

Dr. sc. Memnuna Hasanica

**ZUR FUNKTION UND STRUKTUR VON WORTNEUBILDUNGEN
IN DER DEUTSCHEN SPRACHE MIT SCHWERPUNKT
AUF DIE VERWENDUNG VON ANGLIZISMEN**

Resümee

Das Studium der sprachlichen Entlehnung durch Sprachkontakte hat eine sehr wichtige Rolle in der Tradition der Kontaktlinguistik. Die Erscheinung von Fremdwörtern in einer Sprache bezieht sich auf die Begriffe der Sprache in Kontakt, Zweisprachigkeit, sprachliche Übernahme und Purismus. Jedes Wort, das aus der englischen Sprache entlehnt wurde, die im Laufe der Zeit den Anpassungs- und Integrationsprozess verabschiedet hat und in das deutsche Sprachsystem eingetreten ist, heißt Anglizismus. Die Lexikologie untersucht und beschreibt den Wortbestand einer Sprache, seine Schichtung und Struktur, Bildung, Bedeutung und Funktionen seiner Elemente. Sowohl die Wörter deutscher bzw. germanischer Herkunft als auch die englischen Wörter sog. Anglizismen haben ihren Gebrauch in der b/k/s Alltagssprache gefunden. Als *Anglizismus* bezeichnet man den Einfluss der englischen Sprache auf andere Sprachen. Dieser Einfluss kann sich auf allen Ebenen der Sprache zeigen, also im Wortschatz, der Morphologie, der Syntax, Stilistik sowie in der Phonologie. Im Bereich der Werbung finden sich immer mehr Texte, die geringe oder auch sogar ohne ein einziges deutsches Wort vorkommen. Die Werbesprache greift gerne auf den sogenannten „Telegrammstil“ zurück, weil sich dadurch überaus plastische Wirkungen erzielen lassen. Die Sätze sind stark verkürzt und auf das Wesentliche reduziert, das spezielle Vokabular verdeutlicht die Aussage, nominale Wendungen rufen einen hohen Erinnerungswert hervor und mittels Komparativ und Superlativ wird die Aufmerksamkeit geweckt. Jede Sprache der Welt ist ein einzigartiges Phänomen, und hat ihre Vor- und Nachteile. Eins der Vorteile der Werbesprache ist das Manipulieren der Konsumenten, da die Werbungen so organisiert sind, dass sie die Konsumenten auf bestimmte und gewollte Richtung lenken. Die Werbesprache entnimmt ihre sprachlichen Mittel der Alltagssprache. Meine Einstellung ist, dass die Anglizismen eine Art der Bereicherung des Wortschatzes sind, aber man sollte dabei achten, nicht die Grenze zu überschreiten, und die Muttersprache zu pflegen und lebendig zu behalten.

Schlussworte: *Wortbildung, Wortneubildungen, Struktur, Bedeutung, Funktion*

Zur Funktion und Struktur von Wortneubildungen

Der Begriff „Wortbildung“ bezieht sich sowohl auf den Prozess als auch auf das Produkt, weshalb man eigentlich zwischen prozessualer Wortbildung und Wortgebildetheit unterscheiden müsste. Viele Untersuchungen haben gezeigt, dass ca. ein Drittel aller Wörter z.B. aus Zeitungstexten nicht im Wörterbuch verzeichnet ist. Es handelt sich dabei um Wörter mit Tippfehlern und Eigennamen, vor allem um Okkasionismen und Neologismen. Es ist zu beachten, dass die Wortbildung dabei nur ein Weg ist, um neue Wörter zu schaffen. Als Wortbildung gilt nur, was aus vorhandenem Sprachmaterial (Lexemen und Morphemen) nach

bestimmten Regeln gebildet wird. Die Mittel zur Nominationsbildung sind auch Entlehnung, Wortschöpfung, Wortgruppenlexeme oder Bedeutungsveränderung.

Wortbildungen können durch Paraphrasen ausgedrückt werden. Häufig sind Genitivattribute (*Garantieverlängerung-Verlängerung der Garantie*), Präpositionalphrasen (*Vitamin-Cocktail-Cocktail mit Vitaminen*), Relativsätze (*Nestle Schokoladen-Schokoladen, die von Nestle erzeugt werden*) usw. Die Lexikologie untersucht und beschreibt den Wortbestand einer Sprache, seine Schichtung und Struktur, Bildung, Bedeutung und Funktionen seiner Elemente. Die Lexikologie ist die Theorie des lexikalischen, des Lexikons. Mit dem Wort erlernen und übernehmen wir die mit sprachlichen Zeichen verbundenen Verallgemeinerungen, Begriffe, Wertungen und verdichteten Urteile und Vorurteile. Der Wortschatz und das Lexikon betrachten wir als das strukturierte Inventar der Lexeme. Das sind Benennungseinheiten, Wörter und feste Wortverbindungen, die als relativ feste Zuordnungen von Formativ und Bedeutung reproduzierbar sind, gespeichert werden und Basiselemente für die Bildung von Sätzen und Texten sind.¹ Es ist notwendig, das Wort als sprachliche Grundheit von anderen Einheiten, wie Morphem und Satz, abzugrenzen.

Lehngut und seine Klassifikation

Eine Entlehnung beschreibt die Übernahme eines sprachlichen Ausdrucks von Elementen, Merkmalen und Regeln aus einer Sprache in eine andere. Entlehnungen beruhen auf Sprachkontakt, die Ursachen dafür können politischen, kulturellen, wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Ursprungs sein. Die meisten neuen Wörter kommen als Lehngut in die Sprache. Sie werden entweder direkt in der fremden Form übernommen oder indirekt mit Mitteln der eigenen Sprache dem fremden Wort nachgebildet.² Die Lehnwörter aus dem Englischen können in mehrere Gruppen unterteilt werden. Carstensen differenziert zwischen *evidentem* (äußerem) und *latentem* (innerem) *Lehngut*.³ Unter *evidentem* Lehngut ist die direkte Übernahme von englischen Begriffen in die deutsche Sprache zu verstehen, wobei der Ursprung anhand der Form oder der Aussprache kenntlich bleibt. In den Bereich des *evidenten* Lehnguts werden sowohl Fremd- und Lehnwörter als auch englisch-deutsche Mischkomposita sowie Scheinentlehnungen und Lehnveränderungen eingereiht. In seiner Kategorisierung differenziert auch Yang zwischen *evidenten* (äußerem) und *latenten* (innerem) *Einflüssen*.

Äußeres Lehngut

Ein *evidentes* Lehngut bezeichnet das so genannte äußere Lehngut. Schwierig zu erfassen sind die latenten Einflüsse des Englischen auf das Deutsche. Folgende Lehnübersetzungen werden von einem des Englischen nicht kündigen Sprecher des Deutschen nur schwer als Englischen Ursprungs erkannt werden können.⁴ Beim äußeren Lehngut ist zwischen direkten Entlehnungen, Mischkomposita und Scheinentlehnungen zu differenzieren.

¹ Schippan, Thea, 2002: S.1.

² Vgl. Stedje (1989), S. 23.

³ Vg.. Carstensen (1979), S. 90.

⁴ Carstensen (1979), S. 90.

Direkte Entlehnung

Die größte Gruppe bilden Fremdwörter und Lehnwörter, wenn es um die Einflussnahme der englischen auf die deutsche Sprache geht. Wie Zindler vertritt auch Carstensen die Ansicht, dass „die direkte Übernahme in unveränderter Form und Bedeutung heute besonders häufig vorkommt“.⁵

- Ein **Fremdwort** ist ein aus einer anderen Sprache in den allgemeinen Wortschatz übernommenes Wort. Solange das fremde Wort die ursprüngliche Gestalt beibehält d.h. Orthographie, Lautform, und Flexion nennt man es gewöhnlich Fremdwort.⁶

z. B. *die Comics* (Pl.) – engl. *comics*

- Ein **Lehnwort** gleicht sich im Gegensatz zum Fremdwort dem Deutschen orthographisch, phonologisch und morfologisch an.⁷ Ein Lehnwort ist mehr oder weniger assimiliertes Fremdwort.⁸

z.B. *der Klub* [klup] - engl. *Club* [klʌb]

Mischkompositum

Als Mischkompositum werden im Deutschen zusammengesetzte Wörter bezeichnet, die einen englischen und einen deutschen Bestandteil aufweisen. Nach Carstensen sind drei Typen des Mischkompositums zu unterscheiden:⁹

1. Beim ersten Typ findet sich das Mischkompositum nach englischem Vorbild, bei dem nur ein Teil der Wortkombination ins Deutsche übersetzt wird, wie z.B.:
Fernseh-Highlight *Opernfestival*
2. Der zweite Typ weist auf das Mischkompositum ohne englisches Vorbild, bei dem ein deutsches Wort mit einem englischen verbunden wird, wie z.B.:
Achselfpray *Online-Nutzung*
3. Und beim dritten Typ handelt es sich um Mischkomposita mit Elementen aus zwei verschiedenen Sprachen, wie z.B.:
Nightclub-Chef *Variete-Boss*

Beim Prozess der **Lehnwendung** kommt es zur Nachbildung einer fremdsprachlichen idiomatischen Phrase und dabei dienen Redewendungen.¹⁰

englischer Begriff	Lehnwendung
round the clock	<i>rund um die Uhr</i>
to make the best of something	<i>das Beste aus etwas machen</i>

Hier kann sich sehen, dass die Redewendungen in beiden Sprachen die selbe Bedeutung trägt.

⁵ Bohmann (1996), S. 22.

⁶ Stedje (1989), S. 23.

⁷ Vgl. Bohmann (1996), S. 23.

⁸ Stedje (1989), S. 23.

⁹ Vgl. Carstensen (1979), S.91.

¹⁰ Vgl. Janich (2001), S. 110.

Lehnbedeutung

In dem Prozess der Lehnbedeutungen bekommen die Wörter der deutschen Sprache durch den Kontakt mit einer anderen Sprache neue Bedeutung.¹¹

englischer Begriff	Lehnbedeutung
Chain	<i>Kette, (Hotel-, Laden-, ...)</i>
realize	<i>realisieren, (verwirklichen)</i>

Durch den Einfluss engl. Wörter hat das Wort *Kette* nicht nur die Bedeutung einer *Schmuckkette*, sondern beinhaltet auch die Bedeutung *Laden-, Hotel-, Restaurantkette*. Und genauso ist es mit dem Wort *realisieren*, es trägt nicht nur die Bedeutung der wörtlichen Übersetzung etwas bemerken, sondern es trägt auch die Bedeutung von etwas verwirklichen.

Was ist ein Anglizismus?

Als Anglizismus bezeichnet man den Einfluss der englischen Sprache auf andere Sprachen. Dieser Einfluss kann sich auf allen Ebenen der Sprache zeigen, also im Wortschatz, der Morphologie, der Syntax sowie in der Phonologie. Aufgrund der großen Verbreitung handelt es sich hierbei hauptsächlich um Entlehnungen aus dem amerikanischen und britischen Englisch. Nur einige wenige Exemplare besitzen ihren Ursprung in Australien, Neuseeland, Indien und anderen zum Teil englischsprachigen Ländern.

Es ist bekannt, dass sprachliche Entlehnungen schon seit Jahrzehnten eine große Rolle spielen, egal aus welcher Sprache, Epoche oder geographischer Lage. Während es sich damals aber nur um Entlehnungen in wissenschaftlichen bzw. künstlerischen Bereichen wie Philosophie, Literatur oder Psychologie handelte, spätestens aber seit den 21. Jahrhundert, verfügt jedes Gebiet, das auf Kommunikation basiert ist, über einen nicht unwesentlichen Teil an Sprachentlehnungen. Anglizismen sind sehr häufig in der deutschen Sprache zu finden. Schon seit dem 17. Jahrhundert gibt es in der deutschen Sprache englische Einflüsse. Die Zunahme der Beeinflussung durch die angloamerikanische Welt findet vor allem nach 1945 statt. Der englischsprachige Einfluss auf die deutsche Sprache wird in den 90er Jahren noch stärker und seitdem sind viele Anglizismen in der deutschen Sprache zu finden.

Die Anglizismen sind schon bereits alltäglich geworden und werden ungefähr nicht mehr beachtet. In den Tageszeitungen sehen wir Stellenanzeigen für *Key Account Manager* ausgeschrieben, Reisebüros werben für *Wellness-Urlaub* bei dem man so richtig *relaxen* kann und am Abend sieht sich jeder gerne die *Live-Übertragung* eines *Fußball-Matches* im TV, und auf MTV und VIVA können Jugendliche Sendungen verfolgen, die sie *up-to-date* halten und wo sie sich neue *Songs* anhören oder die neusten *Handytöne* herunterladen können. Und dann stellt sich die Frage warum gerade das Englisch einen

¹¹ Vgl. Kupper (2003), S. 13.

so hohen Stellenwert besitzt und weshalb amerikanische Begriffe den deutschen Wortschatz bereichern und welche Auswirkung die genannten Phänomene haben.

Die wichtigsten Faktoren der Bestimmung von den Anglizismen sind morphologische, orthographische und phonetische Aspekte. Ich halte es für sehr wichtig, die semantische Klassifikation und deren Unterteilung zu erwähnen, weil es sehr viele unterschiedliche wie auch gleiche Bedeutungen in der deutschen und englischen Sprache gibt. Jede Sprache hat ihre stilistische Wirkung, deshalb ist es auch nötig, die stilistische Funktion der Anglizismen in der deutschen Sprache zu erforschen. Da die Werbung sehr einflussreich ist und ein sehr beliebter Konsumbereich der Anglizismen ist, werde ich die Anglizismen in diesem Gebiet untersuchen und mit Beispielen untermauern. Dabei werden die Typen von Anglizismen, die Werbesprache und Werbesprüche erwähnt

Merkmale der Anglizismen

Zu den wichtigsten Faktoren bei der Bestimmung der Anglizismen gehören die morphologischen, orthographischen und phonetischen Merkmale.

Morphologischer Aspekt

An alle ins Deutsche entlehnten englischen Verben wird ausnahmslos ein deutsches Infinitivmorphem **-en** angehängt, wie z.B.:

englisches Verb	deutsche Entlehnung
to camp	<i>campen</i>
to interview	<i>interviewen</i>
to job	<i>joben</i>
to stop	<i>stoppen</i>

Bei der Flexion wird die Personalendung angefügt, wie man unten sehen kann.

Ich grille, du grillst, er grillt, wir grillen, ihr grillt, sie grillen, ich habe gegrillt

Manche adjektivischen Anglizismen werden im Deutschen mit einem entsprechenden Suffix versehen, sie werden in die deutsche Flexion eingeordnet. Die Beispiele:

adjektivische Anglizismen
mit einem coolen Typen
eine clevere Alternative
ein fairer Kampf

Substantivische Anglizismen erhalten nach ihrer Übernahme deutsche Pluralform, wie der

englisches Substantiv	deutsche Entlehnung
Manager	<i>Die Manager</i>
Stewardess	<i>die Stewardessen</i>

Orthographischer Aspekt

Orthographische Veränderungen liegen vor, wenn die Schreibweise aufgrund der englischen Aussprache durch deutsche ersetzt werden, wie z.B. das engl. *c*- durch deutsche *k*-.

englische Schreibweise	deutsche Schreibweise
comfort	<i>Komfort</i>
code	<i>Kode</i>

Weitere Veränderungen sind dt. *sch*- engl. *ch*-, dt. *sch*- engl. *sh*-, und dt. *st*- engl.*st*- bei der Aussprache.

englische Schreibweise	deutsche Schreibweise
check	<i>Scheck</i>
shock	<i>Schock</i>
strike	<i>Streik</i>

Phonetisch-phonologischer Aspekt

Diese spielen bei der Anpassung von Anglizismen an das deutsche Phonemsystem eine Rolle. Anglizismen wie *Start*, *Stopp*, *Klub* werden den deutschen Ausspracheregeln angeglichen. Die Lautung von Anglizismen wie: *Hit*, *Slip*, *Test* ist im Deutschen mit dem Englischen identisch oder ähnlich. Solche Wörter brauchen sich nicht an das deutsche phonetische System anzugeleichen. Sie werden als phonetisch integriert angesehen. Die Anglizismen, deren Aussprache mit den deutschen Regeln im Wesentlichen nicht übereinstimmt sind, werden als Fremdwort bezeichnet, wie z.B:

T-Shirt, Surfing, Callgirl, Jeans

Die Abgrenzung zwischen Fremdwort und Lehnwort ist fließend und hängt auch vom Sprachgefühl und vom Bildungshintergrund des Beurteilers ab.

Semantische Klassifikation

In semantischer Hinsicht haben wir die Anglizismen unter folgenden Aspekten untersucht:

- Anglizismen mit deutscher Entsprechung
- Anglizismen ohne deutsche Entsprechung
- Bedeutungsveränderung der Anglizismen
- Bedeutungsübertragung der Anglizismen

Anglizismen mit deutscher Entsprechung

Anglizismen mit deutscher Entsprechung haben eine lexikalische Entsprechung für ihre Bedeutung in deutscher Sprache. So wie es im Deutschen oft für ein Lexem oder eine Lexemverbindung mehrere bedeutungsgleiche oder bedeutungähnliche Bezeichnungen gibt, sind manche Anglizismen in ihrer Bedeutung deutschen Wörtern zum Verwechseln ähnlich.

Team = *Mannschaft, Arbeitsgruppe*

Dieses Beispiel zeigt, dass der Anglizismus *Team* mindestens zwei deutsche lexikalische Entsprechungen besitzt.

Unter einer deutschen Entsprechung versteht man normalerweise nur ein Wort:

Camp = *Lager, Gefangenentalager*

und ausnahmsweise eine Zwei-Wort-Verbindung, bzw. ein Substantiv mit einem adjektivischen Attribut, damit man Anglizismen mit einer umständlichen Umschreibung, unterscheiden kann:

Boom = *wirtschaftlicher Aufschwung* Party = *zwangloses Hausfest, gesellige Feier*

Eine deutsche Entsprechung kann entweder ein deutsches Wort oder ein älteres Lehnwort aus anderen Fremdsprachen sein.

Boss = *Leiter, Chef, Vorgesetzter*

In manchen Fällen ist es sogar eine Lehnprägung, die oft parallel zu dem entsprechenden Anglizismus gebraucht wird

Showbusiness = *Schaugeschäft*

Hobby = *Steckenpferd*

Die deutsche Entsprechung ist nur ein Fast-Synonym des Anglizismus. Wirkliche bedeutungsgleiche Wörter gibt es nicht, weder innerhalb einer Sprache noch im Nebeneinander mehrerer Sprachen.

Unter den deutschen Entsprechungen sind zwei Untergruppen zu unterscheiden.

1. Das deutsche Wort ist eine direkte lexikalische Entsprechung, die an die Stelle des Anglizismus treten kann. Diese Untergruppe betrifft die meisten Anglizismen mit deutscher Entsprechung, wie z.B.:

Anglizismus	direkte lex. Entsprechung
Aircondition	<i>Klimaanlage</i>
Airport	<i>Flughafen</i>

2. Das deutsche Wort dient nur zur Erklärung des Anglizismus.

Faustkämpfer = *Boxer*

Hier in diesem Beispiel ist *Faustkämpfer* nur ein sinnverwandtes Wort für den Anglizismus *Boxer*, das zur lexikalischen Erklärung verwendet wird.

Anglizismen ohne deutsche Entsprechung

Anglizismen ohne deutsche Entsprechung, besitzen keine lexikalische Entsprechung im Deutschen und müssen häufig umständlich umschrieben werden. Dabei handelt es sich vor allem um die Lexeme oder Lexemverbindungen, die vor allem technische Neuentwicklungen bezeichnen, wie z.B.:

Internet, E-Mail, Aerobic, Bowling, Bodypanting usw.

Diese Art von Anglizismen sind sehr schwer zu übersetzen oder zu übertragen, aber sie haben den Vorteil der Kürze des Ausdrucks und dienen auf solche Weise der Ökonomie der Sprache.

Auch der Anglizismus *Notebook* hat in seiner Herkunftssprache mehrere Bedeutungen, von denen ins Deutsche nur eine übernommen wurde, man paraphrasiert es als *ein kleiner übertragbarer Computer*.

Zusammenfassung

Das Studium der sprachlichen Entlehnung durch Sprachkontakte hat eine sehr wichtige Rolle in der Tradition der Kontaktlinguistik. Die Erscheinung von Fremdwörtern in einer Sprache bezieht sich auf die Begriffe der Sprache in Kontakt, Zweisprachigkeit, sprachliche Übernahme und Purismus. Jedes Wort, das aus der englischen Sprache entlehnt wurde, die im Laufe der Zeit den Anpassungs- und Integrationsprozess verabschiedet hat und in das deutsche Sprachsystem eingetreten ist, heißt *Anglizismus*. Die Lexikologie untersucht und beschreibt den Wortbestand einer Sprache, seine Schichtung und Struktur, Bildung, Bedeutung und Funktionen seiner Elemente. Sowohl die Wörter deutscher bzw. germanischer Herkunft als auch die englischen Wörter sog. *Anglizismen* haben ihren Gebrauch in der b/k/s Alltagssprache gefunden. Als *Anglizismus* bezeichnet man den Einfluss der englischen Sprache auf andere Sprachen. Dieser Einfluss kann sich auf allen Ebenen der Sprache zeigen, also im Wortschatz, der Morphologie, der Syntax, Stilistik sowie in der Phonologie. Im Bereich der Werbung finden sich immer mehr Texte, die geringe oder auch sogar ohne ein einziges deutsches Wort vorkommen. Die Werbesprache greift gerne auf den sogenannten „Telegrammstil“ zurück, weil sich dadurch überaus plastische Wirkungen erzielen lassen. Die Sätze sind stark verkürzt und auf das Wesentliche reduziert, das spezielle Vokabular verdeutlicht die Aussage, nominale Wendungen rufen einen hohen Erinnerungswert hervor und mittels Komparativ und Superlativ wird die Aufmerksamkeit geweckt. Die Werbesprache entnimmt ihre sprachlichen Mittel der Alltagssprache. Meine Einstellung ist, dass die *Anglizismen* eine Art der Bereicherung des Wortschatzes sind, aber man sollte dabei achten, nicht die Grenze zu überschreiten, und die Muttersprache zu pflegen und lebendig zu behalten.

Literaturverzeichnis

1. Bohmann, S. (1996): *Englische Elemente im Gegenwartsdeutsch der Werbebranche*. TectumVerlag: Marburg
2. Carstensen, B. (1979): *Evidente und latente Einflüsse des Englischen auf das Deutsche*. In: Braun, P. (Hrsg.): *Fremdwortdiskussion*. München..
3. Carstensen, B. (1980): *Semantische Scheinentlehnungen des Deutschen aus dem Englischen*. Tübingen
4. Duden (2003): *Deutsches Universalwörterbuch*. Dudenverlag Mannheim/ Leipzig/ Wien/ Zürich.
5. Elsen, Hilke (2004): *Neologismen. Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen*. Gunter Narr Verlag, Tübingen.
6. Gester , S. (2001): *Anglizismen im Deutschen*. Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien.
7. Hasanica Memnuna (2009), *Akcionalnost i tvorbeni modeli glagola u njemačkom i b/h/s jeziku*, Pedagoški fakultet Zenica
8. Janich, N. (2001) *Werbewortschatz. Ein Arbeitsbuch*. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Narr, Tübingen
9. Langner, H. C. (1995): *Die Schreibung englischer Entlehnungen im Deutschen – Eine Untersuchung zur Orthographie von Anglizismen in den letzten hundert Jahren*. Dargestellten Hand des Dudens, Frankfurt am Main

10. Steffens, Doris (2003): *Nicht nur Anglizismen Neue Wörter und Wendungen in unserem Wortschatz*. Sprachforum. Institut für Deutsche Sprache, Mannheim

Internetquellen

1. <http://de.wikipedia.org/wiki/Anglizismus>
2. <http://www.endmark.de>
3. <http://www.hausarbeiten.de/faecher/vorschau/32336.html>
4. <http://www.slogans.de>

ABOUT THE FUNCTION AND STRUCTURE OF NEW WORD FORMS IN GERMAN WITH SPECIAL REFERENCE TO THE USE OF ANGLICISMS

Abstract

The study of linguistic borrowing as a result of language contacts has a very important role in the tradition of contact linguistics. Emerging of foreign words in one language is related to languages in contact, bilingualism, linguistic borrowing and purism. Every word borrowed from the English language, which has over time adapted and integrated itself into the German language system, is called *anglicism*. Lexicology is a branch of linguistics that studies lexemes as basic units for naming concepts and of the whole lexical treasure of one language. Word formation as part of lexicology explores ways of shaping and creating new expressions, i.e. new words. Both the German words, namely germanisms and the English words, so-called anglicisms, entered extensively the standard B/C/S language, with great influence on everyday use and lexical vocabulary. The term anglicism indicates the influence of English on other languages. This influence is reflected at several levels of language vocabulary, morphology, syntax, stylistics and phonology. Anglicisms prevail especially in the texts of advertising language, where only a few German words can be found sporadically. The language of the advertisement treats mainly the so-called "telegram style". The sentences are greatly shortened and reduced to the essentials, the specific vocabulary is simplified, the nominal expressions mostly offer some reminder, some value, and often expressed in comparative and superlative. But each language has its own specifics, its advantages and disadvantages. Manipulation of the consumers is a common place, because the advertisements are organized in such a way that they direct the consumers in a certain and desired direction. However, I believe that anglicisms enrich the language vocabulary of the German and also other languages, but one must bear in mind not to exceed the limit, which means that one needs to nurture and respect the its own native standard language.

Key words: word formation, new word formation, structure, meaning, function