

**Linda Holz**

**Untersuchungen zu Neologismen  
in der Tagespresse**

**Grundlagen, Erscheinungsformen und  
Funktionen**

**VDM Verlag Dr. Müller**

### Impressum/Imprint (nur für Deutschland/ only for Germany)

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Alle in diesem Buch genannten Marken und Produktnamen unterliegen warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichem Schutz bzw. sind Warenzeichen oder eingetragene Warenzeichen der jeweiligen Inhaber. Die Wiedergabe von Marken, Produktnamen, Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen u.s.w. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutzgesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Coverbild: [www.purestockx.com](http://www.purestockx.com)

Verlag: VDM Verlag Dr. Müller Aktiengesellschaft & Co. KG  
Dudweiler Landstr. 99, 66123 Saarbrücken, Deutschland  
Telefon +49 681 9100-698, Telefax +49 681 9100-988, Email: [info@vdm-verlag.de](mailto:info@vdm-verlag.de)

Herstellung in Deutschland:  
Schaltungsdienst Lange o.H.G., Berlin  
Books on Demand GmbH, Norderstedt  
Reha GmbH, Saarbrücken  
Amazon Distribution GmbH, Leipzig  
ISBN: 978-3-639-12220-6

### Imprint (only for USA, GB)

Bibliographic information published by the Deutsche Nationalbibliothek: The Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie; detailed bibliographic data are available in the Internet at <http://dnb.d-nb.de>.

Any brand names and product names mentioned in this book are subject to trademark, brand or patent protection and are trademarks or registered trademarks of their respective holders. The use of brand names, product names, common names, trade names, product descriptions etc. even without a particular marking in this works is in no way to be construed to mean that such names may be regarded as unrestricted in respect of trademark and brand protection legislation and could thus be used by anyone.

Cover image: [www.purestockx.com](http://www.purestockx.com)

Publisher:  
VDM Verlag Dr. Müller Aktiengesellschaft & Co. KG  
Dudweiler Landstr. 99, 66123 Saarbrücken, Germany  
Phone +49 681 9100-698, Fax +49 681 9100-988, Email: [info@vdm-verlag.de](mailto:info@vdm-verlag.de)

Copyright © 2009 by the author and VDM Verlag Dr. Müller Aktiengesellschaft & Co. KG and licensors  
All rights reserved. Saarbrücken 2009

Printed in the U.S.A.  
Printed in the U.K. by (see last page)  
ISBN: 978-3-639-12220-6

## Untersuchungen zu Neologismen in der Tagespresse

### Inhaltsverzeichnis

1. <b>Einleitung</b> .....	5
2. <b>Theoretische Aspekte über Wortbildungen in der Textsorte Zeitung</b> .....	7
2.1. <b>Wortbildungsarten</b> .....	7
2.1.1. Morphemklassen .....	8
2.1.2. Wortbildungsarten im Überblick .....	10
2.2. <b>Die Textsorte Zeitung</b> .....	13
2.2.1. Zum Textbegriff .....	13
2.2.2. Textsorten und ihre Klassifikation .....	16
2.2.2.1. Textsortenklassifikation nach Brinker .....	16
2.2.2.2. Textsortenklassifikation nach Rolf .....	18
2.2.3. Textlinguistische Einordnung der Textsorte Zeitung .....	20
2.2.3.1. Einfluss auf die deutsche Gegenwartssprache .....	20
2.2.3.2. Aufgaben der Zeitung und ihre Textfunktion .....	23
2.2.3.3. Zusammenfassung .....	25
2.2.4. Komposita in der Textsorte Zeitung .....	25
2.3. <b>Resümee</b> .....	29
3. <b>Neologismen</b> .....	30
3.1. <b>Definition</b> .....	30
3.2. <b>Erscheinungsformen von Neologismen</b> .....	33
3.2.1. Systematisierung von Neologismen .....	33
3.2.2. Wortbildungsverfahren zur Erzeugung neuer Wörter .....	34
3.3. <b>Ursachen von Wortbildungsaktivitäten</b> .....	36
3.3.1. Die Produktion von Wortneubildungen .....	37
3.3.2. Motive für Wortneubildungen .....	38

3.4.	<b>Bewertung und aktueller Forschungsstand</b>	38
3.5.	<b>Okkasionalismen</b>	40
4.	<b><u>Zum Textcorpus</u></b>	42
4.1.	<b>Das Institut für Deutsche Sprache (IDS)</b>	44
4.2.	<b>Das Korpusrecherche- und -analysesystem COSMAS II</b>	44
4.3.	<b>Arbeits- und Materialbasis</b>	46
4.3.1.	Das Ausgangsdatenset	47
4.3.2.	Auswahl des elektronischen Textcorpus	49
5.	<b><u>Untersuchung am Textcorpus</u></b>	50
5.1.	<b>Die verwendeten COSMAS II-Suchoperatoren</b>	50
5.2.	<b>Vorgehensweise bei der Analyse</b>	52
5.3.	<b>Analyse der Neologismen</b>	54
5.3.1.	Quantitative Analyse	54
5.3.2.	Qualitative Analyse	59
5.3.2.1.	Wortarten	59
5.3.2.2.	Wörter mit hoher Frequenz	60
5.3.2.3.	Okkasionalismen	74
5.3.3.	Die Sprachvarietät ‚Schweizerdeutsch‘	79
5.4.	<b>Ergebnisauswertung</b>	80
5.5.	<b>Kritische Betrachtung</b>	82
6.	<b><u>Schlussbemerkung</u></b>	84
7.	<b><u>Literatur- und Quellenverzeichnis</u></b>	86
8.	<b><u>Anhang</u></b>	92

### Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Die Substitution im Strukturalismus	14
Abb. 2:	Wortneubildungen	42
Abb. 3:	Textsuchfenster in COSMAS II	46
Abb. 4:	Eingang der Wörter in die Gegenwartssprache in %	55
Abb. 5:	Eingang der Wörter in die Gegenwartssprache aufgeteilt nach Bereichen	56

### Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Häufigkeitsverteilung insgesamt	55
Tab. 2:	Häufigkeitsverteilung nach Bereichen	56
Tab. 3:	Verteilung der Wortarten	58
Tab. 4:	Wörter mit dem Frequenzgrad I	61
Tab. 5:	Wörter mit dem Frequenzgrad II	65
Tab. 6:	Klassifizierung der Neologismen der 90er Jahre nach der Zeit ihres Erfassens	75