

Barbara Schlücker*

Sportschau-like, raststättenlike, Claudialike. Like-Adjektive als neues Wortbildungsmuster im Deutschen

Sportschau-like, raststättenlike, Claudialike. Like adjectives as a new word-formation pattern in German

<https://doi.org/10.1515/zgl-2024-2024>

Abstract: Adjectives with the borrowed head constituent *like* are a previously undescribed phenomenon in German. This corpus-based study shows that they occur frequently in certain text sources and analyses them as a productive word-formation pattern. The article describes the morphological, syntactic, graphemic, semantic, and pragmatic properties of these adjectives. While their structural formation is subject to only few constraints, their use is much more restricted. This is shown, among other things, by the frequent use of quotation marks which indicates that writers are aware of the novelty or expressiveness of the formations. Finally, the emergence of the pattern in German is discussed in terms of foreign word-formation vs. grammatical borrowing.

- 1 Einleitung
- 2 Datenerhebung und Annotation
- 3 Formale, semantische und pragmatische Eigenschaften von *Like-Adjektiven*
 - 3.1 Morphologische Eigenschaften
 - 3.2 Graphematische Eigenschaften
 - 3.3 Syntaktische Eigenschaften
 - 3.4 Semantische Eigenschaften
 - 3.5 Pragmatische Eigenschaften
- 4 Entstehung des Musters
- 5 Zusammenfassung
- Literatur

***Kontaktperson:** Prof. Dr. Barbara Schlücker: Freie Universität Berlin, Institut für Deutsche und Niederländische Philologie, Habelschwerdter Allee 45, D-14195 Berlin,
E-Mail: barbara.schluecker@fu-berlin.de. <https://orcid.org/0000-0002-5277-9488>

1 Einleitung

Der Beitrag beschreibt die Bildung von Adjektiven mit der entlehnten Kopfkonstituente *-like* (*Aschenbrödel-like*, *kirchenlike*, *Zürich-like*) und argumentiert, dass es sich dabei um ein produktives Wortbildungsmuster des Gegenwartsdeutschen handelt. Dies mag verwundern, denn *like*-Adjektive sind insgesamt eher selten. So enthält beispielsweise das DUDEN-Onlinewörterbuch¹ neben den Substantiven *Like*, *Dislike* und dem Verb *liken* nur die Adjektive *ladylike* und *gentlemanlike*, die als Entlehnungen aus dem Englischen gekennzeichnet sind. Auch im umfangreichen Metakorpus „Gegenwartskorpora mit freiem Zugang“ des DWDS² sowie im ZEIT-Korpus des DWDS³ finden sich neben *ladylike* und *gentlemanlike* nur 13 weitere Types von *Like*-Adjektiven in deutschen Kontexten, also nicht als Teil englischer Zitate, darunter *Disneylike*, *techno-like*, *showmasterlike*, *unladylike*, *amateurlike*, *Film-Noir-like*, *Twitter-like* und *Cartoon-like*.

Allerdings ergibt die Suche im German Web 2020-Korpus/deTenTen20,⁴ das Texte deutschsprachiger Internetseiten aus dem Jahr 2020 enthält und mehr als 17 Milliarden Textwörter umfasst (Jakubíček et al. 2013), knapp 8 000 Types und mehr als 32 000 Tokens von *Like*-Adjektiven (vor der manuellen Bereinigung). Diese große Menge an Belegen ist ein erster Hinweis darauf, dass es sich hierbei um ein produktives Wortbildungsmuster des Deutschen handelt, das aber offensichtlich vorrangig oder ausschließlich in bestimmten Registern vorkommt.

Das erste Ziel des Aufsatzes ist eine umfassende Beschreibung der formalen, semantischen und pragmatischen Eigenschaften des Musters und seiner Verwendung. In der Literatur zu Anglizismen und (Fremd-)Wortbildung ist das *Like*-Muster bislang weitestgehend unbeobachtet geblieben. Lediglich bei Onysko (2007: 261) findet sich ein kurzer Abschnitt, der *-like* als produktives adjektivisches Lehnuffix beschreibt.

Gentlemanlike und *ladylike* sind die ersten *Like*-Adjektive, die ins Deutsche entlehnt wurden. Der älteste Beleg für *gentlemanlike* in den historischen Korpora der DWDS-Plattform⁵ stammt von 1826, vgl. (1). Insgesamt finden sich dort bis Ende des 19. Jahrhunderts 36 weitere Belege in deutschen Kontexten. Für *ladylike* gibt es

1 www.duden.de/woerterbuch [08.12.2023]

2 Dieses Metakorpus aggregiert 15 Korpora, darunter die Korpora *Berliner Zeitung*, *Tagesspiegel*, *DWDS-Kernkorpus*, *DWDS-Kernkorpus 21*, *Gesprochene Sprache* und *Wikipedia-Korpus* und enthält 3 069 266 071 Tokens (<https://www.dwds.de/d/korpora/dwdsxl> [02.08.2024]).

3 Das ZEIT-Korpus des DWDS enthält Artikel der Jahrgänge 1946–2023 der Wochenzeitung „Die ZEIT“ mit insgesamt 460 519 314 Tokens (<https://www.dwds.de/d/korpora/zeit> [02.08.2024]).

4 <https://www.sketchengine.eu/detenten-german-corpus/> [02.08.2024].

5 Das Metakorpus „Historische Korpora“ aggregiert 20 Korpora mit historischen Daten und enthält 1529 929 811 Tokens (<https://www.dwds.de/d/korpora/dtaxl> [02.08.2024]).

zwischen 1847 und 1898 13 Belege in deutschen Kontexten, der älteste findet sich in (2).

- (1) Dieß ist in unserm Klima und bei unseren Ochsen, die nicht eine so gentlemanlike Erziehung erhalten haben, unmöglich: indessen ist es gewiß, daß unsere Ställe in der Regel viel zu warm sind, und dadurch allein die Ursache vieler Krankheiten werden. [Polytechnisches Journal. Bd. 19. Stuttgart, 1826.]
- (2) Frau Oberst Dent war weniger auffallend, aber sie schien mir mehr ladylike. [Curer Bell [d. i. Brontë, Charlotte]: Jane Eyre, die Waise von Lowood. Leipzig, 1847]

Die ersten Belege von *Like*-Adjektiven aus dem DWDS-Metakorpus „Gegenwartskorpora mit freiem Zugang“ stammen aus den Jahren 1994, 2001 und 2002, die meisten datieren aber aus dem Jahr 2010 und später (ohne die etablierten Entlehnungen *gentlemanlike* und *ladylike*). Älter sind die ersten beiden Belege im ZEIT-Korpus (wiederum ohne *gentlemanlike* und *ladylike*), die aus den Jahren 1976 und 1982 stammen, vgl. (3)–(4):

- (3) Es war der BMW-Boß Eberhard von Kuenheim, der so Mercedes-like Erkenntnisse und Maximen formulierte. [die ZEIT, 13.02.1976]
- (4) Derart Rilke-like Schönheit zu bestimmen, mag ein anachronistisches Gedankenspiel sein. [die ZEIT, 05.02.1982]

Diese beiden Beispiele sind neben dem frühen Belegdatum auch deshalb interessant, weil sie deutsche bzw. nicht englische Basen haben. Sie sind also anders als *ladylike*, *gentlemanlike* und möglicherweise auch *showmasterlike* oder *Disneylike* nicht als Ganzes aus dem Englischen entlehnt und zeigen damit, dass hier eine deutsche (Fremd-)Wortbildung vorliegt. Daher ist – als zweites Ziel des Aufsatzes – zu überlegen, welche Entstehung und welchen theoretischen Status dieses Wortbildungsmuster im Deutschen hat. Außerdem handelt es sich bei den beiden Basen in (3)–(4) um Eigennamen. Sie illustrieren damit eine weitere Annahme, wonach die Adjektivbildung mit *-like* ein spezifisch, wenn auch nicht exklusiv deonymisches Wortbildungsmuster ist. Als drittes Ziel soll diese Annahme und die spezifischen Eigenschaften, die sich mit den onymischen Basen in Zusammenhang bringen lassen, insbesondere im Bereich der Schreibung, näher untersucht werden.

Der Aufsatz ist wie folgt aufgebaut: Abschnitt 2 beschreibt die Datenerhebung und Annotation. Abschnitt 3 behandelt die formalen, semantischen und pragmatischen Eigenschaften der *Like*-Adjektive. Gegenstand von Abschnitt 4 ist die Entstehung des Wortbildungsmusters. Der Aufsatz endet mit einer Zusammenfassung in Abschnitt 5.

2 Datenerhebung und Annotation

Datengrundlage ist das German Web 2020-Korpus (deTenTen20) mit 17 512 733 172 Textwörtern (Jakubíček et al. 2013). Es enthält Texte deutschsprachiger Internetseiten aus dem Jahr 2020. Die Daten sind lemmatisiert und u. a. für Wortart getaggt. Die Texte der großen Webdomänen, die 50 % der Korpustexte ausmachen, wurden halb-manuell überprüft und Inhalte mit schlechter Textqualität und Spam wurden entfernt.⁶

Die Datensuche im Korpus erfolgte über die Funktion „Wortliste“, die Belege nach Frequenz ordnet.⁷ Schreibungen mit und ohne Bindestrich vor der Zweitkonstituente wurden getrennt mit den beiden Suchanfragen „Wortliste/erweitert/lemma/endend mit -like“ bzw. „Wortliste/erweitert/lemma/entsprechend regulärem Ausdruck: .+[^-]like“ gesucht.⁸

Diese Suchen ergaben 4 765 Types mit einer Gesamtfrequenz von 11 994 für *Like*-Bildungen mit Bindestrichschreibung und 3 098 Types mit einer Gesamtfrequenz 20 709 für *Like*-Bildungen ohne Bindestrich. Beide Listen enthalten noch zahlreiche falsche Positive. Dazu gehören andere Wörter, die ebenfalls auf der Buchstabenfolge <like> enden, z. B. Namen, ältere Schreibungen oder Wörter mit Rechtschreibfehlern (*Katholike*, *Stierlike*, *geistlike*, *Seitenblike*). Unter den falschen Positiven finden sich außerdem Bildungen, die keine Adjektive sind, und Bildungen in englischen Kontexten, d. h. Zitate oder Titel englischer Texte, häufig im medizinischen Kontext. Im Zuge der Überprüfung wurden auch einzelne offensichtliche Tippfehler korrigiert (z. B. *busines-like* zu *business-like*) sowie phrasale Basen ergänzt (z. B. *pie-like* zu *American Pie-like*), wodurch sich wiederum die Zuordnung zur Frequenzklasse änderte. Hieraus ergeben sich zwei bereinigte Listen:⁹

- a) Bildungen mit -like: 3 763 Types zu 7 730 Tokens; hiervon 2 835 Hapaxe (= 75 %). Vier Types haben eine Frequenz über 100: *gentleman-like* (332), *Bayern-like* (174), *business-like* (143), *lady-like* (101)

6 <https://www.sketchengine.eu/detenten-german-corpus/> [02.08.2024]

7 Die Restriktion der Ergebnisse der Wortlistensuche auf 1 000 Wörter pro Anfrage wurde umgangen, indem bereits gefundene Belege in die Suchmaske „Diese Wörter ausschließen“ eingegeben wurden und dies mehrfach wiederholt wurde.

8 Die Anfrage wurde nicht auf die Wortart Adjektiv beschränkt, da hierbei fehlerhaft nur ein geringer Teil der tatsächlich im Korpus enthaltenen Adjektive ausgegeben wird.

9 Die Daten enthalten auch Belege mit morphologischer Negation, überwiegend durch *un-*. Das Negationselement präfigiert entweder das gesamte Adjektiv oder tritt intern direkt vor *-like* auf. Belege mit negiertem *like* und Bindestrich (*Jesus-unlike*) sind im Datensatz der *Like*-Bildungen ohne Bindestrich enthalten.

- b) Bildungen mit *like*: 1 686 Types zu 8 045 Tokens; hiervon 1 205 Hapaxe (= 71 %). Acht Types haben eine Frequenz über 100: *ladylike* (1231), *gentlemanlike* (754), *userlike* (601), *godlike* (508), *lifelike* (166), *homelike* (162), *cinelike* (159), *businesslike* (132).

Allerdings zeigte sich bei der späteren Annotation der dieser Studie zugrundeliegenden Daten, dass diese noch weitere falsche Positive enthielten; außerdem war in einigen Fällen die Zuordnung der Frequenzklasse aus dem Korpus nicht korrekt. Die oben genannten Zahlen sind daher insgesamt noch etwas zu hoch, eine exakte Angabe ist aber aufgrund der großen Datenmenge nicht möglich, da sie die manuelle Überprüfung jedes einzelnen Belegs im Kontext erfordern würde.

Es zeigte sich außerdem, dass bei der Suchanfrage, obwohl nach Lemma gesucht wurde, keine flektierten Formen ausgegeben wurde. Daher wurden Einzelabfragen zu allen möglichen Flexionsendungen durchgeführt. Auch diese ergaben zahlreiche falsch positive Treffer. Bei den Schreibungen mit Bindestrich blieben nach manueller Bereinigung 98 korrekte Types, davon 91 Hapaxe. Bei den Schreibungen ohne Bindestrich ergaben sich viele Tausend falsch positive Treffer (darunter beispielsweise zahlreiche Bildungen mit *Katholiken* und *Repliken*), eine manuelles Aussortieren war hier nicht möglich bzw. nicht verhältnismäßig.

Primärer Gegenstand der vorliegenden Untersuchung sind Hapaxe, also Einzelbildungen. Eine hohe Anzahl von Hapaxen verweist auf eine (hohe) Produktivität des jeweiligen Musters (Baayen 1992; 1993). Der hohe Anteil von Hapaxen der hier untersuchten Daten (75 % bzw. 71%, s. o.) lässt sich daher als Hinweis auf die Produktivität des *Like*-Musters verstehen. Mit den Hapaxen werden außerdem Bildungen untersucht, die mutmaßlich im Deutschen neu gebildet und nicht aus dem Englischen entlehnt sind. Darauf verweist auch der große Anteil nativer Basen (vgl. Abschnitt 3.1), im Gegensatz zu den vorgenannten frequenteren Bildungen mit mehr als 100 Belegen, die mit Ausnahme von *Bayern-like* alle englischen Basen haben und damit potenzielle Entlehnungen sind.

Für die vorliegende Studie wurde zufallsbasiert eine Ausgangsliste von 1900 Hapaxen erstellt. Bei der Annotation wurden weitere falsch positive Belege ausgeschlossen. Ausgeschlossen wurden außerdem Belege, die tatsächlich keine Hapaxe sind, sondern eine höhere Frequenz als in der Wortliste angegeben aufweisen, und schließlich solche Belege, bei denen eine Annotation nicht möglich war, weil die Basis unbekannt und auch im Kontext nicht zweifelsfrei erschlossen werden konnte (u. a. Akronyme oder Bildungen mit Sonderzeichen oder Zahlen, z. B. #BT3-like), oder wenn generell zu wenig Kontext vorhanden ist, um alle Kategorien zu annotieren. Die final annotierte Datenbasis enthält 1572 Tokens. Die Annotation umfasst u. a. die folgenden Kategorien: (a) Groß-/Kleinschreibung, (b) Schreibung mit/ohne Bindestrich, (c) Flexionsmarker, (d) Wortart der Basis, (e) Substantivklasse der Basis

(Appellativ oder Eigenname), (f) bei Eigennamen: Namenklasse, (g) Entlehnungsstatus der Basis, (h) syntaktische Verwendung des Adjektivs im Satz, (i) Fugenelemente, (h) Modifikation des Adjektivs, (i) Negation (morphologisch/syntaktisch), (i) Semantik: Art des Vergleichs.

3 Formale, semantische und pragmatische Eigenschaften von *Like-Adjektiven*

3.1 Morphologische Eigenschaften

Die morphologischen Eigenschaften beziehen sich auf die Basis (d. h. die Erstkonstituente), die Einheit *-like* sowie den Status des gesamten Musters. Die adjektivbildende Kopfkonstituente *-like* verbindet sich im Deutschen mit 98,3 % (N=1546) ganz überwiegend mit nominalen Einheiten. Adjektive (1,2 %, N=19) und andere Basen (V, VP, CP, PP; 0,4 %, N=7) spielen damit eine verschwindend kleine Rolle. Mehr als die Hälfte der Bildungen, nämlich 57,3 % (N=900), haben native Basen. Bildungen mit nativen Basen zeigen eindeutig, dass sie im Deutschen gebildet und nicht entlehnt sind, es sich bei den *Like-Adjektiven* mithin um ein Wortbildungsmuster des Deutschen handelt. Umgekehrt gilt nicht notwendigerweise, dass *Like-Adjektive* mit fremden Basen entlehnt sind, denn auch im Deutschen können neue Formen auf Basis entlehrter Einheiten entstehen (vgl. Abschnitt 4). Dies zeigen nicht zuletzt auch Bildungen mit fremden Basen, die aus anderen Sprachen als dem Englischen stammen, beispielsweise aus dem Türkischen, Spanischen, Japanischen, vgl. *Dürümlike*, *Fiesta-like*, *Kisame-like*¹⁰ (12,5 % der entlehnten Basen, N=84).

Auf eine andere Eigenschaft der Basen weist Onysko (2007: 261) hin, der in seinem Korpus, das aus Texten der Zeitschrift *Der Spiegel* besteht, zwischen 1994 und 2000 ausschließlich *Like-Adjektive* mit onymischer Basis findet. Im Korpus der vorliegenden Studie kommen onymische Basen hingegen nicht exklusiv vor, sie bilden jedoch einen großen Anteil: Mehr als die Hälfte der Basen (52,3 %, N=822) sind Namen. Die größte Gruppe bilden Objektnamen (Ergonyme) (51,2 %, N=421), insbesondere Namen von Vereinen, Unternehmen, Bands, Filmen, Computerspielen und generell Warennamen (z. B. *Nirvana-unlike*, *Zotterlike*, *Siemenslike*, *aldilike*, *Mad Men-like*, *Final-Fantasy-like*, *Sendung-mit-der-Maus-like*). Ein gutes Drittel sind

¹⁰ Alle nachfolgenden Beispiele stammen aus der oben beschriebenen Datenbasis und werden in der Originalschreibung wiedergegeben. Es handelt sich ausnahmslos um Adjektive, unabhängig von der Groß-/Kleinschreibung.

Personennamen (Anthroponyme) (37,7 %, N=310). Hier kommen Rufnamen, Familiennamen, Gesamtnamen, Spitznamen, Pseudonyme (insbesondere Benutzernamen in Foren u. ä.) vor, z. B. *Halle Berry-like, Neymar-like, Krassnitzer-like, Emmileinchen-like, Justus-like, Bert-Neumann-like, Boi-like, schneewittchenlike*. Eine kleine Gruppe bilden Ortsnamen (Toponyme) mit 8,0 % (N=66) wie *Hamburglike, DDRlike, Harz-like, mittelmeer-like, mosel-like*. Alle anderen Namenklassen (Praxonyme, Zoonyme, Theonyme, Chrononyme) haben zusammen nur einen Anteil von 3,0 % (N=25).

46,3 % (N=728) der Basen sind Appellative, z. B. *mädelslike, Telenovelalike, Oldie-Night-Like, saucen-like, Kinosessel-like, Placebo-Like, Vaterlike, Siegerinnenlike*. Nur 22 Belege (1,4 %) sind weder Namen noch Appellative, also syntaktisch keine nominalen Einheiten, wobei dies nicht vollkommen deckungsgleich mit der lexikalischen Wortart (s. o.) ist, z. B. *Auf-die-Fresse-like, alles-doof-like, digitallike*.

Die Besonderheit des großen Anteils onymischer Basen zeigt sich vor allem im Vergleich mit anderen Wortbildungsmustern mit ähnlicher Bedeutung. Die Zweitkonstituente *-like* hat lexikalische Bedeutung und zwar im Wesentlichen dieselbe wie im Englischen. Durch *Like*-Bildungen wird eine Ähnlichkeit einer Bezugseinheit mit der Basiskonstituente ausgedrückt (vgl. Abschnitt 3.3). *Like*-Bildungen dienen damit dem Ausdruck von Vergleichen. Es gibt im Deutschen, je nach Zählweise, etwa 20 verschiedene morphologische Muster von Vergleichsbildungen, darunter solche mit den Suffixen *-haft, -ig, -isch, -esk, -mäsig, -artig* und mit den reihenbildenden Stämmen *-ähnlich, -üblich, -gleich*. Einer aktuellen Studie zufolge (Schlücker i. Vorb.) findet sich bei keinem dieser Muster ein annähernd hoher Anteil onymischer Basen, mit Ausnahme des Suffixes *-sch*, das sich allerdings nur mit Anthroponymen verbindet (*grimmsche Märchen, Ludendorff'sche Gesinnung*). Die Möglichkeit, gleichermaßen onymische und appellativische Basen zu verwenden, unterscheidet damit *Like*-Adjektive von anderen, bedeutungsähnlichen Mustern und kann damit als ein erster Hinweis auf mögliche Gründe für die Entstehung dieses Musters gewertet werden.

Aufgrund der rein lexikalischen Bedeutung scheidet eine Einordnung von *-like* als Suffix trotz seines stark reihenbildenden Charakters aus. Onysko (2007: 261) bezeichnet das entlehnte *-like* zwar als Suffix, begründet dies allerdings nicht. Generell ist die Komposition ihm zufolge im Bereich der adjektivischen Anglizismen äußerst marginal (Onysko 2007: 262). Auch für das Englische weisen Bauer et al. (2013: 289) darauf hin, dass gebundene Einheiten, die homophon zu freien Einheiten sind, nur dann als Affixe gelten, wenn sie eine von der freien Form abweichende Bedeutung aufweisen. Da dies für das englische *-like* nicht gelte, handele es sich dabei also um ein „compound element“. Im Deutschen kommt *-like* jedoch nicht als freie Einheit vor, da es nicht wortfähig ist, sondern nur gebunden auftritt. Daher muss *-like* im Deutschen als Konfix eingeordnet werden, also als entlehnte, gebundene Einheit mit lexikalischer Bedeutung. Es ist positionsgebunden und tritt

nur als Postkonfix auf. Das Wortbildungsmuster der adjektivischen *Like*-Bildung kann damit als (Konfix-)Komposition beschrieben werden. Eisenbergs (2018: 313 f.) Argumentation, wonach es keine Konfixe aus dem Englischen gebe, u. a. weil alle freien Stämme des Englischen direkt ins Deutsche entlehnt und dort als wortfähiger Stamm verwendet werden könnten, trifft hier nicht zu.

Im Gegensatz zu anderen Konfixen oder exogenen Suffixen gibt es bei *Like*-Bildungen keine phonotaktischen Restriktionen bezüglich der Basis: Die Bildung von *Like*-Adjektiven ist unabhängig vom Auslaut der Basis, ihrem Wortakzent und der Silbenstruktur. Außerdem ist *-like* selbst, anders als andere Postkonfixe (z. B. *-phil*, *-phob*, *-thek*) oder exogene Suffixe (z. B. *-iv*, *-and*, *-esk*, *-oid*, *-ell*), unbetoniert und verändert die Betonungsstruktur der Gesamtbildung nicht. Wie bei anderen Determinativkomposita auch liegt bei *Like*-Adjektiven der Wortakzent auf der Erstkonstituente. Schließlich weist auch der sehr geringe Anteil von Fugenelementen (2,9 %, N=46) darauf hin, dass das Muster keine phonotaktischen Anforderungen an die Basis stellt.

Insgesamt zeigt sich also, dass *-like* als adjektivisches Konfix fast ausschließlich nominale Einheiten als Basis nimmt, darüber hinaus jedoch keine formalen oder semantischen Restriktionen zu bestehen scheinen: Es verbindet sich mit Stämmen und phrasalen Einheiten, mit Appellativen und Eigennamen, mit indogenen und exogenen Einheiten, und zwar unabhängig von der phonologisch-prosodischen Struktur der Basis. Dies kann zur Erklärung der hohen Frequenz der *Like*-Bildungen beitragen.

Ein letzter morphologischer Aspekt betrifft die Formen der Negation. Insgesamt sind 12,0 % (N=188) der Bildungen negiert, davon 17,6 % (N=33) morphologisch. Hiervon werden wiederum zwei Drittel (N=22) intern durch Präfigierung mit *un-* realisiert (*Bond-unlike*, *Gretchen-unlike*, *genre-unlike*), ausschließlich mit Bindestrich. Aus der Schriftform ist nicht erkennbar, ob es sich dabei um einen Präfigierungsprozess im Deutschen, d. h. mit dem deutschen Präfix *un-*, oder um die Verwendung der englischen Einheit *unlike* handelt. Die lautliche Realisierung könnte hier Hinweise liefern. Bei elf Belegen liegt eine Präfigierung der gesamten Einheit, überwiegend durch *un-* (*uncoachinglike*, *un-lexikonlike*, *unmalfoy-like*), in zwei Fällen auch durch *nicht* (*nicht-war-like*, *Nicht-Pfadfinderlike*) und in einem durch *non* (*non-trek-like*) vor. Die Schreiber:innen nutzen also die morphologische Struktur auf unterschiedliche Weise. Insgesamt wird allerdings ganz überwiegend die syntaktische Negation mit *nicht* verwendet.

3.2 Graphematische Eigenschaften

Bei der Schreibung sind zwei Aspekte relevant: Groß-/Kleinschreibung und Bindestrich-/Zusammenschreibung. Diese hängen teilweise miteinander zusammen. Da die allermeisten Beispiele aus unlektorierten Texten stammen, lässt sich an der Schreibung auch die Wirkkraft sprachsystemimmanenter graphematischer Prinzipien zeigen.

Obwohl es sich bei den *Like*-Bildungen ausschließlich um Adjektive handelt, sind gut zwei Drittel (68,1 %, N=1 070) groß geschrieben (Kleinschreibung: 31,1 %, N=489; hinzu kommen 0,8 % Bildungen, die mit Zahlen oder Sonderzeichen beginnen), vgl. Abb. 1. 63,5 % (N=999) der Bildungen sind mit Bindestrich, 36,5 % (N=573) zusammen geschrieben (vgl. Abb. 2).

Von den Großschreibungen stehen 76,4 % (N=817) mit Bindestrich, 23,6 % (N=253) sind zusammengeschrieben. Bei den Kleinschreibungen weisen hingegen nur 35,2 % (N=172) eine Bindestrichschreibung auf, 64,8 % (N=317) hingegen sind zusammen geschrieben (Abb. 3).

Es werden also vier Schreibungen systematisch verwendet, von denen Kleinschreibungen ohne Bindestrich und Großschreibungen mit Bindestrich die beiden größten Gruppen bilden. Diese beiden Schreibungen entsprechen dem Amtlichen Regelwerk des Rats für deutsche Rechtschreibung: Adjektive werden grundsätzlich klein geschrieben (*skilike*). Allerdings kann auch eine Großschreibung von Adjektiven regelkonform sein, denn Substantive werden nach § 55 (2) auch dann groß geschrieben, wenn sie Teil von Zusammensetzungen mit Bindestrich sind (*Prima-ballerina-like*).

Es stellt sich nun zum einen die Frage, weshalb die *Like*-Adjektive einen so großen Anteil an Großschreibungen aufweisen. Zum anderen ist zu erklären, weshalb neben den beiden Schreibungen, die durch das amtliche Regelwerk gedeckt sind, auch die anderen beiden, nicht regelgerechten Schreibungen (Kleinschreibung mit Bindestrich, Großschreibung ohne Bindestrich) systematisch, wenn auch seltener, verwendet werden.

Die Bindestrichsetzung ist insgesamt relativ frei geregelt, sie dient dazu, die einzelnen Bestandteile komplexer Wörter als solche zu kennzeichnen bei gleichzeitiger graphematischer Aufrechterhaltung des Wortstatus. Der Bedarf zur Anzeige der einzelnen Bestandteile kann u. a. bei sehr komplexen, unübersichtlichen Komposita sowie bei Bestandteilen wie Akronymen, Ziffern oder Sonderzeichen oder eben auch bei exogenen Einheiten wie *-like* bestehen.

In den Daten ist die Tendenz zur kombinierten Groß- und Bindestrichschreibung besonders stark bei onymischen Erstkonstituenten ausgeprägt: Obwohl Eigennamen insgesamt nur etwas mehr als die Hälfte der Basen ausmachen (52,3 %, N= 822), haben 61,1 % (N=654) der groß geschriebenen Adjektive eine ony-

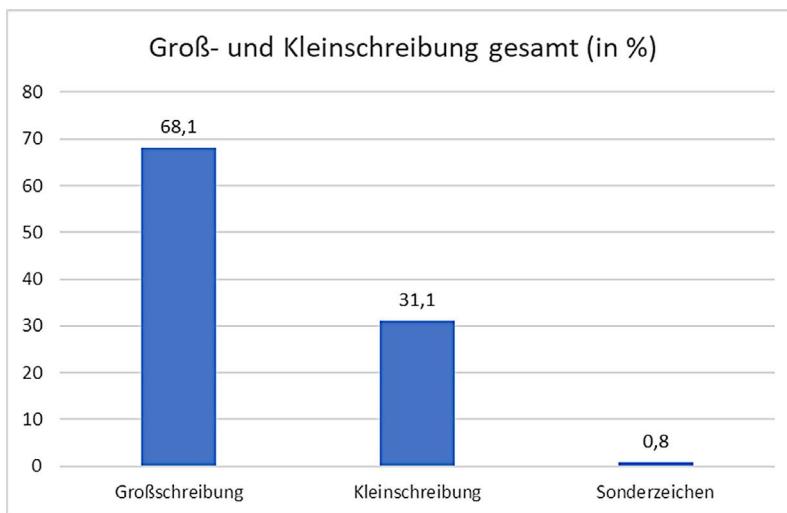


Abb. 1

mische Basis. Betrachtet man andersrum alle Bildungen mit onymischer Basis, dann zeigt sich, dass 79,6 % (N=654) groß und nur 19,8 % (N=163) klein geschrieben sind. Von diesen Großschreibungen wiederum sind 82,0 % (N=536) mit Bindestrich und 18,0 % (N=118) zusammen geschrieben; von den Kleinschreibungen sind 34,4 % (N=56) mit Bindestrich und 65,6 % (N=107) zusammen geschrieben (Abb. 4). Von den *Like*-Adjektiven mit onymischer Basis weisen also etwa vier Fünftel eine Großschreibung und von diesen Großschreibungen wiederum etwa vier Fünftel eine Bindestrichschreibung auf. Die Kombination von Bindestrich- und Großschreibung findet sich also besonders häufig bei *Like*-Adjektiven mit Eigennamen als Basen.

Dies lässt sich durch das Prinzip der Schemakonstanz (vgl. Gallmann 1989: 88 ff.) erklären. Dieses Prinzip bezieht sich ursprünglich auf Wortparadigmen und „besagt, daß die graphische Varianz innerhalb eines [solchen] Paradigmas möglichst klein gehalten werden soll, daß also alle Elemente des Paradigmas möglichst dasselbe graphische Schema aufweisen sollen“. Die Erhaltung der Großschreibung in einer anderen morphologischen Umgebung kann daher durch das Prinzip der Schemakonstanz erklärt werden. Der Bindestrich dient nach Gallmann (1989: 98 ff.) durch seine segmentierende Funktion ebenfalls der Realisierung der Schemakonstanz. Die Befolgung der Schemakonstanz ist für einige „schonungsbedürftige“ sprachliche Einheiten besonders wichtig. Dazu gehören u. a. exogene Einheiten, aber auch Eigennamen. Der Schonungsbedarf von Eigennamen ergibt sich dadurch, dass Eigennamen, anders als Appellative,

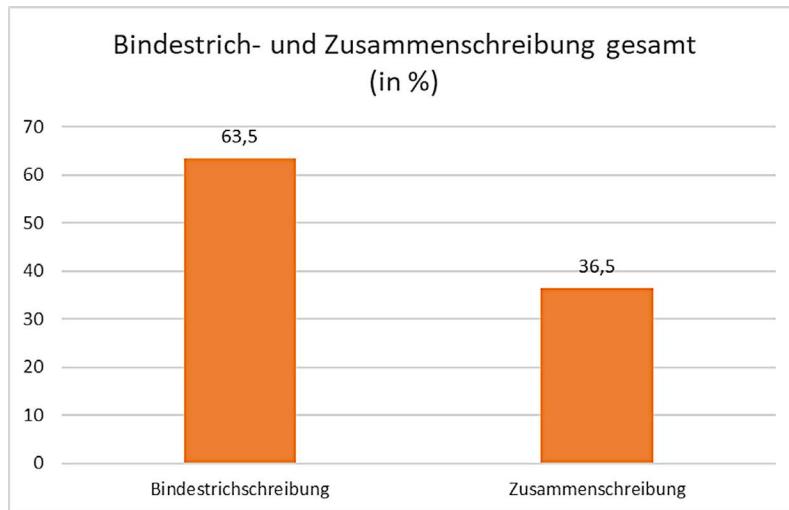


Abb. 2

im prototypischen Fall keine deskriptive Bedeutung haben, sondern direkt und auf eine einzige außersprachliche Einheit referieren. Ihre primäre Bedeutung, also ihre Referenz, lässt sich nicht aus dem sprachlichen Material herleiten, sondern muss gewusst werden. Außerdem sind viele Eigennamen nicht sehr tokenfrequent, sodass sie vielen Sprachnutzer:innen nicht vertraut sind, und sie haben häufig markierte phonologische und/oder graphematische Eigenschaften (vgl. Zimmer 2018: 140 ff.). Zusammen ergibt sich so ein erhöhter morphologischer bzw. graphematischer Schonungsbedarf von Eigennamen. Diesem wird sowohl durch die Großschreibung innerhalb des komplexen Worts (aufgrund der Vermeidung einer graphischen Veränderung des Namens durch Kleinschreibung) als auch durch die Bindestrichschreibung (durch die deutliche Abgrenzung vom anderen Wortbestandteil) Rechnung getragen: Der Name bleibt gut wiedererkennbar.

Die Kombination beider Strategien zur Sicherung der Schemakonstanz (Großschreibung und Bindestrich) entspricht, wie oben skizziert, dem Amtlichen Regelwerk der Rechtschreibung. Gleichzeitig lässt sich aber in geringerem Umfang auch die Anwendung jeweils nur einer der beiden Strategien beobachten: 14,4 % (N=118) der Bildungen mit onymischer Basis werden groß, aber zusammen geschrieben (*Schumilike*, *Siemenslike*); 6,8 % (N=56) werden klein, aber mit Bindestrich geschrieben (*beckenbauer-like*, *özil-like*). Diese sind nicht regelgerecht, lassen sich aber mit Rückgriff auf das Prinzip der Schemakonstanz systembezogen erklären.

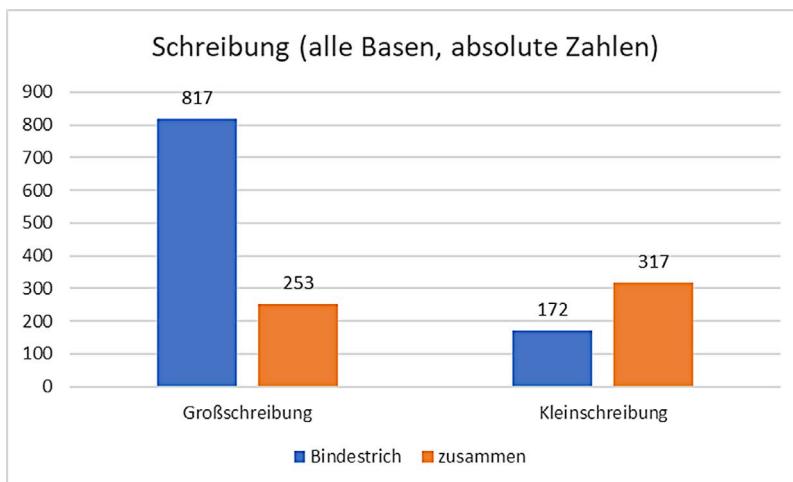


Abb. 3

Die Bindestrichschreibung kann also erstens durch die Erstkonstituente erklärt werden, nämlich generell mit Blick auf die nominalen Basen und speziell hinsichtlich der schonungsbedürftigen Eigennamen. Zweitens erklärt sie sich durch die ebenfalls schonungsbedürftige exogene Zweitkonstituente.

Gleichzeitig wird ein erheblicher Teil aller Belege (36,5 %, vgl. Abb. 2) zusammengeschrieben. Hier wirkt ein weiteres Prinzip mit entgegengesetzter Wirkung, das Eisenberg (2018: 313) mit Blick auf die Schreibung von Fremdwörtern als „Integrationsziel Zusammenschreibung“ bezeichnet. Eisenberg (2018: 313; 317) geht davon aus, dass bei Entlehnung komplexer englischer Wörter ins Deutsche eine Getrenntschreibung zuerst verschwindet (*high score > Highscore*). Eine Bindestrichschreibung eines komplexen englischen Worts bleibt im Deutschen hingegen zunächst erhalten, wird langfristig aber ebenfalls durch Zusammenschreibung des Worts abgelöst oder dient als Übergangsstadium zur Zusammenschreibung (vgl. *assessment center >> Assessment-Center >> Assessmentcenter*), da sie ein Merkmal von Fremdheit darstellt. Dieser Unterschied zeigt sich sehr deutlich bei den frequenten und damit etablierten *Like*-Bildungen im Korpus. Zusammenschreibungen sind hier deutlich frequenter als Bindestrichvarianten desselben Lexems: *ladylike* (1231) vs. *lady-like* (101); *gentlemanlike* (754) vs. *gentleman-like* (332); *userlike* (601) vs. *user-like* (3). Da die untersuchten Belege Hapaxe und damit potenzielle Neubildungen (in jedem Fall keine usuellen Bildungen) sind, können die Zusammenschreibungen allerdings nicht durch die Etablierung der einzelnen Bildungen, sondern vielmehr durch die zunehmende Etablierung des Musters der *Like*-Adjektive erklärt werden (vgl. Abschnitt 4).

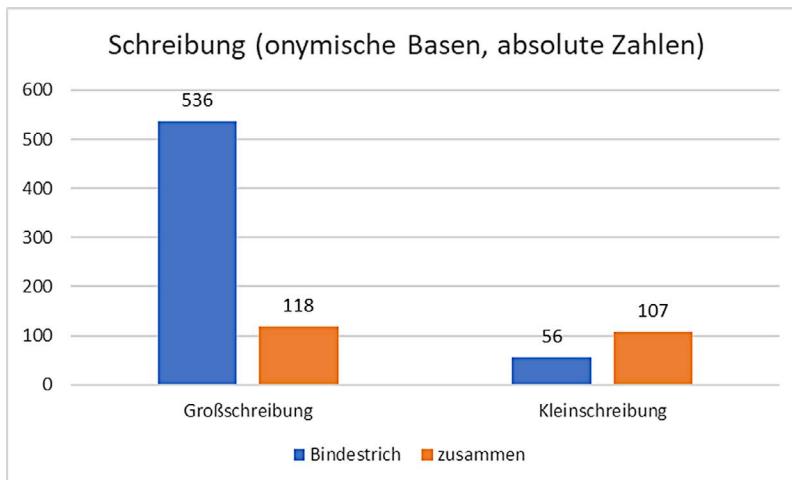


Abb. 4

Ein weiteres graphematisches Spezifikum der *Like*-Bildungen ist das häufige Vorkommen in Anführungszeichen. Dieses wird in Abschnitt 3.5 im Kontext der pragmatischen Eigenschaften der *Like*-Bildungen diskutiert.

3.3 Syntaktische Eigenschaften

Adjektive können in attributiver oder prädikativer Position oder adverbial verwendet werden. Die syntaktische Verwendung der *Like*-Adjektive als Adverb bildet in den untersuchten Daten die größte Gruppe (38,7 %, N=608), vgl. (5)–(6):

- (5) Aber schau mal, was Reus da macht: er beschwert sich beim Schiedsrichter und rollt nicht Neymar-like auf dem Boden.
- (6) Österreicherin Sandra geht ob dieser mafiösen Liebes-Tricks und dem Konkurrenz-Kampf „unter der Gürtellinie“ wortgewaltig in die Luft und zieht sich dann „Österreicher-like“ schmollend mit Brille und Buch ins Bett zurück.

Die zweitgrößte Gruppe bildet die Verwendung als prädikatives Adjektiv (33,9 %, N=533), vgl. (7)–(9):

- (7) doch, sorry also die quali war wirklich schon dvd-like
- (8) Das Zimmer war traumhaft und so gar nicht Raststättenlike.
- (9) Das war alles sehr hamburgmäßig, dramatisch, hafencitylike.

Die Verwendung in attributiver Position findet sich hingegen nur bei 11,0 % (N=173) der Belege. Eine naheliegende Erklärung dafür liegt in der Flexion, da attributive Adjektive im Deutschen, anders als prädiktative Adjektive oder Adverbien, flektieren. Im Englischen hingegen gibt es (mit Ausnahme der Komparation) keine adjektivische Flexion, sodass aus dem Englischen entlehnten Adjektiven wie *like* im Deutschen Flexionsmerkmale zugewiesen werden müssen. Adjektivische Anglizismen sind diesbezüglich unterschiedlich stark integriert. So flektieren beispielsweise *clever*, *cool*, *fair* und *smart* im Deutschen regelhaft, *high*, *light* und *live* hingegen nicht oder nur sehr eingeschränkt, was ihre syntaktischen Verwendungsmöglichkeiten reduziert (vgl. auch Eisenberg 2018: 237 f.). Dies hängt teilweise auch mit phonologischen und/oder graphematischen Eigenschaften der Adjektive zusammen; zudem kann es individuelle Unterschiede zwischen Sprachnutzer:innen sowie zwischen gesprochener und geschriebener Sprache geben (beispielsweise unterschiedliche Grammatikalitätsbeurteilungen von *pinkes Kleid*, *hipper Laden*, *tougher Typ*).

Es ist davon auszugehen, dass *-like* im Deutschen die englische Lautung konserviert, also einsilbig und auf Konsonant [k] auslautend ausgesprochen wird. Die Kombination mit deutschen adjektivischen Flexionssuffixen ist bei dieser Basis phonologisch unproblematisch möglich. Die schriftliche Realisierung wird prinzipiell dadurch begünstigt, dass das lautlich nicht realisierte englische Graphem <e> dem deutschen Schwa entspricht, das alleine oder in Kombination mit weiteren Lauten die Flexionssuffixe realisiert. Eindeutige Fälle deutscher Flexion sind Belege mit den Flexionssuffixen *-en*, *-em*, *-er*, *-es*. Sie finden sich bei 31,2 % (N=54) der attributiven Fälle, vgl. (10)–(13).

- (10) Drei Stunden dauerte die Anmutung einer beinah UdSSR-like Scharade
- (11) Tagebücher mit explizitem und wenig „lady-like“ Inhalt.
- (12) dann wirkt das Vivico-Textfeld wie ein Behörden-like Sehschlitz
- (13) Da grenzt das Geschrei von Tom schon fast an Death Metal-likes Gegrünze.

Bei den attributiven Belegen ohne Flexionssuffixe ist es aufgrund der Schriftform schwierig festzustellen, ob das Adjektiv flektiert ist. Etwas weniger als die Hälfte (44,5 %, N=53) der Fälle machen Beispiele wie (14)–(16) aus, bei denen die korrekte Adjektivflexion ein Schwasuffix ist. Es ist hier also durchaus möglich, dass diese *Like*-Adjektive flektiert verwendet, d. h. auslautend auf [ə] gesprochen werden. Besonders wahrscheinlich ist das bei (16), da in diesem Satz ein weiteres *Like*-Adjektiv mit expliziter Flexion verwendet wird (*Raven-like*).

- (14) Und wenn es auch nur „Sportschau-Like“ Zusammenfassungen von ausgesuchten Spielen sind?

- (15) aber vielleicht hast du ja super duper animal-hawk-like augen...
- (16) beweisen, dass sie nach wie vor Arsch treten können wie beim Raven-like
„Hold Your Head Up High“, das Sinner-like „Rock City“ und „The Reactor“.

Demgegenüber stehen Beispiele wie (17)–(19) (gesamt 55,5 %, N=66). In diesen Kontexten ist *-e* im Deutschen kein korrektes Flexionssuffix, sodass angenommen werden kann, dass diese *Like*-Adjektive unflektiert verwendet werden.

- (17) Oh, oh, das riecht nach Zerberus-like Ärger.
- (18) Und auf grosses Bazar-like Feilschen würde ich mich sowieso nicht einlassen.
- (19) Nabelschnur – ein Seil-like Kabel verbindet den Fötus mit der Plazenta.

Im Gegensatz zu den letztgenannten Beispielen zeigen (10)–(13), dass *Like*-Adjektive im Deutschen prinzipiell flektiert werden können und insofern auf dem Weg der Integration sind. Gleichzeitig weisen aber nur relativ wenige Beispiele eindeutige Flexionssuffixe auf. Dass der attributive Gebrauch insgesamt mit Abstand am seltensten vorkommt, kann dadurch erklärt werden, dass Schreiber:innen die Entscheidung über die Flexion der Bildung vermeiden wollen. Die Integration scheint also zunächst über die Verwendung in Kontexten zu verlaufen, die keine Flexion verlangen, also vom prädikativem/adverbialen Gebrauch hin zum attributivem Gebrauch als zweitem Schritt.

Ähnliche Verteilungen von unflektiertem und flektiertem Gebrauch sind auch bei anderen adjektivischen Anglizismen beobachtet worden. So stellt Onysko (2007: 250 f.) fest, dass die meisten adjektivischen Anglizismen in seinem Korpus nur prädikativ und nur einige wenige auch attributiv verwendet werden und dass es keine ausschließlich attributiv gebrauchten Adjektive gibt. Pittner (2022: 151 f.) vergleicht unflektierte und flektierte Erstbelege ausgewählter adjektivischer Anglizismen wie *fit*, *tough* und *queer* im DWDS-Korpus und zeigt, dass die flektierte Form stets erst mehrere Jahre, teils sogar erst Jahrzehnte später zu finden ist.

Bei den *Like*-Adjektiven könnten auch grammatische Kontexte, die ein Schwätsuffix als Flexionsmarkern erfordern (wie (14)–(16)), als Brückenkonstruktionen fungieren, da die ursprüngliche, englische Schriftform hierbei der integrierten, deutschen Schriftform entspricht, sodass nur im Bereich in der Lautung integriert werden muss. Die Annahme eines Integrationspfads über unflektierte (prädiktative, adverbiale) Verwendungen hin zum flektierten (attributiven) Gebrauch erscheint in Anbetracht des geringen Anteils attributiver Verwendungen naheliegend. Wie groß der Anteil flektierter *Like*-Bildungen tatsächlich ist, kann allerdings aufgrund der Schriftform der Daten nicht entschieden werden.

Neben den drei besprochenen Arten der syntaktischen Verwendung gibt es noch eine weitere, umfangreiche Gruppe (16,4 %, N= 258). Hier finden sich neben

einigen syntaktisch nicht-integrierten Adjektiven, beispielsweise in Listen, vor allem elliptische Konstruktionen, bei denen oft eine zugrunde liegende prädiktative Relation angenommen werden kann, vgl. (20)–(27). Der hohe Anteil an elliptischen Konstruktionen steht dabei mutmaßlich in Zusammenhang mit dem informellen und kommunikationsbezogenen Charakter der im Korpus enthaltenen Internettexte (vgl. Abschnitt 3.5).

- (20) Aroma: Mais, Süsse, Vanille, bourbonlike
- (21) Außergewöhnliche Stimme (4AD-like) zu kühlem Flair.
- (22) Weil es gross und protzig war. Zürich-Like.
- (23) Sonnenklar – also nicht fernseh-like oder zeitschriften-like!
- (24) Bitte, was war denn das für ein Spruch. Absolut Dr. Sommer-like. Ich schmeiß mich weg.
- (25) Irgendwie Glühwürmchen-like mit vielen Pünktchen.
- (26) So richtig Bienchenlike!
- (27) dann da mal halt machen umgebung begutachten, da mal pinkeln, etc...
einfach ja wie sag ich des... „easyriderlike“ des is schön, idyllisch, entspannt und vor allem is man mal raus aus dem trott dert einen nervt.

Ein letzter syntaktischer Aspekt betrifft die Kombination mit Intensitätspartikeln: Ein Drittel der Belege (33,0 %, N=519) wird durch Intensitätspartikeln modifiziert. Dabei finden sich sowohl Intensitätspartikeln im engeren Sinn, also unflektierbare Einheiten wie *sehr*, *besonders*, *etwas*, *beinahe*, *eher* als auch Adjektive, die intensivierend verwendet werden wie *ziemlich*, *richtig*, *ganz*, *schön*, *total*, *absolut*, *typisch*, *extrem* (vgl. Breindl 2007), teils auch Kombinationen wie *fast schon*, *ganz schön*, *richtig schön*, *richtig geil*, *so ganz, fast schon*, vgl. (28)–(32):

- (28) Seinen Auftritt und die Duettszene fand ich klasse, irgendwie war seine Rolle auch richtig „Barney-like“.
- (29) Sie frisst zwar noch sehr „Danalike“, also sehr langsam, aber wenigstens ist der Napf wieder leer.
- (30) Kann vielleicht einer von den Profis hier die Anleitungen doch etwas Dummies-Like erweitern?
- (31) Ganz Katerchenlike bin ich praktisch die Ruhe selbst als Chef.
- (32) Ein bisschen Miro-like, ein bisschen Kandinsky-like und ganz viel bunte Wundertüte – so lassen sich die Bilder von Nica Fontain beschreiben.

Auch das Vorkommen von Intensitätspartikeln wird in Abschnitt 3.5 genauer betrachtet.

3.4 Semantische Eigenschaften

Bauer et al. (2013: 289) stellen für das englische *like* fest, dass es als Kopf adjektivischer Komposita dieselbe Bedeutung wie im freien Gebrauch hat, nämlich den Ausdruck von Ähnlichkeit („similative meaning“). Dies gilt auch für das entlehnte Äquivalent. Onysko (2007: 261) bezeichnet *-like* im Deutschen als adjektivischen Marker, der eine vergleichende Relation zu einer anderen Entität herstellt. Like-Adjektive sind also Vergleichsbildungen, d. h. „Modelle, die dem Ausdruck der Ähnlichkeit, der Gleichartigkeit wie auch des direkten Vergleichs dienen“ (Fleischer & Barz 2012: 314). Die Ähnlichkeit bzw. der Vergleich besteht zwischen der nominalen Basis des Adjektivs und einer Bezugsgröße, die entweder nominal oder verbal sein kann. Diese beiden Entitäten können direkt, also als Ganzes, miteinander verglichen werden, vgl. (33)–(36): Der Kulturcampus ist wie Hogwarts, der Sonntagnachmittag-Sofasitz-Film ist wie (der Film) Flashdance, das Wohnviertel ist wie ein Ghetto, Merkel ist wie Kohl.

- (33) Unser Kulturcampus ist im Übrigen sehr Hogwartslike – ein toller Bonus, besonders bei gutem Wetter!
- (34) Also ein typischer Sonntagnachmittag-Sofasitz-Film und schön zum entspannen mit wunderbaren Hip Hop und Tanzeinlagen, aber sonst Flashdance-like
- (35) In Essen gibt es nämlich alle möglichen Wohnviertel von reich und schön und aufgeräumt bis dreckig, wüst und ghetto-like.
- (36) Merkel würde, um gut dazustehen, Schulz auch eine Überdosis Abführmittel in den Kaffee schütten. Im Vergleich zu einem „hoffentlich hält die Unterhose noch 15 Minuten“ und ihrer Handform „Herz“ hat sie klare Vorteile bei „unserem“ Wahlvolk. Sie ist halt ganz Kohl-like.

Solche direkten Vergleiche sind allerdings mit 11,6 % (N=184) vergleichsweise selten. Deutlich häufiger wird indirekt verglichen, d. h. der Vergleich wird nicht mit der nominalen Basis als Ganzes, sondern mit einer Eigenschaft dieser Basis, einer mit ihr verbundenen Handlung oder dem Produkt/Ergebnis einer Handlung vorgenommen (vgl. Kühnhold et al. 1978: 330 f.). Indirekte Vergleiche finden sich bei 88,3 % (N=1388) der Belege, vgl. (37)–(42): Die Inhalte sind ähnlich wie die Inhalte der Blick-Zeitung (einer Schweizer Boulevardzeitung), die Getränkeauswahl entspricht nicht der Getränkeauswahl bei der Wiesn, der Fahrstil ähnelt der eines Opas, die Farben und Zeichnungen ähneln denen, die Friedemann produziert, der Name ähnelt Produktnamen, wie sie im Unternehmen Ikea zu finden sind, jemand spricht wie Al Gore.

- (37) Aber die gesuchten Inhalte sind einfach nur übertrieben und total „Blick-like“.
- (38) Dass die Getränkeauswahl – Wasser und Spezi – nicht gerade Wiesn-like war, ist da schon eher verzeihlich
- (39) Mein Fahrstil ist opalike, ich gurke herum und beschleunige wie ein Sonntagsfahrer.
- (40) Die Farben als auch die Zeichnungen sind Friedemann-like!
- (41) Bei der Katzen-Toilette mit dem Ikea-liken Namen „Kattbank“ handelt es sich wohl eher um ein astreines Anti-Gadget.
- (42) Sie ist ein rhetorisches Genie: Knackige Schlagwörter und fiese Wahrheiten, Al-Gore-like haut sie ihre Botschaft heraus.

Die Möglichkeiten des indirekten Vergleichs sind praktisch unbeschränkt. Es gibt keine Restriktion auf besonders saliente, relevante oder allgemeine bekannte Eigenschaften oder Handlungen. Der Vergleich muss sich lediglich im jeweiligen Kontext von den jeweiligen Adressat:innen herstellen lassen.

In einigen Fällen realisiert die *Like*-Bildung nicht nur einen Vergleich mit bestimmten Eigenschaften, sondern bezeichnet diese als charakteristisch oder kennzeichnend für eine Person oder einen Gegenstand. *Like* hat hier also die Bedeutung ‚typisch‘, vgl. (43)–(49). So wird Boromirs Verhalten als charakteristisch für das Verhalten eines Vaters bezeichnet, weist das Wetter charakteristische Merkmale des Wetters im Jura in ausgeprägter Form auf, und werden die Bilder als kennzeichnend für Bilder von Jochen bezeichnet etc. Intensitätspartikeln wie *echt* oder *extrem* verstärken diese Bedeutung, sind aber nicht notwendig für die Typizitätslesart, vgl. (45). Auch die Modifikation mit *typisch* wie in (48)–(49) verdeutlicht diese Bedeutungsvariante, ist aber nicht notwendig.

- (43) Wie Boromir reagiert als seine Tochter und Navarion sich entfernen um einen Moment für sich zu haben war so irgendwie so herzig und echt Vaterlike, ich musste ja schmunzeln!!
- (44) Das Wetter war mal wieder extrem juralike.
- (45) Hallo Jochen, Deine Bilder sind wieder „Jochenlike“.
- (46) Schaut euch mal an was die beiden Hamster Dumptruck und Porkchopim Sand so verrücktes aufführen. Lustig und so richtig hamsterlike.
- (47) von meiner lieben Freundin Claudia kam – ganz Claudialike – ein professionell gesticktes Nadelkissen gemeinsam mit dem schönen Blatt.
- (48) Liebe Wally, das ist wieder typisch Wallylike, einfach toll, mußte schmunzeln
- (49) Ihr TV-Beitrag ist also definitiv schlecht recherchiert, unsachlich und typisch „Boulevard-Medien-like“.

Der Unterschied zum direkten und indirekten Vergleich besteht darin, dass der Vergleich bei der Typizitätslesart nicht nur eine Ähnlichkeit zwischen Basis und Bezugsgröße (in grundsätzlich variierendem Ausmaß), sondern eine vollständige Übereinstimmung ausdrückt. Die Typizitätslesart entsteht also gerade dadurch, dass beide Entitäten bezüglich der relevanten Eigenschaft identisch sind, die Ähnlichkeit also (über-)erfüllt ist.

Dies zeigt sich auch darin, dass bei der Typizitätslesart Basis und Bezugsnomen identisch sein können, vgl. (45)–(48). (45) drückt aus, dass die Bilder genauso wie andere Bilder von Jochen sind, die Hamster in (46) verhalten sich genauso wie es für Hamster üblich/typisch ist etc. Der Unterschied zwischen dem Ausdruck von Ähnlichkeit und Identität wird deutlich, wenn man in diesen Konstruktionen *like* durch *ähnlich* ersetzt, vgl. (50)–(51):

- (50) #Hallo Jochen, Deine Bilder sind wieder „Jochenähnlich“.
(51) #Schaut euch mal an was die beiden Hamster Dumptruck und Porkchop im Sand so verrücktes aufführen. Lustig und so richtig hamsterähnlich.

Diese Bildungen sind markiert, weil eine Interpretation als vollständige Übereinstimmung bei *-ähnlich* ausgeschlossen ist, anders als bei *-like*. Aus diesem Grund erscheint auch eine Konstruktion wie *ein hamsterähnlicher Hamster* semantisch markiert bzw. inakzeptabel, im Gegensatz zu *ein hamsterlike Hamster*.

Die Typizitätslesart schließt wie beschrieben an die Bedeutung „Ähnlichkeit“ an. Weniger deutlich ist dies hingegen bei der letzten Bedeutungsvariante, die als „geeignet für“ beschrieben werden kann, vgl. (52)–(57). So geht es um Übungen, die geeignet für das Büro sind, und nicht um eine Ähnlichkeit mit einem Büro (oder seinen Eigenschaften). Genauso ist der Sitz nicht so gestaltet, dass er Ähnlichkeit mit einem Popo hat (oder Eigenschaften eines Popos aufweist), sondern dass er für diesen geeignet ist. Die Dekoration hat keine kinderähnlichen Eigenschaften, sondern ist für Kinder geeignet etc.

- (52) Die einfachen und alltagstauglichen Übungen sind Bürolike und lassen sich ohne Hilfsmittel einfach in den Arbeitsalltag integrieren.
(53) bin kein Radprofi und im Schnee will ich auch nicht fahren. Die Schaltung ist von „Schimanu“ oder so ähnlich und das Rad fährt sich bequemer als ein ehemaliges Rennrad von „Peugeot“, was einmal 2000 DM gekostet hat. Den Sitz habe ich auch „popolike“ gestaltet. Wenn es mich danach gelüstet, mit dem Rad zu fahren, tue ich es, wenn nicht, lasse ich es sein.
(54) Auch der Tisch wurde „kinderlike“ dekoriert und mit reichlich Essen und Getränken bestückt.
(55) Er wird mit Frack und Zylinder, also Opernballlike, ausgestattet sein.

- (56) Cottbus gilt bundesweit als nicht bundesligalike.
(57) Der Wanderweg ist für Fahrradfahrer ausdrücklich zugelassen. Er ist teilweise etwas holprig, manchmal fast schon mountainbikelike.

Zwei Erklärungen bieten sich an. Zum einen ist eine Einordnung als „Entsprchungsgröße“ möglich. Kühnhold et al. (1978: 346 ff.) schlagen diese Bedeutungsgruppe für einige Suffixe vor, die ansonsten der Vergleichsbildung dienen, wie *-mäßig, -haft, -isch, -lich*. Bildungen dieser Gruppen lassen sich als ‚entspricht/ist gemäß/folgt‘ paraphrasieren, z. B. *naturhaftes Leben*, ‚Leben ist der Natur gemäß‘; *berufsmäßige Freundlichkeit*, ‚Freundlichkeit entspricht seinem Beruf‘. Entsprechend könnte *nicht bundesligalike* in (56) als ‚Cottbus entspricht nicht der Bundesliga‘, *kinderlike dekoriert* als ‚kindgemäß dekoriert‘ und *opernballlike ausgestattet* als ‚gemäß (der Gepflogenheiten von) Opernbällen ausgestattet‘ paraphrasiert werden. *Like* hat hier also eine recht unspezifische relationale Bedeutung. Es handelt sich aber um eine Bedeutungsvariante, die nicht exklusiv bei *Like*-Bildungen, sondern auch bei einigen anderen vergleichsbildenden Mustern vorkommt.

Zum anderen ist zu überlegen, ob einige Sprachnutzer:innen eine (Re-)Interpretation von *-like* auf Basis der im Deutschen usualen Anglizismen *liken*, ‚mögen/ eine positive Bewertung abgeben‘ bzw. *Like*, ‚Zustimmung, positive Bewertung‘ vornehmen und dabei das Basisnomen agentivisch interpretieren. Eine solche Interpretation wäre beispielsweise bei (53) und (54) denkbar: ein Sattel, den der Popo mag; eine Dekoration, die Kinder mögen.

Insgesamt zeigt sich, dass die *Like*-Bildungen basierend auf der similativen Grundbedeutung mehrere Bedeutungsvarianten zulassen und dass es in Bezug auf die Art der Entitäten bzw. Eigenschaften von Entitäten, die die Basis des Vergleichs bilden, keine semantische Einschränkungen zu geben scheint. *Like*-Adjektive sind also in semantischer Hinsicht nahezu unbeschränkt verwendbar, was ebenfalls eine hohe Produktivität des Musters begünstigt.

3.5 Pragmatische Eigenschaften

Es fällt auf, dass viele *Like*-Bildungen in Anführungszeichen stehen, z. B. (6), (11), (14), (28), (29), (37), (45), (49), (54). Insgesamt ist das bei 11,1 % (N=175) der untersuchten Daten der Fall. Anführungszeichen haben unterschiedliche Funktionen. Allen gemeinsam ist, dass sich Schreiber:innen von dem durch die Anführungszeichen markierten Teil der Äußerung in irgendeiner Form distanzieren und „die volle Verantwortung für den markierten Teil der Äußerung zurückgewiesen [wird]“ (Klockow 1978: 15). Es wird also angezeigt, dass sie nicht bereit sind, für das, was der Gebrauch des durch Anführung markierten Äußerungsteils normalerweise

im jeweiligen Kontext nach sich ziehen würde, einzustehen. Klockows (1978; 1980) Analyse der Anführung, an die bis heute in zahlreichen Arbeiten angeschlossen wird (u. a. Meibauer 2007; Bredel 2020; Fuhrhop et al. 2023), unterscheidet zwei Verwendungsweisen der Anführung, die konventionelle und die (hier relevante) modalisierende. Durch modalisierende Anführungszeichen werden Vorbehalte der Schreiber:innen gegenüber den markierten Ausdrücken in stilistischer oder inhaltlicher Sicht gekennzeichnet. So wird beispielsweise durch die Anführungszeichen in (58) angezeigt, dass der entsprechende Ausdruck nicht in der üblichen Bedeutung verstanden werden soll.

- (58) Sie hat im letzten Monat „nur“ zwei Wettkämpfe absolviert.

Anführungszeichen werden daher von Klockow (1978; 1980) als graphematische Einheiten analysiert, die Implikaturen auslösen. Daran anschließend bezeichnet Meibauer (2007: 22) sie als Syngrapheme mit der Funktion pragmatischer Indikatoren und damit als Phänomen der Graphematik-Pragmatik-Schnittstelle.

Hinweise auf eine inhaltliche Distanzierung wie in (58) gibt es bei den *Like*-Adjektiven nicht. Vielmehr können deren Anführungen als im jeweiligen Kontext als stilistisch markiert gelten. Klockow und nachfolgende Arbeiten nennen verschiedene sprachliche Varietäten, die stilistisch abweichend sein können, z. B. Dialekte, Soziolekte, Ausdrücke älterer Sprachstufen und eben fremdsprachliche Ausdrücke. Durch die Anführung von *Like*-Bildungen wie z. B. in (59)–(62) zeigen Schreiber:innen an, dass sie sich des abweichenden, fremden Status, also dass es sich um Fremdwortbildungen handelt, bewusst sind.

- (59) Wie z. B. bei Oliver Bierhoff, der „dressmanlike“ von der Startseite herab lächelt
(60) Das wäre aber nicht „pilgerlike“ und ich hole das ggf. im nächsten Jahr nach, um dann hier und da noch einmal vorbei zu schauen
(61) Zuerst wurde zu Hause ein Stück Kuchen gegen Geschenke eingetauscht :-) und dann ging es ganz „mädchenlike“ zum Keramik bemalen in die Neustadt.
(62) Alles typisch „hannalike“ Recht liebe Grüße Susi

Dies trifft in besonderer Weise auf Bildungen mit nativer Basis zu. Scherer (2019: 68 f.) weist anhand von Bildungen wie *Bierotheke* und *Witzothek* darauf hin, dass die Kombination von nativen Stämmen und nicht-nativen Konfixen ein Faktor für die Expressivität von Komposita ist, wobei auch die Reihenfolge der Konstituenten eine Reihe spielt. Für die Expressivität ausschlaggebend ist ihr zufolge nur die Kombination eines nativen Nicht-Kopfs mit einem nicht nativen Kopf, so wie es auch bei den *Like*-Adjektiven der Fall ist. Tatsächlich ist der Anteil der nativen Basen bei den

Bildungen mit Anführungszeichen mit 62,9 % (N=110) etwas höher als im gesamten Datensatz (57,3 %).

Gleichzeitig – und diese beiden Funktionen lassen sich kaum trennscharf unterscheiden – kann durch stilistische Anführungszeichen auch ein ‚innovativer‘ [sic!] Sprachgebrauch gekennzeichnet werden (Fuhrhop et al. 2023: 412). Sprachlich innovativ sind Neubildungen, vor allem, so lange sie noch nicht usuell geworden sind.¹¹ Da es sich bei den hier untersuchten Daten um Hapaxe handelt, trifft dies zu. *Like*-Bildungen werden also mit Anführungszeichen aus stilistischer Sicht, entweder aufgrund der Fremdheit der Bildungen und/oder ihrer Neuheit, verwendet. Durch die Distanzierung, die mit der Setzung der Anführungszeichen einhergeht, wird auch deutlich, dass es sich um bewussten Sprachgebrauch handelt.

Die Innovativität oder Kreativität der *Like*-Bildungen stehen in Zusammenhang mit der Art der Texte, in denen sie verwendet werden. Wie in Abschnitt 1 bereits dargestellt, besteht eine enorme Diskrepanz zwischen den verschiedenen Datenquellen: Während *Like*-Adjektive in den untersuchten standardsprachlichen Korpora so gut wie gar nicht vorkommen, sind sie im internetbasierten Korpus sehr frequent. Eine homogene „Internetsprache“ gibt es allerdings nicht, da die Kommunikationsanlässe und -situationen extrem heterogen sind. So finden sich bei kommunikations- oder dialogbezogenen Internettextrnen wie Foren, Blogs oder Chats in der Regel deutlich andere Formen des Sprachgebrauchs als in eher textbezogenen Internettextrnen wie z. B. Onlinezeitschriften, Wikipedia-Artikeln, geschäftlichen oder universitären Webseiten. Storrer (2013: 336 f.) spricht hierbei von „interaktionsorientiertem“ vs. „textorientiertem Schreiben“. Für die *Like*-Adjektive gilt, dass sie fast ausschließlich aus kommunikations- oder dialogbezogenen Internettextrnen stammen.

Bei der Charakterisierung von „Internettextr“ bzw. „Internetsprache“ wird zwar häufig auf das Modell von Koch & Oesterreicher (1985) zurückgegriffen, das zwischen medialer und konzeptioneller Mündlichkeit einerseits sowie medialer und konzeptioneller Schriftlichkeit andererseits unterscheidet. Gleichzeitig ist aber auch auf Schwierigkeiten bei der Anwendung des Modells auf Internettextrne hingewiesen worden, nicht zuletzt deswegen, weil seit der Entstehung des Modells neue Kommunikationsformen entstanden sind und der Begriff der medialen Realisierung damit weiter zu fassen ist (vgl. Dürscheid 2003). So werden kommunikations- oder dialogbezogene Internettextrne i. d. R. der konzeptuellen Mündlichkeit zugeordnet.

¹¹ Lemnitzer (2010) und Klosa-Kückelhaus & Wolfer (2020) verwenden daher die Abwesenheit von Anführungszeichen als Diagnostik für die Neologismenerkennung: Neologismen sind als neu empfundene, aber bereits usuelle lexikalische Einheiten einer Sprache. Wenn ein neues Wort nicht (mehr) mit Anführungszeichen verwendet wird, kann es als allgemein akzeptiert und damit usuell betrachtet werden. Klosa-Kückelhaus & Wolfer (2020: 157 f.) zeigen darüber hinaus, dass eine solche Markierung bei entlehnten Neologismen signifikant häufiger vorkommt als bei nativen (deutschen) Neologismen.

Gleichzeitig weist z. B. Storrer (2013: 337) darauf hin, dass Produkte des interaktionsorientierten Schreibens trotz ihres mündlichen Duktus stark an die graphische Form gebunden sind und sich beispielsweise nicht zum Vorlesen eignen.

Viele sprachliche Phänomene, die typischerweise mit „Internetsprache“ in Zusammenhang gebracht werden, finden sich nur bei interaktionsorientiertem Schreiben im Internet und nicht bei textorientiertem Schreiben, da sie sich unter den spezifischen Bedingungen der Online-Kommunikation entwickelt haben (vgl. Marx & Weidacher 2020: 117 ff.), selbst wenn sie teilweise aufgrund nachfolgender Entwicklungen auch in der Offline-Kommunikation vorkommen. Im Bereich der Lexik finden sich einerseits Neologismen, die lexikalische Lücken aufgrund neuer Entwicklungen füllen, andererseits okkasionelle Bildungen als Ausdruck von Kreativität, Sprachreflexion und Interaktion. Da es im Deutschen bereits zahlreiche andere morphologische Muster zur Vergleichsbildung gibt (vgl. Abschnitt 3.1), füllen die *Like*-Adjektive keine lexikalischen Lücken. Vielmehr wird, wie oben beschrieben, der expressive Effekt, der durch die hybride Fremdwortbildung entsteht, als kreatives Mittel genutzt. Es entstehen situationsgebundene, okkasionelle Bildungen, die sich eher nicht zur Konventionalisierung eignen. Die Anführungszeichen signalisieren das Bewusstsein der Schreiber:innen bezüglich der stilistischen Abweichung bzw. der Neuheit der Bildungen.

Besonders stark zeigt sich der Bezug der *Like*-Adjektive zur Interaktion und insofern zur konzeptionellen Mündlichkeit bei zwei bereits in Abschnitt 3.3 angesprochenen syntaktischen Phänomenen, den elliptischen Konstruktionen und den Intensitätspartikeln.

Albert (2013: 182 f.) beschreibt Ellipsen in Bezug auf Chats und Foren als eine von mehreren syntaktischen Spezifika von Dialogizität. Nicht Mündlichkeit oder eine Face-to-face-Situation, sondern „die dialogische Organisation des Texts und die gemeinsam konstruierte Situation“ (Albert 2013: 183) seien entscheidend für das Vorkommen von Ellipsen; diese können danach als Merkmal dialogischer Texte aufgefasst werden. Siever (2006) wiederum sieht Ellipsen als ein wichtiges sprachökonomisches syntaktisches Mittel in kommunikationsbezogenen „neuen Medien“ wie Blogs und Chats. Nach Dürscheid (2016) schließlich werden Ellipsen in digitalen Texten häufig nur nachrangig aus sprachökonomischen, sondern vielmehr aus stilistischen Gründen als Kennzeichen von Nähesprachlichkeit verwendet. Alle drei Aspekte – Dialogizität, Sprachökonomie und Nähesprachlichkeit – können also zur Erklärung des häufigen Vorkommens von *Like*-Adjektiven in elliptischen Konstruktionen erklären.

Ebenfalls bereits in Abschnitt 3.3 thematisiert wurde der hohe Anteil von intensivierten *Like*-Adjektiven: Ein Drittel aller Belege (33,0 %, N=519) wird durch Intensitätspartikeln modifiziert, vgl. (28)–(32). Dabei ist *ganz* mit großem Abstand am häufigsten (25,2 %, N=131), es folgen *so* und *sehr* mit 7,1 % bzw. 6,9 % (N=37 bzw. 36).

Insgesamt gibt es 110 verschiedene Varianten, wobei neben einfachen Intensitätspartikeln wie *ehler*, *typisch*, *echt*, *wirklich*, *ziemlich*, *irgendwie* viele Kombinationen wie *so richtig*, *richtig schön*, *ehler so* zu finden sind. Einen ähnlichen Anteil von intensivierten Adjektiven findet Stratton (2020) in einer Studie mit insgesamt 2 493 Tokens im FOLK-Korpus, einem Korpus gesprochener Sprache, das Gesprächsdaten aus verschiedenen Bereichen enthält.¹² In Strattons (2020) Studie werden 37,0 % der Adjektive durch Intensitätspartikeln modifiziert. Interessanterweise kommen auch dort *so*, *ganz* und *sehr* am häufigsten vor (in dieser Reihenfolge) und von den 19 häufigsten Intensitätspartikeln seiner Studie treten bis auf zwei (*relativ*, *super*) auch alle bei den *Like*-Adjektiven auf. Der vergleichbare hohe Anteil von Intensitätspartikeln insgesamt sowie die große Übereinstimmung der verwendeten Intensitätspartikeln zwischen den gesprochensprachlichen Gesprächsdaten und den *Like*-Adjektiven der vorliegenden Studie kann wiederum durch den kommunikations- oder dialogbezogenen Charakter der (medial schriftsprachlichen) Datenbasis der *Like*-Adjektive erklärt werden.¹³

4 Entstehung des Musters

Die vorhergehenden Abschnitte haben die morphologischen, syntaktischen, semantischen und pragmatischen Eigenschaften der adjektivischen Konfixkomposition mit *-like* aufgezeigt. Abschließend soll nun diskutiert werden, wie und warum dieses Muster entstanden ist. Ausgangspunkt dieser Überlegungen ist, dass nur bei wenigen *Like*-Adjektiven davon auszugehen ist, dass sie als Ganzes aus dem Englischen entlehnt worden sind. Neben *gentlemanlike* und *ladylike* kommen hier ein paar weitere Bildungen in Frage, u. a. frequenterne Adjektive wie *businesslike*, *userlike* oder *homelike* (vgl. Abschnitt 1 und 2). Für den ganz überwiegenden Teil der *Like*-Adjektive ist aber davon auszugehen, dass sie im Deutschen gebildet wurden, es sich mithin also um Fremdwortbildungen handelt. Dies gilt insbesondere für die Bildungen mit deutscher Basis, bei denen eine Entlehnung aus dem Englischen nicht möglich ist, aber auch für Bildungen mit englischen oder anderssprachigen Basen. Denn in den Bereich der Fremdwortbildung fallen nicht nur Kombinationen

12 <https://agd.ids-mannheim.de/folk.shtml> [02.08.2024]

13 Ein frequentes Vorkommen von (adjektivischen) Intensivierern wird bei Androutsopoulos (1998) auch als Kennzeichen von Jugendsprache genannt. Auch bei Stratton (2020) findet sich der höchste Anteil von adjektivischen Intensivierern in der Altersgruppe 15–24 Jahre. Für die Daten der vorliegenden Studie sind keine Metadaten zum Alter verfügbar, sodass eine diesbezügliche Auswertung nicht möglich ist.

aus fremden und nativen Einheiten (sogenannte Hybridbildungen), sondern auch Bildungen, die ausschließlich aus fremden Einheiten bestehen, aber in der Zielsprache gebildet werden, vgl. z. B. Fleischer & Barz (2012: 102). Sie weisen darauf hin, dass die Unterscheidung zwischen entlehnten komplexen Wörtern und im Deutschen aus fremden Einheiten gebildeten Wörtern immer nur im Einzelfall aufgrund diachroner Studien vorgenommen werden kann. Synchron gehen sie bei morphosemantisch motivierten Bildungen im Zweifelsfall von Fremdwortbildung und nicht von Entlehnung aus. Ein eindeutiger Fall ist u. a. dann gegeben, wenn die entsprechende Bildung im Englischen nicht besteht.

Fremdwortbildungen können Einzelbildungen (z. B. *Riesenbaby*, *auspowern*, *Einzelmeeting*) oder, wie im vorliegenden Fall, Reihenbildungen sein. Es sind also nicht nur einzelne Lexeme entstanden, sondern ein neues, produktives Wortbildungsmuster. Produktive Fremdwortbildungsmuster können Müller (2005: 40) zufolge u. a. dadurch entstehen, dass aus dem Muster entlehnter komplexer Wörter Morpheme extrahiert und für die Nutzung im Deutschen aktiviert werden, „wobei Morpheme, die in der Kontaktssprache wortfähig sind, in vielen Fällen im Deutschen nur gebunden auftreten (z. B. lat. *non* ‚nicht‘, *post* ‚nach, hinter‘ → *nonverbal*, *postmodern*).“ Dies gilt auch für die Like-Bildungen (vgl. Abschnitt 3.1). *-like* ist demnach nicht als wortbildendes Element aus dem Englischen entlehnt worden. Vielmehr hat sich das Muster im Deutschen auf Basis zuvor entlehnter Like-Adjektive im Deutschen herausgebildet. Für diese Annahme spricht auch die Tatsache, dass die Erstkonstituente im Deutschen auf nominale Einheiten beschränkt ist, wohingegen im Englischen neben Nomen, wenngleich seltener, auch Adjektive als Basis fungieren können (Bauer et al. 2013: 290). Die Bildungsbeschränkungen des deutschen Musters ergeben sich hingegen aus den Eigenschaften der Entlehnungen, auf deren Basis das Muster entstanden ist, und die ausschließlich nominale Erstkonstituenten aufweisen. Die Eigenschaften des englischen Bildungsmusters spielen insofern keine Rolle.

Eine etwas andere Perspektive auf die Entstehung des Musters bietet die Sprachkontaktforschung mit der Unterscheidung zwischen *MAT*- und *PAT-borrowing*, d. h. der Entlehnung sprachlicher Form (*matter* ‚Material‘) einerseits bzw. abstrakter sprachlicher Strukturen (*pattern* ‚Muster‘) andererseits (u. a. Sakel 2007; Matras & Sakel 2007) sowie dem Modell der grammatischen Replikation (Heine & Kuteva 2005). Während *MAT-borrowing* lexikalische Entlehnung (wie bei *gentlemanlike* und *ladylike*) meint, geht es beim *PAT-borrowing* bzw. der grammatischen Replikation um die Entlehnung abstrakter grammatischer Strukturen mitsamt ihrer lexikalischen oder grammatischen Bedeutung, aber ohne konkretes sprachliches Material. Allerdings können *MAT*- und *PAT*-Entlehnung auch in Kombination auftreten, wenn konkretes sprachliches Material gemeinsam mit bzw. als Teil eines grammatischen Musters entlehnt werden.

Generell gilt grammatische Entlehnung im Bereich der Morphologie und insbesondere im Bereich der Komposition als eher selten (vgl. Gardani 2018).¹⁴ Gardanis (2020) Typologie der *MAT*- und *PAT*-Entlehnung umfasst – neben der Entlehnung von rein abstrakten Kompositionsmustern – auch die Entlehnung von Kompositionsmustern einschließlich „compound marker“ der Ausgangssprache, also eine *MAT-PAT*-Kombination. Damit lässt sich die Konstellation der *Like*-Adjektive beschreiben, wenn man annimmt, dass *-like* als gebundene Zweitkonstituente zur Bildung denominaler Adjektive entlehnt worden sind, also als ein abstraktes, lexikalisch teilspezifiziertes Muster ($[X_N(-)like]_A$). Dass das englische Ausgangsmuster nicht auf nominale Basen beschränkt ist, sondern sekundär auch Adjektive erlaubt, spricht nicht gegen diese Annahme, da grundsätzlich beim Entlehnungsprozess auch Veränderungen entstehen können, indem beispielsweise nicht die gesamte Form oder Funktion übernommen oder die Funktion erweitert wird (z. B. Sakel 2007; Matras 2009: Kap. 9).

Schließlich weisen Heine und Kuteva (2005: 40 ff.) und Matras (2009: 238) darauf hin, dass entlehnte grammatische Strukturen meistens in der Zielsprache nicht vollkommen neu sind, sondern auf bereits vorhandene Strukturen aufbauen, sodass die Entlehnung zu einer Veränderung dieser Strukturen nach dem Modell der Quellsprache führt. Dies scheint auch auf das *Like*-Muster zuzutreffen. Das Deutsche verfügt bereits über etwa 20 vergleichsbildende morphologische Muster mit nominaler Basis, darunter auch Kompositionssstrukturen, u. a. mit *-ähnlich*, dem semantischen Äquivalent von *-like* (vgl. Abschnitt 3.1). Durch das *Like*-Muster wird also keine ganz neue Struktur ins Deutsche eingeführt. Vielmehr kann es als neue Formvariante des vergleichsbildenden Musters mit *-ähnlich* nach dem englischen Modell betrachtet werden. Als Resultat entsteht mit den *Like*-Adjektiven ein neues Muster mit Eigenschaften, die weder identisch mit denen des englischen Modells noch der deutschen Ausgangsstruktur sind. Vom englischen Modell unterscheidet es sich insbesondere durch die Beschränkung auf nominale Basen. Von der deutschen Kompositionssstruktur mit *-ähnlich* unterscheidet es sich u. a. durch den hohen Anteil an onymischen Basen (vgl. Schlücker i. Vorb.) sowie dadurch, dass es neben dem direkten und dem indirekten Vergleich zwei weitere Lesarten aufweist, die Typizitätslesart und die Entsprechungsgröße. Diese beiden Lesarten finden sich nicht bei Bildungen mit *-ähnlich*, aber wiederum bei anderen Vergleichsbildungen, z. B. mit *-typisch* bzw. *-lich*, *-haft* etc. (vgl. Abschnitt 3.4). Außerdem sind viele *Like*-Bildungen aufgrund der Fremdheit von *-like* – insbesondere in Kombination mit nativen Erstkonstituenten – als innovativer und/oder expressiver Sprachgebrauch

¹⁴ Siehe aber Ralli (2020) und Kosmata & Schlücker (2022) für zwei Studien zur grammatischen Entlehnung im Bereich der Komposition.

einzuordnen, was sich im hohen Anteil von Anführungen zeigt (vgl. Abschnitt 3.5). Überdies ist die Verwendung von *Like*-Adjektiven, anders als Ähnlich-Adjektive, auf interaktionsorientierte Internettexte beschränkt. Es handelt sich also um eine formale Variante mit besonderem pragmatischem Status.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Entstehung des Musters der *Like*-Adjektive der ersten Auffassung zufolge als eine Strukturbildung auf Basis einzelner komplexer entlehnter *Like*-Adjektive beschrieben werden kann. Der zweiten Auffassung zufolge hingegen spielen bereits entlehnte *Like*-Adjektive keine Rolle für die Herausbildung des Musters. Vielmehr realisiert sich die Entlehnung dieser Auffassung nach als eine Veränderung eines deutschen Musters nach dem Modell des englischen Musters.

Die Tatsache, dass es mit *gentlemanlike* und *ladylike* nur zwei (sichere) Modellwörter gibt, die überdies auch sehr selten sind,¹⁵ spricht eher gegen die erste Entstehungstheorie. Für die zweite spricht außerdem, dass sie Bezug auf andere, bereits in der Zielsprache vorhandene Muster nimmt und damit auch einen Erklärungsansatz für die Frage nach dem Grund für die Entstehung des Musters bietet. Dieser ist im pragmatischen Status der Bildungen zu suchen, insbesondere in ihrem expressiven bzw. kreativen Potenzial, durch das sie sich von anderen Vergleichsbildungen unterscheiden. Überdies ist das *Like*-Muster in semantischer Hinsicht sehr flexibel, da es neben der Vergleichsbedeutung im engeren Sinn zwei weitere Lesarten aufweist. Schließlich unterscheidet sich *-like* von *-ähnlich* (und *-typisch*) auch durch seine Einsilbigkeit. Es weist damit rein formal mehr Ähnlichkeit mit vergleichsbildenden Suffixen wie *-haft*, *-ig* und insbesondere natürlich *-lich* (mit dem es etymologisch verwandt ist) auf. Wenngleich eine abschließende Abwägung zwischen diesen beiden Erklärungsansätzen schwierig ist, erscheint die zweite vor diesem Hintergrund plausibler.

5 Zusammenfassung

Der Aufsatz behandelt die bislang in der Literatur noch nicht beschriebenen deutschen Adjektive mit der entlehnten Zweitkonstituente *-like*. Er argumentiert, dass es sich dabei um ein produktives Muster der Gegenwartssprache handelt. *Like*-Adjektive treten im Deutschen fast ausschließlich mit nominaler Basis auf. Darüber hinaus scheint es keine phonologischen, morphologischen oder seman-

¹⁵ Bei „Wortschatz Leipzig“ werden beide der Häufigkeitsklasse 21 zugeordnet, wobei Häufigkeitsklassen über 20 für extrem seltene Wörter stehen (<https://wortschatz.uni-leipzig.de/de/documentation/faq> [02.08.2024]).

tischen Bildungsbeschränkungen zu geben. Als Basis finden sich sowohl native als auch entlehnte Einheiten und Appellative ebenso wie Onyme. Die Produktivität des Musters kann daher u. a. dadurch erklärt werden, dass es insgesamt relativ wenigen Bildungsrestriktionen unterliegt.

Besonderheiten zeigen sich bei der Schreibung der *Like*-Adjektive, da sie überwiegend groß und mit Bindestrich geschrieben werden. Beide Aspekte lassen sich mit Bezug auf die Faktoren Onym vs. Appellativ sowie Nativität vs. Fremdheit der Konstituenten erklären. In syntaktischer Hinsicht fällt auf, dass die attributive Verwendung im Vergleich zur prädikativen und adverbiellen selten ist. Ein naheliegender Grund hierfür ist, dass die Zweitkonstituente *-like* hinsichtlich ihrer Flexion noch nicht vollständig integriert ist, sodass die Verwendung der Adjektive in einer Position, die adjektivische Flexion erfordert, eher vermieden wird.

Im Gegensatz zur Bildung ist der Gebrauch der *Like*-Adjektive sehr viel stärker beschränkt. In standardsprachlichen Korpora sind sie bis auf sehr wenige Ausnahmen nicht zu finden, sondern nur in interaktionsbasierten Internettextralen. Verschiedene syntaktische Verwendungsweisen lassen sich mit Rückgriff darauf erklären. Aufgrund der entlehnten Zweitkonstituente – insbesondere in Kombination mit einer nativen Basis – haben die Bildungen großes expressives Potenzial. Dies kann die häufige Verwendung in Anführungszeichen erklären. Mit Blick auf die Entstehung des Musters wurden zwei Entlehnungsszenarien diskutiert, die Herausbildung (a) auf Basis bereits ins Deutsche entlehnter *Like*-Adjektive oder (b) durch Entlehnung eines teilspezifizierten Musters aus dem Englischen in Verbindung mit einem bereits vorhandenen bedeutungsähnlichen deutschen Muster. Für Szenario (b) lassen sich mehrere Gründe anführen, sodass die deutschen *Like*-Adjektive nach der hier vertretenden Auffassung einen Fall grammatischer Entlehnung darstellen.

Literatur

- Albert, Georg. 2013. Innovative Schriftlichkeit in digitalen Texten. Syntaktische Variation und stilistische Differenzierung in Chat und Forum. Berlin: Akademie.
- Androutsopoulos, Jannis. 1998. Deutsche Jugendsprache: Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen (VarioLingua 6). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Baayen, Harald. 1992. Quantitative aspects of morphological productivity. In Geert Booij & Jaap van Marle (eds.), *Yearbook of Morphology 1991*, 109–149. Dordrecht, Boston, London: Kluwer.
- Baayen, Harald. 1993. On frequency, transparency and productivity. In Geert Booij & Jaap van Marle (eds.), *Yearbook of Morphology 1992*, 181–208. Dordrecht, Boston, London: Kluwer.
- Bauer, Laurie, Rochelle Lieber & Ingo Plag. 2013. *The Oxford reference guide to English morphology* (Oxford Linguistics). Oxford: Oxford Univ. Press.
- Bredel, Ursula. 2020. *Interpunktions (Kurze Einführungen in die germanistische Linguistik Band 11)*. Zweite, durchgesehene und aktualisierte Auflage. Heidelberg: Winter.

- Breindl, Eva. 2007. C9. Intensitätspartikeln. In Ludger Hoffmann (ed.), *Handbuch der deutschen Wortarten*, 397–422. Berlin, New York: Walter de Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110217087.397>.
- Dürscheid, Christa. 2003. Medienkommunikation im Kontinuum von Mündlichkeit und Schriftlichkeit. Theoretische und empirische Probleme. *Zeitschrift für angewandte Linguistik* 38. 37–56.
- Dürscheid, Christa. 2016. Digitale Kommunikation und die Folgen für den Sprachgebrauch. In Jürgen Schiewe (ed.), *Angemessenheit. Einsichten in Sprachgebräuche* (Valerio 8), 67–76. Göttingen: Wallstein.
- Eisenberg, Peter. 2018. Das Fremdwort im Deutschen (De Gruyter Studium). 3., überarbeitete Auflage. Berlin, Boston: De Gruyter.
- Fleischer, Wolfgang & Irmhild Barz. 2012. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. 4., völlig neu bearbeitete Auflage. Berlin: De Gruyter.
- Fuhrhop, Nanna, Niklas Reinken & Jonas Romstadt. 2023. Der ‚modalisierende‘ Gebrauch von Anführungszeichen in Abiturklausuren. *Linguistische Berichte* 2023(276). 5–39. https://doi.org/10.46771/9783967692853_1.
- Gallmann, Peter. 1989. Syntagmeme an und in Wortformen. Bindestrich und Apostroph im Deutschen. In Peter Eisenberg & Hartmut Günther (eds.), *Schriftsystem und Orthographie* (Reihe Germanistische Linguistik 97), 85–110. Tübingen: Niemeyer.
- Gardani, Francesco. 2018. On morphological borrowing. *Language and Linguistics Compass* 12(10). e12302. <https://doi.org/10.1111/lnc3.12302>.
- Gardani, Francesco. 2020. Borrowing matter and pattern in morphology. An overview. *Morphology* 30(4). 263–282. <https://doi.org/10.1007/s11525-020-09371-5>.
- Heine, Bernd & Tania Kuteva. 2005. Language contact and grammatical change (Cambridge Approaches to Language Contact). Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Jakubíček, Miloš, Adam Kilgarriff, Vojtěch Kovář, Pavel Rychlý & Vít Suchomel. 2013. The TenTen Corpus Family. In 7th International Corpus Linguistics Conference CL, 125–127.
- Klockow, Reinhard. 1978. Anführungszeichen, Norm und Abweichung. *Linguistische Berichte* 57. 14–24.
- Klockow, Reinhard. 1980. Linguistik der Gänsefüßchen. Untersuchungen zum Gebrauch der Anführungszeichen im gegenwärtigen Deutsch. Frankfurt am Main: Haag und Herchen.
- Klosa-Kückelhaus, Annette & Sascha Wolfer. 2020. Considerations on the Acceptance of German neologisms from the 1990s. *International Journal of Lexicography* 33(2). 150–167. <https://doi.org/10.1093/ijl/ecz033>.
- Koch, Peter & Wulf Oesterreicher. 1985. Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte. *Romanistisches Jahrbuch* 36. 15–43.
- Kosmata, Eva & Barbara Schlücker. 2022. Contact-induced grammatical change? The case of proper name compounding in English, German, and Dutch. *Languages in Contrast* 22(1). 77–113. <https://doi.org/10.1075/lic.20001.kos>.
- Kühnhold, Ingeburg, Oskar Putzer & Hans Wellmann. 1978. Deutsche Wortbildung. Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache. Dritter Hauptteil: Das Adjektiv (Sprache der Gegenwart 43). 1. Auflage. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann.
- Lemnitzer, Lothar. 2010. Neologismenlexikographie und das Internet. *Lexicographica* 26. 65–78. <https://doi.org/10.1515/9783110223231.1.65>.
- Marx, Konstanze & Georg Weidacher. 2020. *Internetlinguistik: ein Lehr- und Arbeitsbuch* (Narr Studienbücher). 2., aktualisierte und durchgehendene Auflage. Tübingen: Narr\Francke\ Attempto.

- Matras, Yaron. 2009. *Language Contact*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511809873>.
- Matras, Yaron & Jeanette Sakel. 2007. Investigating the mechanisms of pattern replication in language convergence. *Studies in Language* 31(4). 829–865.
- Meibauer, Jörg. 2007. Syngrapheme als pragmatische Indikatoren: Anführung und Auslassung. In Sandra Döring & Jochen Geilfuß-Wolfgang (eds.), *Von der Pragmatik zur Grammatik*, 21–37. Leipzig: Universitätsverlag.
- Müller, Peter O. 2005. Einführung. In Peter O. Müller (ed.), *Fremdwortbildung. Theorie und Praxis in Geschichte und Gegenwart*, 11–44. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Onysko, Alexander. 2007. Anglicisms in German: Borrowing, Lexical Productivity, and Written Codeswitching. Berlin, New York: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110912173>.
- Pittner, Karin. 2022. Vom prädikativen zum attributiven Adjektiv. Die Integration englischer Adjektive ins Deutsche. In Laura Auteri, Natascia Barrale, Arianna Di Bella & Sabine Hoffmann (eds.), *Wege der Germanistik in transkultureller Perspektive*, 151–166. Peter Lang Verlag. <https://doi.org/10.3726/b20296>.
- Ralli, Angela. 2020. Matter versus pattern borrowing in compounding: Evidence from the Asia Minor Greek dialectal variety. *Morphology*. <https://doi.org/10.1007/s11525-020-09362-6>.
- Sakel, Jeanette. 2007. Types of loan: Matter and pattern. In Yaron Matras & Jeanette Sakel (eds.), *Empirical Approaches to Language Typology (EALT)*, vol. 38, 15–29. Berlin, New York: De Gruyter.
- Scherer, Carmen. 2019. Expressivität in der Wortbildung. Ein Überblick. In Expressivität im Deutschen, 49–74. Berlin, Boston: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110630190-003>.
- Schlücker, Barbara. in Vorbereitung. Namenbasierte Adjektivbildungen im Deutschen. Manuscript.
- Siever, Torsten. 2006. Sprachökonomie in den Neuen Medien. In Peter Schlobinski (ed.), *Von *hdl* bis *cul8r**. Sprache und Kommunikation in den Neuen Medien (Thema Deutsch 7), 71–88. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Duden.
- Storrer, Angelika. 2013. Sprachstil und Sprachvariation in sozialen Netzwerken. In Barbara Frank-Job, Alexander Mehler & Tilmann Sutter (eds.), *Die Dynamik sozialer und sprachlicher Netzwerke. Konzepte, Methoden und empirische Untersuchungen an Beispielen des WWW*, 331–366. Wiesbaden: Springer VS.
- Stratton, James M. 2020. Adjective Intensifiers in German. *Journal of Germanic Linguistics* 32(2). 183–215. <https://doi.org/10.1017/S1470542719000163>.
- Zimmer, Christian. 2018. Die Markierung des Genitiv(s) im Deutschen: Empirie und theoretische Implikationen von morphologischer Variation (Reihe Germanistische Linguistik 315). Boston: Walter de Gruyter.