Modetrends in der Sprache : wie sich gewisse Ausdrücke bei Jugendlichen etablieren

Autor(en): **Lucic, Ena / Gerber, Stefan / Isch, Leonie**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Sprachspiegel : Zweimonatsschrift**

Band (Jahr): **71 (2015)**

Heft 6

PDF erstellt am: **23.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-587152

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Modetrends in der Sprache

Wie sich gewisse Ausdrücke bei Jugendlichen etablieren

Von Ena Lucic, Stefan Gerber, Leonie Isch, Francesca Grech

«Hallo Vatter, hallo Muetter!» – Etwa so hört es sich momentan auf den Deutschschweizer Schulhöfen an. Auffällig dabei: Ob Primarschüler oder Gymnasiast, alle machen mit. Diese Begrüssungsformel gehört mittlerweile zu den grösseren Trends unter Deutschschweizer Kindern und Jugendlichen. Ihren Ursprungsort hat sie – wie so vieles – im Internet, auf der Videoplattform Youtube.[3] Das Video des Jungen,[4] der seine Eltern grüsst, ist von Mitte März bis Mitte November schon 350 000-mal angeklickt worden. Fast kein Jugendlicher kennt dieses Video nicht. Und es ist nicht das einzige, welches sich nun in den Sprachgebrauch Jugendlicher eingebürgert hat. «Richi, ha der gseit, du söusch di guet häbe!»[5] oder «Ich bin Bruno und ich bin der Kameramann»[6] und etliche andere Phrasen aus berühmten Videos haben sich in unserer Sprache eingenistet. Was macht diese Videos und Aussprüche zu Modetrends?

Aktuell sind aber nicht nur die lustigen Videos, über die eine Generation Schweizer lachen kann. Es werden Ausdrücke aus verschiedenen Dialekten (z. B. das berndeutsche «Äuä»), manchmal auch aus ganz anderen Sprachen übernommen, nicht nur aus dem Englischen, was mittlerweile normal ist. Das Balkandeutsch, das bei Eltern für aufstehende Nackenhaare sorgt, hat sich durchgesetzt: «Wenn du mein Freund bist, bist du mein Brate.»[7] Dies lässt die berechtigte Frage zu, weshalb sich solche banal erscheinenden Äusserungen derart grosser Beliebtheit erfreuen.

3 Dieser Text ist mit Links zum Anklicken abrufbar: *www.sprachverein.ch/sprachspiegel_pdf/Sprachspiegel_2015_6.pdf*

4 Vgl. *www.youtube.com/watch?v=3Yn-462FR-A*; Ich möchte meinen Vater grüssen, Hallo Vater, ich möchte meine Mutter grüssen, Hallo Mutter

5 Vgl. *www.youtube.com/watch?v=LpMMjplPqmM*; Richi häb di (orginal *[sic!]* und ungekürzt)

6 Vgl. *www.youtube.com/watch?v=sLMEc64c5cs*; SWISSMEME: BRUNO DER KAMERAMANN

7 Brate = Vokativ von «Bruder» in vielen slawischen Sprachen (Anm. d. Red.).

Das Internet als Quelle

Die vielfach auf sozialen Medien ins Leben gerufenen Trendwörter, oder auch gleich ganze Sätze, sind doch meist nur so weit verbreitet, weil sie von irgendjemandem aufgegriffen und anschliessend in einen lächerlichen Kontext gestellt wurden. So gehört zu jedem Trendwort auch eine wahre Aussage, mit der jeder übereinstimmen kann. Ausserdem ist eine sehr wichtige Eigenschaft, dass das Trendwort einen «Twist» aufweist, der unerwartet oder eben gleich offensichtlich aus einer Situation heraus resultiert. Beispielsweise berichten Kunden in einem Bericht des Schweizer Fernsehens zu den langen Öffnungszeiten eines Coop über ihren spätabendlichen Einkauf, welcher hauptsächlich aus alltäglichen Lebensmitteln besteht. Am Schluss bekundet eine etwas warm eingekleidete, ältere Dame ihre übermässige Begeisterung über die ergatterten getrockneten Bananen.[8]

Weiterhin ist auch beim Begründer des Trendwortes eine natürliche Ausstrahlung und Originalität wichtig, wodurch er authentischer wirkt als sonst im Fernsehen, wo meist alles gestellt ist. Ebenso einflussreich ist der Faktor, dass ein angehendes Trendwort aus dem sozial akzeptierten Raster fällt. So sind es doch meist Situationen, die durch Dummheit oder Missgeschick entstanden sind und bei deren Anblick jeder denkt, dass diese Personen durchgedreht seien. In Anbetracht dieser Situation würde man dann am liebsten den Blick auf etwas anderes lenken, weil man vor übermässigem Fremdschämen bereits selbst peinlich berührt ist. So zählen zu den Situationen, bei denen Personen dem Mainstream entlaufen, auch oft Individuen, die übertrieben reagieren oder etwa in ungewohnter Art ihrem Frust mit grosser Schimpftirade freien Lauf lassen. Dazu gehört beispielsweise die Person, die sich vor den Sitz der Fifa gestellt und deren Missstände offen genannt hat.

Das Internet ist dabei eine grosse Inspirationsquelle. Auf Facebook und Co. gibt es mittlerweile einige Berühmtheiten, die sich als

8 Vgl. *www.youtube.com/watch?v=oOrTIOeAYwA*; SWISSMEME: GETROCKNETE BANANEN

Medium und Sprachrohr der Schweizer Jugendlichen etabliert haben. Die berühmtesten sind Bendrit Bajra und Zeki Bulgurcu. Bendrit ist ein Facebook-Star, der sich mit selbstgedrehten Kurzfilmen profiliert hat, Zeki steckt hinter Swissmeme. Beide sind auf mehreren Plattformen vertreten: Youtube, Instagram, Facebook.

Bendrit Bajra nimmt dabei häufig Internetphänomene auf, parodiert sie und macht sich darüber lustig. Auch karikiert er die «Unterschiede» zwischen Schweizern und Ausländern, lädt dies auf sein Facebook-Profil und seinen Youtube-Kanal. Dabei ist er so erfolgreich, dass er in der Satiresendung «Giacobbo/Müller» auftrat und dort einen Sketch gemeinsam mit Viktor Giacobbo aufzeichnete. Auch Swissmeme, das als Account auf der Fotoplattform Instagram begann und anfänglich «nur» Bilder mit lustigen Beschriftungen ins Netz stellte (sogenannte Memes), hat expandiert, auf Youtube nämlich. Die Videoplattform dient sowieso als grösste Quelle. Wird etwas Lustiges im Fernsehen gesehen, wird es aufgenommen und hochgeladen, wo sich Tausende an der unfreiwilligen Komik anderer ergötzen. Von dort werden jene Ausdrücke dann aufgegriffen und in den Alltag integriert.

Die Kreativität der Jugendsprache

Jeder, der «hip» sein will, geht mit diesen Modetrends. Doch was veranlasst uns dazu, immer wieder neue Trends zu erfinden? Sicher wollen wir uns cool fühlen, um in einer bestimmten Gruppe integriert zu sein. Aber es ist auch ein Phänomen der Jugend, sich von der Erwachsenenwelt abzuheben und eine charakteristische Sprache zu entwickeln. Es geht jedoch nicht nur um rebellische Motive, sondern auch darum, die eigene Kreativität unter Beweis zu stellen. So enstehen verschiedene Neologismen, die von Freundeskreis zu Freundeskreis stark variieren können, beispielsweise «Chabo» (gut aussehender, aufgestylter Junge) oder «Niveaulimbo» (das ständige Absinken des Niveaus in einer Konversation innerhalb einer Gruppe).

Die meisten Begriffe halten sich nur eine kurze Zeit, weil sie von neuen Wortschöpfungen zur Seite gedrängt werden. So sollte man

immer versuchen, auf dem neusten Stand zu sein, denn es ist beschämend, wenn ein modischer Begriff einem nicht vertraut ist. Fürs Image ist es vorteilhaft, sich nicht nach der Bedeutung des Wortes zu erkundigen, sondern selbst die nötigen Schlüsse zu ziehen. Ansonsten wird man rasch aus der Gruppe ausgeschlossen und meistens folgen spöttische Bemerkungen, wie «wo wohnsch du?» oder «lebsch hinter em Mond?».

Ein weiteres Merkmal der Jugendsprache ist das Basteln am sprachlichen Material (Bricolage)[9], welches das bewusste Ersetzen von Worten beinhaltet. Häufig werden Medienzitate, Werbesprüche und Ähnliches hinzugefügt, um die eigenen Sprach- und Medienkenntnisse zur Schau zu stellen. Bei folgenden Beispielen wird die Bricolage deutlich veranschaulicht: «McDonald's», was für zusammengewachsene Augenbrauen verwendet wird, oder «due mi ned produziere!», wo ein Wort (hier «provozieren») absichtlich durch ein ähnlich klingendes Wort ersetzt und trotzdem von allen verstanden wird. In der Jugendsprache kann man folglich auch rhetorische Mittel wiedererkennen. (Für die Connaisseurs unter der Leserschaft ist die konkrete Bezeichnung für das zweitgenannte Beispiel «Homöonym».)

Balkandeutsch als Trend

Eine weiter verbreitete Form der Bricolage ist das bereits oben angetönte «Balkandeutsch», welches unter den Jugendlichen als «Jugodüütsch» bekannt ist. Dieser Slang ist eine Verfremdung der schweizerdeutschen Sprache, weil man sich in den Sätzen auf die Grundwörter konzentriert und man deshalb Unwesentliches weglässt. Zur Kategorie des Unwesentlichen gehören die meisten Präpositionen, die richtig verwendeten Fallformen, korrekt konjugierte Verben und so weiter. Grundsätzlich kann man sagen, dass viele gelernte grammatikalische Regeln der deutschen Sprache verdreht oder ganz weggelassen werden. Passende Beispielsätze wären: «Gömmer ims Kino?» oder «I weiss wo

9 Dieser Text stützt sich auf «Was ist von der Jugendsprache zu halten?» von Prof. Christa Dürscheid (*www.linguistik.uzh.ch/easyling/faq/durscheid-jugendsprache.html*).

dis Huus wohnt». Das Kürzen der Sätze wird auch bewusst eingesetzt, um Zeit zu sparen, jedoch wird der Sinn von Aussagen wie «Gömmer Migros?» problemlos verstanden. Allerdings gebrauchen diese Sprachvariante nur Jugendliche, weil Erwachsene lieber grammatikalisch korrekt und gehoben konversieren.

Aber wie ist dieser Trend überhaupt aufgekommen und weshalb erfreut er sich so grosser Beliebtheit? Aufgrund der Schwierigkeiten beim Erlernen der deutschen Sprachen (Hochdeutsch und Schweizerdeutsch) konnten Einwanderer aus Ex-Jugoslawien nur gebrochenes Deutsch mit ihren Kindern sprechen. Anfangs wurde dieser Dialekt verabscheut und die Sprecher wurden ausgelacht und sogar ausgeschlossen. Jedoch gewann diese Sprechweise immer grössere Beliebtheit unter Jugendlichen, weil man sich dadurch von der Erwachsenenwelt deutlich distanzieren kann. Heutzutage übernimmt die Jugend bewusst oder unbewusst diesen Slang. Bewusst wird er eingesetzt, um den Slang zu verhöhnen, wenn man sich in einem ärmlichen Quartier befindet, wo die Sprache in regem Gebrauch ist, oder einfach zum Vergnügen. Wird man jedoch von einem fliessend Balkandeutsch Sprechen begleitet oder von einem solchen verbal konfrontiert, antwortet man unbewusst in demselben Sprachstil.

Man sieht demnach deutlich, dass Modetrends eingesetzt werden, damit die Jugend den strikten Sprachvorschriften der Erwachsenenwelt entfliehen kann. Social Media und Youtube werden von den Jugendlichen gestaltet und umgekehrt beeinflussen uns die Medien. Zusätzlich kreiert die Jugend selbst ihre eigenen Sprachtrends, indem sie ihre Kreativität auf einer sprachlichen Ebene einsetzt. Die Kurzlebigkeit der Trendwörter ist der Kern der Innovationskraft und Frische der Jugendsprache.