

3A. Gli anglicismi nel Tedesco moderno

Irmgard Elter

1. Introduzione

Il dibattito sul ruolo dei vocaboli provenienti da altre lingue all'interno dell'area linguistica tedesca è intenso fin dal XVII secolo. Spesso a tale discussione sono correnti nazionalistiche e di purismo linguistico, indirizzate nel XVII secolo in particolare contro il Francese, e nel XX secolo in un primo momento contro l'Inglese britannico e a partire dalla Seconda Guerra Mondiale contro quello americano¹.

Indubbiamente il numero degli anglicismi e la frequenza del loro utilizzo in molti settori della comunicazione, sia nello scritto che nella lingua parlata hanno conosciuto una forte crescita dopo il 1950 e il tedesco è la lingua europea che registra il maggiore incremento di vocaboli provenienti dall'Inglese britannico o americano (Steffens 2003: 2).

La questione controversa è se gli anglicismi mettano davvero a repentaglio la stabilità lessicale e la struttura sintattica della lingua tedesca. Questa tesi è sostenuta dalle associazioni che si dedicano allo studio e alla salvaguardia della lingua tedesca, in particolare dal *Verein Deutsche Sprache*, che vede l'identità del tedesco compromessa a causa dell'incremento smisurato dei forestierismi, in particolare inglesi, da diversi intellettuali e da alcuni politici; la maggior parte dei linguisti tuttavia non è di quest'opinione².

2. Distribuzione degli anglicismi nei settori della comunicazione

Tutti i linguisti sono concordi sul fatto che la maggior parte degli anglicismi siano limitati a determinati settori e ad alcuni ambiti sociali della comunicazione. Si tratta della pubblicità, della televisione e di una parte della carta stampata, in modo particolare quella rivolta ai giovani, degli ambiti comunicativi dello sport, della musica pop, dell'industria del tempo libero, della tecnica; a ciò si aggiungono le pubblicazioni di carattere scientifico.

¹ Panormache del purismo linguistico in Germania si possono trovare in Kirkness (1975) per i sec. XVII e XIX ; in von Polenz (1967) per l'epoca del Nazionalsocialismo e in Jung (1995) per la situazione dal 1945.

²Schiewe (2001, 282); Eisenberg (1999, 126ss.) und Schlobinski (2001, 242s.) in opposizione al giornalista scientifico Dieter E. Zimmer, il quale sostiene che il Tedesco ha perso la sua forza a causa dell'assimilazione strutturale di parole di origine straniera che ne minacciano la sopravvivenza (Zimmer 1997, 70).

2.1. Pubblicità

La critica del *Verein Deutsche Sprache* si rivolge essenzialmente contro l'utilizzo degli anglicismi nella pubblicità e nelle descrizioni dei prodotti³. È sicuramente vero che l'influsso anglo-americano sul linguaggio pubblicitario ha conosciuto una forte crescita a partire dagli anni 50 e che questa tendenza continua a manifestarsi⁴; negli ultimi anni è in aumento anche il numero di annunci pubblicitari in cui compaiono anglicismi, così come la percentuale di anglicismi per le inserzioni.

In tempi più recenti hanno conosciuto un incremento anche gli anglicismi poco o affatto integrati nella lingua tedesca. Ciò vale soprattutto per gli slogan orientati ad uno stile di vita 'moderno' (*Lifestyle*), alla cura della persona, al tempo libero, alla consapevolezza di ciò che fa tendenza, più precisamente a valori strettamente correlati al progresso tecnologico, alla modernità e all'internazionalità. Di seguito alcuni esempi di slogan pubblicitari di successo:

(1) SEIKO: forward thinking; COMPAQ: Inspiration Technology; ARCOR: Enjoy Communication; SIEMENS: Be inspired; CANON: Imaging across networks; DAIMLER CHRYSLER: Answers for questions to come; HONDA: The Power of Dreams; SONY: go create; JAGUAR: The art of performance; TOSHIBA: Choose freedom; ROVER: A Class of its own; TUI: feel; EPSON: Colour your Life; NOKIA: Connecting People; LUFTHANSA: There's no better way to fly; DEUTSCHE POST WORLD NET: Mail Express Logistics Finance.

Per questo motivo la percentuale di anglicismi nelle pubblicità per prodotti tecnici, automobili, sigarette, viaggi, bevande alcoliche è decisamente più alta rispetto per esempio a quella degli annunci per servizi, farmaci e beni d'uso quotidiano⁵. Secondo Schütte (1996: 362) gli anglicismi assolvono in pubblicità quelle funzioni che le parole tedesche non riescono ad adempiere, quand'anche esistesse una traduzione corrispondente; proprio per questo l'uso dell'inglese nella pubblicità non costituisce una sostituzione bensì un completamento della lingua tedesca.

2.2. Computer e Internet

La diffusione delle nuove tecnologie proviene essenzialmente dagli USA, e parallelamente è stato importato anche il lessico tecnico-specialistico adeguato. Il numero relativamente significativo di anglicismi provenienti dai settori del computer e della comunicazione inseriti nella 22. edizione del Duden (2000) aggiornata con le nuove regole di ortografia è un indizio del forte influsso dell'inglese (americano) sul tedesco in quest'ambito. Si tratta per la maggior parte di vocaboli provenienti dal linguaggio

³ Questo atteggiamento negativo si traduce persino in un appello, "[è preferibile acquistare i prodotti con l'etichetta in lingua tedesca e pubblicizzati in lingua tedesca](#)" (13.9.2001).

⁴ Sull'evoluzione degli influssi anglo-americani sulla lingua della pubblicità giornalistica tedesca dal 1951 al 1991 cfr. Schütte (1996).

⁵ Schütte (1996: 358). Sulla distribuzione degli anglicismi nei singoli settori degli annunci, della pubblicità radiofonica e televisiva cfr. anche Störko (1995: 414-430).

dell'informatica, dal simbolo @ passando per *chatten*, *downloaden* (e anche il participio passato *downgeloadet* 'scaricato', spesso criticato), *highlighten*, *Smiley*, *verlinken*, *Trash* fino a *Webcam* e a numerose sigle (cfr. § 5.4.1.1.), tra cui *ASCII-Code*, *DVD*, *FAQ*, *HTML*, *SMS*, *WAP*.

Il *Verein Deutsche Sprache* suggerisce di sostituire "l'inglese superfluo o evitabile" nella lingua di tutti i giorni e in diversi linguaggi settoriali attraverso vocaboli tedeschi e allega una lista di tali concetti per il settore informatico. Molte proposte di traduzione risultano problematiche in quanto il termine tecnico inglese descrive spesso in maniera inequivocabile determinate circostanze di fatto mentre una corrispondente parola tedesca perde in precisione. Così ad esempio il concetto *Abtaster* è inadeguato per *Scanner*, poiché esso non include alcuna indicazione sul procedimento ottico. Bisogna anche ricordare che parlare di dominio incontrastato dell'inglese nel campo dell'informatica è almeno poco preciso, perché non sono affatto pochi i vocaboli tedeschi che nell'uso quotidiano sostituiscono termini tecnici inglesi e vengono utilizzati al pari dei termini inglesi (Bödeker 1999: 61), soprattutto quelli relativi a elementi ormai a larga diffusione:

inglese	tedesco
<i>hard-disk</i> → 'disco rigido'	<i>Festplatte</i>
<i>memory</i> 'memoria' →	<i>Speicher</i>
<i>monitor</i> →	<i>Bildschirm</i>
<i>printer</i> 'stampante' →	<i>Drucker</i>
<i>keyboard</i>	<i>Tastatur</i>

Tabella 1: vocaboli inglesi relativi all'informatica e corrispondenze tedesche

Anche se il linguaggio tecnico del computer continua ad essere l'inglese e di conseguenza termini inglesi entrano di continuo nella lingua tedesca, si può notare negli ultimi anni, una diffusione dei singoli concetti settoriali nelle singole lingue nazionali, probabilmente una tendenza favorita dalla circolazione ad ampio raggio attraverso Internet. Inoltre, se fino a pochi anni fa i manuali tecnici di computer, linguaggi di programmazione, sistemi operativi e applicazioni erano disponibili per la maggior parte solo in inglese, oggi invece le indicazioni dei menu, i testi informativi, i testi dell'aiuto online ecc. di molti programmi sono adattati nelle singole lingue.

In un'analisi dei siti web, della comunicazione via posta elettronica e della chat Peter Schlobinski (2001: 239-257) analizza fino a che punto gli anglicismi compaiano veramente nella comunicazione elettronica, che significato abbiano e a quale livello linguistico e stilistico siano da collocare. Dall'analisi dei siti risulta che meno del 5% delle forme lessicali sono anglicismi (4.6%). Tra gli anglicismi più utilizzati, più dei due terzi provengono dal settore della pubblicità (37.3%) e da quello Computer/Internet (32.6%); la percentuale di anglicismi tecnici è quindi relativamente alta. Interessante notare che

non si riscontra alcuna assunzione dall'inglese per quanto riguarda i verbi, mentre i sostantivi sono paradigmatici per gli anglicismi in Internet". Nelle parole composte si osserva un tipo particolare di grafia, ovvero l'uso di lettere maiuscole all'interno della parola come in *WebKatalog*, *WebSeiten*, *MasterCard*, *LinkListe*, che si diffonde in misura crescente nella lingua tedesca scritta. Secondo Schlobinski sarebbe da accertare se le maiuscole all'interno di parola si siano diffuse dalla grafia inglese. Dall'analisi di un corpus di più di 700 e-mails⁶ risulta inoltre in maniera evidente che gli anglicismi non compaiono nella posta elettronica più frequentemente di quanto non accada nel normale scambio epistolare (Schlobinski 2001: 244-247).

2.3. La lingua dei giovani

I giovani hanno le minori riserve verso gli anglicismi (per la lingua dei giovani, cfr. §. 5.2.), ma nella conversazione spontanea ne utilizzano meno di quanto si possa pensare (in un dialogo di un'ora tra sei liceali abbiamo contato solo 42 anglicismi; cfr. anche Schlobinski et al. 1993: 29). Rappresentano un'eccezione i passaggi in cui si parla di musica pop. In questo caso non solo vengono utilizzati di frequente anglicismi specifici del settore musicale (*Cover*, *Funk*, *Reggae*, *heavy*), ma vengono anche integrati nel sistema flessivo tedesco (*macht doch mal was Softeres* 'metti qualcosa di più soft'). Può essere considerato specifico della lingua dei giovani il fatto che il lessico emozionale si serva di vocaboli o parti di parole inglesi (*fuckoff-mäßig*, *Hardrockdreck*, *power-* come prefisso rafforzativo: *powerstark*) (cfr. cap. 5, tabella 41).

Gli anglicismi si riscontrano anche con particolare frequenza nei media che si rivolgono soprattutto ai giovani: nelle riviste giovanili di ogni tipo, nei testi pubblicitari per i CD, nei videoclip, nelle trasmissioni musicali o pubblicitarie trasmesse alla televisione; tuttavia, i ragazzi trovano questi anglicismi non di rado artificiali (Nowotnick 1989: 225). Nelle riviste di musica pop i rapporti linguistici sono ancora più complessi, perché i testi non si orientano all'inglese britannico o americano ma piuttosto ai linguaggi gruppospecifici e ai gerghi delle corrispondenti subculture. Tutto questo, favorendo una netta demarcazione rispetto alla cultura dominante da cui ci si intende differenziare, contribuisce a rafforzare l'identità del gruppo.

Androutsopoulos (1998: 526 sgg.) ha analizzato gli anglicismi nelle riviste di musica e ha rilevato che i sostantivi e i verbi vengono impiegati soprattutto per denotare la musica e apparecchi di riproduzione (*Amps*, *Boot*, *Groove*, *Playlist*, *Promo*), in particolare per gli stili musicali (*Crossover*, *Funk*, *Grunge*, *Metal*, *Reggaemuffin*); i verbi vengono utilizzati anche per i comportamenti sociali (*ausflippen* 'andar fuori di testa', *abchillen* < *to chill down*, *powern* 'darci dentro', *teachen* 'insegnare') e per i sentimenti (*abtörnen* (< *to turn up* 'eccitare', *kicken* 'giocare a calcio', *killen* 'uccidere', *sucks* 'rompe, scoccia'). Molti di questi vocaboli americani substandard vengono poi accolti in tedesco attraverso

⁶ Per il corpus cfr. Runkehl/Schlobinski/Siever (1998: 35 sgg).

semantici, e per questo motivo sono ancora meno trasparenti a chi è esterno al gruppo, ad esempio: *to rule* > *herrschen* = 'essere il migliore' (*dass sie live herrschen dürfte klar sein* 'che live loro sono i meglio doveva essere chiaro'), *killer* > *Mörder* = 'straordinario' (*wau! Mörder! Mördergitarren*); *it sucks* > *es saugt* = 'è noioso' (*Zurückhaltung saugt*).

Rispetto agli adulti, forse i giovani trattano gli anglicismi in maniera più giocosa dal punto di vista linguistico; creano p.es. giochi di parole attraverso la scrittura, così che *covern* diventa *koffern* o *Fanzine* viene scritto *Fähnziehn*, e possono ironizzare essi stessi, utilizzando gli anglicismi fino al grottesco, sul desiderio eccessivo di appartenenza ad un gruppo. La redazione di una rivista di skater ha così risposto alla lettera di un lettore che utilizzava molti anglicismi: *Hey Daniel! wir finden das fuckin' super-klasse-good, that Du uns einen sooooo ehrlichen Slimerletter gewrotten hast* (Deppermann 1998: 71).

2.4. Scienze

In alcuni settori scientifici non si può più parlare solo di ricorso a anglicismi ma piuttosto di totale commutazione di codice, con l'adozione in toto dell'inglese.

Tutte le analisi effettuate sulla lingua delle pubblicazioni scientifiche confermano la tendenza cui sempre più ricercatori e scienziati tedeschi pubblicano in inglese e sempre meno studiosi non tedeschi scelgono il tedesco per le loro pubblicazioni (cfr. § 1.3.2.). Nei *Biological Abstracts* ad esempio, dal 1980 al 1995, la percentuale di scienziati tedeschi che hanno pubblicato in inglese è aumentata dallo 0,7% al 5,3%, al tempo stesso invece è diminuito dal 78% al 27,8% il numero di ricercatori non tedeschi che hanno pubblicato in tedesco (Ammon 2000: 75). Secondo un'indagine condotta tra i ricercatori dell'Università di Friburgo nel 1990 l'inglese si è imposto progressivamente come lingua delle pubblicazioni negli ambiti delle scienze naturali (fisica, biologia, chimica, geologia), della medicina, della matematica e dell'economia; la psicologia segue questa tendenza; soltanto la giurisprudenza continua a fare largo uso del tedesco. Ricercatori di tutte le facoltà hanno ravvisato la necessità di scrivere le loro pubblicazioni in Inglese (Schiewe 2000: 97ss.). Nei settori in cui l'inglese è la lingua dominante si pubblicano in inglese anche i libri di testo per studenti tedeschi. Esistono già alcuni corsi di studio in cui almeno parte delle lezioni sono in inglese (circa 170 nel 2001, secondo le informazioni raccolte dal DAAD). Cresce anche il numero dei corsi di studio internazionali (discipline scientifiche, tecniche ed economiche) in lingua inglese finanziati dal DAAD; nel semestre estivo 1999 tali corsi di studio erano attivi in 60 università tedesche (Ammon 2000: 78 sg.). Nel 2001 è stata fondata a Brema, con i fondi pubblici, la prima università tedesca di lingua inglese, la *International University Bremen*.

2.5. Gli anglicismi nella DDR

Infine è necessario porre l'attenzione sul fenomeno specificamente tedesco dei quarant'anni di divisione delle due Germanie. Rispetto alla Repubblica Federale, l'influsso

degli anglicismi nella DDR non è stato così massiccio, né tanto meno politicamente auspicato. Tuttavia tale influenza è cresciuta considerevolmente nel corso del disgelo politico e è stata maggiore di quanto si può superficialmente supporre (Lehnert 1990: 231). Già prima del 1989 era in costante aumento e aumentò decisamente nel corso del processo di occidentalizzazione (sistema economico, accompagnato da pubblicità, tecnologia informatica, attività del tempo libero e delle vacanze). Le cifre di riferimento riportate da Lee (1996: 30), che ha analizzato questo incremento tra il 1988 e il 1992 su due riviste, possono dimostrare questa tendenza: se nel 1988 il rapporto era di un anglicismo ogni 38 righe, nel 1990 si passa già a uno ogni 31 righe e nel 1992 a uno ogni 24. Gli anglicismi compaiono per lo più nel settore dello sport; seguono gli ambiti arte/cultura, economia, scienza, tecnica, società e politica. Negli anni '90 gli anglicismi nei nuovi *Länder* esercitavano il fascino del nuovo, tanto che chi veniva dall'occidente notava subito che sui manifesti pubblicitari gli anglicismi erano presenti in maniera esagerata.

3. Tipologia degli Anglicismi e loro rilevanza per il lessico tedesco

Nell'*Anglizismen-Wörterbuch* in 3 volumi di Broder Carstensen e Ulrich Busse (2001) sono registrati diversi tipi di anglicismi. In primo luogo i prestiti (*Lehwörter*) completamente integrati nel tedesco ed utilizzati con molta frequenza come *Humor, Pudding, Keks, Boiler, Film, Partner*, di cui molti tedeschi non conoscono la provenienza inglese; in secondo luogo le parole generalmente accettate, di cui ancora si percepisce l'origine straniera, che devono essere differenziate in base al grado di integrazione nel sistema linguistico tedesco a livello di fonologia, grafematica, morfologia (plurale, genere) e formazione delle parole. In terzo luogo il lessico contiene anche calchi di parole inglesi, che devono essere differenziate tra vocaboli che sono assolutamente nuovi ma che non vengono quasi percepiti come parole straniere, perché la parola viene costruita sulla base della struttura lessicale inglese, ma con materiale lessicale tedesco (**calco strutturale**, *Lehnformung*: *Flutlicht* < *floodlight* 'riflettore'), e parole già esistenti in tedesco, che acquistano un nuovo senso assunto dall'inglese, originariamente non presente (= *Lehnbedeutung* **calco semantico**) (to fire 'sparare', ma anche 'licenziare' > *feuern* originariamente solo 'sparare', poi 'licenziare'). A queste si aggiungono in quarto luogo costruzioni ibride, ossia parole composte e derivate con una parte tedesca e una inglese, che non sono presenti in inglese (*Campingplatz* 'campeggio', *Hitliste* 'hitarade', *Hobbygärtner* 'giardiniere per hobby').

Sono infine da ricordare gli pseudoanglicismi, costruiti da morfemi inglesi, ma che non esistono in Inglese (*Twen* 'giovane tra i venti e i trent'anni', *Handy* 'telefonino', *sich outen* 'rivelare', 'confessarsi'; per questa tipologia si veda Busse 2001). I dizionari

tedeschi dei forestierismi contengono nel complesso molti più prestiti integrati che non forestierismi non assimilati.

In considerazione delle diverse possibilità di integrazione a livello di fonologia, grafematica, morfologia e formazione delle parole, tra cui si annovera anche la possibilità di abbreviazione delle parole (*Pulli, Profli*), e in considerazione del cambiamento di significato dal vocabolo inglese al suo corrispondente tedesco non ci si meraviglia dinnanzi alla seguente constatazione di Alan Kirkness:

"Sie [die Einträge der Fremdwörterbücher mit deutschen Strukturelementen] sind allesamt entweder nicht nachweislich oder nachweislich nicht aus einer Fremdsprache entlehnt, also fremder Herkunft, sondern im Deutschen durch Kombination (vor allem Ableitung und Zusammensetzung) gebildet. Sie sind deutsche Wortbildungen, die häufig keine Entsprechung, geschweige denn ein Vorbild in einer Fremdsprache haben" (Kirkness 1983: 24).

Dal punto di vista dei linguisti ci sono due forti argomenti contro chi agita lo spettro della colonizzazione culturale del tedesco attraverso gli anglicismi: 1. i vocaboli di origine inglese non vengono percepiti come 'parole straniere'; 2. la possibilità di integrazione linguistica ai diversi livelli della lingua. Sulla percentuale di anglicismi ci sono ad ogni modo solo valutazioni approssimative. Il dizionario degli anglicismi conta circa 3.500 lemmi; anche quello curato dal *Verein Deutsche Sprache* sugli anglicismi superflui ne elenca 3.500. Costituiscono ancora un gruppo esiguo se paragonati alle circa 500.000 parole del tedesco d'uso comune e ai 150.000 vocaboli dell'*Universalwörterbuch* Duden in un volume, ma anche alle circa 70.000 parole del lessico tedesco di base⁷, sebbene nei dizionari tedeschi vengano accolti sempre nuovi anglicismi vengano accolti⁸. Yang (1990) ha ricavato dalla rivista *Der Spiegel*, attraverso il computo di una serie di campioni raccolti dal 1950 al 1980, una lista di circa 3.780 anglicismi, di cui alcuni sono presumibilmente già scomparsi dall'uso comune⁹. Un gruppo di linguisti dell'IDS di Mannheim ha calcolato che negli anni '90 sono nate all'incirca tra 1.200 e 1.500 parole nuove usate più che saltuariamente. Di queste almeno il 40% sono anglicismi (*Mobbing, Inline-skates, Web-Seite, Ärzte-hopping*), il 20% costruzioni ibride tedesche-inglesi e solo il 40% neologismi senza parti in inglese (Stickel 2000a). Queste cifre mostrano certo la forza esercitata dall'inglese, ma anche il modesto spazio che gli anglicismi occupano nel vocabolario centrale di 70.000 parole. L'opinione secondo la quale ci sarebbe lo stesso numero di anglicismi e parole indigene non è quindi fondata. Certamente esiste il pericolo che, attraverso l'uso degli anglicismi in testi ufficiali venga escluso chi non ha

⁷ Quindi senza parole dialettali, tecniche, antichate o fuori dalla norma; cfr. *Duden Universalwörterbuch*. Mannheim etc. 2000.

⁸ Nel volume Duden sull'ortografia (1987) la percentuale di anglicismi è pari al 3,46% (Busse 1993: 208).

⁹ Stickel (2000: 138) fornisce esempi di anglicismi ormai scomparsi: *Luncheon, Dinner, Five o'clock tea, Drawing-room, Havelock, Knicker-bockers*.

studiato l'inglese e che, quando interi settori scientifici pubblicano in inglese il tedesco perda una funzione importante che aveva raggiunto con fatica a partire dall'Illuminismo.

Bibliografia

- Allenbacher, Peter Kurt (1999). *Anglizismen in der Fachlexik. Unter Berücksichtigung mündlichen Belegmaterials in der Fachsprache des Fernsehens*. Frankfurt/M.: Verlag Neue Wissenschaft.
- Ammon, Ulrich (2000). 'Entwicklung der deutschen Wissenschaftssprache im 20. Jahrhundert'. Debus et al. (Hg.), 59-80.
- Androutsopoulos, Jannis (1997). 'Mode, Medien und Musik. Jugendliche als Sprachexperten'. *Der Deutschunterricht* 6: 10-19.
- Id. (1998). *Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen*. Frankfurt/M. et al.: Lang.
- Bödeker, Anna (1999). "Riesenbiß ins Mutterbrett: Zum Streit um ‚Denglisch‘ im Computerjargon". *c't* 12: 60-61
- Borchardt, Knut (1999). "Deutsch als Sprache der Wirtschaftswissenschaften". Christian Meier (Hg.). *Sprache in Not? Zur Lage des heutigen Deutsch*. Göttingen: Wallstein Verlag, 53-64.
- Busse, Ulrich (1993). *Anglizismen im Duden*. Tübingen: Niemeyer.
- Busse, Ulrich (2001). "Typen von Anglizismen: von der heiligo geist bis Extremsparing". Gerhard Stickel (Hg.), *Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz. Aktueller lexikalischer Wandel*. [= Jahrbuch 2000 des Instituts für deutsche Sprache]. Berlin/New York: de Gruyter, 131-155.
- Carstensen, Broder; Ulrich Busse & Regine Schmude. (2001). *Anglizismen Wörterbuch*. 3 Bd. Berlin, New York: de Gruyter.
- Debus, Friedhelm; Franz Gustav Kollmann & Uwe Pörksen (Hgg.) (2000). *Deutsch als Wissenschaftssprache im 20. Jahrhundert. Vorträge des Internationalen Symposiums vom 18./19. Januar 2000*. Stuttgart: Steiner.
- Deppermann, Arnulf (2000). "Anglizismen in Skatermagazinen". *Der Deutschunterricht* 98.6: 70-73.
- Dieter, Hermann H.; Udo Simonis, Udo; Fritz Vilmar; Hans-Dieter Klingemann; Christian Wey & Gerhard Stickel (2001). *Zur Debatte: Deutsch als Wissenschaftssprache*. Berlin: WZB.
- Eisenberg, Peter (1999). "Für wen schreiben wir Grammatiken?" Gerhard Stickel (Hg.), *Sprache - Sprachwissenschaft - Öffentlichkeit*. [= Jahrbuch 1999 des Instituts für Deutsche Sprache]. Berlin: de Gruyter, 121-142.
- Herberg, Dieter & Elke Tellenbach (Hgg.) (2000). *Sprachhistorie(n). Hartmut Schmidt zum 65. Geburtstag*. Mannheim: Amades.
- Jung, Matthias (1995). „Amerikanismen, ausländische Wörter, Deutsch in der Welt“. Georg Stötzel & Martin Wengeler (Hgg.), *Kontroverse Begriffe. Geschichte des öffentlichen Sprachgebrauchs in der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin-New York: de Gruyter, 245-283.
- Kirkness, Alan (1975). *Zur Sprachreinigung im Deutschen 1789-1871. Eine historische Dokumentation*. Mannheim: IDS.
- Kirkness, Alan (1983). "Fremdwort und Fremdwortpurismus: Lehren aus der Sprachgeschichte für den Deutschunterricht". *Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht* 52: 14-29.
- Lee, Wan-Ho (1996). *Anglizismen in Ostdeutschland vor und nach der 'Wende'*. Marburg (Diss.).
- Lehnert, Martin (1990). *Anglo-Amerikanisches im Sprachgebrauch der DDR*. Berlin: Akademie-Verlag.
- Meier, Christian (Hg.) (1999). *Sprache in Not? Zur Lage des heutigen Deutsch*. Göttingen: Wallstein Verlag.
- Nowottnick, Marlies (1989). *Jugend, Sprache und Medien. Untersuchungen von Rundfunksendungen für Jugendliche*. Berlin-New York: de Gruyter.
- Pogarell, Reiner & Markus Schröder (2000). *Wörterbuch überflüssiger Anglizismen*. Paderborn: Ifb Verlag.
- von Polenz, Peter (1967). "Sprachpurismus und Nationalsozialismus. Die 'Fremdwort'-Frage gestern und heute". Benno von Wiese & Rudolf Henß (Hgg.), *Nationalismus in Germanistik und Dichtung. Dokumentation des Germanistentages in München 1966*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 79-112.
- Runkehl, Jens; Peter Schlobinski & Torsten Siever (1998) *Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schiewe, Jürgen (2000). "Von Latein zu Deutsch, von Deutsch zu Englisch. Gründe und Folgen des Wechsels von Wissenschaftssprachen". Debus et al. (Hgg.), 81-104.
- Id. (2001). "Aktuelle wortbezogenen Sprachkritik in Deutschland". Stickel (Hg.), 280-296.
- Schlobinski, Peter (2001). "Anglizismen im Internet". Stickel (Hg.), 239-257.

- Schlobinski, Peter; Gaby Kohl & Irmgard Ludewigt (1993). *Jugendsprache. Fiktion und Wirklichkeit*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schütte, Dagmar (1996). *Das schöne Fremde. Anglo-amerikanische Einflüsse auf die Sprache der deutschen Zeitschriftenwerbung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Steffens, Doris (2003). "Nicht nur Anglizismen.... Neue Wörter und Wendungen in unserem Wortschatz". IDS-Sprachforum, 21. Mai 2003. *IDS Sprachreport 4/2003*: 2-9.
- Stickel, Gerhard (Hg.) (1999). *Sprache – Sprachwissenschaft – Öffentlichkeit* [= Jahrbuch 1999 des Instituts für Deutsche Sprache]. Berlin: de Gruyter.
- Id. (2000). "Englisch-Amerikanisches in der deutschen Lexik und was die Leute davon halten". Dieter Herberg & Elke Tellenbach (Hgg.), *Sprachhistorie(n). Hartmut Schmidt zum 65. Geburtstag*. Mannheim: amades, .
- Id. (2000 a). Beitrag zur Diskussion *Sekundärsprache Deutsch*, Bonn 17.11.2000. (dattiloscritto).
- Stickel, Gerhard (Hg.) (2001): *Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz. Aktueller lexikalischer Wandel*. Berlin-New York: de Gruyter.
- Störiko, Ute (1995). "*Wir legen Word auf gutes Deutsch*". *Formen und Funktionen fremdsprachiger Elemente in der deutschen Anzeigen-, Hörfunk- und Fernsehwerbung*. Viernheim: Cubus-Verlag.
- Stötzel, Georg & Martin Wengeler (Hgg.) (1995). *Kontroverse Begriffe. Geschichte des öffentlichen Sprachgebrauchs in der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin-New York: de Gruyter.
- von Wiese, Benno & Rudolf Henß (Hgg.) (1967): *Nationalismus in Germanistik und Dichtung. Dokumentatio des Germanistentages in München 1966*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Yang, Wenliang (1990). *Anglizismen im Deutschen. Am Beispiel des Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL*. Tübingen: Niemeyer.
- Zimmer, Dieter E. (1997). *Deutsch und anders. Die Sprache im Modernisierungsfieber*. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt.