

STILISTIČKI MOTIVI UPOTREBE ANGLICIZAMA U AUSTRIJSKOM OMLADINSKOM ČASOPISU „XPRESS“

SAŽETAK:

U ovom radu riječ je o upotrebi anglicizama u omladinskom časopisu. Preplavljenost njemačkog jezika anglicizmima evidentna je u medijima, a naročito u omladinskim časopisima gdje postoje brojni motivi za njihovu upotrebu. Mediji posežu za anglicizmima kako bi postigli određeni efekat kod mladih, prikazali aktuelnost sadržaja ili dočarali određenu atmosferu. Upotreba anglicizama iziskuje posebnu pažnju lingvističkog izučavanja, a razlozi njihove upotrebe mogu se smatrati opravdanim ili neopravdanim.

Ključne riječi: anglicizmi, jezik omladine, mediji, stilski figura

Uvod:

Mediji nisu samo korisnici jezika, oni se i sami pojavljuju kao njegovi tvorci, pa se može konstatovati da jezik omladine nastaje velikim dijelom iz jezika medija. Specifičnost jezika omladine je njegova savremenost, odnosno aktualnost s jedne strane, a s druge strane tu je njegova potreba za stalnim promjenama i strah od zastarjelosti. Uloga medija u jeziku omladine¹ je eminentna, a u doba globalizacije ona postaje moćno sredstvo informisanja i oblikovanja ne samo jezika omladine, nego i njihovog životnog stila i načina razmišljanja. Henne (1986: 198) dovodi jezik omladine i medija u neposrednu vezu tako što jezik omladine naziva „igračkom medija“² koji se koristi uvijek kada se proizvodi za ovu ciljnu grupu žele učiniti atraktivnim. Jezik štampe, s jedne strane, ima

1 njem. Jugendsprache

2 njem. Spielzeug der Medien

objektivno-neutralnu funkciju informisanja, a s druge strane treba ostvariti i ekspresivno-kritičku funkciju tekstova (usp. Elsen, 2004:103). Primarna funkcija jezika štampe je uvjeriti, ali i zabaviti čitaoc.

Anglicizmi u jeziku omladine

Glavni zadaci jezika omladine spoznaju se u omeđivanju (razgraničavanju) jezika od standardnog jezika, jezika odraslih, što istovremeno stvara osjećaj solidarnosti, odnosno zajedničke pripadnosti mladih. Leksičke specifičnosti u jeziku omladine su najizraženije i najupečatljivije jer omogućuju razgraničavanje od ostalih grupa, odnosno govornika standardnog jezika. Oni stvaraju osjećaj solidarnosti, pa se jezičkom primjenom mladi svjesno poistovjećuju sa svojim vršnjacima i na taj način se predstavljaju, tj. učestvuju u njihovoj samoidentifikaciji. Eva Neuland (usp. 2008: 42) opovrgava predrasude iznesene u nekim naučno-popularnim rječnicima „Jezika omladine i scenskog jezika“ da omladina koristi mnogo stranih riječi, posebice anglicizama. Omladina je zaslužna za iniciranje posuđivanja anglicizama prije nego što ih procesom stilskog rasprostranjivanja/širenja preuzmu druge korisničke grupe. To se posebno odnosi na posuđenice iz angloameričkog govornog područja čijem su utjecaju najviše izloženi upravo mladi. Stoga se na posuđivanje riječi tipičnih za jezik omladine, npr. *cool*, gleda kao na znak globalizacije, što se može dokazati i postojanjem iste riječi u raznim jezicima svijeta (letonski/lettisch *kūl*, kineski : *ku*, japanski *kūru*). Veith (2005: 69) izdvaja istraživanje anglicizama u omladinskoj sceni Androutsoulou iz 1998. godine kada je dokazao da od 388 korištenih žargonizama oko trećine njih otpada na anglicizme iz muzičke scene. Starosna dob grupe adresata igra važnu ulogu pri upotrebi anglicizama. Hofmann (2002: 237) ističe da uglavnom mladi brzo usvajaju anglicizme, te da na taj način oni one jezičke pojave koje su prihvatili u mladosti u kasnijoj dobi koriste poput bilo koje druge normalne pojave. Viereck et al. (1979: 315) u svom istraživanju dokazuju da se u austrijskom novinskom jeziku anglicizmi pojavljuju u istom omjeru kao i u njemačkom.

Stilistički motivi jezičkog posuđivanja

Burmasova (2010: 70) navodi stilističke motive jezičkog posuđivanja kao što je: kolorit (lokalni, stručni ili socijalni tj. društveni), jezička izražajnost, ekonomičnost jezika/jezička ekonomičnost, ton (humor, parodija, ironija), afekat (*Aufwertung*, *Abwertung*, *Verhüllung*), potraga za sinonimima. Sa stilističkog aspekta kao prednosti upotrebe riječi stranog porijekla smatraju se: stepenovanje izraza, stručne riječi za stručna značenja, status „svjetskih riječi“ (usp. Reiners, 1961: 562). Reiners (1961: 563) stručne izraze dalje klasificira na: naučne stručne izraze, riječi ublažavanja, strane riječi kao sredstvo ironije, označavanja pojma „stranog“ i pojma „preziranja“⁴. Kao nedostatke upotrebe riječi stranog porijekla Reiners (1961: 565) navodi: nejasnoću stranih riječi, opasnost koju predstavlja za razmišljanje, opasnost za ljepotu jezika, ugrožavanje jedinstva naroda, ugrožavanje njemačkog leksičkog dobra, prolaznost riječi. Ipak, u našem radu služit ćemo se Yangovom klasifikacijom stilističkih motiva, pa se prema tome motivi potkrepljuju primjerima iz ekscerpiranog časopisa „Xpress“ iz 2011. godine.

1) mjesni kolorit

Kako bi se stvorio angloamerički kolorit koriste se anglicizmi koji se odnose na sljedeće oblasti: a) Divlji Zapad i pionirsko doba SAD-a; b) engleske i američke vojne snage; c) engleski i američki obrazovni sistem; c) engleske i američke nazive zanimanja, oznake akademskih zvanja i imena osoba; d) oznake američke i engleske kulture omladine (Jugendkultur); e) vrste plesa i muzičke pravce nastali u Engleskoj i SAD-u.

- a) *Als er dabei plötzlich in einer mysteriösen Stadt im Wilden Westen strandet, die gerissene, skrupellose Banditen in ihre Gewalt gebracht haben, wird RANGO kurzerhand zum **Sheriff** ernannt.* (mart, Aktiv Cine-Check, str. 80)
- b) *Bei ihrem neuen Auftrag für das **FBI** soll sie in ein College eingeschleust werden und eine Schülerin beschützen.* (februar, Xstars, So Undercover, str. 9)

3 Weltwörter

4 Verächtlichung

- c) [...] ein Einzelkind, das ganz unspektakulär aufs **Community College** ging und nebenher irgendwelche Jobs hatte [...] (juni, Aktiv Sound-Check, str. 29)
- d) Chris Brown schien nämlich auf den ersten Blick der perfekte **Gentleman** zu sein, der Ri auf Händen trug. (decembar, Xstars, Scharf auf Bad Boys, str. 15)
- e) Der letzte und gefährlichste Kampf gegen **Lord** Voldemort seht für Harry, Ron, Hermine und Hogwarts vor der Tür. (novembar, Xscreen, Neu auf DVD, str. 83)
- f) [...] und Belagerungsschlachten wartet auf Feldherren, die schon immer wissen wollten, wie sich echte **Sirs** gefühlt haben. (septembar, Xelectronic, Ritter aus Leidenschaft, str. 83)
- g) Seit 1967 fesselt der **Super Bowl** weltweit millionen von Fans an die TV-Geräte. (januar, XReality, Sport, str. 34)
- h) Wir haben uns vor vier jahren in einem **Pub** kennen gelernt, dort immer getroffen – und aus Freundschaft wurde Liebe. (juni, Xstars, Unter der Haube, str. 6)
- i) Arthur ist der jüngste Sohn von **Santa Claus** und muss das geliebte Weihnachtsfest vor seinem Bruder Steve retten! (novembar, Xscreen, Kino-Starts, str. 83)
- j) Denn in dem Provinzdörfchen hat der streng katholische **Reverend** Shaw Moor das Sagen, [...] (oktobar, Xscreen, Sexy Dance!, str. 81)
- k) „Um es einfach auszudrücken: Wir sind zurück!“, verkündeten die Punkrocker 2009 bei den **Grammy Awards**. (oktobar, Xstars, Blink-182 Comeback nach 8 Jahren Streit, S. 21)
- l) Im Anschluss gab es neben einer Partie **American Football** [...] (juli/avgust, Xstars, Molti, Spotzl, Pichla & Eigi crashen den Dreh!, str. 20)
- m) Sie planen einen Raubüberfall auf das prunkvolle **Penthouse** des Wall-Street-Schwindlers. (novembar, Xscreen, Actionfilme mit Schmunzelfaktor, str. 89)
- n) Letztes Jahr am **Spring Break** habe ich sie zum ersten Mal gesehen und heuer dort wieder getroffen. (septembar, Xstars, Ist Spotzl vergeben?, str. 10)

2) kratkoća i sažetost izraza

Jezička ekonomija podrazumijeva kratkoću izraza i preciznost izbora riječi. Mnogi lingvisti ovaj motiv smatraju najvažnijim motivom za posuđivanje anglicizama u jeziku medija. Kao odliku njemačkog časopisa Spiegel, Yang (1990: 19) navodi sročnost i preciznost mnogih složenica sastavljenih od imenica. Prema američkim uzorima stvaraju se složenice i polusloženice da bi se izbjegli komplikovani atributi i relativne rečenice. Eva Neuland u svojoj knjizi „Jugendsprache“ (usp. 2008: 139) navodi podatke iz studije Neuland/Schubert (2009. godine) gdje je izmjerena upotreba anglicizama spram ukupne upotrebe riječi iznenađujuće mala i iznosi svega 0,05%. Neki primjeri navedene studije dokazuju specifične kontekste upotrebe anglicizama, npr. u određenim kontekstima za koje nema adekvatnog njemačkog ekvivalenta.

- a) *Als besonderes **Highlight** besteht heuer die Möglichkeit, **Gigs** im rahmen der „Magic Life In Concert Tour“ als **Act** vor Kim Wilde, Bob Sinclair oder Semino Rossi abzustauben!* (april, Magic Life Rock the Island, Magic Life Special Awards, str. 14)
- b) *Sie organisieren ein geheimes romantisches **Dinner** für David und Laura!* (april, Xpress, Foto-Lovestory, str. 64)

3) izražajna varijacija

Za postizanje što uzbudljivijeg i interesantnijeg stila pored brojnih sinonima koriste se i anglicizmi kao sredstvo varijacije. Možda je ovo najvažniji motiv upotrebe anglicizama, ali se njihovom upotrebom, posebno u jeziku medija, nastoji postići što veća raznolikost. U narednom ekscerpiranom primjeru uočava se anglicizam i njegova njemačka varijanta u istoj rečenici, čime se nastoji izbjeći tautologija i postići veća raznovrsnost. U drugom primjeru koriste se sinonimi anglicizmi s istom svrhom.

- a) *Superpraktisch ist der Menstruationskalender, den man sich kostenlos aufs Handy **downloaden** kann: Klick einfach auf www.ob-online.at und **lade** dir einen persönlichen Kalender **herunter**, den nur du sehen kannst.* (februar, Xlove, Frag die Cartier, str. 66)

- b) *Die Sneakerness ist ein sogenannter Multi-Brand Pop-up **Store**, ein zeitlich begrenzter **Shop**, der alle relevanten Brands nicht nur präsentiert, sondern ihre Produkte auch direkt zum Kauf anbietet.* (septembar, Xstars, Backstage, str. 6)

4) eufemizam

Anglicizmi imaju tendenciju da neugodne predmete ili sadržaje, kao i „tabu teme“ parafraziraju ili ublaže, što je vidljivo i u ekscerpiranim primjerima.

- a) *Er musste während seiner Songs öfters von der Bühne laufe, um die **Backstagetoilette** zu stürmen.* (juni, Celebrity News, str.4)
- b) *Selena Gomez hat einen 46-jährigen **Stalker**, der ihr überallhin gefolgt ist [...]* (novembar, Celebrity News, str. 5)
- c) **Gossip.** (decembar, Xstars, str.4)
- d) *Ihr aktuelles Album „In Love“ ist ein **Flop** [...]* (januar, Xstars, Star Secret, str. 4)

5) pedagoški aspekt

Engleske riječi ili skupine riječi koje se rijetko koriste prosječnom čitaocu postaju nepoznanica, pa se oni često stavljaju u zagradu ili pod navodnike kako bi se dodatnom parafrazom ili prijevodom olakšalo čitanje. U tom slučaju radi se o pedagoškom aspektu usvajanja novih anglicizama. To se može vidjeti i u narednom ekscerpiranom primjeru.

*Das **Frenemy** setzt sich aus den beiden englischen Wörtern Friend (=Freund) und Enemy (=Feind) zusammen und bezeichnet eine Person, de ein Freund und gleichzeitig ein Feind ist!* (septembar, Xstars, Frenemies, str. 9)

Anglicizmi kao stilske figure

Stilske figure postoje u svim jezicima, u svim vrstama tekstova, ako i u svakodnevnom govoru i one na razne načine stilski markiraju i oživljavaju kazano. Katnić-Bakarić (2001:164) naglašava da je cijeli niz stilskih figura i

tropa prisutan u samim novinskim naslovima. Eroms (2008: 177) stilske figure definiše kao „normirane, zakonski dozvoljene prekršaje nad očekivanim“. Drugim riječima, stilske figure nastoje dozvoljenim „povredama norme“ ostvariti željene stilske efekte (usp. Eroms, 2008: 194).

Najzastupljenija stilska figura među ekscerpiranim anglicizmima jeste paralelizam.

Eroms (2008: 186) ističe da se paralelizmi koriste u narazličitije svrhe, s ciljem označavanja jednakosti, često i s ironijom. Ova stilska figura ekscerpirana je 7 puta u našem korpusu. Interesantno je da postoje dvije ortografske varijante istog primjera kao u primjeru a).

- a) **Fun und Action** (juni, Xactive, Skatecamp, str. 77) i **Fun & Action** (juni, Xactive, Bädertour 2011, str. 80)
- b) *Die Zeit versüßten sie sich mit **Wellness** und **Spa**.* (juni, Xstars, Short Cut, str. 4)
- c) **Moves & Poses** (juni, Xactive, Poledance, str. 77)
- d) *„Diese Platte erzählt über die **Ups** und **Downs** in unserer Beziehung!“, erklärt die Kalifornierin.* (juni, Tape Of My Life, Colbie Caillat, str. 90)
- e) *Frag nach dem Weg und komme so mit dem süßen **Boy/Girl** ins Gespräch.* (juli i avgust, Xlove, Summer of Love, str. 69)
- f) *Nur eines ist klar: Ich bin die **Queen** / der **King** des Strandes.* (juli i avgust, Xlove, Welcher Star wäre deine perfekte Urlaubsbegleitung?, str. 73)
- g) *[...] wir haben ein paar lustige **Tipps** und **Tricks**.* (maj, Xstyle, Mach mit, str. 71)

Aluzija

- a) *Sie **kamen, rappten & siegten*** (maj, Xstars, Backstage, str. 8)

U ovom primjeru imamo izražajnu aluziju tj. figuru kojom autor želi uputiti na poznatu Cezarovu izreku „Veni, vidi, vici“ da bi stvario dramatičnost i ekspresivnost u samom naslovu članka.

Asindenton

- a) Cool-rockig-österreichisch! (septembar, Xmusic, Hot & New, str.26)

Ova figura konstrukcije podrazumijeva nizanje dviju ili više riječi, skupina riječi ili rečenica bez veznika te nas podsjeća na reklamne slogana što u našem slučaju služi da probudi interes kod čitalaca.

Klimaks - Gradacija

U našem korpusu ekscerpirana su 3 primjera **klimaksa** i svi su uzlazni gdje imamo komparaciju u sva 3 stepena.

- b) **Hot, hotter, Rihanna!** (juni, Xstyle, Beachwear Everywhere, str. 69)
c) **Heiß, heißer, Bäderflirts** (juli i avgust, Xlove, str. 66/67)
d) **Cool –cooler–coolsten** (juli i avgust, Xinhalt, str. 5)

Antiteza

Kod stilske figure **antiteze** radi se o antonimijskim, odnosno suprotnim izrazima koji se u tekstu najčešće upotrebljavaju sa suprotnim veznicima ili priložima (usp. Kessel/Reimann, 2005: 230). U našim primjerima uočavamo sintagmatske antiteze koje povezuju značenjski suprotne spojeve riječi: Fans-Haters, Day-Night, Ups-Downs. Bagić (2012: 52) navodi da upravo ova figura služi za oblikovanje efektnih poruka, česta je kod oglašivača jer je pogodno sredstvo sugeriranja i zbog toga isto često u poslovicama, izrekama, parolama i sl.

- a) *Er hat mich so inspiriert, dass ich beschlossen habe, meine **Fans** wie auch **Haters** mit einem, „neuen Ich“ (=Alter Ego) zu überraschen und zu inspirieren.* (oktobar, Xstars, Wer ist Jo?, str. 20)
b) **Day & Night** (septembar, Xstars, str. 6)
c) *„Diese Platte erzählt über die **Ups** und **Downs** in unserer Beziehung!“, erklärt die Kalifornierin.* (juni, Tape Of My Life, Colbie Caillat, str. 90)

Aliteracija

Figura ponavljanja **aliteracija** predstavlja uzastopno ponavljanje istih suglasnika (usp. Bagić, 2012: 14)

- a) **Single, sexy und sweet** könnte der neuste Slogan von Big Time Rush sein, denn niemand von ihnen ist vergeben. (juli/avgust, Xstars, Big Time Rush im großen Love-Talk, str. 24)

Bagić (2012: 23) navodi da je suglasničko ponavljanje specifično za novinske članke, te da ono „pripomaže njegovom memoriranju“. Navedeni primjer može se posmatrati i kao akumulacija (Bagić, 2012: 14) gdje se gomilaju jezični elementi koji pripadaju istoj kategoriji i imaju istu gramatičku funkciju.

Anafora

Prema Kessel/Reimann (2005: 230) **anafora** podrazumijeva figuru kod koje dvije rečenice ili sintagme započinju istom riječju.

- a) **Doppelter** Sonic-Speed, **doppelter** Spaß! (novembar, Aktiv Game-Check, str. 29)

Navedeni primjer predstavlja i elipsu - figuru konstrukcije kada dolazi do izostavljanje dijela ili dijelova rečenice, kojim se narušava sintaktička norma, ali rečenično se značenje realizira (Bagić, 2012: 92). Novinski stil obiluje elipsama koje omogućuju sažetost izražavanja i ujedno dinamiziraju poruke.

U figure ponavljanja ubrajamo i **završnu rimu**⁵ gdje se rimuju završni slogovi dviju riječi (usp. Kessel/Reimann, 2005: 230) kao što je slučaj u sljedećim primjerima.

- a) **Sexy Hexy**. (oktobar, Xstars, Wer ist Jo?, str. 20)
- b) *Dabei erzählte er, wie er vom **Zero** zum **Hero** wurde, und erläuterte, was du beim Biken beachten solltest!* (juni, Xactive, Senads BMX-Schule, str. 78)

Bagić (2012: 72) kod ponavljanja samoglasniku u riječi, stihu ili rečenici s ciljem naglašavanja emocionalnog govornika govori o asonanci.

- c) **Smiley-Miley**. (februar, Xstars, Er bringt sie nicht nur zum Schwitzen, str.9)

U ovom primjeru možemo definisati antanaklazu jer se (Miley) vlastita imenice povezuje s glasovno podudarnom općom imenicom (Smiley) (usp. Bagić:44)

- d) **Cool for school**. (septembar, Xstyle, Cooler Rock!, str. 74)
e) **Doubletrouble**. (juli/avgust, Xstars, Willkommen auf dem Planeten Jedward, str. 18)

Personifikacija je takode zastupljena među ekscerpiranim primjerima anglicizama. Ona predstavlja figuru kod koje se ljudska sobine i karakteristike daju neživim bićima. U našim ekscerpiranim primjerima to je dato imenici *video* i *kino*.

- a) *Das Video* zu „Up All Night“ **rockt!** (oktobar, Xstars, Blink-182 Comeback nach 8 Jahren Streit, str. 21)
b) **Sexy Kino**: Filme mit Justin Timberlake und Orlando Bloom! (oktobar, Xinhalt, str. 3)
c) Wer nach **Bling-Bling** und halb nackten Mädels in seinen Video sucht, kann das lange machen. (oktobar, Xstars, Casper der rappende Antirapper, str. 18)

Heller (2002: 188) kao razloge za jezičko pozajmljivanje pored već navedenih motiva ističe i mogućnost igre sa stranim riječima. Paronomasija⁶ ili igra riječi prisutna je kada se riječ sa malim promjenama ponovo koriste da bi se poigralo njenim značenjem. U našem ekscerpiranom primjeru došlo je do izvjesne kontaminacije odnosno do igre riječima tako što se spojila žargonska složenica *Showbiz* engleskog porijekla i engleska simpleks imenica *snow*. U narednim primjerima to su imenice *Sex* i njemačka posuđenica *Expertin*, kao i izvjesna hominimija kod engleske složenice *shootingstar* i novonastale *Schutingstar*, gdje je igrom riječi ubačena njemačka imenice *Schuh*.

- a) *Pro-Rider Travis Rice und Konsorten beweisen uns, dass das **Snow-Biz** mehr als nur Pisten shreden bedeutet!* (novembar, Art of Flight, str. 7)
- b) **Sexpertin** Kesha (februar, Xstars, Celebrity News , str.5)
- c) **Schuhtingstar** (oktobar, Xstyle, str. 68/69)

Bagić (2012: 152) ističe da autori igrom riječima nastoje unijeti vedrinu, komičnost, ironiju, iznenađenje, baš kao što je slučaj i u našem primjerima gdje najviše uočavamo kreativnost i jezičku razigranost. U ekscerpiranim primjerima možemo prepoznati i okazionalizme koji su prema Elsen (2004: 21) razumljivi samo u kontekstu i preuzimaju često tekstualno relevantne zadatke.

Zaključak

Upotrebom anglicizama u omladinskom časopisu mediji nastoje predstaviti i izdvojiti svoje potencijalne čitaoce kao posebnu društvenu skupinu. Uzimajući u obzir da pripadnici z-generacije svakodnevno informacije dobivaju na engleskom jeziku i online, autori članaka kreiraju namjernu atmosferu globalizacije, otvorenosti i mladosti. Opravdana ili neopravdana upotreba anglicizama ima za cilj stvoriti brz i učinkovit magnet za mlade. Anglicizmi djeluju kao žargonski ornamenti koji razbijaju stilističku monotoniju i pružaju brojne izražajne varijacije.

S druge strane, većina anglicizama nema još uvijek adekvatne njemačke ekvivalente koji obiluju kratkoćom, preciznošću i izražajnošću. Anglicizmi predstavljaju najznačajniju stilsku specifičnost u medijima općenito, s kojom ćemo i u budućnosti izučavati i pratiti jezičke trendove.

STILISTISCHE MOTIVE DER ANGLIZISMENVERWENDUNG IN DER ÖSTERREICHISCHEN JUGENDZEITSCHRIFT "XPRESS"

ZUSAMMENFASSUNG:

In diesem Beitrag werden Anglizismen in der Jugendzeitschrift „Xpress“ analysiert. Die Überschwemmung des Deutschen mit Anglizismen ist sehr evident in den Medien, besonders in den Medien, die Jugendliche benutzen, wo es zahlreiche Motive für ihre Verwendung gibt. Die Schaffung eines

Lokalkolorits wurde als häufigstes Motiv auf der stilistischen Ebene konstatiert, wobei in der Jugendzeitschrift Anglizismen als Folge der Überschätzung des Fremden, Mangel an Selbstgefühl und Missachtung der eigenen Sprache verwendet wurden. Die Verwendung von Anglizismen findet zwar über Jugendsprache und vor allem in Massenmedien statt, aber es kommt nicht zur Beeinflussung und Bedrohung der Standardsprache, sondern bietet eher ein stilistisches Ornament.

Literatura:

- Burmasova, Svetlana (2010): *Emprirische Untersuchungen der Anglizismen im Deutschen am Material der Zeitung die WELT (Jahrgänge 1994 und 2004) u: Bamberger Beiträge zur Linguistik, Band 2, University Bamberg Press.*
- Elsen, Hilke (2004): *Neologismen. Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen*, Gunter Narr Verlag Tübingen.
- Eroms, Hans-Werner (2001): *Die Bewertung der Anglizismen im Deutschen in Sprachgermanistik u: Ostmitteleuropa-Beiträge der Internationalen Germanistischen konferenz „Kontaktsprache Deutsch IV“ in Nitra, 19.-20. Oktober 2001; Csaba Földes/Stefan Pongo, Edition Praesens, Wien, 2002.*
- Eroms, Hans-Werner (2008): *Stil und Stilistik Eine Einführung Grundlagen der Germanistik – 45*, Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin.
- Heller, Klaus (2002): *Was ist ein Fremdwort?*, u: Duden. Deutsch-Englisch-Europäisch. Impulse für eine neue Sprachpolitik, Thema Deutsch, Band 3. Rudolf Hoberg, Dudenverlag, Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus.
- Henne, Helmut (1986): *Jugend und ihre Sprache. Darstellung. Materialien. Kritik*, de Gruyter, Berlin, New York.
- Hofmann, Dirk (2002): *Do you understand Denglisch? Eine Umfrage zum Anglizismenverständnis*, u: Duden. Deutsch-Englisch-Europäisch. Impulse für eine neue Sprachpolitik, Thema Deutsch, Band 3. Rudolf Hoberg, Dudenverlag, Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus.
- Katnić-Bakaršić, Marina (2001): *Stilistika*, Ljiljan, Sarajevo.
- Kessel, Katja/Reimann, Sandra (2005): *Basiswissen Deutsche Gegenwartssprache*, A. Francke Verlag, Tübingen und Basel.

- Neuland, Eva (2008): *Jugendsprache. Eine Einführung*, A. Francke Verlag Tübingen und Basel.
- Reiners, Ludwig (1961): *Stilkunst. Ein Lehrbuch deutscher Prosa*, C.H. Beck'sche Verlagsbuchhandlung, München.
- Veith, Werner H. (2005): *Soziolinguistik. Ein Arbeitsbuch*, 2. Auflage, Narr Francke Attempto Verlag GmbH+ Co. KG, Tübingen.
- Viereck et al. (1979): *Englisches in der österreichischen Pressesprache. Ein Vergleich mit der Süddeutschen Zeitung u: Fremdwort-Diskussion*, Wilhelm Fink Verlag, München.
- Yang, Wenling (1990): *Anglizismen im Deutschen. Am Beispiel des Nachrichtenmagazins Der Spiegel*, Niemeyer, Tübingen.

Rječnici:

- Bagić, Krešimir (2012): *Rječnik stilskih figuram Školska knjiga*, Zagreb.
- Etymologisches Wörterbuch des Deutschen* (2005), Deutscher Taschenbuch Verlag, 8. Auflage, München.
- Glück, Helmut (2000): *Metzler-Lexikon Sprache*, J.B. Metzler, Stuttgart; Weimar.
- Duden, *Das Fremdwörterbuch*, 7., neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Band 5, Dudenverlag.