auch die weite Bedeutung des Verbs vor. Seine Kollokationen und Ergänzungen unterscheiden sich stark von denen des semantisch verwandten *relaxen* (z.B. *relaxen bei gutem Wein und Musik*). Recht typisch für jugendsprachliche Äußerungszitate generell ist die Häufung mehrerer Bewertungen, hier in einem Bericht über die „Love Parade“ (Beispiel 4). In Beispiel (5) erscheint *chillen* in der Stimme eines Schülers, in Beispiel (6) in der Stimme eines interviewten Rap-Musikers und wird im journalistischen Kommentar als dessen Lieblingswort markiert. In beiden Fällen liegt die weite Bedeutungsvariante vor, und zwar mit präpositionalen Ergänzungen (*miteinander chillen, mit Freunden chillen*). Eine seltener Sonderform der Verwendung aus der Fremdperspektive ist die Parodie. Beispiel (9) erinnert an das berühmte „Disko-Deutsch“, eine Zeitungsglosse vom Jahre 1979, die vom Fachdiskurs aufgegriffen und sogar Eingang in Schulbücher gefunden hat.⁴⁸ Typisch für Zeitungsparodien dieser Art ist ein inflationärer Einsatz markierter lexikalischer Varianten, die jede für sich zwar belegt ist, aber in der überladenen Zusammensetzung komisch wirken. Für komische Wirkung sorgen weiterhin die unübliche Kombination schriftlicher Syntax und mündliche Lexik, Rahmenbrüche (*ganz*

⁴⁸ Ursprünglich in der FAZ v. 4.1.1979, zitiert u.a. in Henne (1986: 197).

oldschool ins Theater zu sneaken) und unübliche lexikalische Varianten in variationsfreudigen Konstruktionen (*...und anderer Suck*).

4. Für Peter G. (21) aus Stuttgart ist Berlin „top Sahne, einfach geil, hier geht es ab (...).“ (Berliner Morgenpost, 14.07.1996)
5. Hector-Petersen-Oberschule, Kreuzberg, 13.20 Uhr: „Ich geh lieber **mit meinen Leuten chillen**“, meint Skater Carsten (17). Die Demo sei doch uncool. (TAZ, 10.11.2000, Ressort Berlin Aktuell)
6. „Mit denen haben wir eigentlich nicht viel am Hut“, will Samy abwiegeln. „**Das wird immer so dargestellt, als würden wir hier die ganze Zeit miteinander chillen**, als wären ständig DJ Rabauke von Fettes Brot, Tobi und Bo hier.“ Der Noch-Zivildienstleistende legt großen Wert darauf, daß alles ganz eigenständig abläuft: „Jeder von uns hat seinen eigenen Stil. [...] Was ihm noch am HipHop gefällt? „Das ganze ruhige Ding, **mit Freunden chillen**“ - da ist es wieder, sein Lieblingswort. Einfach in Ruhe gelassen werden und sein Ding machen. (TAZ, 04.08.1998, Ressort Kultur)
7. Wer sich selbst noch bewegen will, den erwartet im Keller die Tanzfläche, **doch auch hier kann man nirgendwo „chillen“**. (Mannheimer Morgen, 23.04.2001, Ressort Kultur)
8. So schmeckt der Sommer: „**Chillen und Grillen**“ lautet die griffige Szene-Umschreibung für die Verbindung von dutzendmal gewendeten Bratwürstchen und entspannten HipHop-Beats. (Berliner Zeitung, 08.07.1999, Ressort Lokales)
9. Mal was anderes als Crack
Sommerferien in Berlin: Ich saß mit meinen Homies am Zoo, unser Crack war alle und das Runterkommen abturnend. Weder wahllos Leute anpöbeln noch unsere Tags überall hinschmieren wollte uns so richtig kicken. Also überlegten wir uns, mal was ganz Abgedrehtes zu starten, so was wie in den Zoo zu freaken **oder im Schwimmbad zu chillen**. Wir steigerten uns richtig rein in Filme, wie uns mal mit ‘nem klassischen Konzert zu beraten oder ganz oldschool ins Theater zu sneaken. Aber da das alles noch teurer als Crack war, beschlossen wir doch, den Ball weiter flach zu halten und unseren Dealer anzuhauen. Da der leider auch nicht auf Tasche war, drückte er uns methadonmäßig einen Flyer in die Hand, den „Super-Ferienpaß“ vom JugendKulturService. Wir dachten schon: „Shit Alter, Flashback!“, als wir das Teil mal checkten: Über 200 Angebote für Motherfucker in den Ferien - kostenloser Zoobesuch, freier Eintritt in Schwimmbäder, Theaterermäßigung und anderer Suck. ...
(TAZ, 31.07.1998, Ressort Berlin Aktuell)

Innovationen aus der Fremdperspektive erlangen zwar maximale gesellschaftliche Sichtbarkeit, bleiben aber vom dominanten Code getrennt und behalten ihre soziolektale Markierung bei. Dieses Gebrauchsmuster kann sich in den Zeitungstexten über Jahre fortsetzen und dauert für bestimmte Wörter länger an als für andere, selbst innerhalb derselben lexikalischen Kategorie. Im IDS-Korpus kommt *chillen* zu 20% in Zitaten und Mottos vor, doch liegt dieser Anteil bei den Kollokationen aus *geil* und Intensivierer viel höher: *Voll geil* (ab 1988 nachweisbar) taucht fast immer als Zitat von Kindern, Jugendlichen und Schülern auf. *Voll fett* (ab 1997) erscheint speziell als Stimme von Ravern und Rappern, *voll krass* (ab 1999) bleibt dem stilisierten „Türkendeutsch“ und der Comedy verhaftet.

5.2.3 Eigenperspektive

Der allmähliche Eingang von *chillen* in das Repertoire der Modellschreiber wird durch „kreative Formen der Wortverwendung“ (Jung 1994: 208) angezeigt. Dabei bleibt die

Einschränkung auf die ursprüngliche Thematik zum Teil noch bestehen. Musterhaft hierfür ist Beispiel (10) aus der österreichischen Neuen Kronen Zeitung, das einen prototypischen Handlungskontext beschreibt (Clubbing auf Ibiza) und sich zudem explizit an die jugendlichen Zeitungsleser richtet (Untertitel: *Gewinnt eure Matura-Reise!*). Der Unterschied zum Gebrauch aus der Fremdperspektive liegt darin, dass das Wort nun von den Journalisten variiert und als Ressource für Ausdrucksvariation herangezogen wird. So handelt Beispiel (11) von einem jugendkulturellen Ereignis (Love Parade 1997), doch die reflexive Präfixbildung *sich einchillen*, eine nicht-lexikalisierte Variante mit der spezifischen Kontextbedeutung ‚sich einstimmen‘, ist als journalistische Leistung anzusehen. In einem Party-Bericht der Berliner Zeitung (Beispiel 12) werden *chillen* und *crowd* (im darauf folgenden Satz) ganz im Sinne der journalistischen Maxime der Ausdrucksvariation von ihren gemeinsprachlichen Quasi-Äquivalenten begleitet – eine sprachliche Vermittlungsleistung für manche Rezipienten, eine Demonstration stilistischer Versiertheit für den Journalisten.

10. Aus ganz Europa kommen junge Leute, um so richtig die Sau rauszulassen. Viele der Bars und Clubs in Ibiza rund um San Antonio Road sind im Sommer die angesagtesten Night-Spots Europas. Einige Tips: Cafe' del Mar, **hier chillen die Clubber beim Sonnenuntergang**, bevor es auf die Piste geht. Gut, um herauszufinden, wo nachts am meisten abgeht. Ku, einer der In-Clubs mit Top-DJs. House-, Techno- und Euro-Dance bestimmen die Tanzfläche. Immer voll. (Neue Kronen Zeitung, 19.01.1997, Reise-Hot-Spot: Ibiza)
11. Seit drei Wochen steigt die bpm- Zahl in den Straßenlautsprechern ständig, niemand kann sich dem Fieber entziehen. Bereits seit zwei Tagen ist es selbst für Hyperskater unmöglich, zwischen den versammelten Individualisten hindurchzuflitzen. **Überall chillen sich junge Neonhäutige und glühende Dancemaniacs ein**. Und jetzt zucken nackte Frauenbeine auf halbmeterhohen Plateausohlen. (TAZ, 11.07.1997, Ressort Kultur)
12. Als Erste sind die Kreuzberger Breakdancer „Lost in madness“ am Start. Die fünf Jungs und zwei Mädchen brauchen zwar einen Moment, um ihre Nervosität abzulegen. Doch dann gibt es lauten Beifall für Drehungen auf dem Kopf und wildes Wirbeln über die Schulterblätter zu den Bässen des Klassikers „Africa Bambaata“. Die Gruppe „Jot“ versucht auf dieser Atmosphäre zu gleiten. „Ihr könnt auch aufstehen, wenn ihr wollt“, ruft ein Rapper dem Publikum im großen Saal der Volksbühne zwischen zwei Liedern zu. Doch die Angesprochenen fläzen sich in den Sitzen: **Das Volk chillt**. Keine Chance, die crowd, oder das Publikum, zum Bewegen zu animieren. (Berliner Zeitung, 18.01.2001, Ressort Lokales)

Die Äußerung *Das Volk chillt* (Beispiel 12) scheint mir symptomatisch für den Wandel der Lebensstile, der den Übergang von *chillen* zur Eigenperspektive der Modellschreiber verhilft. Immer mehr Institutionen und Events eignen sich die Schlagworte *chillen* bzw. *Chillout* an, und sofern Zeitungen darüber berichten, kommt das Wort in neuen thematischen Zusammenhängen vor, beispielsweise in einem Messebericht (Beispiel 13). Auch hier wird *chillen* durch *ausruhen* paraphrasiert, wodurch journalistische Abwechslung und eine gewisse Vermittlungsleistung entsteht. Andererseits sind es die Journalisten selbst, die „kreative Überschreitungen der ursprünglichen Verwendungsbedingungen“ (Jung 1994: 210) vollziehen. So referiert *chillen* auf erwachsene Interviewpartner, Fußballspieler, die Polizei oder Erlebnisse der Journalisten (Beispiele 14-16). Dies geht mit einem Wechsel in der Gesprächsrolle des Subjekts einher, indem die Referenzrolle, die Rede über „die“ Szenen, durch die Sprecherrolle, das „Wir“ der Journalisten bzw. der Schreiber-Leser-Gemeinschaft,

abgelöst wird. In Beispiel (16) ist der thematische Rahmen zwar einmal wieder die Technokultur, doch jetzt *chillen* wir Zuschauer.

13. **In Halle 1 wurde man von einer Mobilfunkfirma schon zum Chillen eingeladen**, doch wovon sollte ich mich gleich nach dem Betreten der ersten Halle schon ausruhen? Also ging es weiter mit einem Tanzkurs einer Krankenkasse. Und danach schaute man kurz bei der gewöhnungsbedürftigen Unterwäschekollektion der BVG vorbei. Aber was will uns ein öffentliches Verkehrsunternehmen mit Boxershorts des Modells „Jungfernheide“ mitteilen? (Berliner Zeitung, 16.10.2000, Feuilleton)
14. **Wann kommt Lodda zum Chillen?** Eine Party jagt die nächste. Geburtstagssause mit Maren. Gestern dann die große Kick-off-Party der Metros in NYC. Bar-Tender Lodda wirds gefallen haben. Er mag ja die Nähe zu den paar Fans, die in Übersee wissen, dass man einen Ball auch mit dem Fuß bewegen kann. (TAZ, 22.03.2000, Ressort Leibesübungen)
15. Martin van Doren: **Er chillt! Ein relaxter Mittvierziger, der seinen Kindern beim Größerwerden zuschaut**, Möbel sammelt und Palmen züchtet. Irgendwann ist man halt draußen. Hin und wieder geht er noch mal in die Firma und kontrolliert die Farbe der Shorts-Nähte. Acht Jahre lang hat er alles allein entworfen, jetzt überlässt er jüngeren Leuten die kreative Linie und hält sich im Hintergrund. (TAZ, 21.05.1997, Ressort Spezial)
16. So viel Techno war im Kino jedenfalls noch nie. **Innerhalb weniger Wochen chillten wir mit „Kevin und Perry“ in Ibiza**, erfuhren wir durch den amerikanischen Raverfilm „Groove“, wie kuschelig es bei Warehouse Parties in San Francisco zugeht, tanzten wir „Fandango“ mit Nicolette Krebitz und Moritz Bleibtreu und kommen nun dank „Sorted“ (ab heute im Kino) auch ohne langes Schlangestehen und 15 Pfund Eintritt in quasi zwei Mütter der Londoner Club- und Barszene, ins Ministry of Sound und Café de Paris. (TAZ, 14.12.2000, Ressort Kultur)
17. Auf der Körperwelten-Website kann man Bilder von der letzten Love Parade ansehen, unter dem Motto „Technoider Totentanz – Plastinate raven mit“. 5,4 Millionen Deutsche haben bisher auch mitgeraved. Beim Chillen können sie sich nun fragen, ob sie sich nicht ein kleines bisschen schämen müssen.
(Die Zeit, 5/22.01.2004, S.37, Thomas E. Schmidt, „Party der Plastinate“)

In den Beispielen (13)-(16) wird die weite Verbbedeutung („ausruhen, entspannen“) realisiert. Die ursprüngliche Bedeutung taucht in metaphorischen Übertragungen auf, wobei der Handlungsrahmen „raven – chillen“ auf einen gesamtgesellschaftlich relevanten Zusammenhang übertragen wird. In einem der beiden einschlägigen Belege (Beispiel 17) handelt es sich um einen kritischen Kommentar zur umstrittenen Ausstellung „Körperwelten“. Ganz am Ende des Kommentars wird der Auftritt der dort ausgestellten Leichen („Plastinate“) auf der Love Parade angesprochen. Dabei wird das Paar *raven* und *chillen* als Metapher für den Handlungsrahmen „die Ausstellung besuchen – darüber nachdenken“ eingesetzt. Metaphorische Übertragungen dieser Art sind quantitativ zwar eine Ausnahme, dafür qualitativ bedeutsam. Mit Jung (1994) können sie als sicheres Zeichen der gesellschaftlichen Verbreitung einer Innovation angesehen werden:

„Metaphorisierungen, Anspielungen und andere kreativen Formen der Wortverwendung ist (...) gemeinsam, daß sie erst dann auftreten können, wenn die zugrundeliegenden Elemente zumindest Tagesaktualität besitzen und somit teillexikalisiert sind. (...) Dieses Phänomen mag zeitlich sehr begrenzt sein oder auch eher ‘Insider’-Charakter haben, es bleibt aber unzweifelhaft fortgeschrittenen Stadien des sprachlichen Wandels vorbehalten und kann als besonders typisch für die Medienkommunikation angesehen werden.“ (Jung 1994: 208)

Chillen befindet sich noch am Anfang seiner „Karriere“ in der Allgemeinsprache. Selbst nach einer fast zehnjährigen Präsenz im öffentlichen Diskurs ist es vielen Mitgliedern der Sprachgemeinschaft vermutlich noch unbekannt, und einige der hier als Eigenperspektive eingestuften Verwendungen könnten immer noch fremd wirken. Das Bild wäre sicherlich ein anderes, wäre ein bekannteres Wort wie z.B. *cool* für die qualitative Analyse herangezogen worden. Doch wenn es darum geht, den Moment aufzuspüren, in dem Distanzmarkierungen zu fallen beginnen (vgl. Zimmermann 2003 und Kap. 4.4.), scheint *chillen* gerade aufgrund seiner Aktualität eine gute Wahl.

5.3. Standardvariation im Spiegel der Zeitungssprache

Die qualitative Analyse von *chillen* hat zwei Hauptmuster von Jugendsprache als Ressource für Standardvariation aufgezeigt: Modelltexte inkorporieren jugendsprachliche Varianten als fremde Stimmen und bringen dadurch Polyphonie in den öffentlichen Diskurs ein (Fremdperspektive). Die Innovationen sind willkommene, ja unverzichtbare Ressourcen, um über gesellschaftliche Nischen zu berichten. Sie verleihen der Journalistenstimme Glaubwürdigkeit, bleiben von ihr jedoch getrennt. Diese Grenze wird verwischt durch eine kreative Leistung der Modellschreiber, die sich das Wort aneignen und auf neue Referenzbereiche übertragen (Eigenperspektive). „Die Erweiterung der Palette der Einsatzmöglichkeiten per Metaphorisierung und Anspielung garantiert das Weiterleben eines Wortes im öffentlichen Sprachgebrauch, wenn brisanter Charakter und kommunikative Relevanz des ursprünglichen Ausdrucks geschwunden sind“ (Jung 1994: 210).

Der allmähliche Übergang einer lexikalischen Innovation in die Eigenperspektive der Modellschreiber lässt sich korpusanalytisch nachweisen. Verwendungen aus der Fremdperspektive nehmen im Laufe der Zeit ab, solche aus der Eigenperspektive zu. Je neuer die Innovation im Kontext öffentlicher Kommunikation, desto enger die Bindung an die ursprünglichen Kontexte, desto seltener die Übertragung auf neue Referenzbereiche. Trotz der recht kleinen Datenbasis wird diese modellhafte Skizze vom Fall *chillen* unterstützt. Spätere Vorkommen sind in der Tendenz unmarkierter als die früheren. Thematisierungen kommen nur ganz früh, der Übergang in die Eigenperspektive findet meistens ab dem Jahr 2000 statt.⁴⁹ Vier der fünf Vorkommen von *chillen* in Überschriften, was angenommene Kenntnis seitens der Leser voraussetzt, stammen aus den Jahren 2000 und 2001. Freilich gibt es kreative Übertragungen schon recht früh, doch werden sie im Laufe der Zeit häufiger und kommen in mehr Zeitungen vor.

Der Zeitungsvergleich lässt erkennen, dass der Übergang zur Eigenperspektive nicht bei allen Zeitungen zur gleichen Zeit stattfindet. Auch innerhalb des Mediensystems gibt es „early adopters“, die Innovationen früher und häufiger aufnehmen und kreative Wortverwendungen früher wagen. Die Vorreiterrolle der TAZ (vgl. auch Linke 2003) ist hier sicherlich kein Zufall, sondern durch die Zielgruppe und die ideologische

⁴⁹ Sieben der 13 Belege, die sich nicht auf Techno, Hip-Hop, Club, Party, Musik und Events beziehen, kommen 2000 und 2001 vor, weitere drei im Jahr 1999, noch drei in den Jahren 1997/1998.

Orientierung des Mediums zu erklären.⁵⁰ Welche Kontexte innerhalb der Zeitung die Aufnahme von Innovationen und ihren Übergang in die Eigenperspektive der Journalisten fördern, muss unbeantwortet bleiben. Nahe liegend scheint jedoch, dass bestimmte Textsorten und Ressorts sich mehr Variation, mehr Sprachspiel und Vielstimmigkeit leisten können als andere. Der Lokalteil, Kommentare, Glossen und andere Textsorten geringerer Relevanz mit einem Hang zur Unterhaltung sind die Kontexte, in denen Modewörter und Innovationen von unten zuerst zu erwarten sind.⁵¹

Doch bei aller Innovationsfreudigkeit einzelner Zeitungen – der Eingang in den öffentlichen Sprachgebrauch braucht Zeit. Für manche Innovationen der 1960-er und 1970-er Jahre scheint der Übergang auf Stufe (5) des Kotsinas-Modells nahezu abgeschlossen, für Innovationen der 1990-er wie *chillen* ist er noch in vollem Gange. Wörter wie *ausflippen*, *cool*, *-freak* (als Zweitglied), *hip* und *Typ* sind Beispiele für erfolgreiche Aufwertung. Sie sind seit mehr als 15 Jahren im IDS-Korpus erfasst und ihr Gebrauch zeigt eine fortschreitende sozialstilistische Neutralisierung, allerdings nicht in allen Bedeutungsvarianten: *ausflippen* erscheint im IDS-Korpus in geschichtlich späteren Bedeutungen,⁵² während frühere, subkulturell verankerte Bedeutungen⁵³ im heutigen öffentlichen Sprachgebrauch kaum eine Rolle spielen. Die öffentliche Karriere von *cool* betrifft vor allem die enge, charakterisierende Bedeutung, während die weite, unspezifisch-evaluative Bedeutung nur zitataft, also aus der Fremdperspektive realisiert wird. Jugendsprache-Lexika der 1980-er Jahre (Schönefeldt 1986) schreiben diesen Wörtern schon seit den späten 1970-er Jahren eine unscharfe Grenze zur allgemeinen Umgangssprache zu. Allerdings geht die dauerhafte Präsenz im Zeitungsdeutsch nicht zwingend mit einer stilistischen Neutralisierung bzw. Aufnahme in die Eigenperspektive der Journalisten einher, wie der Fall des vorwiegend in Rederehörungen verwendeten *geil* zeigt. Außerdem bleibt die soziale Wertigkeit der aufgewerteten Ausdrücke ambivalent. Im gegenwärtigen öffentlichen Diskurs liest und hört man das Wort *cool* einmal aus dem Munde Erwachsener in einem formellen Kontext, einmal in Konstruktionen von Jugendsprache,⁵⁴ allerdings nicht in der gleichen Bedeutungsnuance. *Cool* in der Rede des Bundesministers (vgl. Kap. 2) hat die enge, charakterisierende Bedeutung, in der Konstruktion einer jugendlichen Stimme im Werbespot wird hingegen die weite, unspezifische Bedeutung realisiert. Auch hier gilt, dass der Aufstieg in standardnahe Register nicht die volle Bandbreite der

⁵⁰ Ungeklärt bleibt die Eignung von Zeitungen als Vermittler von Neologismen im Vergleich zu anderen Medientypen. Beispielsweise sind die oben genannten „Kultsprüche“ von den IDS-Zeitungskorpora nahezu abwesend, im Internet jedoch reichlich vorhanden. Am 26.2.2004 verzeichnete die Suchmaschine google.de 5.730 Treffer für *ich habe fertig* und weitere 48 Treffer mit der Schreibweise *fertich* (IDS-Korpus: sieben Vorkommen) sowie 13.400 Treffer für *hier werden sie geholfen* (im IDS-Korpus nicht belegt); *Warmduscher* und *Weichei*, in DUW (2003) als „ugs abw.“ verzeichnet, kommen im IDS-Korpus jeweils einmal vor, während google.de 31.000 bzw. 27.300 Treffer liefert. Meiner Vermutung zufolge kommen in Zeitungskorpora aufsteigende Ausdrücke mit einer bereits erreichten Verbreitung vor, ganz neue Modewörter und als „vulgär“ empfundene Ausdrücke hingegen kaum.

⁵¹ Taucht zum Beispiel das undecklinierte Negationsadjektiv *null* im Mannheimer Morgen auf, dann vor allem im Lokalteil bzw. in betont unterhaltsamen Zusammenhängen.

⁵² DUW: „die Nerven verlieren“, „vor Freude außer sich geraten“.

⁵³ DUW: „sich einem Druck durch Drogenkonsum entziehen“, „sich bewusst außerhalb der gesellschaftlichen Norm stellen“.

⁵⁴ So in einem Februar 2004 ausgestrahlten Werbespot für Internet-Sicherheitssysteme, in dem die Tochter des Fachmanns ein Virus ins System zulässt, indem sie von seinem Rechner aus ein Videospiel herunterlädt, welches sie so bewertet: *ist echt cool!*

umgangssprachlichen Verwendung betrifft (vgl. Kap. 3). Deutlich wird, dass die Vorstellung eines abrupten Varietätenwechsels bei gleichzeitiger Aufgabe im ursprünglichen Nutzerkreis⁵⁵ nicht haltbar ist. Die Popularisierung und Kommodifizierung jugendsprachlicher Ausdrücke führt nicht „automatisch“ zu ihrer Aufgabe in den einschlägigen Szenen oder unter den Jugendlichen generell. Auszugehen ist im Gegenteil von einem Wortgebrauch, der je nach Kontext auf zwei oder auch mehreren Stufen des Kotsinas-Modells einzuordnen ist.

6. Schluss

Die Standardsprache muss sich kontinuierlich erneuern, um den Anschluss an die gesprochene Alltagssprache nicht zu verlieren.⁵⁶ Die Verbreitung lexikalischer Einheiten aus den Jugend- und Szenesprachen in die Allgemeinsprache ist Teil dieser Erneuerungsspirale. In diesem Beitrag hoffe ich gezeigt zu haben, dass eine mehrperspektivische Analyse Einsichten in einen Prozess bieten kann, der sozialektal markierte Einheiten zum allgemeinsprachigen Wortschatz verwandelt und dadurch den faktischen Gebrauchsstandard in massenmedialen Modelltexten erneuert. Die Ergebnisse der drei Analyseschritte werden abschließend zusammengefasst.

Die Verbreitung von szene- und jugendsprachlichen Innovationen in die Allgemeinsprache ist nicht nur vom Prestige der Jugendlichkeit oder der Attraktivität einzelner Szenen abhängig, sondern folgt bestimmten semantisch-funktionalen Richtlinien. Vor allem Bewertungen, Kategorisierungen, Gruß- und Abschiedswörter finden immer wieder Eingang in den kolloquialen Standard, teilweise mit Distributions- oder semantischen Einschränkungen gegenüber ihrer jugendsprachlichen Verwendung. Das Expressivitätspotenzial, die Zugehörigkeit zu erneuerungsfreudigen Teilbereichen des Lexikons sowie das mit Anglizismen verbundene Prestige erhöhen offensichtlich die Verbreitungsschance jugendsprachlicher Innovationen.

Das Stufenmodell von Kotsinas (1997) erweist sich als geeigneter Ausgangspunkt für die Untersuchung der Verbreitung lexikalischer Innovationen, muss allerdings mit weiteren soziolinguistischen und interaktionsanalytischen Ansätzen kombiniert werden. Es zeigt sich, dass die Verbreitung von Innovationen als Synergie zwischen mehreren Faktoren aufzufassen ist. Die sprachliche Akkommodation Erwachsener an Jugendliche, die Imitation massenmedialer Stereotype und die Mitnahme jugendsprachlicher Varianten ins Erwachsenenalter schließen sich nicht gegenseitig aus, sondern sind als parallel wirksame Prozesse anzunehmen.

Durch die Auswertung eines umfangreichen Zeitungskorpus der 1980-er und 1990-er Jahre wurden Karrieren jugendsprachlicher Ausdrücke in der öffentlichen Kommunikation quantitativ und qualitativ untersucht. Am Beispiel *cool* und *geil* wurde gezeigt, dass die Frequenz jugendsprachlicher Wörter im öffentlichen Sprachgebrauch zunimmt, und zwar in demselben Zeitraum, in dem die Wörter auch nach anderen

⁵⁵ So vermutet Neuland, „daß aus der Sicht der Jugendsprache bzw. der jugendlichen Sprechstile der Prozeß der Übernahme in die Standardsprache gerade mit einem Verlust der besonderen sozialektalen Dimensionen des jugendsprachlichen Wortgebrauchs verbunden ist“ (1994: 83).

⁵⁶ So Peter Auer im Rahmen der IDS-Jahrestagung 2004.

Quellen zunehmend populär geworden sind. *Cool* und *geil* sind im Zeitungsdiskurs keine Modewörter, sondern verzeichnen eine ständige Zunahme. Dabei kommt *cool* häufiger vor, und steigt stärker an – es breitet sich „dynamischer“ durch den öffentlichen Diskurs aus. Am Beispiel *chillen* wurde ein „Gebrauchspfad“ gezeichnet, der den allmählichen Abbau von Distanzmarkierungen, die Erweiterung bzw. den Wechsel des thematischen Bezugsrahmens, den Perspektivenwechsel und die metaphorische Übertragung auf gesamtgesellschaftlich relevante Zusammenhänge mit einschließt. Diese Resultate hegen Zweifel an der Ansicht Labovs, „linguistic changes from below are reflected in the mass media only faintly, and long after they are absorbed by the general population“ (Labov 2001: 385). Massenmedien machen bestimmte lexikalische Innovationen einem Massenpublikum erst zugänglich, indem sie sie erklären und als soziolinguistische Stereotype kommentieren. Daher erscheint die Frage angemessen, ob und inwiefern Massenmedien als Quelle neuer Varianten bzw. als Ressourcen für Sprachmoden im soziolinguistischen Netzwerkansatz repräsentiert werden können. Wenn z.B. Milroy (1992: 15) sagt, sprachliche Innovation „spreads from a central point upwards and downwards through a speech community“, so stellt sich die Frage, inwiefern dieser „central point“ nicht im Medienangebot zu suchen ist. Denn die Massenmedien machen bestimmte sprachliche Varianten einer sehr großen Anzahl von Sprechern gleichzeitig und unabhängig voneinander verfügbar. Insofern sind sie vielleicht mit „weak ties“ vergleichbar – virtuelle periphere Mitglieder, deren „Angebote“ erst dann weiter verbreitet werden können, wenn sie von zentralen Mitgliedern einer Rezipientengemeinschaft angenommen werden.⁵⁷

Literatur

- Albrecht, Jörn (1990): ‘Substandard’ und ‘Subnorm’. Die nicht-exemplarischen Ausprägungen der ‘Historischen Sprache’ aus varietätenlinguistischer Sicht. In: Holtus, G. / E. Radtke (Hg.), 1990, Sprachlicher Substandard III. S. 44-127.
- Ammon, Ulrich (1995): Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Das Problem der nationalen Varietäten. Berlin, New York.
- Andersson, Lars / Trudgill Peter (1990): Bad Language. Oxford.
- Androutsopoulos, Jannis K. (1998): Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen. Frankfurt a.M.
- Androutsopoulos, Jannis K. (2000): Grammaticalization in Young People’s Language: The Case of German. In: Belgian Journal of Linguistics 13, S. 155-176.
- Androutsopoulos, Jannis (2001a): Von *fett* zu *fabelhaft*: Jugendsprache in der Sprachbiographie. In: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 62, S. 55-78.
- Androutsopoulos, Jannis (2001b): *Ultra korregd Alder!* Zur medialen Stilisierung und Popularisierung von ‚Türkendeutsch‘. In: Deutsche Sprache 4, S. 321-339.

⁵⁷ Mein Dank gilt Daniel Kraft für seine Mitarbeit an den Korpusanalysen und an Janet Spreckels für kritische Hinweise. *This paper is dedicated to Ulla-Britt Kotsinas – for drawing the big picture.*

- Androutsopoulos, Jannis K. (in Druck): Research on Youth Language. In: Ammon, Ulrich / Norbert Dittmar / Klaus J. Mattheier / Peter Trudgill, *Sociolinguistics*, 2. Auflage. Berlin, New York.
- Auer, Peter (o.J.): The role of interpersonal accommodation in a theory of language change. Erscheint in: Peter Auer / Frans Hinskens / Paul Kerswill (Hg.), *Dialect Change. The Convergence and Divergence of Dialects in Contemporary Societies*. Cambridge.
- Auer, Peter (1986): Kontextualisierung. In: *Studium Linguistik* 19, S. 22-47.
- Augenstein, Susanne (1998): Funktionen von Jugendsprache. Tübingen.
- Barbour, Stephen / Stevenson, Patrick (1998): Variation im Deutschen. Soziolinguistische Perspektiven. Berlin, New York.
- Bauer, Laurie (1994): *Watching English change*. London.
- Beeh, Marc / Berdrow, Chris / Rummel, Doris (2000): *Die FFH-Weichei-Hits. Das offizielle Handbuch*. Frankfurt am Main.
- Bickel, Hans (2000): Das Internet als Quelle für die Variationslinguistik. In: Häckl Buhofer, Annelies (Hg.), 2000, *Vom Umgang mit sprachlicher Variation*. Tübingen. S. 111-124.
- Chambers, Jack K. (1995): *Sociolinguistic theory: linguistic variation and its social significance*. Oxford.
- Chambers, Jack K. (1998): TV makes people sound the same. In: Bauer, Laurie / Trudgill, Peter (Hg.), 1998, *Language Myths*. London. S. 123-131.
- Cheshire, Jenny (1987): Age- and Generation-Specific Use of Language. In: Ammon, Ulrich / Norbert Dittmar / Klaus J. Mattheier (Hg.), 1987, *Soziolinguistik*, Teilbd. 1. Berlin, New York. S. 761-780.
- Croft, William (2000): *Explaining Language Change. An Evolutionary Approach*. Harlow.
- DUW = Duden Universalwörterbuch (2003). Hg. vom Wissenschaftlichen Rat der Dudenredaktion. 5., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Mannheim.
- Eckert, Penelope (1997a): Why Ethnography?. In: Kotsinas, Ulla-Brit et al. (Hg.), 1997, *Ungdomsspråk i Norden*. Stockholm. S. 52-62.
- Eckert, Penelope (1997b): Age as a sociolinguistic variable. In: Coulmas, F., 1997, *The Handbook of Sociolinguistics*. Oxford. S. 151-167.
- Eckert, Penelope (2000): *Linguistic Variation as Social Practice. The Linguistic Construction of Identity in Belten High*. Oxford.
- Eichinger, Ludwig M. (2001): Spricht die Jugend von heute das Deutsch von morgen?. In: *Text & Kontext*, 23:2, S. 332-352.
- Fritz, Gerd (1998): Ansätze zu einer Theorie des Sprachwandels auf lexikalischer Ebene. In: Besch, Werner et al. (Hg.), 1998, *Sprachgeschichte*, 2. Aufl., 1. Teilbd.. Berlin, New York. S. 860-874.

- Giles, Howard / Coupland, Nikolas / Coupland, Justine (1991): Contexts of Accommodation. Cambridge, Paris.
- Günthner, Susanne (2002): Stimmenvielfalt im Diskurs. Formen der Stilisierung und Ästhetisierung in der Redewiedergabe. In: Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion, 3, S. 59-80. (www.gespraechsforschung-ozs.de)
- Henne, Helmut (1984): Historische Studenten- und Schülersprache – heute. In: Hene, Helmut et al. (Hg.), 2001, Historische Studenten- und Schülersprache, Band 1. S. 1-31. Berlin, New York.
- Henne, Helmut (1986): Jugend und ihre Sprache. Berlin, New York.
- Herberg, Dieter (2001): Neologismen der Neunzigerjahre. In: Stickel, Gerhard (Hg.), 2001, Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz. Aktueller lexikalischer Wandel. Berlin/New York. S. 89-104. (Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 2000)
- Herberg, Dieter (2002): Der lange Weg zur Stichwortliste. Aspekte der Stichwortselektion für ein allgemeinsprachliches Neologismenwörterbuch. In: Haß-Zumkehr, Ulrike / Kallmeyer, Werner / Zifonun, Gisela (Hg.), 2002, Ansichten der deutschen Sprache. Tübingen. S. 237-250.
- Herring, Susan C. (Hg.) (2003): Media and language change. Special issue of Journal of Historical Pragmatics, 4:1.
- Holly, Werner et al. (Hg.) (2001): Der sprechende Zuschauer: wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen. Wiesbaden.
- Holly, Werner / Püschel, Ulrich (1993): Sprache und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland. In: Biere, Bernd U. / Henne, Helmut (Hg.), 1993, Sprache in den Medien nach 1945. Tübingen. S. 128-157.
- Jakob, Karl-Heinz (1988): Jugendkultur und Jugendsprache. In: Deutsche Sprache 16, S. 320-350.
- Januschek, Franz (1989): Die Erfindung der Jugendsprache. In: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 41, S. 125-146.
- Jung, Matthias (1994): Öffentlichkeit und Sprachwandel. Opladen.
- Kerswill, Paul (1996): Children, adolescents and language change. In: Language Variation and Change 8.2, S. 177-202.
- Kotsinas, Ulla-Britt (1997): Young people's language. Norm, variation and language change. In: Stockholm Studies in Modern Philology, New Series 11, S. 109-132.
- Kunkel-Razum, Kathrin (2003): Jugendsprache im Duden-Universalwörterbuch. In: Neuland (Hg.), S. 277-284.
- Labov, William (2001): Principles of Linguistic Change, Vol. 2 External Factors. Oxford.
- Le Page, Robert B. / Tabouret-Keller, André (1985): Acts of identity: Creole-based approaches to language and ethnicity. Cambridge.
- Linke, Angelika (2000): Informalisierung? Ent-Distanzierung? Familiarisierung? Sprachgebrauchs(wandel als Indikator soziokultureller Entwicklungen. In: Der Deutschunterricht 3, S. 66-77.

- Linke, Angelika (2003): Spaß haben. Ein Zeitgefühl. In: Androutsopoulos Jannis K. / Evelyn Ziegler (Hg.), 2003, „Standardfragen“: Soziolinguistische Perspektiven auf Sprachgeschichte, Sprachkontakt und Sprachvariation. Frankfurt am Main. S. 63-79.
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. 2. Aufl. Opladen.
- Löffler, Heinrich (1994): Germanistische Soziolinguistik. Berlin.
- Mattheier, Klaus (1998): Allgemeine Aspekte einer Theorie des Sprachwandels. In: Besch, Werner et al. (Hg.), 1998, Sprachgeschichte, 2. Aufl., 1. Teilbd.. Berlin, New York. S. 824-836.
- Milroy, James (1992): Linguistic variation and change. Oxford, Cambridge.
- Muhr, Rudolf (2003): Language change via satellite: The influence of German television broadcasting on Austrian German. In: Herring (Hg.). S. 103–127.
- Neuland, Eva (1994): Jugendsprache und Standardsprache. Zum Wechselverhältnis von Stilwandel und Sprachwandel. In: Zeitschrift für Germanistik, Neue Folge 1, S. 78-98.
- Neuland, Eva / Heinemann, Margot (1997): ‘Tussis’: hüben und drüben? Vergleichende Beobachtungen zur Entwicklung von Jugendsprachen in Ost und West. Der Deutschunterricht 1, S. 70-76.
- Neuland, Eva (Hg.) (2003): Jugendsprachen – Spiegel der Zeit. Frankfurt.
- Ortner, Lorelies (1982): Wortschatz der Pop-/Rockmusik. Das Vokabular der Beiträge über Pop- / Rockmusik in deutschen Musikzeitschriften. Düsseldorf.
- Polenz, Peter von (2000): Deutsche Sprachgeschichte I. Berlin, New York.
- Schlobinski, Peter / Kohl, Gaby / Ludewigt, Irmgard (1993): Jugendsprache. Fiktion und Wirklichkeit. Opladen.
- Scholz, Arno (2000): Uso e norma della «lingua dei giovani» in base a tipi di testo informali. In: Italienisch 44, S. 66-83.
- Schönefeld, Elke (1986): Abgefahren - eingefahren. Ein Wörterbuch der Jugend- und Knastsprache. Straelen.
- Sornig, Karl (1990): Umgangssprache: Zwischen Standardnorm und Intim-Variante. In: International Journal of the Sociology of Language 83, S. 83-105.
- Spitulnik, Debra (1997): The Social Circulation of Media Discourse and the Mediation of Communities. In: Duranti, Alessandro (Hg.), 1997, Linguistic Anthropology. A Reader. Oxford. S. 95-118. (Original in: *Journal of Linguistic Anthropology* 6:2, S. 161-187.)
- Steger, Hugo (1988): Erscheinungsformen der deutschen Sprache. ‘Alltagssprache’ – ‘Fachsprache’ – ‘Standardsprache’ – ‘Dialekt’ und andere Gliederungstermini. In: Deutsche Sprache 16, S. 289-318.
- Steger, Hugo (2000): Funktionale Sprachvarietäten und Semantik. In: Häcki Buchofer, Annelies (Hg.), 2000, Vom Umgang mit sprachlicher Variation. Tübingen/Basel. S. 355-366.

- Stenström, Anna-Brita (1996): Tags in teenage talk. In: Fries, U. / Müller, V. / Schneider, P., 1996, From Ælfric to the New York Times. Studies in English Corpus Linguistics. Amsterdam. S. 139-147.
- Stenström, Anna-Brita / Andersen, Gisle / Hasund, Ingrid Kristine (2002): Trends in Teenage Talk. Corpus compilation, analysis and findings. Amsterdam, Philadelphia.
- Trudgill, Peter (1986): Dialects in contact. Oxford.
- WDU = Küpper, Heinz (1987): Wörterbuch der deutschen Umgangssprache. Stuttgart.
- Weinrich, Harald (1993): Textgrammatik der deutschen Sprache. Mannheim (u. a.).
- Zimmermann, Klaus (2003): Jugendsprache, Generationenidentität und Sprachwandel. In: Neuland (Hg.), S. 27-42.