

GESELLSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN DES SPRACHWANDELS: SOZIALPSYCHOLOGISCHE KORRELATE DER VERWENDUNG VON ANGLIZISMEN

Frank Eckerle, M.Sc., Adrian Rothers, M.Sc., Prof. Dr. Christopher Cohrs,
unter Mitarbeit von Kristin Bertram, B.Sc.

gefördert durch die Vestische Forschungsstiftung e.V.

Marburg, am 24.04.2019

ZUSAMMENFASSUNG

In einer Literaturrecherche fanden wir, dass zwar zur Bewertung von Anglizismen einige Forschungsergebnisse existieren, jedoch wenig über die tatsächlichen Verwenderinnen¹ bzw. Nichtverwenderinnen bekannt ist (siehe Abschnitt 1). Die vorliegende Studie basiert nun auf den Erkenntnissen dieser Literaturrecherche und orientiert sich an folgender Leitfrage: „Wer verwendet Anglizismen und warum?“

Zur Beantwortung dieser Fragestellung erhoben wir einen annähernd repräsentativen Datensatz ($N = 1013$) und nutzten ein eigens entwickeltes Maß zur Messung der Anglizismenverwendung. Dieses Maß basierte auf der Verwendungsneigung von 23 zufällig ausgewählten und auf ausgeglichene Verbreitung im deutschen Sprachraum geprüften Begriffen (siehe Abschnitt 4.1). Weitere sprachbezogene Variablen kamen aus den Bereichen der Wahrnehmung und Bewertung sprachlicher Normen und der wahrgenommenen Bereicherung und Bedrohung durch sprachlichen Wandel (siehe Abschnitte 4.2 und 4.3). Zur Charakterisierung und Vorhersage der Verwendung von Anglizismen wurde eine Reihe soziodemografischer (siehe Abschnitt 4.7) und soziopolitischer Daten zum gesellschaftlichen Zusammenhalt (siehe Abschnitt 4.4) erhoben. Darüber hinaus integrierten wir in die Untersuchung eine auf Hypothesen basierende Auswahl von Persönlichkeitsaspekten (siehe Abschnitt 4.5) sowie die Einstellung zur USA (siehe Abschnitt 4.6).

In der Datenanalyse näherten wir uns unserer Untersuchungsfrage über zwei Wege: Erstens – mit Betonung auf das „Wer“ – erstellten wir auf Basis unseres Messinstruments eine Typologie der Anglizismenverwenderinnen. Eine latente Klassenanalyse identifizierte vier Klassen, die wir folgendermaßen benannten: Selektive, Verwenderinnen, Gemäßigte und Vermeiderinnen (siehe Abschnitt 6.2). Die vier Klassen ließen sich auf Basis ihrer Assoziationen mit Anglizismen und im Zusammenhang mit soziodemografischen Variablen unterscheiden. Zweitens – mit Betonung auf das „Warum“ – prüften wir in einer schrittweisen multiplen Regression, inwiefern Variablen zur Soziodemografie, soziopolitischer Selbstverortung, soziopolitischer Einstellung, unmittelbar sprachbezogene sozialpsychologische Kennwerte und Persönlichkeitsaspekte im Zusammenhang mit der allgemeinen Neigung standen, Anglizismen zu verwenden. Das finale Modell enthielt zehn Variablen, die alle genannten Bereiche repräsentierten (siehe Abschnitt 6.2). Die vorgeschaltete Frage nach den soziodemografischen Einflüssen auf die Einstellung zu Anglizismen untersuchten wir außerdem mit einem latenten Strukturgleichungsmodell (siehe Abschnitt 6.1).

Die Ergebnisse zu den Nuancen der Fragestellung werden in einer abschließenden Bemerkung synthetisiert und interpretiert (siehe Abschnitt 7).

¹Im fortlaufenden Text werden wir das generische Femininum nutzen, was allein einer besseren Lesbarkeit dienen soll. Wir haben die feminine Form mittels eines Münzwurfs gewählt, wollen aber in unserem Bericht alle Geschlechter ansprechen.

INHALTSVERZEICHNIS

Zusammenfassung	II
Inhaltsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis	V
1. Einleitung	1
2. Struktur des Berichts	2
3. Durchführung der Studie	2
4. Verwendete Instrumente und deskriptive Ergebnisse	3
4.1 Verwendung von Anglizismen	4
Finale Anglizismenauswahl, Situationscharakteristika und deskriptive Ergebnisse	4
4.2 Wahrnehmungen und Bewertungen sprachlicher Veränderungen	7
4.3 Wahrgenommene Bereicherung und Bedrohungen durch sprachlichen Wandel	7
4.4 Aspekte gesellschaftlicher Kohäsion/gesellschaftlicher Veränderung /sozialen Zusammenhalts	8
Soziale Beziehungen, generalisiertes Vertrauen und Einstellung zu Diversität	8
Verbundenheit: Identifikation, Vertrauen in Institutionen und Gerechtigkeitsempfinden.....	9
Gemeinwohlorientierung	11
Wahrnehmung und Beurteilung der deutschen Gesellschaft und gesellschaftliche Anerkennung	13
4.5 Persönlichkeitsaspekte	13
Soziale Konformität	13
Proaktive Persönlichkeit	14
Machtstreben	15
4.6 Einstellungen gegenüber den USA	15
4.7 Demografische Variablen	16
Alter & Geschlecht.....	16
Bundesland & Wohnortsgröße.....	16
Familienstand & Kinderanzahl.....	17
Politik und Bildung.....	18
Einkommen und Wirtschaftslage	19
Staatsbürgerschaft und Englischkenntnisse.....	20
5. Analysen	20
6. Ergebnisse	23
6.1 Wer hat Angst vor Anglizismen? Soziodemografische Korrelate der Einstellung zu Anglizismen	23
6.1.1 Konstruktion der Variable „Einstellung zu Anglizismen“	23
6.1.2 Sozio-demografische Prädiktoren der Einstellung zu Anglizismen	23
6.2 Typen der Anglizismenverwendung und deren Vorhersage	25

6.2.1 Ermittlung von Klassen von Anglizismenverwenderinnen	25
6.2.2 Verlässlichkeit der Klassenzuordnung	30
6.2.3 Beschreibung der Klassen anhand ihrer Anglizismenverwendung	31
6.2.3 Soziale Milieus der vier Klassen.....	32
6.3 Neigung zur Anglizismenverwendung und deren Vorhersage	35
6.3.1 Berechnung der kontinuierlichen Verwendungsvariablen.....	35
6.3.2 Analysestrategie zur Vorhersage der Verwendungsneigung	35
6.3.3 Ergebnisse des resultierenden Gesamtmodells	37
7. Abschliessende Bemerkungen.....	39
7.1 Wer nutzt Anglizismen (nicht)?	39
7.2 Warum nutzen Menschen (keine) Anglizismen?.....	40
Literaturverzeichnis.....	42

TABELLENVERZEICHNIS

TABELLE 1 - ITEMS ZUR VERWENDUNGSWAHRSCHEINLICHKEIT VON ANGLIZISMEN.	4
TABELLE 2 - ITEMS ZUR PRODUKTION VON ANGLIZISMEN.....	5
TABELLE 3 - ITEMS ZU WAHRNEHMUNGEN UND BEWERTUNGEN SPRACHLICHER VERÄNDERUNGEN (N = 1013).....	7
TABELLE 4 - ITEMS ZUR WAHRGENOMMENEN BEREICHERUNG UND BEDROHUNG DURCH SPRACHLICHEN WANDEL.....	8
TABELLE 5 - ITEMS ZU SOZIALEN BEZIEHUNGEN	9
TABELLE 6 - ITEMS ZUR VERBUNDENHEIT	10
TABELLE 7 - ITEMS ZUR GEMEINWOHLORIENTIERUNG	12
TABELLE 8 - ITEMS ZUR WAHRNEHMUNG UND BEURTEILUNG DER DEUTSCHEN GESELLSCHAFT, SOWIE ZUR GESELLSCHAFTLICHEN ANERKENNUNG	13
TABELLE 9 - ITEMS ZUR SOZIALEN KONFORMITÄTSSKALA	14
TABELLE 10 - ITEMS ZUR PROAKTIVEN PERSÖNLICHKEIT	14
TABELLE 11 - ITEMS ZUM MACHTSTREBEN	15
TABELLE 12 - ITEMS ZU EINSTELLUNGEN GEGENÜBER DEN USA.....	15
TABELLE 13 - HERKUNFT DER TEILNEHMENDEN NACH BUNDESLAND	17
TABELLE 14 - VERTEILUNG NACH WOHNORTSGRÖÖBE	17
TABELLE 15 - VERTEILUNG NACH KINDERANZAHL	18
TABELLE 16 - SONNTAGSFRAGE	18
TABELLE 17 - WELCHEN BERUFLICHEN AUSBILDUNGSABSCHLUSS HABEN SIE?	19
TABELLE 18 - WIE HOCH IST IHR EIGENES MONATLICHES NETTO-EINKOMMEN?	19
TABELLE 19 - ANGABEN ZUM EINKOMMEN UND DER WIRTSCHAFTSLAGE	20
TABELLE 20 - DEMOGRAFISCHE ANGABEN ZUR SPRACHKOMPETENZ.....	20
TABELLE 21 - ÜBERSICHT ÜBER DIE DUMMY-KODIERUNG DER IN ABSCHNITT 6 GENUTZTEN VARIABLEN	21
TABELLE 22 - ZUR VORHERSAGE VON ANGLIZISMENBEZOGENEN EINSTELLUNGEN, VERWENDUNGSTYPEN UND VERWENDUNGSNEIGUNG VERWENDETE VARIABLEN.....	22
TABELLE 23 - ERGEBNISSE DES LATENTEN STRUKTURGLEICHUNGSMODELLS ZU VORHERSAGE VON EINSTELLUNG ZU ANGLIZISMEN DURCH SOZIODEMOGRAFISCHE PRÄDIKTOREN	24
TABELLE 24 - ERGEBNISSE DER MULTINOMINALEN REGRESSION DER KLASSEN MIT SOZIODEMOGRAFISCHEN DATEN ...	34
TABELLE 25 - MODELLKOEFFIZIENTEN DES RESULTIERENDEN GESAMTMODELLS ZUR VORHERSAGE DER VERWENDUNGSNEIGUNG VON ANGLIZISMEN.....	37

1. EINLEITUNG

Sprache und Identität stehen miteinander in engem Bezug: Menschen verleihen durch die Nutzung bestimmter Sprachstile ihrer Individualität Ausdruck (Pennebaker, Mehl, & Niederhoffer, 2003). Gleichwohl ist Sprache eine kollektive Praxis: Gruppen entwickeln eigene Sprachstile, die sich hinsichtlich des verwendeten Vokabulars, der Intonation und weiteren Aspekten unterscheiden (Giles & Johnson, 1987; Eastman, 1985). Wie eine Person spricht, gibt daher nicht nur Aufschluss über ihr individuelles, sondern auch über ihr kollektives Selbstkonzept und über den Anteil ihrer Identität, der auf Mitgliedschaften in verschiedenen Gruppen beruht. Der Begriff der Gruppe ist in seiner sozialpsychologischen Verwendung bewusst weit gefasst: als Gruppe können der Freundeskreis oder ein Arbeitsteam erlebt werden, genauso wie eine Nation oder gar die gesamte Menschheit. So können auch nur unscharf etwa durch bestimmte Einstellungen oder Vorlieben definierte Subkulturen als Gruppe aufgefasst werden, solange sich die Individuen dieser Gruppe zuordnen und diese Zuordnung für sie bedeutsam ist (Tajfel, 1981; Turner et al., 1987).

Die Verwendung von Anglizismen ist ein Sprachmerkmal, das Gruppen ganz verschiedener Art als Ausdrucksmittel verwenden: Jugendliche „chillen“ gemeinsam, finden etwas „nice“; in der Finanzbranche wird von „Futures“ oder „Mergers“ gesprochen, im Kaufhaus vom „Sale“ und in den sozialen Medien gibt es „Shitstorms“ - meistens wissen die Beteiligten, was gemeint ist. Welche psychologischen Prozesse stehen hinter solchem Sprachverhalten? Was verrät uns die Verwendung von Anglizismen über die Persönlichkeit einer Person oder die Beziehung eines Individuums zur Gesellschaft? Gibt es sogar gesellschaftliche Veränderungen, die auf die Verwendung von Anglizismen zurückgeführt werden können? Die vorliegende Befragung soll Erkenntnisse zu diesen Fragestellungen liefern.

Unsere Befragung baut auf einer Literaturrecherche auf, die wir in einem vorherigen Bericht zusammengefasst haben (Cohrs, 2017).² Der Literaturbericht setzte an der gesellschaftlichen Debatte über einen Sprachwandel im Sinne einer zunehmenden Verwendung von Anglizismen in der deutschen Sprache an. Wir konnten in dieser Debatte folgende Vermutung bezüglich gesellschaftlicher Auswirkungen identifizieren: gesellschaftliche Konflikte, Ausgrenzung durch Kommunikationsbarrieren, Veränderungen der Kultur und Identität, Erweiterung des Kommunikations- und Handlungspotenzials, Beeinträchtigung der Wissenschaft, Auswirkungen auf internationale Beziehungen sowie Profilierung und Schaffung neuer Identitäten. Empirisch lag der Schwerpunkt bisheriger Forschung v.a. auf der Untersuchung der Wahrnehmung von Anglizismen, auf den Einstellungen gegenüber Anglizismen in der Bevölkerung und auf der Konstruktion von Identitäten durch die Verwendung von Anglizismen. Bezüglich Einstellungen fasst der Bericht die Ergebnisse folgendermaßen zusammen:

Zusammenfassend lässt sich zu Einstellungen gegenüber Anglizismen festhalten, dass zwar vielfach neutrale oder ambivalente Einstellungen gegenüber Anglizismen bestehen, es jedoch auch in bedeutsamem Maße Bevölkerungsgruppen mit negativen und mit positiven Einstellungen gibt. Diese Situation lässt es besonders fruchtbar erscheinen, weitere Unterscheidungsmerkmale dieser Bevölkerungsgruppen zu identifizieren. Einstellungen gegenüber Anglizismen scheinen tendenziell einherzugehen mit demografischen Variablen (Alter, Ost- vs. Westdeutschland) sowie

² Projektbericht „Gesellschaftliche Auswirkungen und sozialpsychologische Aspekte der Verwendung von Anglizismen in der deutschen Sprache“, Prof. Dr. Christopher Cohrs (Philipps-Universität Marburg) unter Mitarbeit von Paulina Stocker, gefördert durch die Vestische Forschungstiftung e.V. Marburg, 11.11.2017

mit anderen Einstellungen und Wahrnehmungen, die auf das (Nicht-)Vorhandensein von Bedrohungsgefühlen hindeuten (Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung, Einschätzung der Vitalität der deutschen Sprache, Wahrnehmung eines Sprachverfalls und Verbundenheit mit Deutschland). Die Erkenntnisse hinsichtlich möglicher Gründe und Motive für positive oder negative Einstellungen gegenüber Anglizismen sind begrenzt (vgl. auch Stickel, 2000). (Cohrs, 2017, S. 11-12)

Während sich also zur Bewertung von Anglizismen einige Forschungsergebnisse finden lassen, wissen wir weniger über die tatsächlichen Verwenderinnen bzw. Nichtverwenderinnen. Durch den tatsächlichen Gebrauch von Anglizismen durch Sprecherinnen werden eventuelle Veränderungen der Sprache jedoch erst alltäglich erfahrbar. In der Untersuchung des Anglizismen**gebrauchs**, verglichen mit der *Bewertung* von Anglizismen, sind Forscherinnen mit vielleicht noch größerer Komplexität konfrontiert. Wer verwendet wann welche Anglizismen? Hinlänglich untersucht ist beispielsweise das Phänomen des Code-Switching: Sprecherinnen passen ihren Sprachstil den jeweils relevanten persönlichen und kollektiven Identitäten an, die das Bindeglied zwischen ihnen und den Zuhörerinnen darstellen (z.B. Androutsopoulos, 2001). Entsprechend ist es denkbar, dass Personen Anglizismen in manchen Situationen verwenden, in anderen Situationen jedoch nicht, oder dass sie einige Anglizismen in vielen verschiedenen Situationen verwenden, andere jedoch fast nie, da eine Verwendung für sie „unpassend“ wäre. Dementsprechend werden wir in Bezug auf die Verwendung zwei parallele Ansätze verfolgen: zum einen nehmen wir sprachliche Feinheiten in der Anglizismenverwendung in den Fokus und erstellen eine Typologie von Anglizismenverwenderinnen. Zum anderen konzentrieren wir uns auf eine allgemeine Tendenz zur Verwendung von Anglizismen, ungeachtet der beschriebenen sprachlichen Feinheiten. Für diese verschiedenen Fragestellungen greifen wir auf unterschiedliche Arten der statistischen Modellierung zurück.

Unsere Studie hat daher sowohl Einstellungen zu Anglizismen als auch das Verwendungsverhalten zum Gegenstand. Zu beiden Bereichen möchten wir wichtige Korrelate identifizieren und die Debatte um Anglizismen in der deutschen Sprache bereichern.

2. STRUKTUR DES BERICHTS

Zunächst möchten wir einen Überblick über unseren Bericht geben: In Kapitel 3 stellen wir kurz den Ablauf und die Rahmenbedingungen der Fragebogenerhebung dar. Kapitel 4 enthält detaillierte Beschreibungen der einzelnen Bestandteile des Fragebogens, inklusive deskriptiver Statistiken und Informationen zur Bildung von Skalen. Die zentralen Variablen der Einstellung zu und der Verwendung von Anglizismen erläutern wir in Kapitel 5 näher und integrieren sie dann jeweils in gemeinsame Modelle mit den anderen erhobenen Variablen. Diese Modelle enthalten die Kernaussagen unseres Projektes zur genaueren Charakterisierung von anglizismenbezogenen Einstellungen und Verwendungsweisen (Kapitel 6).

3. DURCHFÜHRUNG DER STUDIE

Zur Untersuchung der genannten Konzepte haben wir uns für eine Online-Befragung an einer repräsentativen Stichprobe entschieden. Erste Konzipierungen fanden auf Papier statt und wurden mit dem Ansprechpartner der Stiftung, Herrn Dr. Thelen, iterativ verbessert. Dadurch wurden z.B. die Variablen zur proaktiven Persönlichkeit sowie die Einstellungen gegenüber den USA zum ursprünglichen Konzept hinzugefügt. Schließlich wurde eine Online-Befragung mit dem Tool UNIPARK der QuestBack GmbH programmiert.

Der Fragebogen wurde größtenteils in der gleichen Reihenfolge realisiert, wie die Konzepte gelistet sind. Einzig einige demografisch Variablen wurden an den Anfang des Fragebogens verschoben, da diese zur Quotierung wichtig waren. Außerdem wurden die Teilnehmerinnen am Ende des Fragebogens gefragt, ob sie für ein späteres Interview zur Verfügung stünden, um ausgewählte Vertreterinnen einzelner Anglizismus-Verwendungsprofile ausführlicher befragen zu können. Durch solche ausgewählten Interviews könnten wir einerseits in der Lage sein, nicht eindeutige Befunde aus der aktuellen Datenerhebung aufzuklären, andererseits weiterführende Erkenntnisse und neue Hypothesen zum Zusammenhang der Verwendung von Anglizismen und gesellschaftlichen Orientierungen zu generieren.

Die Fragebogenprogrammierung wurde von den Forschenden vorgenommen. Mithilfe des externen Umfrageinstitutes *aproxima*, Gesellschaft für Markt- und Sozialforschung Weimar mbh wurde eine Stichprobe von Personen der Wohnbevölkerung Deutschlands befragt. *Aproxima* stellte sowohl die ersten 40 Teilnehmerinnen für den Prätest, als auch die folgenden 1051 Teilnehmerinnen der Nettostichprobe der Haupttestung mithilfe eines Umfragepanelpartners bereit. Diese Stichprobe ist in Bezug auf wesentliche Charakteristika gleich zusammengestellt wie die Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland (s. Abschnitt 4.7 Demografische Variablen). Durch die Repräsentativität der Stichprobe können wir nicht nur die *Existenz* von Variablenzusammenhängen prüfen, sondern auch eine Aussage über die *Häufigkeit* bzw. *Stärke* des Phänomens in der Gesellschaft treffen.

Es wurden die Daten von 62 Personen aus der Analyse ausgeschlossen, entweder aufgrund überfüllter Quoten ($N = 16$), oder weil ihr Antwortverhalten darauf hindeutete, dass sie den Fragebogen nicht ernsthaft oder gründlich genug bearbeitet hatten (z.B. am Aufmerksamkeitstest scheiterten, „durchklickten“ oder unangemessenes Antwortverhalten bei offenen Fragen zeigten, $N = 46$). Diese Ausschlüsse wurden mit einer Nacherhebung von 24 Personen kompensiert. Der bereinigte finale Datensatz enthält die Angaben von 1013 Personen. Da manche Fragen trotz gesonderter Aufforderung durch manche Teilnehmerinnen nicht beantwortet wurden, schwankt die tatsächliche Fallzahl zwischen 1003 und 1013.

4. VERWENDETE INSTRUMENTE UND DESKRIPTIVE ERGEBNISSE

Im Folgenden werden kurz die Konzepte Verwendung von Anglizismen, Wahrnehmungen und Bewertungen sprachlicher Veränderungen, wahrgenommene Bereicherung und Bedrohungen durch sprachlichen Wandel, Aspekte gesellschaftlicher Kohäsion/gesellschaftlicher Veränderung/sozialen Zusammenhalts, Persönlichkeitsaspekte, Einstellung gegenüber den USA sowie demografische Variablen vorgestellt, welche für die Befragung maßgebend waren.

Zu allen Fragen werden Mittelwert und Standardabweichung in den Tabellen berichtet. Die Antwortformate variierten zwischen den Fragen und sind ebenfalls in den Tabellen angegeben. Teilweise wurden psychologische Konstrukte mittels mehrerer Fragen erfasst, die für die Auswertung zu einer Skala verrechnet wurden. Im Folgenden werden in diesen Fällen psychometrische Kriterien berichtet, die Aufschluss darüber geben, ob eine solche Verrechnung gerechtfertigt ist (wie stark die Antworten auf die Einzelfragen miteinander zusammenhängen). Dazu zählen auf Skalenebene die interne Konsistenz (Cronbach's α) und auf Ebene der Einzelitems die Trennschärfe r_{it} . Bei Cronbach's α zeigen hohe Werte eine hohe interne Konsistenz der Skala an, wobei je nach Gegenstandsbereich unterschiedliche Erwartungen an die interne Konsistenz gestellt werden. Sehr allgemein gesprochen gelten Werte ab .70 als wünschenswert (Moosbrugger & Kelava, 2012). Ein Item mit hoher Trennschärfe unterscheidet die Stichprobe auf ähnliche Weise in hohe und niedrige Ausprägungen wie

die restlichen Items der Skala zusammengenommen. Die Trennschärfeanalyse hilft, einzelne Items zu identifizieren, die mit dem Rest der Skala nicht zusammenpassen. Hier gilt aus psychometrischer Sicht ein Wertebereich von .40 bis .70 als wünschenswert.

Die Ergebnisse werden nach den Konstrukten geordnet vorgestellt. Diese Ordnung spiegelt größtenteils den Ablauf des Fragebogens wider, wie ihn die Teilnehmerinnen zu Gesicht bekamen (erkennbar an der Fragenummerierung in den Tabellen).

4.1 Verwendung von Anglizismen

Das Vorgehen bei der Messung der individuellen Neigung zur Verwendung von Anglizismen war wie folgt: Mithilfe des Anglizismen-Indexes (Verein Deutsche Sprache, 2017) wurde eine Zufallsauswahl von gesellschaftlich geläufigen Anglizismen mitsamt je einer deutschen Entsprechung getroffen. Die Befragten sollten auf einer vierstufigen Skala angeben, inwiefern sie eher den Anglizismus oder eine deutsche Alternative verwenden würden. Dabei wurde explizit darauf hingewiesen, dass die deutschen Alternativen beispielhaft angegeben wurden, da bei manchen Worten auch andere Entsprechungen möglich sind. Die Wahl der Anglizismen geschah durch folgende Maßnahmen: Die Anglizismen mussten laut Index aus den Kategorien Alltag (A) oder Gesellschaft (G) stammen, um „Spezialistenwörter“ zu vermeiden. Außerdem sollte eine vergleichbar geläufige Alternative im deutschen Sprachgebrauch vorhanden sein. Dazu wurde eine Google Trend-Analyse durchgeführt: Ähnelten sich die Nutzungshäufigkeit und -verteilungen des Anglizismus und der deutschen Alternative zwischen 2004 und heute hinreichend, wurden die Begriffe für geeignet befunden. Aufgrund dieser Herangehensweise wurden vorerst 37 Anglizismen und deren deutsche Übersetzungsmöglichkeiten ausgewählt. 25 davon wurden zufällig ausgewählt und einem Prätest unterzogen.

Finale Anglizismenauswahl, Situationscharakteristika und deskriptive Ergebnisse

Insgesamt umfasste die vollständige Zusammenstellung von Anglizismen und deren Übersetzungsmöglichkeiten 22 Begriffe und ein Sprichwort („First come first serve“ – „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst“). Zusätzlich zu der Einschätzung, welchen Begriff die Teilnehmerinnen eher nutzen würden, folgte, wenn mindestens „eher“ der Anglizismus bevorzugt wurde, eine offene Frage nach etwaigen Charakteristika der Situationen, in denen er verwendet werden würde. Zur Ableitung der Klassen von Anglizismenverwenderinnen können also drei Parameter herangezogen werden: die *Verwendungshäufigkeit* in Abhängigkeit von *bestimmten Anglizismen*, angereichert durch Angaben zu *Charakteristika der Situationen*, in denen der jeweilige Anglizismus verwendet würde.

Die deskriptive Auswertung zeigt, dass mit Ausnahme von „bodylotion“ die Anglizismen im Durchschnitt seltener gebraucht wurden als ihre deutsche Entsprechung, es jedoch bei allen Worten Variation innerhalb der Stichprobe bezüglich der Verwendungsneigung gibt (über alle Anglizismen gemittelt $M = 1.84$, $SD = 0.96$; der Skalenmittelpunkt liegt bei 2.5). Tabelle 1 gibt die Itempositionen im Fragebogen, die genauen Wortlaute sowie Mittelwerte (M) und Standardabweichungen (SD) an.

Die offenen Antwortfelder zur Beschreibung von Charakteristika der Situationen, in denen der jeweilige Anglizismus verwendet würde, wurden ebenfalls genutzt.

Tabelle 1 - Items zur Verwendungswahrscheinlichkeit von Anglizismen.

Nr.	Itemwortlaut	M	SD
	Im Allgemeinen, welche Begriffe würden Sie jeweils eher verwenden?		

7.1	first come first serve (mögliche Alternative: Wer zuerst kommt, mahlt zuerst)	1.55	0.92
7.2	ready (mögliche Alternative: bereit/fertig)	1.89	0.96
7.3	bodylotion (mögliche Alternative: Körpermilch)	2.84	1.07
7.4	career (mögliche Alternative: Karriere)	1.44	0.84
7.5	hi (mögliche Alternative: Hallo)	2.39	1.01
7.6	easy (mögliche Alternative: einfach)	2.20	1.01
7.7.	catwalk (mögliche Alternative: Laufsteg)	2.18	1.11
7.8	honeymoon (mögliche Alternative: Flitterwochen)	1.79	0.97
7.9	(goal)keeper (mögliche Alternative: Torwart)	1.47	0.85
7.10	relaxed (mögliche Alternative: entspannt, locker)	2.33	1.01
7.11	strange (mögliche Alternative: fremd, schräg)	1.92	1.02
7.12	city guide (mögliche Alternative: Stadtführer/in)	1.79	0.94
7.13	awareness (mögliche Alternative: Bewusstsein)	1.46	0.87
7.14	fitness check (mögliche Alternative: Gesundheitstest)	2.22	1.05
7.15	slot machine (mögliche Alternative: Spielautomat)	1.60	0.95
7.16	clubbing (mögliche Alternative: ausgehen)	1.52	0.88
7.17	peer group (mögliche Alternative: Gruppe Gleichartiger)	1.64	0.97
7.18	charity (mögliche Alternative: Wohltätigkeit)	1.98	1.01
7.19	beachwear (mögliche Alternative: Strandmode)	1.63	0.91
7.20	sequel (mögliche Alternative: Fortsetzung)	1.48	0.89
7.21	wildlife (mögliche Alternative: Tier- und Pflanzenleben)	1.82	0.98
7.22	gender pay gap (mögliche Alternative: Lohnunterschied)	1.48	0.89
7.23	sleeper (mögliche Alternative: Schläfer[zelle])	1.60	0.91

Anmerkung: Antwortmöglichkeiten reichten von 1 = Verwendung einer deutschen Entsprechung bis 4 = Verwendung des Anglizismus.

Zusätzlich zu der neu entwickelten Vorgehensweise wurden die fünf Begriffe zur Produktion von Anglizismen von Altleitner (2007) genutzt, um eine Vergleichbarkeit unserer Ergebnisse mit denen von Altleitner herzustellen. Zu jedem Anglizismus wurden vier bis fünf Situationen beschrieben. Die Umfrageteilnehmerinnen sollten die subjektive Wahrscheinlichkeit dafür angeben, dass sie den jeweiligen Anglizismus verwenden würden. Wie bei Altleitner kamen dabei unterschiedliche Antwortmöglichkeiten zum Einsatz: bei „sorry“ und „happy“ von 1= „auf keinen Fall“ bis 4= „auf jeden Fall“; bei „Bike“ und „Story“ konnte entweder 1 = [Anglizismus] oder 2 = [deutsche Entsprechung] angegeben werden; bei „Event“ konnten eine oder mehrere der beschriebenen Situationen angeklickt werden, 0 = [Präferenz für Anglizismus], 1 = [Präferenz für deutsche Entsprechung]).

Tabelle 2 - Items zur Produktion von Anglizismen

Nr.	Begriff /Übersetzung	Itemwortlaut	M	SD
-----	----------------------	--------------	---	----

9.1		Sie haben bei der Arbeit einen Fehler gemacht und sprechen darüber mit ihrem Chef	1.94	0.93	
9.2	Sorry/Entschuldigung 1 = „auf keinen Fall“ bis 4 = „auf jeden Fall“	Im Gedränge der Fußgängerzone sind Sie jemandem auf den Fuß getreten	2.80	0.95	
9.3		Durch eine falsche Information von Ihnen hat ein Freund viel Ärger gehabt	2.20	1.00	
9.4		Sie haben am Telefon die falsche Nummer gewählt, es meldet sich jemand, den Sie überhaupt nicht kennen	2.21	0.96	
10.1			Mein Vater ist stolz auf sein neues...	1.90	0.29
10.2	Bike/Fahrrad 1 = „Bike“ oder 2 = „Fahrrad“	Zu seinem 15. Geburtstag wünscht sich Stefan ein neues...	1.71	0.46	
10.3		Den größten Freizeitspaß habe ich mit dem...	1.82	0.39	
10.4		Zum Einkaufen fahre ich statt mit dem Auto lieber mit dem...	1.94	2.32	
11.1			Was du mir gestern erzählt hast, war eine tolle...	1.53	0.50
11.2	Story/Geschichte 1 = „Story“ oder 2 = „Geschichte“	Die Mutter erzählt ihrem Kind zum Einschlafen eine...	1.98	0.14	
11.3		Das mit deiner Tante ist ja wirklich eine traurige...	1.96	0.20	
11.4		Sie müssen sich was einfallen lassen, sonst wird das keine gute...	1.43	0.50	
12.1			Sie haben gerade noch Karten für den Film bekommen, den Sie so gerne sehen wollten	2.44	0.92
12.2	happy/glücklich 1 = „auf keinen Fall“ bis 4 = „auf jeden Fall“	Es ist der Tag Ihrer Hochzeit mit dem Mann/der Frau Ihrer Träume	2.10	1.04	
12.3		Sie bekommen eine nette Kleinigkeit geschenkt	2.21	0.89	
12.4		Sie haben sich um eine sehr interessante Stelle beworben und haben sie tatsächlich bekommen	2.16	1.02	
13.1			wenn es um eine besonders große oder interessante Veranstaltung geht	0.47	0.50
13.2	Event/Feier 0 = „würde Event nicht verwenden“, 1 = „würde Event verwenden“	wenn es sich um eine offizielle Veranstaltung handelt	0.18	0.39	
13.3		wenn es aus mehreren Einzelveranstaltungen besteht	0.25	0.43	
13.4		wenn die Veranstaltung eher locker und nicht so durchorganisiert ist	0.29	0.45	
13.5		wenn ich Eindruck machen will	0.14	0.35	
13.6		in anderen Fällen, nämlich:	Offene Antworten		

In Tabelle 2 ist ersichtlich, dass die Neigung, Anglizismen zu verwenden, von den Situationen, aber auch den Worten selbst abzuhängen scheint. Als einziger Anglizismus wird „happy“ von den Teilnehmerinnen über alle präsentierten Situationen hinweg im Mittel leicht präferiert ($M = 2.10$; $SD = 1.04$ für Frage 12.2 bis $M = 2.44$; $SD = 0.92$ für Frage 12.1). Der situative Einfluss lässt sich hingegen bei „Event“ sehr gut sehen: Wenn es sich um eine besonders große oder interessante Veranstaltung handelt, sind sich die Teilnehmenden relativ uneins ($M = 0.47$; $SD = 0.50$). Bei offiziellen Veranstaltungen oder wenn man Eindruck machen will, wird jedoch ziemlich klar zu „Feier“ tendiert ($M = 0.18/0.14$; $SD = 0.30/0.35$).

4.2 Wahrnehmungen und Bewertungen sprachlicher Veränderungen

Neben der Sprachproduktion steht auch die Einstellung gegenüber Anglizismen in der wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Debatte um Anglizismen im Fokus. Dazu wurden vier Fragen von den Forschenden selbst konzipiert. Drei Fragen erfassten die Wahrnehmung sprachlicher Veränderungen und deren Bewertung. Diese Fragen nach wahrgenommener Zu- oder Abnahme von Anglizismen in der deutschen Sprache, positive bis negative Bewertung derer und der Verdrängungswahrnehmung konnten jeweils fünfstufig beantwortet werden. Um relevante Normen bezüglich der Anglizismenverwendung im Umfeld der Umfrageteilnehmerinnen zu erfassen, wurde in Frage 17 nach der wahrgenommenen Verbreitung von Anglizismen im privaten und beruflichen Umfeld gefragt. Diese zwei Unterskalen konnten jeweils vierstufig beantwortet werden (siehe Tabelle 3).

Tabelle 3 - Items zu Wahrnehmungen und Bewertungen sprachlicher Veränderungen ($N = 1013$)

Nr.	Itemwortlaut	M	SD
14	Hat die Verwendung von Anglizismen in den letzten Jahren... (1 „stark abgenommen“ – 5 „stark zugenommen“)	4.20	0.89
15	Wie beurteilen Sie die Verwendung von Anglizismen in der deutschen Sprache? (1 „sehr negativ“ – 5 „sehr positiv“)	2.59	0.93
16	Würden Sie sagen, dass die meisten englischen Wörter, die in die deutsche Sprache Einzug erhalten, eher wichtige deutsche Wörter verdrängen oder die deutsche Sprache bereichern? (1 „klar verdrängen“ – 5 „klar bereichern“) Wie verbreitet ist die Verwendung von Anglizismen in Ihrem Umfeld? (1 „gar nicht verbreitet“ – 4 „sehr stark verbreitet“)	2.44	0.99
17.1	Privat? (1 „gar nicht verbreitet“ – 4 „sehr stark verbreitet“)	2.21	0.75
17.2	Beruflich? (1 „gar nicht verbreitet“ – 4 „sehr stark verbreitet“)	2.33	0.87

In der Wahrnehmung der Teilnehmerinnen hat die Verwendung von Anglizismen in den letzten Jahren deutlich zugenommen ($M = 4.20$; $SD = 0.89$). Die Bewertungen dieser Veränderung sind im Durchschnitt neutral/ambivalent bis negativ. Im privaten bzw. beruflichen Umfeld scheint die Verwendung von Anglizismen im Durchschnitt ähnlich verbreitet zu sein ($M = 2.21/2.33$; $SD = 0.75/0.87$).

4.3 Wahrgenommene Bereicherung und Bedrohungen durch sprachlichen Wandel

Um nicht nur die Wahrnehmung des sprachlichen Wandels, sondern auch dessen Bewertung zu erfassen, wurden drei Einzelfragen gestellt (siehe Tabelle 4). Jede bildet dabei eine unterschiedliche Art der Bedrohung ab. Die symbolische Bedrohung wurde anhand der Frage nach Bereicherung oder Gefährdung der kulturellen Identität Deutschlands erfasst (angelehnt an Gonzalez, Verkuyten, Weesie

& Poppe, 2008; Perreira, Vala & Leyens, 2009). An die Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) 2012 angelehnt, wurde die realistische Bedrohung anhand der Frage nach Nutzen oder Schaden von Anglizismen in Bezug auf den wirtschaftlichen und politischen Status Deutschlands gestellt (Wasmer, Blohm, Walter, Scholz & Jutz, 2014). Schließlich sollten die Teilnehmerinnen bewerten, wie sehr sie Missverständnisse aufgrund von Anglizismen befürchten. Diese Frage zielt auf das Konzept der Intergruppenangst (Stephan & Stephan, 1985) ab und wurde von den Forschenden selbst konzipiert. Alle drei Fragen waren auf einer fünfstufigen Skala beantwortbar. Die wahrgenommene Bedrohung (vs. Bereicherung) durch sprachlichen Wandel als Gesamtskala (Fragen 18-20) hatte ein α von .67.

Tabelle 4 - Items zur wahrgenommenen Bereicherung und Bedrohung durch sprachlichen Wandel

Nr.	Itemwortlaut	M	SD	r_{it}
18	Würden Sie sagen, die Verwendung von Anglizismen bereichert oder gefährdet die kulturelle Identität Deutschlands? (1 „gefährdet sehr“ – 5 „stärkt sehr“)	2.25	0.89	0.55
19	Würden Sie sagen, die Verwendung von Anglizismen nützt oder schadet dem wirtschaftlichen oder politischen Status Deutschlands? (1 „schadet sehr“ – 5 „nützt sehr“)	3.12	0.86	0.52
20	Inwieweit stimmen Sie folgender Aussage zu: Ich befürchte Missverständnisse, wenn in der deutschen Sprache zu viele Anglizismen verwendet werden. (1 „stimme gar nicht zu“ – 5 „stimme völlig zu“)	3.12	1.09	0.42 ^a

Anmerkung: a) rekodiert für die Skalenanalyse

Die Mittelwerte zu allen drei Fragen sind relativ nah am Skalenmittelpunkt, die „symbolische“ Bedrohung durch sprachlichen Wandel wird etwas stärker wahrgenommen als die „realistische“.

4.4 Aspekte gesellschaftlicher Kohäsion/gesellschaftlicher Veränderung /sozialen Zusammenhalts

Neben diesen unmittelbar auf Sprachproduktion und Sprachentwicklung bezogenen Fragen lag ein besonderer Fokus dieser Untersuchung darauf, ein möglichst vollständiges Bild der Beziehungen unserer Umfrageteilnehmenden zur Gesellschaft zu erhalten.

Dazu wurden unterschiedliche Konstrukte beleuchtet, die größtenteils vom Kohäsionsradar der Bertelsmann Stiftung übernommen wurden (Arant, Dragolov & Boehnke, 2017). Dieses wurde zur empirischen Messung des Zusammenhalts der Gesellschaft entwickelt. Zusammenhalt wird demnach als mehrdimensionales, graduelles Merkmal des Gemeinwesens definiert, welches folgende Konzepte umfasst: „Eine kohäsive Gesellschaft ist gekennzeichnet durch belastbare soziale Beziehungen, eine positive emotionale Verbundenheit ihrer Mitglieder mit dem Gemeinwesen und eine ausgeprägte Gemeinwohlorientierung“ (Arant et al., S. 24).

Soziale Beziehungen, generalisiertes Vertrauen und Einstellung zu Diversität
Das Konstrukt „Soziale Beziehungen“ gliedert sich in jeweils vier Fragen zu sozialen Netzen ($\alpha = .69$), allgemeinem Vertrauen in Mitmenschen ($\alpha = .81$) sowie drei zur Akzeptanz von Diversität (siehe Tabelle 5). Die erste Frage zur Akzeptanz von Diversität ergab sich aus der Skala 29.1 bis 29.4 mit einem α von .79. Die anderen zwei Fragen wurden zu einer Skala zusammengefasst und hatten ein α von .83.

Tabelle 5 - Items zu sozialen Beziehungen

Nr.	Itemwortlaut	M	SD	r _{it}
21	Wie groß ist Ihr Freundes- und Bekanntenkreis? (1 „sehr klein“ – 5 „sehr groß“)	2.72	0.90	0.53 ^a
22	Wie oft treffen Sie sich mit Freunden, Bekannten oder privat mit Arbeitskollegen? (1 „sehr selten“ – 5 „sehr häufig“)	3.09	0.89	0.54 ^a
23	Wenn Sie Schwierigkeiten hätten: Haben Sie Freunde, auf deren Hilfe Sie jederzeit zählen können? (1 „ja“ – 2 „nein“)	1.15	0.36	0.42
24	Haben Sie Freunde oder Bekannte außerhalb Ihrer Familie, die Ihnen im dringenden Notfall 1.000 Euro leihen würden? (1 „ja“ – 2 „nein“)	1.37	0.48	0.41
25	Den meisten Menschen kann man vertrauen. (1 „stimme überhaupt nicht zu“ – 11 „stimme voll und ganz zu“)	6.08	2.47	0.69
26	Wie sehr vertrauen Sie Menschen, denen Sie zum ersten Mal begegnen? (1 „vertraue ich gar nicht“ – 5 „vertraue ich völlig“)	2.61	0.86	0.62
27	Ich bin davon überzeugt, dass die meisten Menschen gute Absichten haben. (1 „stimme überhaupt nicht zu“ – 5 „stimme voll und ganz zu“)	3.13	0.90	0.68
28	Heutzutage kann man sich auf niemanden verlassen. (1 „stimme überhaupt nicht zu“ – 5 „stimme voll und ganz zu“)	2.91	0.98	0.55 ^a
	Wie gern oder ungern hätten Sie Angehörige der folgenden Gruppen als Nachbarn? Menschen mit ganz anderem Lebensstil (1 „ungern“ – 5 „gern“)			
29.1		3.11	1.01	0.62
29.2	Menschen anderer Religionen (1 „ungern“ – 5 „gern“)	3.19	1.03	0.70
29.3	Ausländer/Migranten (1 „ungern“ – 5 „gern“)	2.82	1.11	0.65
29.4	Homosexuelle (1 „ungern“ – 5 „gern“)	3.59	1.06	0.81
30	Würden Sie sagen, dass das Leben in Deutschland im Allgemeinen durch zunehmende Vielfalt bedroht oder bereichert wird? (1 „bedroht“ – 11 „bereichert“)	6.44	2.88	0.73
31	Würden Sie sagen, dass das Leben in Deutschland im Allgemeinen durch zunehmende Vielfalt einfacher oder schwieriger wird? (1 „schwieriger“ – 11 „einfacher“)	5.08	2.36	0.73

Anmerkung: a) rekodiert für die Skalenanalyse

Die Dichte der sozialen Beziehungen der Umfrageteilnehmenden verteilt sich um den Skalenmittelpunkt, wobei der Großteil angibt, im Notfall mit sozialer Unterstützung rechnen zu können. Die Items zum generalisierten Vertrauen in andere Menschen verteilen sich ebenfalls um den jeweiligen Skalenmittelpunkt. Gesellschaftliche Vielfalt wird im Durchschnitt als eher bereichernd aber auch tendenziell als Schwierigkeit gesehen. Bezogen auf einzelne Gruppen werden Homosexuelle am positivsten gesehen (M = 3.59, SD = 1.06), Ausländer/Migrantinnen am negativsten (M = 2.82, SD = 1.11).

Verbundenheit: Identifikation, Vertrauen in Institutionen und Gerechtigkeitsempfinden
Das Konstrukt der Verbundenheit gliederte sich in die drei Konzepte der Identifikation, Vertrauen in Institutionen und Gerechtigkeitsempfinden (siehe Tabelle 6). Unterschiedliche Aspekte der Identifikation wurden gemessen. Einerseits wurde in Anlehnung an McFarland, Webb und Brown (2012, ergänzt um weitere Regionen) die Identifikation mit verschiedenen Regionen/gesellschaftlichen

Bezugsrahmen gemessen. Um neben der Stärke der Identifikation auch ein Verständnis der Bedeutung der Identifikation zu verstehen, wurde ein „associative-recall task“ nach Turner-Zwinkels (2016) durchgeführt, bei dem die Teilnehmerinnen beschreiben sollten, welche Attribute ihnen zu Deutschland einfallen. Die Analyse dieser offenen Antworten steht noch aus.

Auf einer fünfstufigen Skala wurde das Vertrauen in fünf relevante Institutionen unserer Gesellschaft erfasst. Diese Skala hat ein α von .87. Vier auf Gerechtigkeit bezogene Aussagen wurden von den Teilnehmerinnen bewertet; die daraus resultierende Gerechtigkeitsskala hat eine interne Konsistenz von $\alpha = .84$.

Tabelle 6 - Items zur Verbundenheit

Nr.	Itemwortlaut	M	SD	r_{it}
	Wie stark fühlen Sie sich verbunden mit... (1 „überhaupt nicht“ – 5 „sehr“)			
32.1	Ihrer Nachbarschaft	3.08	1.07	
32.2	Ihrem Wohnort	3.60	1.04	
32.3	Ihrer Region	3.53	1.12	
32.4	Ihrem Bundesland	3.47	1.04	
32.5	Deutschland	3.69	1.04	
32.6	Europa	3.46	1.10	
32.7	Der ganzen Welt	3.09	1.08	
	Wie groß ist das Vertrauen, das Sie den folgenden Einrichtungen oder Organisationen entgegenbringen? (1 „überhaupt kein Vertrauen“ – 5 „sehr großes Vertrauen“)			
34.1	politische Parteien	2.19	0.89	0.71
34.2	Gerichte	3.17	0.98	0.65
34.3	Polizei	3.50	0.88	0.49
34.4	Bundesregierung	2.46	1.02	0.81
34.5	Bundestag	2.52	1.01	0.82
35.1	Ich finde die sozialen Unterschiede in unserem Land im Großen und Ganzen gerecht. (1 „stimme überhaupt nicht zu“ – 5 „stimme voll und ganz zu“)	2.20	1.07	0.70
35.2	Die Rangunterschiede zwischen den Menschen sind akzeptabel, weil sie im Wesentlichen ausdrücken, was man aus den Chancen, die man hatte, gemacht hat. (1 „stimme überhaupt nicht zu“ – 5 „stimme voll und ganz zu“)	2.66	1.07	0.66
35.3	Die wirtschaftlichen Gewinne werden heute in Deutschland im Großen und Ganzen gerecht verteilt. (1 „stimme überhaupt nicht zu“ – 5 „stimme voll und ganz zu“)	2.11	1.00	0.71
35.4	Man wird in Deutschland entsprechend seiner Leistung vergütet. (1 „stimme überhaupt nicht zu“ – 5 „stimme voll und ganz zu“)	2.51	1.07	0.65

Die Identifikation ist am stärksten für Deutschland ($M = 3.69$; $SD = 1.04$) und am geringsten für den unmittelbarsten und den abstraktesten Bezugsrahmen (Nachbarschaft: $M = 3.08$; $SD = 1.07$; ganze Welt: $M = 3.09$; $SD = 1.08$, siehe Tabelle 6), wobei die Unterschiede eher als gering zu sehen sind. Unterschiede im Vertrauen in bestimmte politische Organisationen sind etwas deutlicher. Im Mittel gaben die Teilnehmerinnen an, politischen Parteien am wenigsten zu vertrauen ($M = 2.19$; $SD = 0.89$) und der Polizei am meisten ($M = 3.50$; $SD = 0.88$). Die Wahrnehmung sozialer Gerechtigkeit ist eher gering (alle $M < 3$).

Gemeinwohlorientierung

Zur Gemeinwohlorientierung gehörten die Konzepte der Solidarität und Hilfsbereitschaft (3 Fragen), (wahrgenommene) Anerkennung sozialer Regeln (3 Fragen), sowie gesellschaftliche Teilhabe (4 Fragen) (siehe Tabelle 7). In diesen Block wurde auch ein Aufmerksamkeitscheck eingebaut, um wahllos klickende Teilnehmerinnen zu identifizieren und daraufhin aus der Berechnung ausschließen zu können.

Tabelle 7 - Items zur Gemeinwohlorientierung

Nr.	Itemwortlaut	M	SD
36	Manche Menschen leisten ab und an Geldspenden für soziale oder gemeinnützige Zwecke. Haben Sie in den letzten 12 Monaten solche Spenden geleistet? (0 „ja“ – 1 „nein“)	0.50	0.50
37	Wie oft sind Sie in Ihrer Freizeit ehrenamtlich tätig, um anderen Menschen zu helfen? (1 „täglich“ – 5 „nie“)	4.02	1.14
38	Die meisten Leute kümmern sich in Wirklichkeit gar nicht darum, was mit ihren Mitmenschen geschieht. (1 „stimme überhaupt nicht zu“ – 5 „stimme voll und ganz zu“)	3.58	0.86
39	Wie sicher fühlen Sie sich in Ihrer Nachbarschaft? (1 „sehr unsicher“ – 5 „sehr sicher“)	4.07	0.82
40	Gibt es in der Nähe ihres Zuhauses (im Umkreis von einem Kilometer) irgendeine Gegend, in die Sie nachts nicht alleine gehen möchten? (1 „ja“ – 2 „nein“)	1.67	0.47
	Gibt es in Ihrer Nachbarschaft folgende Probleme? (1 „ja“ – 2 „nein“)		
41.1	Hundekot auf der Straße	1.52	0.50
41.2	falsch oder behindernd parkende Autos	1.55	0.50
41.3	beschädigte Spielplätze	1.84	0.37
41.4	Graffiti	1.73	0.45
41.5	Müll in den Straßen oder Grünanlagen	1.64	0.48
41.6	Ruhestörung	1.67	0.47
41.7	Belästigung oder Beschimpfungen	1.86	0.35
41.8	herumlungernde Betrunkene	1.83	0.38
	Es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich für etwas einzusetzen. Haben Sie in den letzten 12 Monaten: (1 „ja“ – 2 „nein“)		
42.1	Unterschriftensammlungen unterschrieben	1.64	0.48
42.2	Anstecker/Abzeichen getragen oder Aufkleber befestigt	1.92	0.27
42.3	ein politisches Amt ausgeübt	1.97	0.16
42.4	sich an einer Demonstration beteiligt	1.93	0.25
42.5	sich an einer Bürgerinitiative beteiligt	1.86	0.34
42.6	an einer Bürgerversammlung teilgenommen	1.88	0.33
42.7	einen Politiker/Beamten kontaktiert	1.86	0.35
42.8	im Internet politisch Stellung bezogen	1.78	0.42
43	Wie stark interessieren Sie sich für Politik? (1 „überhaupt nicht“ – 5 „sehr stark“)	3.35	1.09
45	Wenn die nächsten Wahlen anstehen, für die Sie wahlberechtigt sind, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie tatsächlich zur Wahl gehen? (1 „sehr unwahrscheinlich“ – 5 „sehr wahrscheinlich“)	3.60	0.74
46	Sind Sie Mitglied in einem gemeinnützigen Verein oder einer gemeinnützigen Organisation? (1 „ja“ – 2 „nein“)	1.75	0.43

Ehrenamtliche Tätigkeiten werden von den Umfrageteilnehmerinnen im Durchschnitt selten verrichtet ($M = 4.02$; $SD = 1.14$; Tabelle 7), wobei die Hälfte der Personen im letzten Jahr mindestens eine Geldspende geleistet hat. Die Sicherheitswahrnehmung, zumindest im eigenen Umfeld, ist hoch ($M = 4.07$; $SD = 0.82$), soziale Regeln werden eher eingehalten. Von den verschiedenen Möglichkeiten der gesellschaftlichen Teilhabe werden einige fast nie wahrgenommen, am ehesten werden noch

Unterschriftensammlungen unterschrieben ($M = 1.64$; $SD = 0.48$) oder wird im Internet politisch Stellung bezogen ($M = 1.78$; $SD = 0.42$).

Wahrnehmung und Beurteilung der deutschen Gesellschaft und gesellschaftliche Anerkennung

Es folgten zwei Fragen zur Wahrnehmung und Beurteilung der deutschen Gesellschaft (von den Forschenden selbst konzipiert), gefolgt von vier Aussagen zur wahrgenommenen gesellschaftlichen Anerkennung (aus Bachmann & Simon 2014, $\alpha = .91$), zu denen die Teilnehmenden ihren Grad der Zustimmung fünfstufig differenziert angeben konnten (siehe Tabelle 8).

Tabelle 8 - Items zur Wahrnehmung und Beurteilung der deutschen Gesellschaft, sowie zur gesellschaftlichen Anerkennung

Nr.	Itemwortlaut	M	SD	r_{it}
47	Würden Sie sagen, die deutsche Gesellschaft hat sich in den letzten Jahren... (1 „gar nicht verändert“ – 4 „sehr stark verändert“)	3.39	1.13	
48	Wie beurteilen Sie die Entwicklung der deutschen Gesellschaft in den letzten Jahren? (1 „sehr negativ“ – 5 „sehr positiv“)	2.35	0.78	
49.1	Ich fühle mich in dieser Gesellschaft als Mensch mit gleichen Rechten.	3.29	1.01	0.75
49.2	Ich fühle mich in dieser Gesellschaft respektiert.	3.31	1.00	0.82
49.3	Ich habe den Eindruck, dass meine Beiträge für diese Gesellschaft anerkannt werden.	2.97	0.97	0.75
49.4	Ich fühle mich in dieser Gesellschaft wertgeschätzt.	3.07	1.00	0.84

Anmerkung: Frage 49 – Antwortmöglichkeiten von 1 „stimme überhaupt nicht zu“ – 5 „stimme voll und ganz zu“

Die Umfrageteilnehmerinnen nehmen eine starke Veränderung der deutschen Gesellschaft in den letzten Jahren wahr ($M = 3.39$; $SD = 1.13$), und beurteilen ihre Entwicklung im Durchschnitt leicht negativ ($M = 2.35$; $SD = 0.78$). Die wahrgenommene Anerkennung liegt bei allen Fragen durchschnittlich im mittleren Bereich.

4.5 Persönlichkeitsaspekte

Einige Eigenschaften und Orientierungen gelten als transsituativ und zeitlich so stabil, dass sie als Persönlichkeitsmerkmale aufgefasst werden. Von Interesse für diese Studie waren soziale Konformität (Jugert, Cohrs & Duckitt, 2009; $\alpha = .66$), die proaktive Persönlichkeit (Frese et al., 1997; $\alpha = .86$) und – nach dem Prätest – das Machtmotiv (Pöhlmann & Brunstein, 1997, $\alpha = .87$). Die Itembatterie zu sozialer Konformität wurde von 20 auf 10 Items verkürzt (siehe Tabelle 9), die zur proaktiven Persönlichkeit vollständig übernommen (7 Aussagen; siehe Tabelle 10). Die Skala zum Machtstreben (4 Items; siehe Tabelle 11) stammt aus dem GOALS-Fragebogen. Damit möchten wir die Hypothese prüfen, ob Anglizismen instrumentell zum Erwerb gesellschaftlichen Ansehens eingesetzt werden (s. auch

Motive des Machtstrebens sind für die Teilnehmerinnen im Durchschnitt unwichtig bis mittelmäßig wichtig (alle Durchschnittswerte $M < 3$).

4.6 Einstellungen gegenüber den USA). Die Soziale Konformitätsskala konnte anhand einer siebenstufigen Skala beantwortet werden, die anderen beiden Instrumente jeweils anhand einer fünfstufigen Skala.

Soziale Konformität

Tabelle 9 - Items zur Sozialen Konformitätsskala

Nr.	Itemwortlaut	M	SD	r_{it}
	Es folgen einige Adjektive, mit denen man Menschen charakterisieren kann. Wie charakteristisch sind diese für Ihr Verhalten und Ihre Persönlichkeit? (1 „überhaupt nicht“ – 7 „voll und ganz“)			
50.1	Konventionell	4.22	1.38	0.39
50.2	Berechenbar	4.39	1.46	0.22
50.3	Rebellisch	3.35	1.60	0.53 ^a
50.4	Gehorsam	4.10	1.46	0.47
50.5	Unorthodox	4.01	1.62	0.36 ^a
50.6	Erfinderisch	4.33	1.54	0.22 ^a
50.7	Unangepasst	3.36	1.65	0.47 ^a
50.8	Altmodisch	3.28	1.56	0.15
50.9	Anständig	5.68	1.91	0.20
50.10	Freiheitsliebend	5.71	1.20	0.19 ^a

Anmerkung: a) rekodiert für die Skalenanalyse

Die Umfrageteilnehmerinnen sahen sich am stärksten als anständig und/oder freiheitsliebend ($M = 5.65/5.71$), am wenigsten als altmodisch ($M = 3.28$). Diese Werte können teilweise durch positive oder negative Konnotation der Eigenschaften begründet sein und sind daher eher zum Vergleich zwischen Umfrageteilnehmerinnen zu nutzen, anstatt sie in ihrer absoluten Ausprägung zu interpretieren.

Proaktive Persönlichkeit

Tabelle 10 - Items zur Proaktiven Persönlichkeit

Nr.	Itemwortlaut	M	SD	r_{it}
51.1	Ich gehe Probleme aktiv an.	3.76	0.85	0.68
51.2	Wenn etwas schiefgeht, suche ich sofort nach Abhilfe.	3.88	0.80	0.57
51.3	Wenn sich Möglichkeiten anbieten, etwas zu gestalten, dann nutze ich sie.	3.55	0.87	0.66
51.4	Ich ergreife sofort die Initiative, wenn andere dies nicht tun.	3.28	0.94	0.66
51.5	Ich nehme Gelegenheiten schnell wahr, um meine Ziele zu erreichen.	3.45	0.88	0.65
51.6	Ich tue meist mehr als von mir gefordert wird.	3.54	0.92	0.50
51.7	Ich bin besonders gut darin, Ideen umzusetzen.	3.47	0.90	0.67

Anmerkung: Frage 51 Antwortmöglichkeiten von 1 „stimme überhaupt nicht zu“ – 5 „stimme voll und ganz zu“

Die Teilnehmerinnen sehen sich im Mittel eher als proaktive Personen (alle Durchschnittswerte $M > 3$). Die Items weisen durchgängig ähnliche Mittelwerte auf ($M = 3.28$, $SD = 0.94$ (Frage 51.4) bis $M = 3.88$, $SD = 0.80$ (51.2)).

Machtstreben

Tabelle 11 - Items zum Machtstreben

Nr.	Itemwortlaut	M	SD	r _{it}
	Wie wichtig ist es Ihnen, die folgenden Ziele in Ihrem Leben zu erreichen? (1 „sehr unwichtig“ – 5 „sehr wichtig“)			
52.1	Prestigereiche Positionen einnehmen	2.34	1.05	0.76
52.2	Öffentliche Anerkennung erringen	2.56	1.05	0.72
52.3	Einen hohen sozialen Status zu besitzen	2.76	1.08	0.74
52.4	Einfluss ausüben können	2.81	1.03	0.66

Motive des Machtstrebens sind für die Teilnehmerinnen im Durchschnitt unwichtig bis mittelmäßig wichtig (alle Durchschnittswerte $M < 3$).

4.6 Einstellungen gegenüber den USA

Die Skala umfasst neun Aussagen zu den USA, zu denen die Teilnehmerinnen auf einer fünfstufigen Antwortskala ihren Grad der Zustimmung ausdrücken können (siehe Tabelle 12). Sie wurde von Cohrs, Kielmann, Moschner und Maes (2002) übernommen und hat eine Konsistenz von $\alpha = .81$. Die Skala zu Einstellungen gegenüber den USA soll ebenfalls zur Überprüfung der Ansehenserwerb-Hypothese herangezogen werden: Menschen, die in hohem Maße nach Ansehen durch die Gesellschaft oder Teile von ihr streben, könnten dazu neigen, zu diesem Zwecke Anglizismen zu verwenden. Dies ist vor allem dann plausibel, wenn sie gleichzeitig der „Quellgesellschaft“ dieser Anglizismen (den USA) einen besonderen Stellenwert beimessen.

Tabelle 12 - Items zu Einstellungen gegenüber den USA

Nr.	Itemwortlaut	M	SD	r _{it}
53.1	Das Elend in der Welt ist in vielen Fällen auf die unverantwortliche Wirtschafts- und Außenpolitik der USA zurückzuführen.	3.42	1.04	0.35 ^a
53.2	Der Einfluss der US-amerikanischen Kultur hat Viele in Europa freier und weltoffener gemacht.	2.90	0.97	0.47
53.3	Die militärische Macht der USA schafft Sicherheit und Stabilität in der Welt.	2.44	1.03	0.60
53.4	Meiner Ansicht nach sind die US-Amerikaner im Allgemeinen sehr oberflächlich und haben eigentlich keine Kultur.	3.41	1.08	0.37 ^a
53.5	Solange die USA andere Nationen ausbeuten oder unterdrücken, wird es keinen Frieden auf der Welt geben.	3.71	1.06	0.47 ^a
53.6	Das Freiheitsverständnis in den USA ist und bleibt ein Vorbild für uns.	2.53	1.08	0.60
53.7	Nicht ohne Grund haben ganze Generationen begeistert die US-amerikanische Kultur übernommen.	2.74	0.98	0.55
53.8	Das Gesellschafts- und Politikmodell der USA ist besser als die meisten anderen.	2.05	0.99	0.61
53.9	In punkto Demokratie können wir uns von den USA ruhig eine Scheibe abschneiden.	2.07	1.02	0.61

Anmerkungen: Frage 53 Antwortmöglichkeiten von 1 „stimme überhaupt nicht zu“ – 5 „stimme voll und ganz zu“; a) rekodiert für die Skalenanalyse

Einstellungen gegenüber den USA sind im Mittel eher negativ, mit $M > 3$ für alle negativ formulierten, und $M < 3$ für alle positiv formulierten Items.

4.7 Demografische Variablen

Die Angaben zur Person wurden erhoben, um während der Erhebung gezielt Repräsentativität herzustellen. Daher wurden einige demografische Variablen direkt zu Beginn des Fragebogens erfragt, und unpassende Teilnehmerinnen aus der Umfrage herausgeleitet. Darüber hinaus sollen diese Variablen dazu eingesetzt werden, die verschiedenen Klassen von Anglizismennutzerinnen weiter zu beschreiben. Im Folgenden werden die erfassten demografischen Variablen aufgelistet (angelehnt an ALLBUS, 2012): Alter, Geschlecht, Herkunft (Bundesland und Wohnortsgröße), Familienstand, Anzahl der Kinder, Politische Gesinnung, „Sonntagsfrage“, Schulabschluss, beruflicher Ausbildungsabschluss, Einkommen, wirtschaftliche Selbsteinschätzung und Ein-Jahresprognose, Staatsbürgerschaft, Migrationshintergrund, eigene Englischkenntnisse und Englischkenntnisse des Umfeldes. Die Zahlen wurden nach der Datenbereinigung ermittelt.

Zu einigen demografischen Angaben wurden Vergleiche mit der Bevölkerung Deutschlands gezogen. Als Vergleichsgrößen wurden Hochrechnungen des Zensus 2011 bzw. weitere Erhebungen des Statistischen Bundesamtes genutzt. Dazu wurde das Statistische Jahrbuch von 2017 (JB17) herangezogen. Aufgrund der unterschiedlichen Methoden konnten manche Fragen nur unvollständig mit den Angaben aus dem JB17 verglichen werden.

Alter & Geschlecht

Das Alter der Stichprobe liegt zwischen 18 und 91 Jahren ($M = 50.39$; $SD = 17.27$, Median bei 51 Jahren). 49% ($N=496$) der Stichprobe sind männlich, 50.8% ($N=515$) weiblich. Zur Kategorie „anderes“ zählten sich 2 Teilnehmende, demzufolge 0.2%. Laut dem statistischen Bundesamt betrug das Durchschnittsalter Ende 2015 inkl. Minderjähriger 44 Jahre und 3 Monate. Es lebten außerdem laut dem JB17 im Jahr 2015 49,27% Männer in Deutschland.

Bundesland & Wohnortsgröße

Die Verteilung der Bundesländer, aus denen die Teilnehmenden stammen, ist in Tabelle 13 angegeben. Diese Verteilung ergab sich durch die Vorgabe der Quote zur Repräsentativität der Stichprobe. Tabelle 14 zeigt die Wohnortsgrößen der Teilnehmerinnen.

Tabelle 13 - Herkunft der Teilnehmenden nach Bundesland

Nr.	Bundesland	N	%	JB17 %
3	Baden-Württemberg	133	13.1	13.2
	Bayern	158	15.6	15.6
	Berlin	41	4.0	4.3
	Brandenburg	31	3.1	3.0
	Bremen	9	0.9	0.8
	Hamburg	19	1.9	2.2
	Hessen	76	7.5	7.5
	Mecklenburg-Vorpommern	20	2.0	2.0
	Niedersachsen	99	9.8	9.6
	Nordrhein-Westfalen	219	21.6	21.7
	Rheinland-Pfalz	49	4.8	4.9
	Saarland	13	1.3	1.2
	Sachsen	29	2.9	5.0
	Sachsen-Anhalt	38	3.8	2.7
	Schleswig-Holstein	29	2.9	3.5
	Thüringen	50	4.9	2.6

Tabelle 14 - Verteilung nach Wohnortsgröße

Nr.	Wohnortsgröße	N	%	JB17 %
4	Unter 2.000 Einwohner	59	5.8	13.1
	2.000 bis unter 5.000 Einwohner	88	8.7	
	5.000 bis unter 20.000 Einwohner	264	26.1	25.2
	20.000 bis unter 50.000 Einwohner	186	18.4	27.4
	50.000 bis unter 100.000 Einwohner	91	9.0	
	100.000 bis unter 500.000 Einwohner	154	15.2	34.3
	500.000 Einwohner und mehr	171	16.9	

Familienstand & Kinderanzahl

Von den Teilnehmerinnen waren 47.8% verheiratet und leben mit der Ehepartnerin/dem Ehepartner zusammen. Ledige Teilnehmerinnen machten 30% der Stichprobe aus. Geschieden sind 12.7% der Stichprobe, weitere 5.4% verheiratet, aber getrenntlebend; verwitwet 4%. Im Vergleich dazu errechnete das Statistische Bundesamt 2016 eine Bevölkerungsverteilung von 43,4% Verheirateten, 42% Ledigen, 7,5% Geschiedenen und 6,9% Verwitweten Menschen in Deutschland.

Auf die Frage „Wie viele Kinder leben in Ihrem Haushalt?“ antworteten die Teilnehmerinnen wie folgt: 76.1% mit 0, 14.2% mit 1 und 6.8% mit 2. Weitere 2.2% haben 3 Kinder in ihrem Haushalt leben. 4-8 Kinder leben in 0.7% der befragten Haushalte. Tabelle 15 gibt die Verteilung der Kinderanzahl ausschließlich unter den Familien *mit* Kindern im Vergleich zur deutschlandweiten Verteilung an.

Tabelle 15 - Verteilung nach Kinderanzahl

Nr.	Familien mit ... Kindern	%	JB17 %
6	1	59.4	51.8
	2	28.5	36.4
	3	9.2	9.2
	4+	2.9	2.6

Politik und Bildung

Um die politische Einstellung der Teilnehmerinnen zu erfassen, wurde zuerst um eine politische Selbsteinschätzung auf einer zehnstufigen Antwortskala von „links“ bis „rechts“ gebeten (Frage 54). Dabei ergab sich ein Mittelwert von 5.07 mit einer Standardabweichung von 1.91. Dies lässt eine ausgewogene Stichprobe bezüglich der politischen Einstellung erkennen. Als nächstes wurde mit Frage 55 die sogenannte Sonntagsfrage gestellt. Deren Antworthäufigkeiten bildet Tabelle 16 ab.

Tabelle 16 - Sonntagsfrage

Nr.	Itemwortlaut und Antwortmöglichkeiten	N	%
55	Wenn am nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre, welche Partei würden Sie dann mit Ihrer Zweitstimme wählen?		
	CDU bzw. CSU	183	18.1
	SPD	164	16.2
	AfD	127	12.5
	FDP	113	11.2
	Die Linke	131	12.9
	Bündnis 90 / Die Grünen	146	14.4
	Andere Partei und zwar: (offen)	55	5.4
	Würde nicht wählen	83	8.2
	Nicht wahlberechtigt, da keine deutsche Staatsbürgerschaft	11	1.1

Um die Bildung der Teilnehmerinnen zu erfassen, wurde mit Frage 56 und 57 nach deren Schulabschluss und beruflichen Ausbildungsabschluss gefragt. 42.2% der Teilnehmerinnen gaben an, die Hochschulreife als höchsten Schulabschluss absolviert zu haben, ein weiteres Drittel hat die mittlere Reife (JB17: 24.7%). 12.2% der Stichprobe hat den Hauptschulabschluss (JB17: 34.2%) und 11.3% die Fachhochschulreife erlangt. 0.3% und 0.8% der Teilnehmerinnen haben keinen (JB17: 4%) bzw. einen anderen Schulabschluss. Die Angaben zum beruflichen Ausbildungsabschluss waren sehr differenziert, wie in Tabelle 17 ersichtlich.

Tabelle 17 - Welchen beruflichen Ausbildungsabschluss haben Sie?

Nr.	Antwort	N	%	JB17 %
57	Beruflich-betriebliche Anlernzeit mit Abschlusszeugnis, aber keine Lehre	16	1.6	
	Teilfacharbeiterabschluss	4	0.4	
	Abgeschlossene gewerbliche oder landwirtschaftliche Lehre	100	9.9	
	Abgeschlossene kaufmännische Lehre	239	23.6	
	Berufliches Praktikum, Volontariat	4	0.4	
	Berufsfachschulabschluss	108	10.7	
	Fachschulabschluss	51	5.0	11.9
	Meister-, Techniker- oder gleichwertiger Fachschulabschluss	78	7.7	
	Fachhochschulabschluss (auch Abschluss einer Ingenieurschule)	72	7.1	
	Hochschulabschluss	248	24.5	23.3
	Anderen beruflichen Ausbildungsabschluss, und zwar: (offen)	29	2.9	
	Keinen beruflichen Ausbildungsabschluss	64	6.3	26.0

Einkommen und Wirtschaftslage

Das monatliche Netto-Einkommen der Teilnehmerinnen betrug mit 16.9% am häufigsten 2000 bis unter 2600 Euro im Monat (siehe Tabelle 18). Auf Platz 2 und 3 folgten die Einkommensklassen 900 bis unter 1300 Euro (11.5%) und 1700 bis unter 2000 Euro (10.7%).

Tabelle 18 - Wie hoch ist Ihr eigenes monatliches Netto-Einkommen?

Nr.	Antwort	N	%
58	Ich habe kein eigenes Einkommen	16	1.6
	Keine Angabe	120	11.8
	Unter 500	32	3.2
	500 bis unter 900	77	7.5
	900 bis unter 1300	116	11.5
	1300 bis unter 1500	73	7.2
	1500 bis unter 1700	63	6.2
	1700 bis unter 2000	108	10.7
	2000 bis unter 2600	171	16.9
	2600 bis unter 3200	95	9.4
	3200 bis unter 4500	93	9.2
	4500 und mehr	49	4.8

Im Vergleich zu anderen Menschen schätzten die Teilnehmerinnen in Frage 59 ihre derzeitige eigene wirtschaftliche Position ähnlich einer Normalverteilung ein. Das bedeutet, dass die meisten sich nur geringfügig höher oder niedriger gestellt fühlen, als ihre Mitmenschen (45.6% der Stichprobe finden sich in den mittleren Kategorien 5 & 6 von 10). Erfasst wurden diese Einschätzungen mit einer sogenannten „Leiterfrage“. In dieser wird das Bild einer Leiter mit 10 Sprossen präsentiert und die Teilnehmerinnen werden aufgefordert, sich im Hinblick auf ihren Stand in der Gesellschaft zu

platzieren. Dabei gibt die unterste Sprosse den niedrigsten Stand und die oberste den höchsten an (vgl. Euteneuer, Süßenbach, Schäfer, & Rief, 2015).

Die Einjahresprognosen der eigenen wirtschaftlichen Lage und der von Deutschland folgten in Fragen 60 und 61. Dabei zeigte sich folgendes Bild (siehe Tabelle 19):

Tabelle 19 - Angaben zum Einkommen und der Wirtschaftslage

Nr.	Itemwortlaut	M	SD
59	Wo würden Sie sich auf der Leiter platzieren? (1 = auf der untersten Sprosse – 10 = auf der obersten Sprosse)	5.34	1.70
60	Was schätzen Sie: Wie wird Ihre eigene wirtschaftliche Lage in einem Jahr sein? (1 „wesentlich schlechter als heute“ – „5 wesentlich besser als heute“)	3.09	0.75
61	Was schätzen Sie: Wie wird die wirtschaftliche Lage Deutschlands in einem Jahr sein? (1 „wesentlich schlechter als heute“ – „5 wesentlich besser als heute“)	2.74	0.75

Staatsbürgerschaft und Englischkenntnisse

98.2% der Teilnehmerinnen hatten die deutsche Staatsbürgerschaft. Außerdem nahmen 0.7% aus anderen Ländern teil, eine Person gab zudem an, staatenlos zu sein. Einen Migrationshintergrund hatten 6.4% der Teilnehmenden (JB17: 22.5%).

Die überwiegende Anzahl der Teilnehmerinnen (73.5%) gab an, der englischen Sprache zumindest mittelmäßig mächtig zu sein (siehe Tabelle 20). 18.7% können „eher schlecht“ Englisch und 7.7% berichtet es gar nicht zu sprechen. Der Mittelwert von 3.21 unterstützt dieses Bild (siehe auch Tabelle 19). Über die Hälfte (58.3%) berichtet ferner, im Freundes- und Bekanntenkreis keine englischen Muttersprachlerinnen zu haben und weitere 34.6% eher wenige. Somit haben nur 7% der Befragten (eher) viele Freundinnen mit Englisch als Muttersprache.

Tabelle 20 - Demografische Angaben zur Sprachkompetenz

Nr.	Itemwortlaut	M	SD
64	Wie gut sprechen Sie Englisch? (1 „gar nicht – 5 „sehr gut“)	3.21	1.13
65	Wie viele Ihrer Freunde und guten Bekannten haben Englisch als Muttersprache? (1 „gar keine – 4 „sehr viele“)	1.50	0.66

5. ANALYSEN

Die drei zentralen Variablen der Studie waren die Einstellung gegenüber Anglizismen, spezifische Typen der Anglizismenverwendung sowie die allgemeine Tendenz zur Nutzung von Anglizismen. Auch wenn die letzteren zwei sich beide auf die Nutzung von Anglizismen beziehen, werden sie von unterschiedlichen Erkenntnisinteressen geleitet: Die Typologie zielt darauf ab, qualitativ unterschiedliche Arten der Verwendung von Anglizismen zu entdecken, bei der Untersuchung einer allgemeinen Tendenz fragen wir hingegen nach Unterschieden im allgemeinen Ausmaß der Verwendung. In statistischem Jargon gesprochen geht es bei der Typologie um eine kategoriale und bei der Verwendungsneigung um eine kontinuierliche Variable. Auch wenn im Themenfeld Sprache aufgrund unklarer Kausalität die Einteilung in Vorhersage- und Kriteriumsvariable (bzw. unabhängige und abhängige Variable) oft nicht eindeutig zu vollziehen ist, sprechen wir im Folgenden von den drei thematisch zentralen Variablen als Kriteriums- oder abhängigen Variablen. Alle anderen in Abschnitt 4

beschriebenen Variablen werden als Vorhersage- bzw. unabhängige Variablen aufgefasst, die die Ausprägung der Umfrageteilnehmerinnen in der Einstellung gegenüber Anglizismen, dem Verwendungstypus oder der Verwendungsneigung vorhersagen. Um die relevanten Vorhersagevariablen zu identifizieren, wurden für diese drei Variablen – Einstellung gegenüber Anglizismen, Verwendungstypen und Verwendungsneigung – jeweils umfangreiche Regressionsmodelle gebildet und gerechnet, bei denen das jeweilige Kriterium durch die anderen erhobenen Variablen vorhergesagt wurde. Um kategoriale Vorhersagevariablen sinnvoll als Prädiktoren zu nutzen, ohne die statistischen Modelle zu überfordern, wurden diese Dummy-kodiert. Diese Vorgehensweise trennt eine Ausgangsvariable mit z.B. 4 kategorialen Ausprägungen in 3 einzelne Dummy-Variablen, die jeweils eine inhaltliche relevante Ausprägung der Ausgangsvariable repräsentieren, indem für sie entweder gilt: $x_k = 1$ = „diese Ausprägung wurde gewählt“ oder $x_k = 0$ = „diese Ausprägung wurde nicht gewählt“. Eine Ausprägung der Ausgangsvariable wurde als Referenzkategorie gewählt und nicht kodiert. Sie ergibt sich durch die anderen Dummy-Variablen, denn wenn diese alle 0 sind, muss die weggelassene Ausprägung (Referenzkategorie) gewählt worden sein. Dummy-Variablen sind darum immer im Verhältnis zur gewählten Referenzkategorie zu interpretieren. In Tabelle 21 ist die Dummy-Kodierung für die in den folgenden Analysen verwendeten Variablen übersichtlich dargestellt. Die exakte Vorgehensweise der sonstigen methodischen Vorgehensweise bei den drei Modellen wird in den jeweiligen Ergebniskapiteln in Abschnitt 6 erläutert.

Tabelle 21 - Übersicht über die Dummy-Kodierung der in Abschnitt 6 genutzten Variablen

Ausgangsvariable (Nummer)	Dummies
Geschlecht (2)	Geschlecht(männlich) Geschlecht(divers) Referenz: Geschlecht(weiblich)
Herkunft Bundesland (3)	Herkunft(Ost) Herkunft(Berlin) Referenz: Herkunft(West)
Einkommen (58)	Einkommen(keine Angabe kein eigenes) Einkommen(< 1.300€) Einkommen(1.300€-3.200€) Referenz: Einkommen(>3.200€)
Bildungsabschluss (56)	Bildung(keine Angabe kein Abschluss) Bildung(Hauptschule) Bildung(Mittlere Reife) Bildung(Fachhochschule) Referenz: Bildung(Abitur)

Anmerkung: Für Details zu den Ausprägungen der Ausgangsvariablen, siehe Abschnitt 4.7.

Zur besseren Übersicht und als Leitschnur für das statistische Vorgehen ordnen wir die Vorhersagevariablen in fünf Blöcke (s. Tabelle 22). Der erste Block enthält die eher „distalen“, objektiven Variablen, die darauffolgenden enthalten dann in fortschreitendem Maße psychologische, durch subjektive Prozesse beeinflusste Variablen. Die fünf Blöcke sind: (A) soziodemografische Variablen, (B) Variablen der soziokulturellen Selbstverortung, (C) soziopolitische Einstellungsvariablen, (D) sozialpsychologische (unmittelbar anglizismenbezogene) Einflussvariablen und (E) Persönlichkeitsmerkmale.

Tabelle 22 - Zur Vorhersage von anglizismenbezogenen Einstellungen, Verwendungstypen und Verwendungsneigung verwendete Variablen

Block A: soziodemografische Variablen
Alter
Geschlecht (Dummy-kodiert)
Wohnort in Ost- oder Westdeutschland (Dummy-kodiert)
Einkommen (Dummy-kodiert)
Migrationshintergrund
Englischkenntnisse (auch als Annäherung an wahrgenommene Verhaltenskontrolle, s. Block D)
Wohnortsgröße
Bildungsabschluss (Dummy-kodiert)
Block B: soziopolitische Selbstverordnung
Identifikation mit gesellschaftlichen Bezugsrahmen: <ul style="list-style-type: none"> - Identifikation mit Nachbarschaft - Identifikation mit Wohnort - Identifikation mit Region - Identifikation mit Bundesland - Identifikation mit Deutschland - Identifikation mit Europa - Identifikation mit der ganzen Welt
Gemeinwohlorientierung: <ul style="list-style-type: none"> - Geldspenden - Ehrenamt ausgeübt
Gesellschaftliche Teilhabe
Sicherheitsgefühl in der Nachbarschaft
Unsichere Gegenden
Politische Selbstverortung (links-rechts)
Freunde mit Englisch als Muttersprache
Subjektiver sozialer Status
Persönliche wirtschaftliche Situation in einem Jahr
Skala soziales Netzwerk (s. Tab. 5, Abschnitt 1)
Block C: soziopolitische Einstellungen
Wahrgenommene Gleichgültigkeit
Interesse an Politik
Wahlbeteiligung
Beurteilung der zurückliegenden Entwicklung der deutschen Gesellschaft
Relative Deprivation (Vergleich von eigener Situation und gesamtgesellschaftlicher Situation)
Wirtschaftliche Situation Deutschlands in einem Jahr
Sonntagsfrage
Skala Einstellung zu USA
Skala soziale Anerkennung
Skala soziale Gerechtigkeit
Skala zwischenmenschliches Vertrauen
Skala Vertrauen in staatliche Institutionen
Skala Einstellungen zu Diversität – Nachbarschaftsfrage
Skala Einstellungen zu Diversität – allgemein
Block D: sozialpsychologische Variablen
Einstellung gegenüber Anglizismen
Verwendung von Anglizismen im privaten Umfeld (deskriptive Verwendungsnorm I)
Verwendung von Anglizismen im beruflichen Umfeld (deskriptive Verwendungsnorm II)
Interaktion wahrgenommene Verhaltenskontrolle und privater Verwendungsnorm

Block E: Persönlichkeitsmerkmale

Skala soziale Konformität (Kurzform)

Interaktion soziale Konformität und private Verwendungsnorm

Skala proaktive Persönlichkeit

Interaktion proaktive Persönlichkeit und private Verwendungsnorm

Skala Machtstreben

Interaktion Machtstreben und Einstellung gegenüber USA

Anmerkung: grau hinterlegte Variablen (Block A sowie Subjektiver sozialer Status) gingen in alle drei Regressionsmodelle mit ein. Nicht grau hinterlegte Variablen nur in das Regressionsmodell zur Vorhersage der Verwendungsneigung.

6. ERGEBNISSE

6.1 Wer hat Angst vor Anglizismen? Soziodemografische Korrelate der Einstellung zu Anglizismen

Der folgende Abschnitt behandelt die Frage, ob Personen aus bestimmten sozialen Milieus Anglizismen und den mit ihnen verbundenen Sprachwandel besonders kritisch oder positiv sehen. Zunächst wird auf die methodische Vorgehensweise zur Messung der Einstellung gegenüber Anglizismen eingegangen. Im Anschluss werden die Zusammenhänge ausgewählter sozio-demografischer Daten mit dieser Einstellung dargestellt. Diese Analyse basierte auf einem Strukturgleichungsmodell, in dem der Einfluss aller ausgewählten Prädiktoren gleichzeitig berechnet und somit indirekte Effekte über die jeweils anderen Prädiktoren kontrolliert wurden (multivariate Vorgehensweise).

6.1.1 Konstruktion der Variable „Einstellung zu Anglizismen“

Zur Konstruktion der Variable „Einstellung zu Anglizismen“ wurden die Indikatoren 15 und 16 aus dem Bereich „Wahrnehmung und Bewertung sprachlicher Veränderungen“ und den Indikatoren 18 bis 20 aus dem Bereich „Wahrgenommene Bereicherung und Bedrohung durch sprachlichen Wandel“ verwendet (siehe Abschnitte 4.3 und 4.4). Diese Variablen fragen explizit nach der *Bewertung* des Sprachwandels und deren Subfacetten. Die daraus resultierende Skala wies eine hohe interne Konsistenz auf ($\alpha = .89$). Mithilfe einer konfirmatorischen Faktorenanalyse wurde anschließend die Validität des Maßes untersucht. Konkret sollte die konfirmatorische Faktorenanalyse überprüfen, ob die gewählte Kombination aus Indikatoren tatsächlich ein dahinterstehendes, nicht-beobachtetes (latentes) Konstrukt misst, das als „Einstellung zu Anglizismen“ interpretiert werden kann. Zu diesem Zwecke wurden Maße zur Anpassung der Daten an das angenommene Modell herangezogen, die in unserem Fall die Bedingungen für eine gute Modellanpassung erfüllten, $\chi(5) = 20.22$, $p < .05$; RMSEA = .06 [KI .03 .08]; CFI = .99; SRMR = .02 (siehe z.B. Hooper, Coughlan, & Mullen, 2008) und damit für die weitere Verwendung dieses latenten Faktors sprachen.

6.1.2 Sozio-demografische Prädiktoren der Einstellung zu Anglizismen

Nach der Konstruktion und Validierung des Faktors „Einstellung zu Anglizismen“ wurde dieser nun in einem Strukturgleichungsmodell mit sozio-demografischen Variablen in Zusammenhang gesetzt. Inter-Korrelationen zwischen den Prädiktoren wurden zugelassen. Mit diesem Vorgehen können bedeutsame Einflüsse der einzelnen Prädiktoren auf den latenten Faktor herausgefiltert werden, die unabhängig von zufälligen oder systematischen demografische Zusammenhängen (z.B. zwischen Einkommen und Geschlecht) bestehen. Die Ergebnisse können Tabelle 23 entnommen werden.

Tabelle 23 - Ergebnisse des latenten Strukturgleichungsmodells zu Vorhersage von Einstellung zu Anglizismen durch soziodemografische Prädiktoren

Kriterium: Einstellung zu Anglizismen	Regressionsgewicht (β)	Statistische Signifikanz (p)
Alter	-0.279***	<.001
<u>Geschlecht (Weiblich)¹</u>		
Männlich	0.011	.75
<u>Herkunft (Westdeutschland)</u>		
Berlin	-0.085**	.06
Ostdeutschland	-0.087**	.01
<u>Einkommen (> 3.200€)</u>		
keine Angabe	0.027	.50
< 1.300€ ²	0.041	.42
1.300€ – 3.200€ ²	0.024	.63
Subjektiver sozialer Status	0.089*	.02
Migrationshintergrund	-0.001	.98
Englischkenntnisse	0.184***	<.001
Ortsgröße < 100.000 ³	0.047	.15
<u>Schulabschluss (Abitur)¹</u>		
Hauptschulabschluss ⁴	-0.056	.15
Realschulabschluss ⁴	-0.035	.41
Fachhochschulreife ⁴	-0.073*	.04

Anmerkung: Regressionsgewichte sind standardisiert. Statistisch signifikante Effekte: * $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$. ¹Datenbasis der Dummy-Variablen Geschlecht(Divers) und Schulabschluss(anderer) ist unzuverlässig ($n < 12$). Um Missverständnisse zu vermeiden, werden diese nicht berichtet.

Die Ergebnisse zeigen, dass hohes Alter, ostdeutsche Herkunft, die Einschätzung des eigenen sozialen Status als gering (im Vergleich zu anderen Menschen in Deutschland), fehlende Englischkenntnisse und der Bildungsstand (Fachhochschulreife) negativ mit Einstellung zu Anglizismen im Zusammenhang stehen. Wie oben angedeutet, ist diese Konstellation bereinigt um die systematischen Zusammenhänge zwischen den ausgewählten Prädiktoren (z.B. zwischen Alter und Bildung) und kann insofern als „einzigartige“ Varianzaufklärung der Einstellung zu Anglizismen verstanden werden. Dass im Punkte Bildungsstand nur die Fachhochschulreife im Vergleich zum Abitur einen negativen Einfluss auf die Einstellung zu Anglizismen hat, ist zunächst verwunderlich. Es könnte sich aufgrund der hohen Zahl an getesteten Prädiktoren um einen Zufallsbefund handeln. Ein Grund hierfür könnte aber auch die Unterrepräsentation von Personen mit niedrigen Bildungsabschlüssen in unserer Stichprobe sein (siehe Übersicht in Abschnitt 4.8), denn mit geringerer Stichprobengröße sinkt auch die Wahrscheinlichkeit, einen statistisch bedeutsamen Effekt zu finden. Relativ zuverlässig ist aber der Befund, dass Abitur mit einer vergleichsweise positiven Einstellung zu Anglizismen assoziiert ist. Ein weiterer interessanter Befund ist, dass subjektiver (Selbsteinschätzung), aber nicht objektiver (Einkommen) sozialer Status die Einstellung zu Anglizismen vorhersagt. Dieses Ergebnis ist konsistent mit bisheriger (sozialpsychologischer) Forschung, die zeigte, dass subjektive Statuskriterien relevanter für die Vorhersage von Einstellung und Verhalten sind als objektive (Euteneuer et al., 2015).

Zusammenfassend legen die gefundenen Zusammenhänge, insbesondere der Zusammenhang mit subjektivem, aber nicht objektivem sozialen Status die Interpretation nahe, dass die Abwertung von Anglizismen eine motivierte Reaktion gegen empfundene soziale Benachteiligung in einer globalisierten Welt sein könnte (Hilje, 2018). Hierfür wäre aber experimentelle Forschung notwendig, welche diese kausale Interpretation zu falsifizieren versucht.

6.2 Typen der Anglizismenverwendung und deren Vorhersage

6.2.1 Ermittlung von Klassen von Anglizismenverwenderinnen

Das Verfahren der latenten Klassenanalyse wurde eingesetzt, um häufig vorkommende (typische) Verwendungsprofile von Anglizismen zu identifizieren. Das Ziel einer latenten Klassenanalyse besteht darin, die Zusammenhänge zwischen den beobachteten Variablen (in diesem Falle die angegebenen Verwendungen bzw. Nichtverwendungen der einzelnen Anglizismen) durch die Konstruktion einer (unbeobachteten) kategorialen Variable, der sogenannten Klassenvariable, zu erklären. Diese erklärende Variable kann zwei, drei oder mehr Ausprägungen haben. Diese Ausprägungen sind so definiert, dass die Fälle innerhalb einer Klasse ein möglichst ähnliches Verwendungsverhalten bezüglich der vorgegebenen Anglizismen aufweisen und die Fälle zwischen den Klassen sich maximal in ihrem Verwendungsverhalten unterscheiden. Es werden nacheinander Modelle mit zwei, drei, vier usw. Klassen geschätzt, die dann mittels mehrerer statistischer Parameter auf ihre Passgüte zu den Daten hin miteinander verglichen werden. Es wird das Modell gewählt, das am besten zu den Daten passt und dabei am wenigsten Klassen zur Erklärung der Zusammenhänge benötigt.

In unserer Analyse wurde also eine Einteilung der Umfrageteilnehmerinnen in Gruppen gesucht, die das Verwendungsverhalten in Bezug auf alle erfragten Anglizismen optimal erklärt. Das am besten zu den Daten passende Modell war dasjenige mit vier Klassen.³ Die statistischen Kenngrößen der vier Verwenderklassen (Entropie sowie die Zuordnungswahrscheinlichkeiten zu den jeweiligen Klassen) sind im Vergleich mit etablierten Gütekriterien als exzellent zu beurteilen.

Folgende vier Typen von Anglizismenverwenderinnen wurden identifiziert:

Die Selektiven (n=418): Für diese (größte) Klasse unterscheiden sich die Verteilungen der Verwendungsneigungen zwischen den vorgegebenen Anglizismen stark. Für die Personen in dieser Klasse hängt es also vom spezifischen Wort ab, ob ein Anglizismus verwendet wird oder nicht. Meist überwiegt entweder die Antwortoption „deutsche Entsprechung“ oder „eher Anglizismus“. Trotz guter statistischer Homogenität innerhalb der Klasse ist dies die Klasse mit dem am wenigsten eindeutigen Verwendungsprofil; die Streuung bezüglich der Verwendungsneigung ist stärker ausgeprägt als in den anderen Klassen.

Die Verwenderinnen (n=65): Personen, die in diese Klasse fallen, verwenden viele Anglizismen. Bei allen 22 in die Analyse eingegangenen Anglizismen lag der Modalwert auf „dem Anglizismus“, meist gefolgt von „eher dem Anglizismus“. Bei dieser Klasse handelt es sich um die kleinste Klasse (nur etwa 6% der Befragten).

Die Gemäßigten (n=143): Personen, die in diese Klasse fallen, sind gemäßigt-verhalten in ihrer Anglizismenverwendung. Über alle 22 Anglizismen hinweg sind die häufigsten genannten Verwendungsneigungen die beiden mittleren: „eher deutsch“ ist die häufigste Antwort, „eher Anglizismus“ die zweithäufigste.

³ Bei der Analyse bestand zunächst ein sogenanntes Identifikationsproblem, was bei Modellen mit einer großen Anzahl von beobachteten Variablen nicht selten ist. Um dies zu beheben und die Zahl der Freiheitsgrade des Modells zu reduzieren, wurde der Anglizismus #23 („sleeper“) von der Analyse ausgenommen. Es zeigte sich, dass die Güte des Modells durch diese Modifikation nicht beeinträchtigt wurde. Dies bedeutet, dass der Verzicht auf die Information über das „sleeper“-spezifische Verwendungsverhalten keinen Informationsverlust für die Einteilung der Befragten in Verwenderklassen bedeutet.

Die Vermeiderinnen (n=387): Personen, die in diese Klasse fallen, verwenden kaum Anglizismen. Lediglich bei „bodylotion“ ist die Verwendungsverteilung bimodal, da auch viele in dieser Klasse „eher Anglizismus“ gewählt haben. Ansonsten stellt bei allen vorgelegten Anglizismen die Antwort „deutsche Entsprechung“ die mit Abstand häufigste Antwortkategorie dar. Diese Klasse vereint ca. 38% der Stichprobe und ist damit die zweitgrößte.

Die folgenden Abbildungen 1 bis 4 illustrieren die Verteilungen der Verwendungsneigungen der Klassen bezüglich der einzelnen Anglizismen.

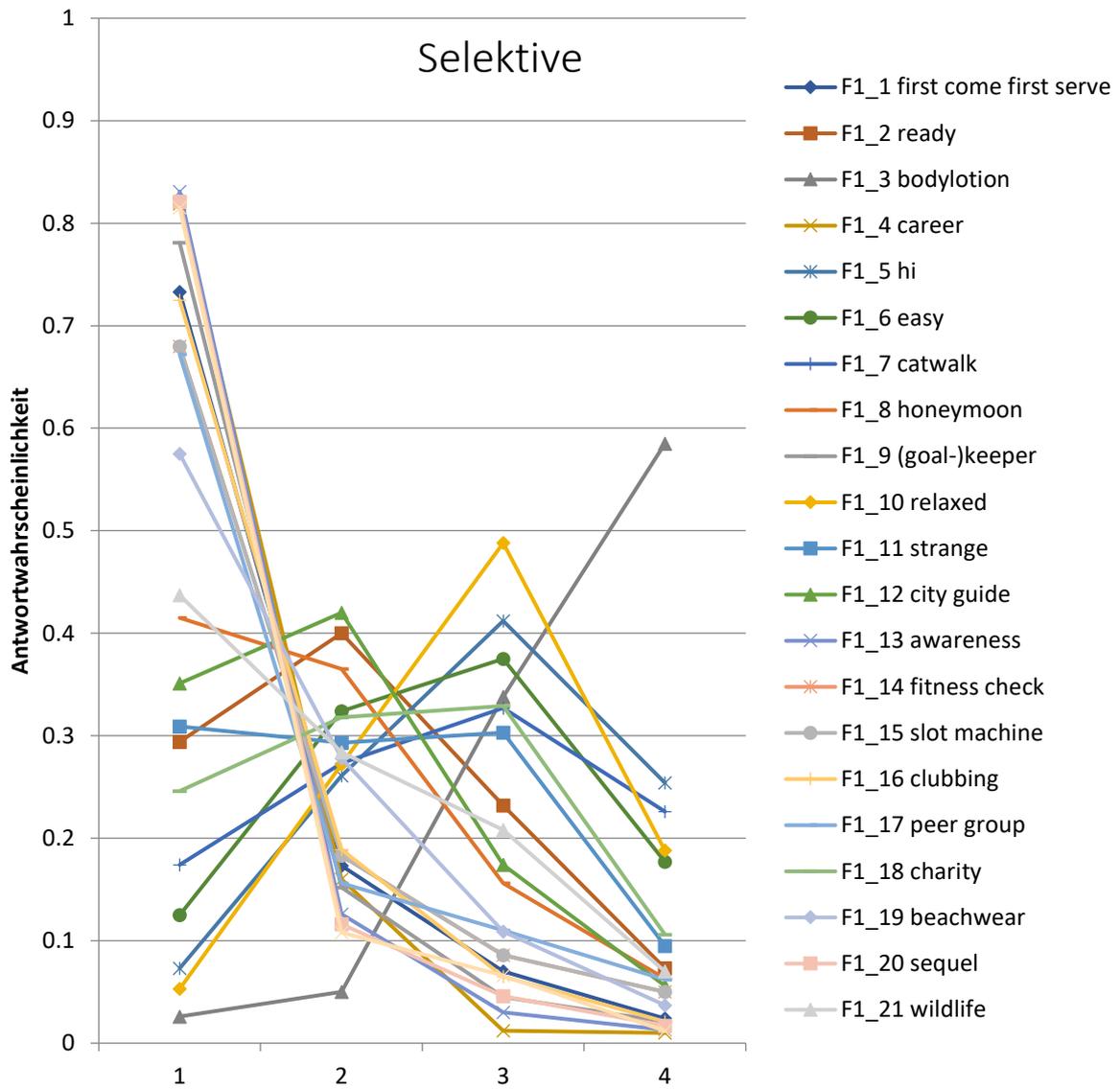


Abbildung 1 - Antwortverhalten der Selektiven

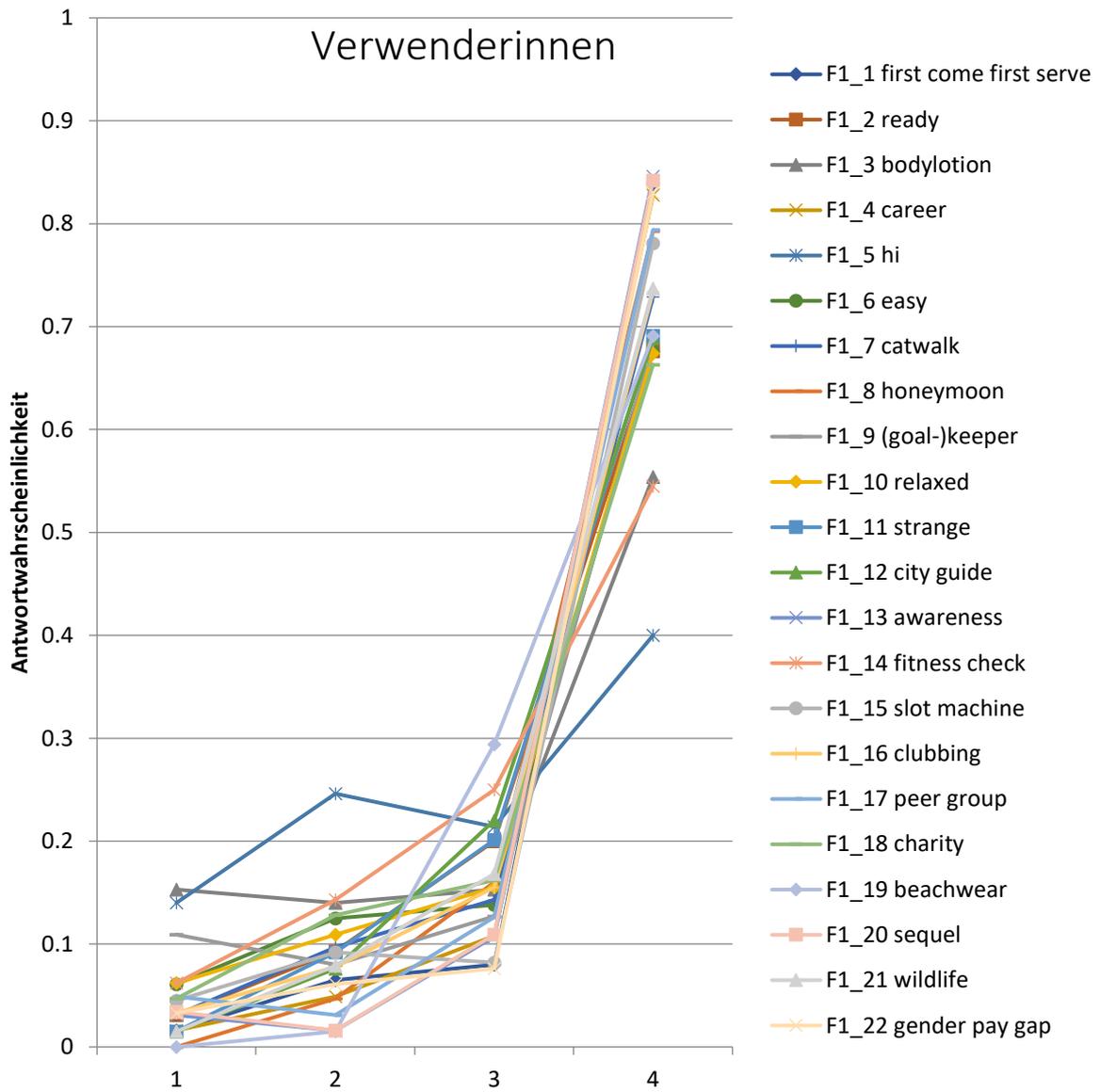


Abbildung 2 - Antwortverhalten der Verwenderinnen

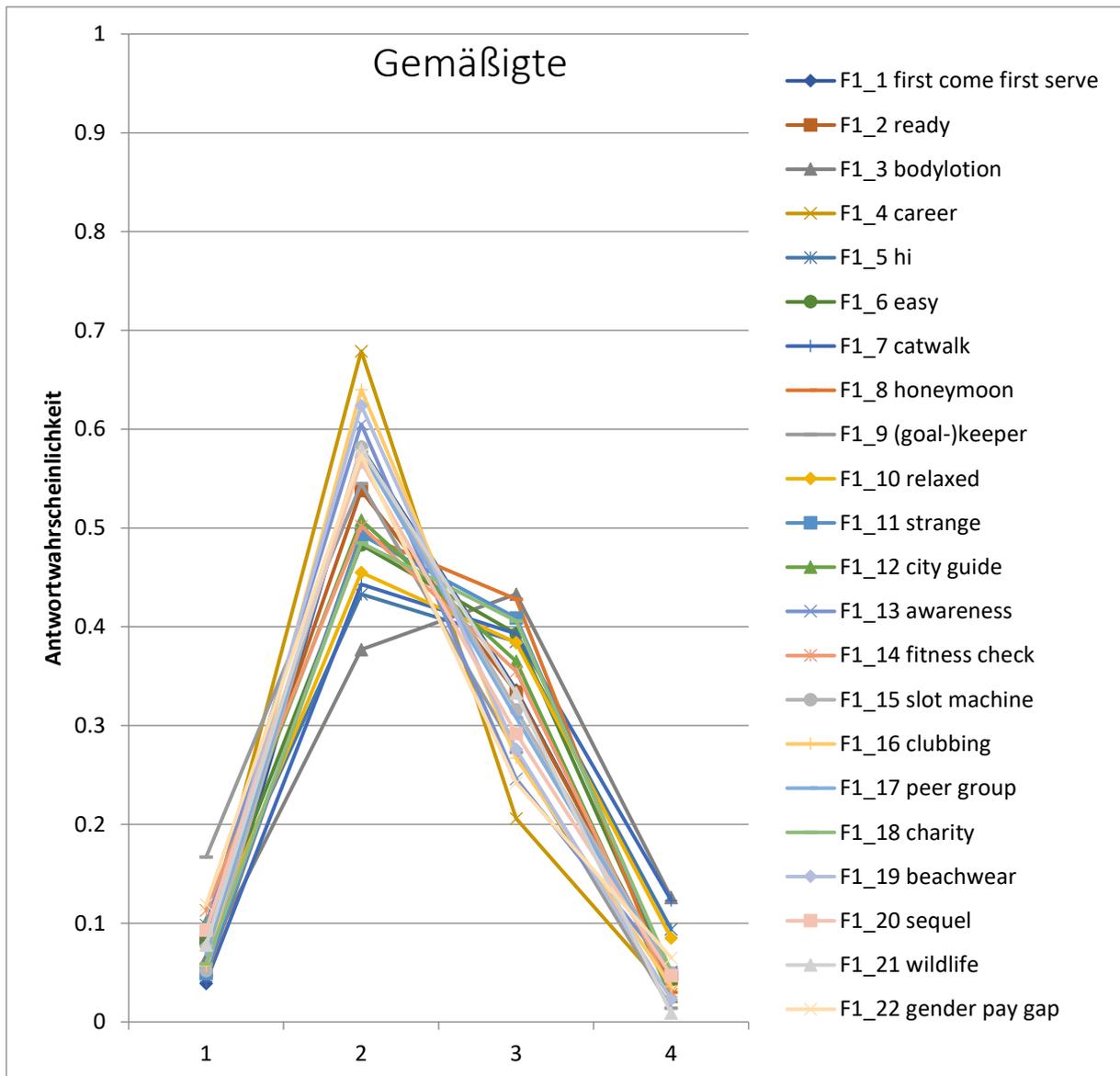


Abbildung 3 - Antwortverhalten der Gemäßigten

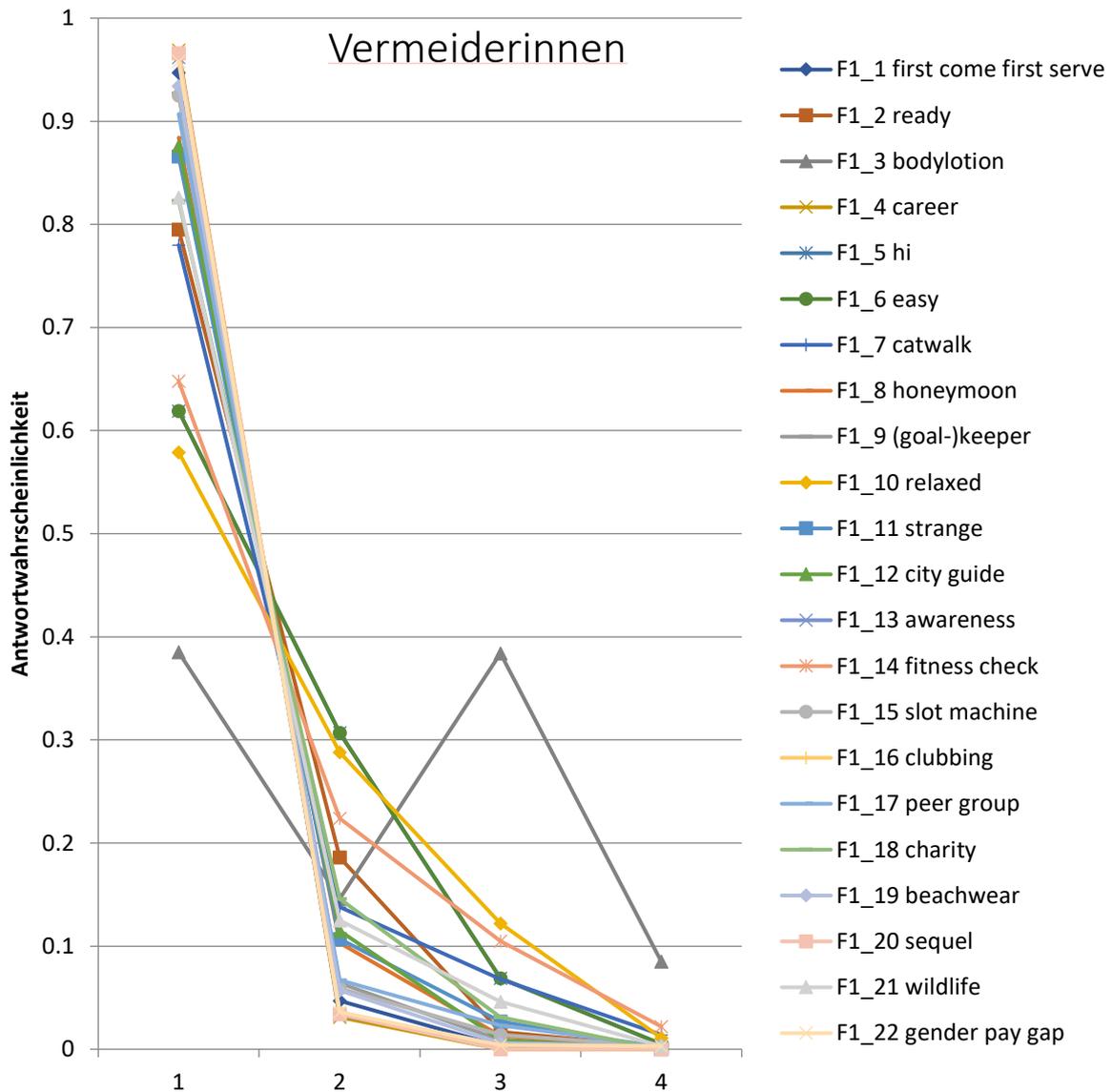


Abbildung 4 - Antwortverhalten der Vermeiderinnen

6.2.2 Verlässlichkeit der Klassenzuordnung

Im nächsten Schritt wurden die Klassen dahingehend überprüft, ob sie empirisch replizierbar oder, im Extremfall, nur ein Produkt der spezifischen Auswahl der vorgelegten Anglizismen sind. Ein ökonomisches Vorgehen ist die Berechnung der sog. „internen Konsistenz“. Für dieses Verfahren wird die verwendete Skala in zufällige Hälften geteilt und die Korrelation zwischen beiden Hälften berechnet. Eine hohe Korrelation zeigt dementsprechend an, ob alle Items (in unserem Falle einzelne Anglizismen) der Skala homogen sind, also in etwa das Gleiche messen. Auf unsere Klassen übertragen, würde eine hohe Konsistenz bedeuten, dass eine ausreichend hohe Korrelation zwischen den Zuordnungen der Personen zu den vier Klassen besteht, die aus jeweils einer Hälfte der Anglizismen (11) berechnet wurden. Dazu berechneten wir drei paarweise Vergleiche zwischen jeweils zufällig ausgewählten Hälften der Skala. Wir berichten Cramer-V als ein geeignetes Korrelationsmaß für kategoriale Variablen, wobei $V = 1$ einen perfekten Zusammenhang und $V = 0$ keinen Zusammenhang ausdrückt. Die interne Konsistenz schwankte, je nach Vergleich, zwischen $V = .528$ und $V = .682$. Dies entspricht einem starken Zusammenhang (Cohen, 1988) und damit einer befriedigenden internen

Konsistenz. Der höchste Zusammenhang wurde erreicht, wenn die meistgenutzten Anglizismen der Klasse der „Selektiven“ für den paarweisen Vergleich gleichmäßig auf beide Hälften verteilt waren.

6.2.3 Beschreibung der Klassen anhand ihrer Anglizismenverwendung

Die vier Verwenderinnenklassen sollen nun im Folgenden unter Berücksichtigung weiterer, in der Umfrage erhobener Daten charakterisiert werden. Zunächst wurde geprüft, ob sich die vier Klassen auch qualitativ in ihrer Anglizismenverwendung unterscheiden. Die offenen Antworten zu der Verwendung von Anglizismen wurden kodiert (siehe Abschnitt 4.2). Sie ließen sich in folgende Überkategorien einfassen:

1. Häufigkeiten (z.B. „immer“, „nie“)
2. Breite Kontexte (z.B. „Freunde“, „beruflich“)
3. Ausdrucksmittel (z.B. „mündlich“)
4. Adressaten (z.B. „Jüngere“)
5. Spezifische Kontexte (z.B. „beim Einkaufen“)
6. Attribute des Anglizismus (z.B. „kurz“)
7. Vergleich zum Deutschen (z.B. „klangvoller“)
8. Sprachfunktion (z.B. „Betonung“)

Die Häufigkeit, mit der ein Code pro Person vergeben wurde, wurde anhand der durchschnittlichen Anzahl der vergebenen Codes in ihrer jeweiligen Klasse standardisiert. Anschließend wurden per Mixed ANOVA (Varianzanalyse) die Häufigkeit der Codes und Überkategorien sowie die Verteilung der Codes in jeder Überkategorie zwischen den Gruppen verglichen. Im Folgenden sind die Ergebnisse zusammengefasst:

Selektive: Selektive Anglizismenverwenderinnen nutzten bestimmte Anglizismen und andere nicht. Anglizismen, die sie nutzten, sind stark verbreitete Anglizismen (Career, Hi, Easy, Catwalk, Relaxed, Fitness Check und Charity). Viele der Anglizismenverwenderinnen hatten Probleme, sich vorzustellen, in welchen Situationen sie diese Begriffe *nicht* verwenden würden (Häufigkeit: immer). Dies deckt sich mit fehlenden Daten in den breiten Kontexten. Stattdessen beschrieben sie eher, *wie* sie den jeweiligen Anglizismus verwenden, nämlich mündlich (Überkategorie Ausdrucksmittel). Zu der Verbreitung ihrer Lieblingsbegriffe und dem mündlichen Modus passend, verbanden sie Anglizismen besonders mit Freunden (Überkategorie: Adressaten). Im Allgemeinen ähnelten sie in ihren offenen Angaben recht stark den Vermeiderinnen.

Zusammengenommen deuten diese Ergebnisse darauf hin, dass selektive Verwenderinnen tendenziell eher wenige Anglizismen verwenden, aber dennoch manche Begriffe in ihren Sprachgebrauch aufgenommen haben. Wir vermuten, dass Selektive alltägliche Anglizismen übernehmen, weil sie weit verbreitet sind, und weiter nicht viel über sie nachdenken. Sie scheinen sich hinsichtlich ihrer Anglizismenverwendung an ihrem sozialen Umfeld zu orientieren.

Verwenderinnen: Die Anglizismenverwenderinnen tendieren in allen Begriffen dazu, den jeweiligen Anglizismus dem deutschen Begriff vorzuziehen. Sie hatten daher in der Umfrage die Gelegenheit, zu vielen verschiedenen Anglizismen qualitative Daten abzugeben. Ähnlich wie die Selektiven hatten sie einige Schwierigkeiten damit, ihre Anglizismennutzung einzugrenzen (Häufigkeit: immer). Im Gegensatz zu den Selektiven jedoch konnten sie schon deutliche Kontexte benennen, in denen sie Anglizismen verwenden (Überkategorie: breite Kontexte). Modi und Adressaten spielten für sie

hingegen eine untergeordnete Rolle. Dieser Gegensatz grenzt sie von Selektiven und Verweiderinnen ab. Sie unterscheiden sich in ihren offenen Angaben nicht von den Gemäßigten.

Die Gruppe der Verwenderinnen scheint also ein relativ hohes Maß an Selbstbewusstsein im Umgang mit Anglizismen zu haben. Anglizismenverwendung ist für sie offenbar unabhängig davon, mit wem und in welchem Medium sie gerade sprechen.

Gemäßigte: Die Gemäßigten verwendeten Anglizismen im moderaten Bereich und tendierten insgesamt leicht dazu, die deutsche Alternative zu bevorzugen. Dieses Abwägen spiegelte sich auch darin wider, dass sie breite Kontexte benennen konnten und recht wenig dazu geneigt waren, auf die Frage nach Verwendungskontexten „immer“ anzugeben. Sie assoziierten dabei private und freizeitliche Kontexte, weniger berufliche und noch seltener einen mündlichen Modus. Der Verlauf über alle Kategorien innerhalb einer Überkategorie hinweg (z.B. Überkategorie breite Kontexte: Freizeit, Beruf, öffentlich) unterschied sich bei den Gemäßigten nicht von denen anderer Gruppen. Dennoch finden sich signifikante Kontraste, wenn man die einzelnen Kategorien betrachtet.

Die Gemäßigten verwendeten Anglizismen, nach den Verwenderinnen, am zweithäufigsten. Es gibt, zusammengenommen, deutliche Hinweise darauf, dass sie sich auch qualitativ unterschieden, vor allem hinsichtlich ihrer stärkeren Kontexte-Assoziation mit Anglizismen und ihrer Zurückhaltung darin, bestimmte Anglizismen „immer“ zu verwenden (im Vergleich zu Selektiven und Verwendern).

Verweiderinnen: Die Elaboration bei den Verweiderinnen musste zwangsläufig geringer ausfallen, da nur wenige Menschen in dieser Gruppe Anglizismen den deutschen Alternativen gegenüber den Vorzug geben, so dass ihnen nur für wenige Anglizismen überhaupt die offene Frage nach den Situationen gestellt worden ist, in denen sie den Anglizismus (eher) nutzen. Passend dazu haben sie im Vergleich zu den anderen Gruppen kaum Assoziationen mit „immer“ und mit breiten Verwendungskontexten. Wie die Selektiven sehen sie Anglizismen als etwas an, das sie im Mündlichen verwenden. Adressaten sind für sie vor allem Familie, Bekannte und Jüngere (wobei hier auch „andere Verwenderinnen“ gemeint sein könnten, da sie offensichtlich Anglizismen meiden). Was sie von den anderen Gruppen am meisten unterschied (besonders im Vergleich zu den Verwenderinnen), ist ihre Assoziation mit bestimmten Attributen (besonders „normal“) und ihrer Neigung dazu, den Anglizismus mit der deutschen Alternative (z.B. hinsichtlich der Funktionalität) zu vergleichen.

Verweiderinnen lagen den Verwenderinnen diametral gegenüber. In beinahe jedem qualitativen Merkmal unterschieden sich ihre Assoziationen mit Anglizismen. Sie schienen, wie Selektive, Anglizismen vor allem an ihr Gegenüber zu koppeln. In Verbindung damit, dass sie die durchschnittlich älteste Klasse bilden (s. unten), kann man davon ausgehen, dass sie mit „Jüngere“ eher Jüngere in ihrem Umfeld als tatsächliche Adressaten ihrer Anglizismenverwendung meinen. Aus ihrer im Vergleich starken Tendenz, Anglizismen zu bewerten und mit deutschen Alternativen zu vergleichen, kann man eine kritische Haltung gegenüber Anglizismen herauslesen.

6.2.3 Soziale Milieus der vier Klassen

Um unser Bild der verschiedenen Klassen von Anglizismenverwenderinnen jenseits sprachlicher Merkmale zu schärfen, berichten wir im Folgenden Zusammenhänge zwischen soziodemografischen Merkmalen (siehe Tabelle 22, Block A) und der Zugehörigkeit zu dem statistisch identifizierten Typen von Anglizismenverwenderinnen. In dieser multivariaten Analyse werden die Effekte der soziodemografischen Variablen bereinigt um die Zusammenhänge untereinander. Die latenten Klassen wurden zum Zwecke dieser Analysen als wahrscheinlichste Klassenzuordnung der Teilnehmerinnen

abgespeichert und damit manifestiert. Wir hielten dieses Vorgehen für geeignet, da die Zuordnungswahrscheinlichkeit in unserer Stichprobe sehr hoch war (Entropie > .90; Celeux & Soromenho, 1996) und das komplexe Modell mit vielen korrelierten Prädiktoren nicht konvergierte. Ein Überblick über die Ergebnisse ist Tabelle 24 zu entnehmen.

Tabelle 24 - Ergebnisse der multinominalen Regression der Klassen mit soziodemografischen Daten

Verweiderinnen	M (SD)	Gemäßigte	Verwenderinnen	Selektive
Alter	56.98 (15.80)	-.040***	-.034***	-.029***
Geschlecht (Weiblich) ¹				
Männlich	0.56 (0.50)	-.085	-.016	-.302
Herkunft (Westdtl.)				
Berlin	0.05 (0.23)	.557	.222	-1.098*
Ostdeutschland	0.13 (0.34)	.085	.415	-.255
Einkommen (> 3.200€)				
keine Angabe	0.13 (0.34)	-.456	-.187	-.157
< 1.300€	0.24 (0.42)	-.680	-.295	.014
1.300€ – 3.200€	0.51 (0.50)	-.655*	-.158	-.102
Subj. Sozialer Status	5.21 (1.69)	.093	.057	.049
Migrationshintergrund	1.04 (0.21)	.191	.878	.151
Englischkenntnisse	2.84 (1.16)	.229*	.275	.315***
Ortsgröße	1.29 (0.45)	.138	.325	.323
Schulabschluss (Abitur) ¹				
Hauptschulabschluss	0.17 (0.38)	.829*	-.016	-.407
Mittlere Reife	0.36 (0.48)	.317	.192	.099
Fachhochschulreife	0.11 (0.31)	.245	.421	-.031
Selektive				
Alter	46.45 (16.88)	-.270	-.006	-
Geschlecht (Weiblich) ¹				
Männlich	0.43 (0.50)	-.011	.286	-
Herkunft (Westdtl.)				
Berlin	0.02 (0.15)	.675	1.320*	-
Ostdeutschland	0.10 (0.30)	.340	.670	-
Einkommen (> 3.200€)				
keine Angabe	0.13 (0.34)	-.299	-.030	-
< 1.300€	0.23 (0.42)	-.694	-.310	-
1.300€ – 3.200€	0.51 (0.50)	-.553*	-.056	-
Subj. Sozialer Status	5.39 (1.70)	.044	.008	-
Migrationshintergrund	1.07 (0.25)	-.040	.727	-
Englischkenntnisse	3.48 (1.02)	-.086	-.040	-
Ortsgröße	1.35 (0.48)	-.185	.001	-
Schulabschluss (Abitur) ¹				
Hauptschulabschluss	0.67 (0.25)	1.236***	.392	-
Mittlere Reife	0.32 (0.47)	.219	.093	-
Fachhochschulreife	0.11 (0.31)	.276	.452	-
Verwenderinnen				
Alter	45.35 (16.37)	-.005	-	-
Geschlecht (Weiblich) ¹				
Männlich	0.49 (0.50)	-.069	-	-
Herkunft (Westdtl.)				
Berlin	0.77 (0.27)	-.645	-	-
Ostdeutschland	0.15 (0.36)	-.330	-	-
Einkommen (> 3.200€)				
keine Angabe	0.14 (0.35)	-.296	-	-
< 1.300€	0.19 (0.39)	-.384	-	-
1.300€ – 3.200€	0.52 (0.50)	-.496	-	-
Subj. Sozialer Status	5.42 (0.50)	.036	-	-
Migrationshintergrund	1.14 (0.35)	-.687	-	-
Englischkenntnisse	3.43 (1.08)	-.046	-	-
Ortsgröße	1.37 (0.49)	-.186	-	-
Schulabschluss (Abitur) ¹				
Hauptschulabschluss	0.77 (0.27)	.845	-	-
Mittlere Reife	0.31 (0.47)	.125	-	-
Fachhochschulreife	0.15 (0.36)	-.176	-	-

Anmerkungen: Regressionsgewichte sind unstandardisiert. Signifikante Effekte: * $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$.
¹Die Dummy-Variablen „Geschlecht(Divers)“ und Schulabschluss(Anderer) wird nicht berichtet, da für sie quasi-vollständige Trennung zwischen den Klassen vorlag.

Es finden sich einige interessante Unterschiede zwischen den Klassen. Vermeiderinnen unterschieden sich hinsichtlich ihres hohen Alters von allen anderen (sie sind durchschnittlich 10 Jahre älter). Darüber hinaus gaben Vermeiderinnen insgesamt weniger Englischkenntnisse an. Die Effekte bei diesem und den folgenden Vergleichen zu Verwenderinnen waren zwar hoch, jedoch nicht signifikant. Dies könnte auf die geringe Stichprobengröße innerhalb dieser Klasse zurückführbar sein: eine geringere Stichprobengröße reduziert die statistische Power (die Wahrscheinlichkeit einen Effekt zu finden, sofern es ihn gibt). Gemäßigte schienen außerdem einerseits einen höheren Anteil Hauptschulabschlüsse (an Abiturientinnen) vorzuweisen, andererseits aber auch häufiger Vielverdiener zu sein, als die anderen Klassen. Subjektiver sozialer Status kann die Zugehörigkeit zu den Klassen nicht bedeutsam vorhersagen.

Insgesamt bestätigen die Daten unsere Vermutung, dass die Klassen, zumindest grob, verschiedenen sozialen Milieus zugeordnet werden können. Besonders Vermeiderinnen und Gemäßigte grenzen sich in dieser Hinsicht von den jeweils anderen Klassen ab: Vermeiderinnen sprechen vergleichsweise wenig Englisch und sind deutlich älter. Gemäßigte, die ebenfalls recht wenige Anglizismen verwenden, aber diese meistens nicht komplett vermeiden, sind weniger gebildet und häufiger gutverdienend. Die Interpretation der Ergebnisse wird dadurch eingeschränkt, dass sich die Daten auf Verhältnisse zwischen den Klassen und nicht im Vergleich zur Allgemeinbevölkerung beschränken.

6.3 Neigung zur Anglizismenverwendung und deren Vorhersage

Richten wir unser Augenmerk jedoch auf die Frage, welche Variablen die Verwendung von Anglizismen *grosso modo*, ungeachtet sprachlicher Feinheiten wie spezifischer Wortpräferenzen und -abneigungen, vorhersagen, ist für die Operationalisierung der Verwendung eine kontinuierliche Variable geeigneter.

6.3.1 Berechnung der kontinuierlichen Verwendungsvariablen

Durch die Vielfalt der Anglizismenauswahl und die wortspezifischen Verwendungsmuster standen wir vor einer analytischen Herausforderung: Die Nutzungsangaben zu allen Anglizismen ließen sich unter psychometrischen Gesichtspunkten nicht zufriedenstellend zu einer einzigen Skala zusammenfassen. Daher wurden die Fragen zu den 22 Anglizismen zunächst einer exploratorischen Faktorenanalyse mit Quartimax-Rotation unterzogen. Bei der Quartimax-Rotation werden die aus der Korrelationsmatrix aller Items extrahierten Faktoren so rotiert, dass jedes Item möglichst hoch auf genau einem Faktor (und möglichst niedrig auf den anderen Faktoren) lädt. Die auf dem ersten Faktor hoch ladenden Items bildeten dann die Grundlage für unsere kontinuierliche Skala zur Anglizismenverwendungsneigung. Die Annahme bei diesem Vorgehen ist, dass das Antwortverhalten zu diesen Items möglichst wenig von den spezifischen Wortbedeutungen und möglichst stark durch die Eigenschaft als Anglizismus geleitet ist. Die folgenden zwölf Anglizismen gingen in diese Skala mit ein. Die interne Konsistenz der Skala war sehr hoch (Cronbach's $\alpha = .94$).

First come first serve | Career | Honeymoon | (Goal-)keeper | Awareness | Slot machine | Clubbing | Peer group | Beachwear | Sequel | Wildlife | Gender Pay Gap.

6.3.2 Analysestrategie zur Vorhersage der Verwendungsneigung

Um relevante Vorhersagevariablen dieser Anglizismenverwendung zu identifizieren, erstellten wir mit SPSS Version 25 durch schrittweisen Einschluss von Vorhersagevariablen ein umfassendes

Regressionsmodell. Bei diesem Vorgehen werden beispielsweise soziodemografische Variablen dann beibehalten, wenn sie bei gleichzeitiger Berücksichtigung der Effekte der anderen Variablen in Block A einen signifikanten Effekt auf die Anglizismenverwendung haben. In den darauffolgenden Blöcken wurden diese Effekte dann um weitere Variablen ergänzt, die wiederum auch im schrittweisen Verfahren „ausgesiebt“ wurden. So wurde sichergestellt, dass nur die wirklich relevanten Vorhersagevariablen ins resultierende Gesamtmodell Eingang fanden. Gleichzeitig erhielten wir durch die stufenweise Strategie auch Hinweise auf mögliche Vermittlungsmechanismen der zuerst ins Modell eingehenden Variablen durch die später hinzukommenden: Wenn Variablen aus einem der ersten („objektiveren“) Blöcke zunächst signifikante Effekte auf die Verwendungsneigung hatten, diese aber durch Einschluss von Variablen aus späteren („subjektiveren“) Blöcken in das Modell an Vorhersagekraft verloren, sprach dies dafür, dass die Effekte der zuerst aufgenommenen Variablen durch die später aufgenommene Variablen erklärt werden kann. Es ist jedoch zu vermerken, dass dies nur einen *Hinweis* auf eine vorliegende Mediation darstellt und keinesfalls einen *Nachweis*. Die wichtigste Annahme für die hier angewendete Art der Analyse ist, dass die Reihenfolge des Variableneinschlusses der tatsächlichen Kausalität folgt: Soziodemografische Variablen müssten die soziopolitische Selbstverortung beeinflussen (und nicht andersherum), die sich wiederum auf die Anglizismenverwendung niederschlägt. In Fällen, in denen diese Reihenfolgeannahme nicht haltbar war, sind die Effekte eher als überlappend anstatt als durch einander erklärbar anzusehen.

Über die verschiedenen Phasen der Modellbildung hinweg wurden alle in Tabelle 22 zusammengefassten Vorhersagevariablen berücksichtigt. Aufgrund theoretischer Vorüberlegungen wurden zusätzlich einzelne Interaktionsterme geprüft. Der Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen, 1991) folgend, nahmen wir an, dass der Einfluss der Einstellung gegenüber Anglizismen auf deren Verwendung stärker sein sollte, wenn Personen sich zur Verwendung befähigt fühlen (erhöhte wahrgenommene Verhaltenskontrolle – empirisch angenähert durch die angegebenen Englischkenntnisse). Derselbe Mechanismus gilt der Theorie zufolge auch für den Zusammenhang zwischen der wahrgenommenen Norm bezüglich Anglizismenverwendung im eigenen Umfeld und der eigenen Verwendung. Des Weiteren nahmen wir an, dass die Effekte der Persönlichkeitsaspekte soziale Konformität und proaktive Persönlichkeit auf die Anglizismenverwendung dann stärker (für soziale Konformität) bzw. schwächer (für proaktive Persönlichkeit) sein sollten, wenn die Verwendung von Anglizismen im Umfeld der Sprecherinnen eher die Norm als die Ausnahme darstellt. Ein stärker ausgeprägtes Machtmotiv sollte unserer Annahme nach dann in verstärkter Anglizismennutzung münden, wenn die Nutzung auch als förderlich für das Erlangen von Einfluss angesehen wird. Unsere Überlegung war, dass diese Vorstellung bei Personen besonders ausgeprägt sein sollte, die der „Hauptherkunftsgesellschaft“ bzw. -kultur von Anglizismen – den USA – ein hohes Ansehen beimessen. Wir vermuteten folglich, dass der Effekt des Machtmotivs auf die Anglizismenverwendung vor allem dann auftreten sollte, wenn eine positive Einstellung gegenüber den USA vorlag.



Abbildung 5 - Reduzierte schematische Darstellung des Gesamtmodells. Enthält Gruppen von Vorhersagevariablen mit direkten Effekten auf die Verwendungsneigung sowie Hinweise auf die Vermittlung der Effekte distaler Variablen durch proximale Variablen.

6.3.3 Ergebnisse des resultierenden Gesamtmodells

Tabelle 24 zeigt die standardisierten Regressionskoeffizienten und p-Werte des finalen Modells. Aus dem Bereich der soziodemografischen Variablen wurden das Alter, eigene Englischkenntnisse und eigener Migrationshintergrund aufgenommen. Aus dem Bereich der soziopolitischen Selbstverortung die Identifikation mit Deutschland und die Anzahl der Freunde mit Englisch als Muttersprache. Aus dem Bereich der soziopolitischen Einstellungen wurden die Einstellung gegenüber den USA und das wahrgenommene Sicherheitsgefühl in der Nachbarschaft, von den sozialpsychologischen Variablen die Einstellung zu Anglizismen und die Verwendungsnorm im Umfeld aufgenommen. Der einzige aufgenommene Persönlichkeitsaspekt war der des Machtstrebens.

Tabelle 25 - Modellkoeffizienten des resultierenden Gesamtmodells zur Vorhersage der Verwendungsneigung von Anglizismen

Variable	β (β bei Einschluss)	p-Wert
Alter	-0.027 (-0.193)	0.441
Eigene Englischkenntnisse	0.060 (0.118)	0.091
Migrationshintergrund	0.090 (0.101)	0.003
Identifikation mit Deutschland	-0.107 (-0.094)	0.001
Freunde mit Englisch als Muttersprache	0.055 (0.079)	0.086
Einstellung gegenüber USA	0.080 (0.131)	0.012
Sicherheitsgefühl in der Nachbarschaft	-0.121 (-0.111)	0.000
Einstellung zu Anglizismen	0.123 (0.144)	0.000
Anglizismen-Verwendungsnorm im privaten Umfeld	0.084 (0.095)	0.009
Machtstreben	0.101	0.001

Anmerkungen. Regressionsgewichte β sind standardisierte Werte des finalen Modells. Werte in Klammern geben die Regressionsgewichte bei Einschluss in das Modell an. Ein p-Wert unter 0.05 kennzeichnet einen statistisch signifikanten Effekt. R^2 des Gesamtmodells = 0.135.

Den stärksten Einfluss auf die Anglizismenverwendung hatte in der vorliegenden Studie die *Einstellung zu Anglizismen*. Wer demzufolge eine positivere Einstellung zu Anglizismen hat, neigt eher zu deren Verwendung. Dieser Befund steht in Einklang mit sozial- und motivationspsychologischen Theorien zum handlungsleitenden Charakter von Einstellungen (Ajzen, 1991; Bentler & Speckart, 1979). Für die vermutete Verstärkung dieses Effekts für Menschen mit größeren Englischkenntnissen wurde jedoch kein Indiz gefunden.

Einen negativen Einfluss hatte überraschenderweise das *Sicherheitsgefühl in der Nachbarschaft*: Wer sich in der eigenen Nachbarschaft unsicherer fühlt, neigt weniger zur Verwendung von Anglizismen.

Ebenfalls neigen Menschen umso weniger zur Anglizismenverwendung, je stärker sie sich mit *Deutschland identifizieren*. Dieser Effekt ist einleuchtend, da Sprache von vielen Forscherinnen als essentieller Bestandteil nationaler Identitäten gesehen wird (s. Giles & Johnson, 1987; Shulman, 2002; Hobsbawm, 1992). Die Effekte des Sicherheitsgefühls und der nationalen Identifikation zeigten außerdem besonders wenig Überschneidung mit denen der anderen Vorhersagevariablen, d.h. sie blieben trotz weiterer Variableneinschlüsse stabil.

Menschen in Deutschland mit *Migrationshintergrund* verwendeten tendenziell mehr Anglizismen als Menschen ohne. Unterschiede im Ausmaß der *nationalen Identifikation* schienen dabei jedoch keine Rolle zu spielen, einzig durch den Einschluss der Variable *Machtstreben* wurde der Effekt leicht reduziert.

Ebenfalls stärkere Anglizismennutzung zeigte sich bei den Personen, in deren Umfeld Anglizismenverwendung stärker die *Norm* darstellt. Für die vermutete Verstärkung dieses Effektes bei besseren Englischkenntnissen fand sich kein Indiz. Leicht reduziert wurde der Effekt durch den Einschluss von *Machtstreben*. Es ist also zu vermuten, dass in Gruppen mit stärkerer Verwendungsnorm auch eine stärkere Machtorientierung vorherrscht.

Menschen mit positiverer *Einstellung gegenüber den USA* verwendeten mehr Anglizismen als solche mit USA-skeptischer Einstellung. Durch Einschluss von unmittelbar anglizismenbezogener Einstellung sowie *Machtstreben* verringerte sich der initiale Effekt. Teile dieses Zusammenhangs können also durch die konkrete sprachbezogene Einstellung und eine stärkere Machtorientierung der Personen, die die USA positiver sehen, erklärt werden. Dennoch bleibt ein anglizismenfördernder Effekt der Einstellung zu den USA festzuhalten.

Anzahl der Freunde mit Englischer Muttersprache und die *eigenen Englischkenntnisse* zeigten bei Einschluss positive Zusammenhänge mit der Anglizismenverwendung. Diese verringerten sich jedoch durch Einschluss weiterer Variablen und waren im Endmodell nicht mehr statistisch bedeutsam. Das Gleiche gilt für den Zusammenhang von *Alter* und Anglizismenverwendung. Nahezu alle anderen Vorhersagevariablen trugen zur Aufklärung des Zusammenhangs zwischen Alter und Anglizismenverwendung bei. Wir haben daher Anlass zur Vermutung, dass ältere Menschen Anglizismen weniger verwenden als jüngere, weil sie oft selbst weniger gut Englisch sprechen, sich stärker mit Deutschland (und mit der deutschen Sprache?) identifizieren, sie insgesamt negativer gegenüber Anglizismen und den USA eingestellt sind, sich in ihren Nachbarschaften weniger sicher fühlen, in ihrem Umfeld Anglizismen weniger vorherrschend sind und sie weniger machtorientiert sind. Die Effekte der englischsprachigen Freunde und der eigenen Englischkenntnisse auf die Anglizismenverwendung wurden vor allem durch damit einhergehende positivere Einstellung zu Anglizismen aufgehoben.

Zusammen klären die Variablen 13.5% der Varianz der Verwendungsneigung auf, wodurch das Modell eine mittlere Vorhersagekraft aufweist und auf die Existenz weiterer unberücksichtigter Vorhersagevariablen hindeutet.

Insgesamt stehen (mit Ausnahme der wahrgenommenen Sicherheit in der Nachbarschaft) die vorhersagestärksten Variablen mit den theoretischen Vorüberlegungen weitgehend im Einklang. Warum die Sicherheitswahrnehmung über mehrere Modelle hinweg durchgängig und unter Verwendung von einer großen Bandbreite von Kovariaten die Anglizismenverwendung vorhersagt, bietet Anlass zu Spekulationen.

7. ABSCHLIESSENDE BEMERKUNGEN

Was bestimmt die Einstellung gegenüber Anglizismen? Gibt es unterschiedliche „Verwendungstypen“, und falls ja, wie sehen sie aus? Wodurch wird die allgemeine Tendenz zur Verwendung oder Nicht-Verwendung von Anglizismen bestimmt? – Wir schließen diesen Bericht mit einer kurzen Zusammenfassung der gefundenen Antworten auf diese Fragen.

7.1 Was bestimmt die Einstellung gegenüber Anglizismen?

Das in Kapitel 6.1 berichtete Strukturgleichungsmodell legt nahe, dass Personen, die Anglizismen negativ sehen, im Durchschnitt älter sind, geringere Englischkenntnisse haben, ihren sozioökonomischen Status niedriger einschätzen und mit erhöhter Wahrscheinlichkeit in Ostdeutschland wohnen als Menschen, die Anglizismen gegenüber positiv eingestellt sind. Die Interpretation dieser Befunde inspiriert viele konkretisierende Fragestellungen zu den zugrundeliegenden psychologischen Prozessen. Drei Beispiele: In Bezug auf die stärkste Vorhersagevariable, das Alter, wäre es etwa von Interesse, ob es sich dabei um einen Reifungseffekt („je älter eine Person wird, desto negativer wird ihre Sicht auf Anglizismen“) oder einen Kohorteneffekt („ältere Menschen sind in Deutschland heutzutage Anglizismen gegenüber negativer eingestellt als jüngere Menschen“) handelt. Auch der gefundene Effekt des Wohnorts lässt verschiedene Vermutungen zu: Ist die stärkere historisch-kulturelle angelsächsische Prägung der westdeutschen Bundesländer und infolgedessen z.B. eine größere Gewöhnung an, oder positivere Assoziationen mit, englisch klingenden Wörtern die Ursache hinter diesem Effekt? Eine andere Möglichkeit wäre, dass ökonomische Unterschiede zwischen den Regionen hinter der unterschiedlichen Bewertung von Anglizismen stehen. Nicht objektiver, aber subjektiver ökonomischer Status geht ebenfalls mit einer negativeren Bewertung von Anglizismen einher. Kann ein Prozess wie z.B. die psychologische Reduktion materieller Unsicherheit (etwa eine schwierige eigene Wirtschaftslage) durch selbstwertdienliche Werthaltungen (Abwertung von als fremd wahrgenommenen Anglizismen) diesen Zusammenhang erklären?

Eine zentrale Rolle spielen bei all diesen Folgefragen die Bedeutungsinhalte, deren Träger Anglizismen aus der Sicht der jeweiligen Person sind: Mit welchen Stereotypen und gesellschaftlichen (Sub-) Gruppen sind Anglizismen verknüpft, und wie verortet sich die Person selbst in diesem Gefüge? Vertiefende Interview- oder Fragebogenstudien (vgl. Goldberg, 2011; DiMaggio, Sotoudeh, Goldberg & Shepherd, 2018) könnten über diese Wahrnehmungen Aufschluss geben.

7.2 Gibt es unterschiedliche Verwendungstypen?

Als nächstes wendeten wir uns der Sprachproduktion zu. Der Vermutung folgend, dass Sprachverhalten sowohl situativ als auch transsituativ durch zahlreiche soziale und psychologische Randbedingungen geprägt wird, wollten wir Anglizismenverwendung nicht (nur) als kontinuierliches Maß von „wenig Anglizismenverwendung“ bis „viel Anglizismenverwendung“ konzeptualisieren. Stattdessen haben wir versucht, verschiedene Typen von Anglizismenverwenderinnen zu definieren und voneinander abzugrenzen. Diese Herangehensweise hatte vor allem einen beschreibenden Charakter, weswegen wir auf den Einschluss umfassender sozio-politischer Korrelate verzichteten. Wir nutzten die Antworten auf die Verwendung (oder Vermeidung) von 22 zufällig ausgewählten Anglizismen, um in ihnen Muster zu finden, anhand derer sich Personen sinnvoll zuordnen lassen. Mit einer latenten Klassenanalyse identifizierten wir vier Profile: Verwenderinnen, die in den meisten Fällen den Anglizismus einer deutschen Alternative bevorzugen; Selektive, deren Vermeidung oder Bevorzugung stark von den jeweiligen Anglizismen abhängt; Gemäßigte, die eine sporadische Nutzung von Anglizismen angaben; sowie Vermeiderinnen, denen gemein ist, dass sie Anglizismen fast kategorisch aus ihrem Sprachgebrauch ausschließen. Um diese vier Typen weiter zu charakterisieren, verglichen wir sie einerseits hinsichtlich der Assoziationen, die sie mit Anglizismen verbinden, und

andererseits bezüglich ihrer soziodemografischen Zusammensetzung. Gemäßigte und Vermeiderinnen scheinen demnach den elaboriertesten Zugang zu Anglizismen zu haben, während Selektive und Verwenderinnen eher schmalere Assoziationsräume mit den von ihnen genutzten Anglizismen zeigten. Anhand soziodemografischer Daten ließen sich Vermeiderinnen und Gemäßigten am klarsten definieren. Vermeiderinnen fielen durch ihr hohes Alter und geringere Englischkenntnisse auf. Gemäßigte hatten tendenziell einen niedrigeren Bildungsstand, aber ein höheres Einkommen. In der Konsequenz lässt sich vermuten, dass hinter dem Auftreten von Vermeiderinnen, besonders in unserer vergleichsweise alten Stichprobe (siehe Abschnitt 4.7), ein Generationeneffekt verbirgt. Gemäßigte könnte man am sinnvollsten in einer nicht-akademischen und Selektive in einer eher gebildeten Mittel- bis Oberschicht platzieren. Die Charakterisierung der Verwenderinnen erwies sich in diesem Teil aufgrund ihrer geringen Fallzahl als problematisch.

7.3 Warum nutzen Menschen (keine) Anglizismen?

Die dritte Frage folgt nicht mehr dieser personenzentrischen Sicht. Hier untersuchten wir Anglizismenverwendung als eine allgemeine Tendenz auf einem eindimensionalen Kontinuum. Wir konzentrierten uns auf die Identifikation relevanter demografischer und sozio-politischer Einflussfaktoren sowie auf mögliche Verbindungen zu Persönlichkeitsaspekten und sozialpsychologischen Theorien. Im Zentrum stand demnach das „Warum“ der am Anfang des Abschnitts gestellten Frage, also der Versuch, das Phänomen Anglizismen(nicht)verwendung zu erklären. Um dem wissenschaftlichen Modus des Erklärens gerecht zu werden, schlugen wir hier Eingangs einige Hypothesen basierend auf bisheriger (sozialpsychologischer) Forschung und der vorhergehenden Literaturrecherche vor. Wir bedienten uns einer schrittweisen multiplen Regression, um das Antwortverhalten auf zwölf der 22 Anglizismen zu erklären. Diese Reduktion basierte auf einer Faktorenanalyse, die uns diejenigen Anglizismen vorschlug, welche am ehesten das Maß „Anglizismenverwendung“ und möglichst wenig andere dahinterliegende Konstrukte vorhersagten (wie z.B. möglicherweise „Kontakt mit Jugendsprache“ für den Anglizismus *easy*). Die Reihenfolge der Schritte hatte zum Ziel, sich möglichst von distalen Einflussfaktoren der Umgebung einer Person bis hin zu proximalen Persönlichkeitseigenschaften vorzuarbeiten. Bei jedem Schritt wurden nun die Variablen, die am stärksten zur zusätzlichen Aufklärung des Modells beitrugen, aufgenommen und am Ende jedes Schritts „festgezurr“ und behalten, auch wenn sie in späteren Schritten keinen statistisch bedeutsamen Beitrag mehr zur Erklärung gaben. Auf diese Weise war es möglich, zumindest Hinweise auf mögliche Mediationen (die Vermittlung eines Effekts einer Variable X auf Y durch eine Drittvariable M) zwischen Einflussfaktoren unterschiedlicher Schritte zu finden.

Das endgültige Modell ergab sich nach folgenden fünf Schritten: Soziodemografie (A), soziopolitische Selbstverortung (B), soziopolitische Einstellungen (C), sozialpsychologische Variablen (D), Persönlichkeitseinflüsse (E). Es umfasste zehn Einflussvariablen auf Anglizismenverwendung, die alle fünf Variablensets repräsentierten. Die Kombination deckte sich größtenteils mit unseren Erwartungen (siehe Abschnitt 6.3): Alter, Englischkenntnisse, Migrationshintergrund (A), Identifikation mit Deutschland, englischsprachige Freunde (B), Einstellung zur USA (C), Einstellung zu Anglizismen, Anglizismen-Verwendungsnorm im privaten Umfeld (D) sowie Machtstreben (E). Überraschend war das Ergebnis für *Sicherheitsgefühl in der Nachbarschaft* (C), das sich nicht direkt durch eine Kovariation mit anderen Variablen erklären ließ und somit einen direkten Effekt auf Anglizismenverwendung andeutete. Eine vorsichtige Interpretation lässt sich in Verbindung mit unseren zusätzlichen Analysen zum Zusammenhang zwischen Soziodemografie und Einstellung zu Anglizismen versuchen. Hier fanden wir, dass ausgesprochene Anglizismengegnerinnen sich besonders häufig im Bereich der Menschen

mit niedrigem Status in Deutschland einordnen und eher aus dem strukturschwächeren Osten Deutschlands kommen – wobei objektive Statuskriterien hierin keinen Einfluss hatten. Diese gefühlten „Abgehängten“ sehen auch häufiger jüngste Entwicklungen in ihrer Nachbarschaft, wie z.B. die Einrichtung von Auffangzentren für Geflüchtete, als Sicherheitsproblem (Hillje, 2018; Kotzur, im Druck). Inwiefern diese Interpretation eindeutigeren Daten standhält, könnte in zukünftigen längsschnittlichen oder experimentellen Untersuchungen nachgegangen werden.

LITERATURVERZEICHNIS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Altleitner, M. (2007). *Der Wellness-Effekt: die Bedeutung von Anglizismen aus der Perspektive der kognitiven Linguistik*. Frankfurt a.M.: Lang.
- Arant, R., Dragolov, G., & Boehnke, K. (2017). *Sozialer Zusammenhalt in Deutschland 2017*. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
- Bachmann, A. S., & Simon, B. (2014). Society matters: The mediational role of social recognition in the relationship between victimization and life satisfaction among gay men. *European Journal of Social Psychology*, 44(3), 195-201.
- Celeux, G., & Soromenho, G. (1996). An entropy criterion for assessing the number of clusters in a mixture model. *Journal of classification*, 13(2), 195-212.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioural sciences*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Cohrs, C., Kielmann, S. O., Moschner, B. & Maes, J. (2002). *Befragung zum 11. September 2001 und den Folgen: Grundideen, Operationalisierungen und deskriptive Ergebnisse der ersten Erhebungsphase* (Berichte aus der Arbeitsgruppe „Verantwortung, Gerechtigkeit, Moral“ Nr. 148). Trier: Universität Trier, Fachbereich I –Psychologie.
- DiMaggio, P., Sotoudeh, R., Goldberg, A., & Shepherd, H. (2018). Culture out of attitudes: Relationality, population heterogeneity and attitudes toward science and religion in the US. *Poetics*, 68, 31-51.
- Eastman, C. M. (1985). Establishing social identity through language use. *Journal of Language and Social Psychology*, 4(1), 1-20.
- Euteneuer, F., Süssenbach, P., Schäfer, S. J., & Rief, W. (2015). Subjektiver sozialer Status. MacArthur-Skalen zur Erfassung des wahrgenommenen sozialen Status im sozialen Umfeld (SSS-U) und in Deutschland (SSS-D). *Verhaltenstherapie*, 25(3), 229-232.
- Frese, M., Fay, D., Hilburger, T., Leng, K., & Tag, A. (1997). The concept of personal initiative: Operationalization, reliability and validity in two German samples. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70(2), 139-161.
- Giles, H., & Johnson, P. (1987). Ethnolinguistic identity theory: a social psychological approach to language maintenance. *International Journal of the Sociology of Language*, 68, 69–100.
- Goldberg, A. (2011). Mapping shared understandings using relational class analysis: The case of the cultural omnivore reexamined. *American Journal of Sociology*, 116(5), 1397-1436.
- Hilje, J. (2018). *Rückkehr zu den politisch Verlassenen: Gespräche in rechtspopulistischen Hochburgen in Deutschland und Frankreich*. Progressives Zentrum. Retrieved from: <https://www.progressiveszentrum.org/die-verlassenen/>
- Hooper, D., Coughlan, J., Mullen, M.: Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Jugert, P., Cohrs, J. C., & Duckitt, J. (2009). Inter-and intrapersonal processes underlying authoritarianism: The role of social conformity and personal need for structure. *European Journal of Personality*, 23(7), 607-621.
- Kotzur, P.F., Wagner, U. (im Druck). Intergroup Contact Opportunities Lead to More Frequent Positive and Negative Contact, but also More Outgroup Rejection.

- McFarland, S., Webb, M., & Brown, D. (2012). All humanity is my ingroup: A measure and studies of identification with all humanity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(5), 830-853.
- Pennebaker, J. W., Mehl, M. R., & Niederhoffer, K. G. (2003). Psychological aspects of natural language use: Our words, our selves. *Annual review of psychology*, 54(1), 547-577.
- Pereira, C., Vala, J., & Leyens, J. P. (2009). From infra-humanization to discrimination: The mediation of symbolic threat needs egalitarian norms. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(2), 336-344.
- Pöhlmann, K., & Brunstein, J. C. (1997). GOALS: Ein Fragebogen zur Messung von Lebenszielen. *Diagnostica*, 43, 63–79.
- Schwan, G. (1999). *Antikommunismus und Antiamerikanismus in Deutschland. Kontinuität und Wandel nach 1945*. Baden-Baden: Nomos.
- Schwan, G. (2001). Antiamerikanismus und demokratisches Bewusstsein in der Bundesrepublik von 1945 bis heute. *Vorgänge*, 40 (2), 23-32.
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (Hrsg.) (2017). Statistisches Jahrbuch. Deutschland und Internationales 2017. Abgerufen von: <https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischesJahrbuch/StatistischesJahrbuch2017.html>
- Stephan, W. G., & Stephan, C. W. (1985). Intergroup anxiety. *Journal of Social Issues*, 41(3), 157-175.
- Stickel, G. (2000). Englisch-Amerikanisches in der heutigen deutschen Lexik und was die Leute davon halten. In D. Herberg & E. Tellenbach (Hrsg.), *Sprachhistorie(n): Hartmut Schmidt zum 65. Geburtstag* (Arbeitspapiere und Materialien zur deutschen Sprache, 2/00) (S. 137-149). Mannheim: Institut für Deutsche Sprache.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Cambridge, MA: Blackwell.
- Turner-Zwinkels, F. (2016). *A new psychological perspective on identity content: Its conceptualization, measurement, and application*. PhD thesis, University of Groningen.
- Velasco González, K., Verkuyten, M., Weesie, J., & Poppe, E. (2008). Prejudice towards Muslims in the Netherlands: Testing integrated threat theory. *British Journal of Social Psychology*, 47(4), 667-685.
- Verein Deutsche Sprache (2017). *Der Anglizismen-Index*. Paderborn: IFB Verlag Deutsche Sprache.
- Wasmer, M., Blohm, M., Walter, J., Scholz, E., & Jutz, R. (2014). Konzeption und Durchführung der "Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften" (ALLBUS) 2012.