

Muttersprache

Vierteljahresschrift
für deutsche Sprache



Herausgegeben von der
Gesellschaft für deutsche Sprache durch
Dieter Betz, Margot Brunner, Armin Burkhardt,
Rudolf Hoberg, Alfred Warner

Redaktion
Sabine Frilling
in Zusammenarbeit mit den wissenschaftlichen
Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen der GfdS

Jahrgang 115 (2005)

Gesellschaft für deutsche Sprache

GfdS

ISSN 0027-514 X

Sämtliche Urheberrechte vorbehalten

© Gesellschaft für deutsche Sprache, Wiesbaden

Druck: Dinges & Frick Medientechnik, Drucktechnik & Verlag GmbH, Wiesbaden

INHALTSVERZEICHNIS

Aufsätze

<i>Aktaş, Tahsin</i> Schwierigkeiten türkischer Deutschlemer/-innen beim Erwerb grammatischer Strukturen	242
<i>Braun, Peter</i> Die Assimilation im Deutschen und in anderen Sprachen	234
<i>Brommer, Sarah</i> Wenn der Ritter gut mit dem Mägdlein schön im Grase tief ... Postnominale Adjektive in der Lyrik des Neuhochdeutschen	119
<i>Collel, Michael</i> Rhetorik – Gelehrsamkeit oder Originalität? Eine Stil -Frage?	21
<i>Dürscheid, Christa</i> Normabweichendes Schreiben als Mittel zum Zweck	40
<i>Elsen, Hilke</i> Das Kunstwort	142
<i>Grosse, Siegfried</i> Sprache und Nation aus deutscher Perspektive	289
<i>Gündoğdu, Mehmet</i> Reflexive Konstruktionen im Deutschen und im Türkischen	54
<i>Hindelang, Götz</i> Lexikologische Probleme im Sektendiskurs	168
<i>Hoffmann, Michael</i> Textmustervarianz – am Beispiel von journalistischen Porträts	97
<i>Hornscheidt, Antje</i> »Kultur« in der gängigen Forschungs- und Ratgeberliteratur zu Interkultureller Kom- munikation. Ausgewählte skandinavisch-deutsche Beispiele	1
<i>Kim, Dong-Uk</i> Anglizismen im Deutschen und im Koreanischen. Ein Vergleich	31
<i>Kotthoff, Helga</i> Artistische Dimensionen der Alltagsrede. Performanzorientierte Mündlichkeit bei Kin- dern und Erwachsenen	320
<i>Kreuder, Hans-Dieter</i> »Nun mach mal einen Punkt!« Zu Geschichte und Gebrauch eines nichtalphabetischen Graphs	353
<i>Liebsch, Helmut</i> Das »Erlkönig«-Thema und seine Varianten in der Gegenwart. Soziokulturelles Wissen und Verstehensprozesse	215
<i>Oschlies, Wolf</i> Štíming ohne <i>cugevang</i> oder <i>cajtnot</i> . Betrachtungen zu Germanismen in Osteuropa 2004/2005	150
<i>Wichter, Sigurd</i> Reihen. Folgen aus Gesprächen und Textkommunikaten. Zur Modellierung der gesell- schaftlichen Kommunikation. (Teil 1)	193

<i>Wichter, Sigurd</i>	
Reihen. Folgen aus Gesprächen und Textkommunikaten. Zur Modellierung der gesellschaftlichen Kommunikation. (Teil 2)	298
<i>Wolanska-Köller, Anna</i>	
»Zierlich ordnet man die netten Sächelchen auf der Anrichteschüssel an.« Diminution und Funktionsprache in der deutschen Küchensprache des 19. und frühen 20. Jahrhunderts	338
<i>Zengin, Dursun</i>	
Motivationen bei der Vornamenauswahl im Deutschen und im Türkischen	253
<i>Zucchi, Stefan Matthias</i>	
Morphologische Aspekte defizienter Personalpronomina des Deutschen	64

Rezensionen

Altmayer, Claus: Kultur als Hypertext. Zur Theorie und Praxis der Kulturwissenschaft im Fach Deutsch als Fremdsprache	
<i>Ulrich Zeuner</i>	86
Arndt, Susan/Hornscheidt, Antje (Hgg.): Afrika und die deutsche Sprache. Ein kritisches Nachschlagewerk.	
<i>Doreen Siegfried</i>	372
Donalies, Elke: Die Wortbildung des Deutschen. Ein Überblick. 2., überarbeitete Auflage	
<i>Sascha Michel</i>	366
Dornseiff, Franz: Der deutsche Wortschatz nach Sachgruppen. 8., völlig neu bearbeitete und mit einem vollständigen alphabetischen Zugriffsregister versehene Auflage von Uwe Quasthoff	
<i>Jürgen Werner</i>	72
Drewer, Petra: Die kognitive Metapher als Werkzeug des Denkens. Zur Rolle der Analogie bei der Gewinnung und Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse	
<i>Nina Janich</i>	81
Ernst, Peter: Deutsche Sprachgeschichte. Eine Einführung in die diachrone Sprachwissenschaft des Deutschen	
<i>Eberhard Ockel</i>	273
Ernst, Peter: Germanistische Sprachwissenschaft (vgl. auch Knapp, Karlfried et al. [Hgg.]: Angewandte Linguistik. Ein Lehrbuch)	
<i>Alexander Ziem</i>	270
Földes, Csaba: Kontaktdeutsch. Zur Theorie eines Varietätentyps unter transkulturellen Bedingungen von Mehrsprachigkeit	
<i>Daniela Pelka</i>	370
Földes, Csaba (Hg.): Res humanae proverbiorum et sententiarum. Ad honorem Wolfgangi Mieder	
<i>Sinaida Fomina</i>	277
Földes, Csaba: Interkulturelle Linguistik. Vorüberlegungen zu Konzepten. Problemen und Desiderata	
<i>Renate Freudenberg-Findeisen</i>	280

Gauger, Hans-Martin: Was wir sagen, wenn wir reden. Glossen zur Sprache <i>Günther Pflug</i>	282
Karg, Ina: Deutschunterricht für Europa? Zukunftsfähige Konzepte muttersprachlichen Deutschunterrichts <i>Dorothea Spaniel</i>	83
Knapp, Karlfried et al. (Hgg.): Angewandte Linguistik. Ein Lehrbuch (vgl. auch Ernst, Peter: Germanistische Sprachwissenschaft) <i>Alexander Ziem</i>	270
Kehrein, Roland: Prosodie und Emotionen <i>Eberhard Ockel</i>	92
Limbach, Jutta (Hg.): »Das schönste deutsche Wort«. Eine Auswahl der schönsten Liebeserklärungen an die deutsche Sprache – zusammengestellt aus den Einsendungen zum internationalen Wettbewerb »Das schönste deutsche Wort« <i>Siegfried Grosse</i>	186
Linke, Angelika/Nussbaumer, Markus/Portmann, Paul R.: Studienbuch Linguistik mit Studien-CD Linguistik <i>Thomas Niehr</i>	77
Mikołajczyk, Beata: Sprachliche Mechanismen der Persuasion in der politischen Kom- munikation. Dargestellt an polnischen und deutschen Texten zum EU-Beitritt Polens <i>Melani Schröter</i>	368
Moraldo, Sandro/Soffritti, Marcello (Hgg.): Deutsch aktuell. Einführung in die Ten- denzen der deutschen Gegenwartssprache <i>Michael Tewes</i>	268
Niehr, Thomas: Der Streit um Migration in der Bundesrepublik Deutschland, der Schweiz und Österreich. Eine vergleichende diskursgeschichtliche Untersuchung <i>Sigrid Luchtenberg</i>	187
Paraschkewow, Boris: Wörter und Namen gleicher Herkunft und Struktur. Lexikon etymologischer Dubletten im Deutschen <i>Wolfgang Müller</i>	286
Proverbium. Yearbook of International Proverb Scholarship. Bd. 21, 2004 <i>Hans-Manfred Militz</i>	281
Reiher, Ruth/Baumann, Antje (Hgg.): Vorwärts und nichts vergessen. Sprache in der DDR: Was war, was ist, was bleibt <i>Kersten Sven Roth</i>	190
Rosenbusch, Heinz S./Schober, Otto (Hgg.): Körpersprache und Pädagogik. Das Hand- buch. 4. überarbeitete Auflage <i>Eberhard Ockel</i>	94
Schmidt, Vasco Alexander: Grade der Fachlichkeit in Textsorten zum Themenbereich Mathematik <i>Nina Janich</i>	274
Schober, Otto (Hg.): Körpersprache im Deutschunterricht. Praxisanregungen zur non- verbalen Kommunikation für alle Schulstufen <i>Eberhard Ockel</i>	93
Starke, Günter/Zuchewicz, Tadeusz: Wissenschaftliches Schreiben im Studium von Deutsch als Fremdsprache <i>Eberhard Ockel</i>	192

Trabant, Jürgen: Mithridates im Paradies. Kleine Geschichte des Sprachdenkens <i>Günther Pflug</i>	79
Wagner, Roland W.: Grundlagen der mündlichen Kommunikation. Sprechpädagogische Informationsbausteine für alle, die viel reden müssen <i>Eberhard Ockel</i>	269
Wengeler, Martin (Hg.): Deutsche Sprachgeschichte nach 1945. Diskurs- und kulturge- schichtliche Perspektiven. Beiträge zu einer Tagung anlässlich der Emeritierung Georg Stötzels <i>Günther Pflug</i>	188
Wenzel, Walter: Niedersorbische Personennamen aus Kirchenbüchern des 16. bis 18. Jahrhunderts <i>Helmut Protze</i>	284
Wolfgang Mieder: Proverbs. A Handbook <i>Hans-Manfred Militz</i>	76
Zillig, Werner: Natürliche Sprachen und kommunikative Normen <i>Rainer Wimmer</i>	89
Eingesandte Bücher	375
Stichwörterverzeichnis des Jahrgangs 2005	376

Das Kunstwort

Von HILKE ELSÉN

Abstract

In diesem Artikel werden die Begriffe *Wortschöpfung* und *Kunstwort* untersucht. Die vergleichende Gegenüberstellung verschiedener Wortbildungsmöglichkeiten ergibt eine neue Definition. Anschließend wird die Rolle des Lautbildes diskutiert. Nicht nur Produktnamen, sondern auch Kunstwörter aus Kinderbüchern, Fantasy- und Science-Fiction-Romanen scheinen mit ihrer Lautgestalt ein gewisses semantisches Potential zu verknüpfen. Die Frage bleibt, inwiefern es sich dabei um Assoziationen oder bereits um vage Bedeutungen handelt.

In this article, the terms *word creation* and *word manufacturing* are investigated. After a comparison with various word formation techniques, a new definition is offered. Next, the special role of the sound shape is discussed. Trade names as well as various examples from children's books, science fiction and fantasy novels show that syllable structure and certain sounds and sound combinations express semantic content. The question remains to what extent phonological structure merely evokes certain associations or transports vague meanings.

1 Zum Begriff

Seit Paul (1880/1909)¹ wird die Wortbildung von der Wortschöpfung unterschieden. Henzen (1957: 5) verwendet den Begriff *Wortschöpfung* für »die Entstehung eines Wortes aus einer Lautgruppe, ohne daß die mit ihr zu verbindende Vorstellung durch eine verwandte, schon an sie geknüpfte Vorstellung vermittelt ist (z. B. *Töff* für Motorrad)«. Er zählt Beispiele wie *USA*, *Agfa*, *Sinalco* als Sonderfälle dazu (vgl. Henzen 1957: 5, 264). Auch später bleibt die Wortschöpfung bzw. Urschöpfung, wenn sie überhaupt Erwähnung findet, aus der Wortbildung ausgeklammert² und wird meist mit Beispielen wie *Gas* und *Kuckuck* illustriert. Seebold hingegen trennt die Wortschöpfung von der Lautmalerei (vgl. Kluge 1999: XIII). Die Duden-Grammatik weicht terminologisch ab, wenn sie »Wort-erfindungen« wie *Gas* von »Schall nachahmende[n] Wortschöpfungen (wie *Kuckuck*)« abgrenzt (Duden, Band 4 [1998: 409]). Im *Lexikon der Sprachwissenschaft* gelten Wortschöpfungen als erstmalig geprägt, unmotiviert, nichtkomplex und völlig arbiträr (vgl. Bußmann 2002: 755). Für Schippan (1992: 243) entstehen durch die Wortschöpfung neue Morpheme, für Eichinger (2000: 419) neue Simplizia. Produkt- bzw. Markennamen werden nur bei einigen Autoren mit in die Gruppe der Wortschöpfungen aufgenommen, und es hat sich – ausgehend von solchen Namen – mit der Zeit ein neuer Begriff etabliert: das *Kunstwort*.

Fleischer (1982: 10) unterscheidet Kunstwörter wie etwa Warenbezeichnungen, die an vorhandene Elemente anknüpfen und von der Bedeutung vorhandener Elemente nicht ganz gelöst sind, von völlig neuen Wortwurzeln, den Wortschöpfungen. Fleischer/Barz (1992: 5) zählen sie deswegen zu den Wortbildungen. So entsteht der Eindruck, bei den Kunstwörtern handele es sich – anders als bei den Wortschöpfungen – um nicht ganz ar-

¹ Vgl. Paul (1880/1909) in Fleischer/Barz (1992: 5).

² Vgl. z. B. Fleischer (1982), Fleischer/Barz (1992), Schippan (1992), Eichinger (2000), Donalies (2002).

biträre Produkt- und Markennamen. In der Folge wird dieses Unterscheidungskriterium jedoch nicht beibehalten.

Sornig (2002: 462) führt als Beispiele für Kunstwörter Formen wie *Maluma* und *Nobebe* an. Das *Metzler Lexikon Sprache* unterscheidet zwischen Wortschöpfungen und Kunstwörtern: Zur erstgenannten Art werden Wörter gezählt, die weder durch Wortbildung noch durch Entlehnung entstanden sind, etwa Interjektionen, Onomatopoetika oder verschiedene Wörter aus der Kinder- und Werbesprache (welche, bleibt offen) (vgl. Glück 2000: 800). Als Kunstwörter gelten demgegenüber Wörter, die bewusst zur Bezeichnung von Neuem gebildet werden, hierzu rechnet der Autor auch *Gas* (Glück 2000: 391). Das Unterscheidungskriterium scheint hier nicht Arbitrarität bzw. eine neue Wurzel zu sein, sondern die gezielte Namensformung. Eventuell könnte die Wortschöpfung aber auch als Oberbegriff aufgefasst werden. In Bußmanns *Lexikon der Sprachwissenschaft* fehlt in allen Ausgaben der Begriff *Kunstwort*, ebenso bei Eichinger (2000) und Erben (1993). In Anlehnung an Marchand (1969) betrachtet Lipka (2002: 110) Wörter wie *CD*, *DVD*, *radar* oder *AIDS* als Beispiele für *word-manufacturing* und bleibt damit nicht bei der Gruppe der Produktnamen. Die eigentliche Wortbildung, die sprachliche Zeichen verbindet, wird hier solchen Verfahren gegenübergestellt, die nichtkomplexe Wörter ergeben wie »Expressive Symbolism, Blending, Clipping, Rime and Ablaut Geminaton, Word Manufacturing« (Lipka 2002: 110). Lipka betont, dass solche Beispiele durch ihre morphologische Form teilmotiviert sind und daher nicht als nichtarbiträr gelten können.

Gezielte Untersuchungen von Kunstwörtern gibt es bisher nur für die Werbesprache. Ausgangspunkt sind stets Marken- oder Produktnamen, die hinsichtlich ihrer Bildungsweise analysiert werden. Voigt (1985: 124) beschreibt solche Kunstwörter als Formen, »deren Teile zumeist aus Wortkürzungen hervorgegangen« sind. Die Wörter sollen ungewöhnlich klingen, daher werden heimische und fremdsprachliche Basiswörter teils lautlich, teils orthographisch abgewandelt. Eine eindeutige morphologische Segmentierung ist problematisch (vgl. Voigt 1985: 126). Stoll (1999: 48 f.) grenzt Kunstwörter (wie etwa *Metazvstox*) einerseits von Buchstabenfolgen (z. B. *AEG*) und andererseits von hybriden Bildungen aus geläufigen Wörtern/Wortteilen und Kunstwörtern ab (z. B. *Viviplus*, *Blend-a-med*, *Cebion*). Auch graphemisch verfremdete Lexeme (z. B. *Vizir*, *Ruxxac*) zählt er zur letzten Gruppe hinzu (vgl. Stoll 1999: 49, 53).

Platen (1997) konstatiert, dass sich Kunstwörter durch ein besonderes Maß an Verfremdung auszeichnen: Sie »sind weder aus natürlichen Sprachen noch aus dem allgemeinen Namenbestand übernommen und transportieren keine klar konturierbaren semantischen bzw. onymischen Konzepte« (Platen 1997: 44). Gemäß dieser Sichtweise zählen auch manche Initialwörter dazu. Platen nennt daher gesondert »reine Artefakte [...], arbiträre Schöpfungen wie *Exxon*, *Elmex* oder *Kodak*, die völlig opak und ohne jeglichen Sinngehalt anmuten« (ebenda). Die Arbitrarität schränkt er aber sofort ein, da viele Beispiele bestimmte Klangwirkungen ausüben und dementsprechend Assoziationen vermitteln. Es stellt sich allerdings die Frage, ob eine Abgrenzung von Kunstwort und Wortschöpfung überhaupt nötig ist, wenn das dominante Erkennungsmerkmal der Wortschöpfungen die Nichtkomplexität und völlige Arbitrarität sein soll, Kunstwörter jedoch nicht als regulär geschaffene Lexeme gelten, aber auch nicht immer ganz arbiträr sind.

Offensichtlich müssen verschiedene Intensitäten von Arbitrarität bzw. Motiviertheit angenommen werden: In der Literatur zu Markennamen-Kunstwörtern wird nämlich phonologischen Faktoren eine ausschlaggebende Rolle zuerkannt, weil sie eine assoziationssteuernde

Wirkung auslösen. Die Wortschöpfer bilden die Produktnamen genau auf eine bestimmte Zielgestalt hin,³ denn sie müssen marktstrategische Erfordernisse erfüllen. Gelegentlich werden Skalen unterschiedlicher Grade von Motivation vorgeschlagen.⁴ Untersuchungen führen in diesem Zusammenhang neben morphologisch komplexen Bildungen vor allem auch nicht ganz eindeutige Fälle wie Kürzungen, Kontaminationen und Pseudoaffigierungen bis hin zu strukturell undurchsichtigen Beispielen auf.

Insgesamt betrachtet scheint also das Kriterium der Arbitrarität in den Hintergrund treten zu müssen: Schließlich sind auch Onomatopoeika und damit anerkannte Fälle von Wortschöpfung motiviert, nämlich lautlich. Eine Lösung hierzu bietet Ungerer (1991: 132 f.) an, der morphologische Motiviertheit von lautlicher bzw. assoziativ semantischer Motiviertheit abgrenzt. Damit fokussiert er aber wiederum die Struktur, die entweder morphologisch transparent ist oder nicht. Im Folgenden werden deshalb erstens die Begriffe *Kunstwort* und *Wortschöpfung* gleichgesetzt. Zweitens fällt das Kriterium der Arbitrarität fort und das der morphologischen Komplexität erhält mehr Gewicht: Das Kunstwort bzw. die Wortschöpfung ist kein Produkt der regulären Wortbildung des Deutschen und daher morphologisch nicht komplex; es bildet somit eine neue Wurzel.

Dieser kurze Abriss zeigt, wie unterschiedlich die Begriffe *Kunstwort* und *Wortschöpfung* in der sprachwissenschaftlichen Literatur verstanden werden. Um eine präzisere Definition zu ermitteln, erfolgt nun eine kontrastive Gegenüberstellung mit anderen Wortbildungen (vgl. Elsen 2004: 37 ff.). Anschließend sollen – über die Produktnamen hinaus – noch weitere Beispiele betrachtet werden.

2 Das Kunstwort im Vergleich zu verschiedenen Wortbildungstypen

Kunstwörter werden grundsätzlich den Wortbildungen gegenübergestellt, denn Letztere haben eine reguläre morphologische Struktur. Auch Interjektionen zählen zu den Kunstwörtern, sie können lautlich motiviert sein, sind aber nicht (morphologisch) komplex. Ein nicht ganz eindeutiger Fall von Wortbildung sind Kurzwörter bzw. Kürzungen⁵, denn es entstehen keine neuen Wörter, sondern Varianten zu bereits existierenden Lexem(gruppen). Im Prinzip haben wir es hier nicht mit Wortbildung, sondern mit Wortveränderung zu tun, da die Ausgangswörter bzw. -wortgruppen neben den Kurzformen weiter existieren. Darüber hinaus sind viele Kurzwörter nicht im morphologischen Sinne komplex und formen neue Wurzeln (*TÜV*). Kunstwörter unterscheiden sich aber insofern von den Kurzwörtern, als Letztere in jedem Fall eine parallele Langform aufweisen müssen.

Eine weitere umstrittene Form der Wortbildung ist die Kontamination (auch *Wortmischung*, *Wortkreuzung* u. a.), bei der Teile meist zweier Lexeme zu einem neuen Wort verbunden werden, das dann Bedeutungsaspekte beider Ausgangslexeme besitzt, z. B. *Engleutsch* (›eine Mischung aus Englisch und Deutsch‹). Da es kein festes strukturelles Schema zu geben scheint, wird diese Art der Worterzeugung häufig nicht zur Wortbildung im eigentlichen Sinne gerechnet (vgl. Grésillon 1984: 88). Trotzdem weisen solche Formen gewisse Regelmäßigkeiten auf (vgl. Fleischer/Barz 1992: 47). Kunstwörter können von

³ Vgl. Voigt (1985), Ronneberger-Sibold (2000) und Elsen (2004).

⁴ Vgl. z. B. Voigt (1985), Ungerer (1991), Ronneberger-Sibold (2000) und Elsen (2004).

⁵ Die Terminologie in der Literatur variiert stark, vgl. die Überblicksdarstellungen in Steinhauer (2000) und Elsen (2004).

Kontaminationen geschieden werden, weil bei Letzteren zwei Basislexeme (rudimentär) erkennbar sind. Dazu einige Beispiele aus dem Grenzbereich von Kunstwort und Kontamination: *Biosil* und *Biopren* (Zahnfüllmittel) sind Kunstwörter, weil *sil* und *pren* keine Bedeutung tragen. *Biotuss* (Hustensaft) hingegen kann als Kontamination aufgefasst werden (*bio[logisch]* ›natürlich, gesund‹; *tussis*, lat. ›Husten‹). Der Produktname ist zweigliedrig, es sind zwei Wörter eruierbar. Als Kunstwort müsste das Beispiel nichtkomplex sein. Da es sich bei *Biotuss* nicht um *›biologischen Husten‹, handelt, ist auch eine Interpretation als Kompositum oder Metapher nicht gerechtfertigt.

Die Abgrenzung zur Derivation ist ebenfalls nicht immer leicht. Bereits Voigt (1985: 127 f.) diskutiert die Markennamen *Aspirin*, *Birkin*, *Gustin* im Hinblick auf die Endsilben. In Analysen zur Werbesprache wird für relativ bedeutungsarme, vor allem aber bedeutungsvariable Lautgruppen wie *-in/* gern der Begriff *Morphem* verwendet.⁶ Diese Einheiten wecken jedoch höchstens Assoziationen wie ›klingt wie ein Produktname‹ und können deshalb nicht als bedeutungstragend verstanden werden. Ist eine Endung aber kein Morphem, dann gilt ein Wort auch dann als Kunstwort, wenn der Teil, an den die Endung gehängt ist, interpretierbar ist. Angenommen, es gäbe den Namen **Diamol* für einen neuen, aus Diamanten gewonnenen Alkohol, so wäre der Begriff als Ableitung mit dem fachsprachlichen Suffix *-ol* für Alkohole einzustufen. Würde er aber ein Schuhputzmittel ohne alkoholischen Bestandteil bezeichnen, das Schuhe zum Glänzen bringt wie Diamanten, so müsste der Name als Kunstwort aufgefasst werden: Hier löst *-ol* höchstens Assoziationen (in Richtung ›Fachsprache‹ und ›Hochwertigkeit‹) aus, die nicht zu der Bedeutung einer Einheit zählen. Beispiele wie *Biskin* oder **Diamol* (Schuhputzmittel) weisen demgemäß keine morphologische Struktur auf und sind Kunstwörter.

Vor diesem Hintergrund ergibt sich nun eine präzisierte Definition: Das Kunstwort bzw. die Wortschöpfung entsteht nicht über die reguläre Wortbildung des Deutschen. Es ist daher morphologisch nicht komplex, sondern bildet eine neue Wurzel. Zudem weist es keine parallele Langform auf. Basislexeme, die den Eindruck von Mehrgliedrigkeit erwecken, sind nicht erkennbar. Morphologisch kann das Kunstwort/die Wortschöpfung nicht motiviert sein, wohl jedoch in lautlicher Hinsicht.

3 Die lautliche Motivation

In Untersuchungen zur Werbesprache wird immer wieder auf die Klangwirkung vieler Kunstwörter verwiesen. *Wingo* vermittelt Pffiffigkeit (vgl. Platen 1997: 44). Namen, die die klassischen Wissenschaftssprachen imitieren (wie *Kaloderma*, *Tussafug*, *Dolormin*) klingen – anders als etwa *Husteflucht* – gelehrt und seriös (vgl. Platen 1997: 51). *Maoam* suggeriert munteres Kauen, *Domestos* schäumende Kraft (vgl. Platen 1997: 53).

Aber auch außerhalb der Werbesprache finden sich Kunstwörter bzw. Wortschöpfungen, und auch hier ist oft eine lautliche Motivation vorhanden. Dies zeigen Beispiele aus der Literatur. Neben Interjektionen und Lautmalereien (*igittittittigack* [Ha]⁷, *halloohoho*, *ax* [En], *hh*, *hhhh h* [JaBä], *krrrsch-zack* [JaTi]) treten noch andere Formen auf, die über das Lautbild wirken sollen, beispielsweise fachsprachlich klingende Kunstwörter wie *azypher*.

⁶ Vgl. etwa Voigt (1985) und Stoll (1999).

⁷ Die genauen Quellenangaben finden sich im Anhang.

Ektoplase, asdrubal [En] in einem Zauberspruch. Besonders interessant sind Namen für Personen und Spezies in Fantasy- und Science-Fiction-Romanen. Hier kommt es zu Häufungen bestimmter Laute oder Silbenstrukturen im Zusammenhang mit bestimmten Eigenschaften der Referenten.

Weibliche (vor allem junge und hübsche) Protagonisten tragen sehr oft Namen, die auf *-a* enden:

- *Ceena* [KneiRau]
- *Valliessa* [HoHe]
- *Agwira* [MiSer]
- *Yadira* [Pesch]
- *Shayla* [KneiLab]
- *Ilahja* [FelElf]
- *Chaya* [FelMa]
- *Meena* [FraKo]

Die Namen junger und/oder kleiner Referenten weisen oft helle Vokale auf, vor allem *i*:

- *Brin* [HoHe], junger, guter Prinz
- *Elim* [AlFla], kindhafter Prinz
- *Gwrgi* [Pesch], kleiner, guter Sumpfling
- *Kelwitt* [EschKel], gutmütiges, delphinartiges Wesen
- *Schti* [LaPla], sehr kleines geflügeltes Pferd

Die Verbindung des *i*-Lautes mit dem Konzept ›klein‹ scheint dabei einer der wenigen Fälle einer weiter verbreiteten Lautsymbolik zu sein.⁸

Bösartige, gefährliche Wesen haben da ganz anders klingende Namen:

- *Ch'tuon* [WHGar], Dämon
- *Tairach* [HoHe], blutgierige Gottheit
- *Ghuzdan* [WHScha], Ork
- *Gnoorat* [FelMa], böses, tierähnliches Wesen
- *Sarn* [WHGrei], Erzwidersacher
- *Azrathoth* [Pesch], Schwarzer Fürst
- *Brazoragh* [HoHe], Ork
- *Arjunoor* [HoHe], Dämon
- *Chrekt-Orn, Trker-Hon* [PR], echsenartige Feinde der menschlichen Rasse
- *Rrul'ghargop* [HoHe], Ork
- *An-Rukhbar* [FelElf], Dämon

⁸ Vgl. Jacobson/Waugh (1987) und Ohala (1994).

Die Häufung von hinteren Vokalen und Konsonanten (vor allem velare Frikative und nichtstandardsprachliche Konsonantenkombinationen) in Verbindung mit dem Fremden und Bösen ist sehr auffällig.

Die Namen für mächtige Magier, Druiden und Gelehrte zeichnen sich dagegen vielfach durch eine lateinisch-griechisch anmutende Phonotaktik aus, die genau wie bei den Produktnamen Vorstellungen von Effizienz und Kompetenz vermittelt und die Assoziation von Wissenschaftlichkeit und/oder Seriosität auslösen soll.

- *Salamir* [WHGar]
- *Galdalyn* [FeiMa]
- *Kalakaman* [HoHe]
- *Muntagonus* [AlFla]
- *Racalla* [HoHe] Magierin

Offenbar werden Namen-Klangbilder gern in Abstimmung auf die Eigenschaften der jeweiligen Referenten komponiert. Dass dies der Fall ist, zeigt sich auch dann, wenn quasi andersherum vorgegangen wird: Klingen *Gorx* [PR] oder *Graan* [WHGar] nach langbeinigen weiblichen Schönheiten? Könnte der wichtigste Gelehrte der modernen Menschheit *Tick*⁹ [EschKel] heißen? Oder ein hausgroßes, furchteinflößendes Monster? Die fremden Lebewesen *Abbl*, *Obbl*, *Wobbl* [AnWe] treten bezeichnenderweise in einer Satire auf, in der typische Aspekte der Science Fiction und damit auch der Namengebung persifliert werden. Solche Beispiele klingen eher lächerlich.

So stellt sich abschließend die Frage, in welchem Maße die lautliche Motivation zum Begriff des Kunstwortes beiträgt. Da per definitionem die Kunstwörter keine morphologische Struktur aufweisen, müssen sie über ihre Lauteigenschaften wirken. Aber bleibt es bei assoziationssteuernden Effekten, oder bilden manche Kunstwortgruppen einen systematischen Übergangsbereich zu regelhaften Wortbildungen?

Literatur

- Bußmann, H. (1990): *Lexikon der Sprachwissenschaft*. 2. Auflage. Stuttgart.
- Bußmann, H. (2002): *Lexikon der Sprachwissenschaft*. 3. Auflage. Stuttgart.
- Donalies, E. (2002): *Die Wortbildung des Deutschen. Ein Überblick*. Tübingen.
- Duden, Band 4 (1998): *Die Grammatik*. 6. Auflage. Mannheim et al.
- Eichinger, L. (2000): *Deutsche Wortbildung. Eine Einführung*. Tübingen.
- Elsen, H. (2004): *Neologismen. Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen*. Tübingen.
- Erben, J. (1993): *Einführung in die deutsche Wortbildungslehre*. 3. Auflage. Berlin.
- Fleischer, W. (1982): *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. 5. Auflage. Tübingen.
- Fleischer, W./Barz, I. (1992): *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen.
- Fónagy, I. (1983): *La Vive Voix. Essais de Psycho-phonétique*. Paris.
- Glück, H. (2000): *Metzler Lexikon Sprache*. 2. Auflage. Stuttgart/Weimar.

⁹ Kleiner Schulterspangencomputer.

- Grésillon, A. (1984): *La règle et le monstre: le mot-valise. Interrogations sur la langue, à partir d'un corpus de Heinrich Heine*. Tübingen.
- Henzen, W. (1957): *Deutsche Wortbildung*. 2. Auflage. Tübingen.
- Jakobson, R./Waugh, L. (1987): *The Sound Shape of Language*. Berlin etc.
- Kluge, F. (1999): *Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache*. Bearbeitet von Elmar Seebold. 23. Auflage. Berlin/New York.
- Lipka, L. (2002): *English Lexicology*. Tübingen.
- Marchand, H. (1969): *The Categories and Types of Present-day English Word-formation*. 2. Auflage. München.
- Ohala, J. J. (1994): »The frequency code underlies the sound-symbolic use of voice pitch.« In: Hinton, L./Nichols, J./Ohala, J. J. (Hgg.): *Sound Symbolism*. Cambridge, S. 325–347.
- Ronneberger-Sibold, E. (2000): »Creative competence at work: the creation of partial motivation in German trade names.« In: Doleschal, U./Thornton, A. M. (Hgg.): *Extragrammatical and Marginal Morphology*. München, S. 85–105.
- Schippan, T. (1992): *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen.
- Sornig, K. (2002): »Lexikalische Einheiten mit wortähnlichem Status.« In: Cruse, D. A. et al. (Hgg.): *Lexikologie I*. Berlin/New York, S. 461–465.
- Steinhauer, A. (2000): *Sprachökonomie durch Kurzwörter: Bildung und Verwendung in der Fachkommunikation*. Tübingen.
- Stoll, K.-U. (1999): *Markennamen. Sprachliche Strukturen, Ähnlichkeit und Verwechselbarkeit*. Frankfurt a. M.
- Ungerer, F. (1991): »Acronyms, trade names and motivation.« In: *Arbeiten aus Anglistik und Amerikanistik* 16.2., S. 131–158.
- Voigt, G. (1985): »Zur linguistischen Bestimmung des Markennamens.« In: Kürschner, W. Voigt, R. (Hgg.): *Grammatik, Semantik, Textlinguistik*. Tübingen, S. 123–136.

Anhang: Quellen

- AlFla = Alpers, H. J. (2003): *Der Flammenbund*. München.
- AnWe = Anton, U. (1983): »Welten der Wahrscheinlichkeit.« In: Hahn, R. M. (Hg.): *Welten der Wahrscheinlichkeiten*. München, S. 43–54.
- En = Ende, M. (1989): *Der satanarchäolügenialkohöllische Wunschpunsch*. Stuttgart/Wien.
- EschKel = Eschbach, A. (2001): *Kelwitts Stern*. Bergisch Gladbach.
- FelElf = Felten, M. (2003): *Elfenfeuer*. München/Zürich.
- FelMa = Felten, M. (2003): *Die Macht des Elfenfeuers*. München/Zürich.
- FraKo = Franke, H. W. (1964): *Der grüne Komet*. München.
- Ha = Hacke, A. (1995): *Hackes Tierleben*. München.
- HoHe = Hohlbein, W./Hennen, B. (2001): *Das Jahr des Greifen*. Bergisch Gladbach.
- JaBä = Janosch (1985): *Ich mach dich gesund, sagte der Bär*. Zürich.
- JaTi = Janosch (1992): *Der kleine Tiger braucht ein Fahrrad*. Zürich.
- KneiLab = Kneifel, H. (1989): *Das brennende Labyrinth*. Zürich (Orig. 1967).
- KneiRau = Kneifel, H. (1990): *Die Raumfalle. Raumpatrouille Orion 6*. Zürich (erste TV-Ausstrahlung 1966).
- LaPla = Laßwitz, K. (1984): *Auf zwei Planeten*. Berlin (Orig. 1897).
- MiSer = Mielke, T. R. P. (1992): *Die Entführung des Serails*. Bergisch Gladbach.
- Pesch = Pesch, H. W./Allwörden, H. (1998): *Die Ringe der Macht*. Bergisch Gladbach.

PR = Voltz, W. (Hg.) (1979): *Perry Rhodan. Das Mutantenkorps*. Gütersloh (Orig. frühe 60er Jahre).
WHScha = Hohlbein, W./Hohlbein, H. (1996): *Schattenjagd*. Rheda-Wiedenbrück.
WHGrei = Hohlbein, W./Hohlbein, H. (2000): *Der Greif*. München.
WHGar = Hohlbein, W. (1995): *Die Saga von Garth und Torian*. München.

PD Dr. Hilke Elsen
Institut für Deutsche Philologie
Ludwig-Maximilians-Universität München
Schellingstr. 3
80799 München
Hilkee@lrz.uni-muenchen.de