

INHALT

A. Ziel, Methode und Material der Arbeit	1
B. Der Anglizismus in der Diskussion	5
I. Zwei Skizzen	5
1. Die französische Anglophilie und ihre Kritiker bis zum Ende des 19. Jahrhunderts	5
2. Das Hervortreten der Vereinigten Staaten als Leitbild	11
II. Wesentliche Diskussionsbeiträge zur Frage des Anglizismus im Französischen von der Jahrhundertwende bis heute	13
1. Sprachwissenschaftliche Arbeiten	13
2. Sprachpflegerische und puristische Beiträge	17
C. Der Anglizismus als sprachliches Problem	26
I. Fragen sprachlicher Abgrenzung	26
1. Anglizismus und Reklamesprache	26
2. Definition des Begriffs "Anglizismus"	27
3. Anglizismus und Assimilation	28
4. Anglizismus und Wortkategorie	30
5. Anglizismus und Neologismus	30
6. Die Frage der Eigennamen aus dem Englischen	37
II. Fragen sprachlicher Aufnahme und Behandlung	47
1. Morphologie	47
2. Graphie	81
3. Lehnbildung	86
4. Lehnsyntax	101
5. Semantik	106
D. Funktionen des Anglizismus in der französischen Werbesprache	110
I. Der "eigentlich" reklamesprachliche Anglizismus	110
II. Anglizismus und Stil in der französischen Werbesprache	111
1. Sprachliche Kürze	114
2. Sprachliche Ausdruckskraft	117
3. Sprachliche Verhüllung	129
4. Sprachliche Präzision	130
5. Sprachlicher Schwulst	132
III. Anglizismus und Evokation	134
1. Die Vereinigten Staaten	135
2. Großbritannien	141

E. Zusammenfassung	144
I. Qualitative Seite	144
II. Quantitative Seite	145
F. Glossar.	149
Bibliographie.	272
Hinweise.	283