

Humboldt Universität zu Berlin

Einführung in den Wissenschaftsschwerpunkt II der Gender Studies am Beispiel der
Linguistik und Skandinavistik: Gender und Sprache.

Wintersemester 2004/2005

Dozentin: Antje Hornscheidt

2. Seminararbeit

Eingereicht von:

Sandra Raija Palácsik

Matrikelnr.:

Fachsemester: 3

Email: sandra@naha.de

Inhalt

0. Einleitung	3
0.1. Fragestellung und Aufbau der Arbeit	4
1. Linguistische Genderforschung	
1.1. Ein historischer Überblick	5
1.2. Der Doing-Gender-Ansatz	6
1.3. Das MAN-Prinzip	8
2. Studie: Perzeption personaler Benennungen	
2.1. Einleitung	9
2.2. Methode	9
2.2.1. Materialien und Durchführung	9
2.2.2. Beschreibung der Stichprobe	10
2.2.3. Auswertungsverfahren	11
2.3. Ergebnisse	11
2.3.1. Quantitative Analyse	11
2.3.2. Qualitative Analyse	17
2.3.3. Zusammenfassung	19
3. Literaturverzeichnis	20
4. Anhang	21

0. Einleitung

„Sprache ist eine der wichtigsten gesellschaftlichen Bedingungen, unter denen wir leben, mit Sprache werden gesellschaftliche Unterschiede konstruiert, mit Sprache schaffen wir unseren Lebenszusammenhang, unsere Wirklichkeit, unsere Sicht der Welt.“¹

In der alltäglichen und individuellen Kommunikation findet ein permanenter Aktualisierungsprozess von Sprache und ihren verknüpften sozialen und geschlechtsspezifischen Konzepten statt, so dass hier keine festen Bedeutungen konstatiert werden können. Die Regeln des Sprachsystems jedoch bilden eine normative Grundlage von Kommunikation, die kulturelle Geschlechterkonzepte festschreiben. So verweist das Deutsche als Genussprache permanent auf die Zweigeschlechternorm, zwingt zur geschlechtlichen Kategorisierung und festigt im Gebrauch die intuitive Annahme der Natürlichkeit dieser Norm. Dass die grammatischen Regeln der deutschen Sprache jedoch gesellschaftliche Übereinkünfte, also konstruiert sind, wird schnell aus den Augen verloren und es entsteht eben der Eindruck von Natürlichkeit.

Betrachten wir nun ausgehend von dieser These unsere Sprache vergleichend zwischen Regel und Wirklichkeit, scheint es hier eine asymmetrische Verschiebung zu geben.

So bietet beispielsweise ein Blick auf das Deutsche als Genussprache ein differenzierteres Bild von möglichen grammatischen Formen, als diese in der Wirklichkeit tatsächlich Anwendung finden. Im Großteil der sprachlichen Interaktionen finden sich häufig Formulierungen personaler Benennungen im so genannten generischen Maskulinum, d.h. das Genus der Personenbezeichnungen ist männlich und soll dabei immer auf alle Menschen, Männer *und* Frauen, verweisen. Aus feministischer Sicht ist dieser Ansatz allerdings nicht haltbar, sondern leistet einen wesentlichen Beitrag zur Asymmetrie im Geschlechterverhältnis und zur Naturalisierung der Geschlechterhierarchie. In dem männliche Formulierungen die sprachliche Norm bilden, wird implizit mitgeteilt, dass erstens feminine Benennungen zweitrangig bzw. nicht der Nennung wert sind und zweitens der Mann neben der sprachlichen auch eine gesellschaftliche Norm darstellt. Dieser Art der Ausprägung der Geschlechterhierarchie kann beispielsweise durch den Gebrauch alternativer Formulierungen entgegengewirkt werden. Ob und wie dies tatsächlich wahrgenommen wird und welche Vorstellungen mit personalen Benennungen verbunden werden, soll mit der folgenden Arbeit untersucht werden.

Die Arbeit ist im Rahmen des Proseminars „Gender und Sprache“ entstanden und wird sich weitgehend auf die im Seminar vorgestellten Texte beziehen.

¹ Senta Trömel-Plötz, „Feminismus und Linguistik“ (S.36)

0.1. Fragestellung und Aufbau der Arbeit

Betrachtet man einmal die Palette der tatsächlich verwendeten personalen Benennungen in Zeitungen, Büchern oder bei der alltäglichen Kommunikation, so kann man recht häufig Formulierungen personaler Benennungen in maskuliner Form feststellen. Formulierungen in femininer Form sind dagegen eher selten in allgemeingültigen Kontexten zu finden. Nur wenn die personale Benennung sich konkret auf eine weibliche Person bezieht, wird diese auch gebraucht; und selbst dann sind oft falsch verwendete grammatische Formulierungen zu beobachten, wie z.B. „(...) Lehrerinterview mit Frau (...)“².

Mit dieser und anderen sprachlichen Praktiken beschäftigt sich die feministische Linguistik bereits seit den 70er Jahren und konstatiert, dass dies kein „Oberflächenphänomen“³ ist.

„Die Menschheit fällt zusammen mit dem männlichen Geschlecht. Unsere Vorstellung ist so geprägt von dem Übergewicht der Männer, dass wir uns keine Frauen vorstellen, selbst wenn es in bestimmten Kontexten auch um Frauen geht. Als typischer Mensch, als Durchschnittsmensch, als Mensch schlechthin kommt uns nur ein Mann in den Sinn.“⁴

Diese These von Trömel-Plötz ist bereits durch mehrere empirische Studien belegt worden. So führten beispielsweise Braun, Szezsny, Stahlberg (2002) und Schmidt (2002) Studien zur Wirkung generischer Personenbezeichnungen im Deutschen durch. Es zeigte sich ähnlich wie bei Studien in den USA, dass die männlichen Assoziationen bei Formulierungen im generischen Maskulinum deutlich überwogen. Frauen wurden hingegen wesentlich seltener imaginiert und nur wenn die personalen Benennungen explizit in weiblicher Form bzw. in Form von Beidnennungen formuliert wurden, beziehen sich die Assoziationen auch konkret auf Frauen. Zusammenfassend kann also gesagt werden, der Gebrauch generischer Maskulina wird im Allgemeinen nicht geschlechtsneutral interpretiert, was den Gebrauch alternativer Formulierungen nahe legt, allerdings mit Blick auf die öffentlichen Debatten und Praktiken nur in geringem Maße Anklang und Anwendung findet.

Inwiefern andere Alternativformen zum generischen Maskulinum einen Einfluss auf geschlechtsbezogene Assoziationen haben und somit für die Konzeptualisierung von Geschlecht relevant sind, ist bisher nur am Rande untersucht worden. Diese Alternativformen sollen im Mittelpunkt der folgenden Untersuchung stehen. Auf der Grundlage oben genannter Feststellung habe ich eine Studie durchgeführt, die empirisch überprüfen soll, ob und wie grammatisch neutrale Formen geschlechtsbezogene Assoziationen beeinflussen.

² aus einer SchülerInnenzeitung des Victor-Klemperer-Kollegs

³ Senta Trömel-Plötz, „Feminismus und Linguistik“ (S.35)

⁴ Senta Trömel-Plötz, „Feminismus und Linguistik“

Im ersten Kapitel dieser Arbeit werde ich kurz auf die Erklärungsansätze der Linguistischen Geschlechterforschung eingehen. Im Zentrum soll dabei der sprachliche doing-gender-Ansatz stehen, der sich im deutschen Sprachraum als das bisher erfolgreichste Modell durchgesetzt hat und entsprechend auch die Grundlage dieser Untersuchung bildet. Hier möchte ich vor allem auf die Grundannahmen bezüglich des Sprachsystems, dessen Regeln und Implikationen eingehen. Das zweite Kapitel wird sich mit der Studie an sich beschäftigen und auf die Methode, die Durchführung, das Auswertungsverfahren und die Ergebnisse eingehen. Am Schluss werde ich die Ergebnisse nochmals zusammenfassen und diese versuchen zu deuten.

1. Linguistische Geschlechterforschung

1.1. Ein historischer Überblick

Die linguistische Geschlechterforschung beschäftigt sich mit „Repräsentation und Konstruktion von Geschlecht in Sprachsystemen und im Sprachgebrauch“⁵. Sprache wird im Allgemeinen als Medium zur Interaktion mit der Welt verstanden. Durch Sprache lernt der Mensch einen Bezug zur ihn umgebenden Welt herzustellen, ausgehandelte Bedeutungen zu erkennen und erhält so einen Sinn- und Handlungsrahmen abgesteckt.

Im Folgenden möchte ich kurz auf die verschiedenen Modelle zum geschlechtsspezifischen Sprach- und Kommunikationsverhalten eingehen.

Eines der ersten theoretischen Modelle der linguistischen Geschlechterforschung ist das Defizitmodell (Lakoff). Dieses charakterisiert das weibliche Kommunikationsverhalten als defizitär und sieht die Gründe dafür in der gesellschaftlich unterprivilegierten Rolle von Frauen. Eine Lösung für diese Ungleichheit in der Behandlung der Geschlechter wurde darin gesehen, das „weibliche“ Kommunikationsverhalten entsprechend dem idealtypisch „männlichen“ Kommunikationsverhalten zu ändern.

Mitte der 1980er Jahre wurde dieses Modell weitgehend vom Differenzmodell abgelöst, welches nochmals in zwei verschiedene Ansätze unterteilt wird, das Dominanzmodell und das Zwei-Kulturen-Modell. Das Dominanzmodell (Trömel-Plötz) bezieht sich in erster Linie auf geschlechterrelevante gesellschaftliche Bedingungen der Akteure und Akteurinnen und richtet den Fokus auf bestehende Machtverhältnisse. Das Zwei-Kulturen-Modell (Tannen & Gray) geht von einer stark nach Geschlecht getrennten Sozialisation aus und betrachtet unter dieser Annahme das jeweils geschlechtsspezifische Kommunikationsverhalten.

Ende der 1980er Jahre gewinnt der Doing-Gender-Ansatz an Bedeutung, welcher Geschlecht nicht mehr als feststehende und in der Biologie verankerte Kategorie

⁵ Metzler Lexikon, Gender Studies (2002)

betrachtet, sondern als Ergebnis permanenter alltäglicher Interaktion. Doing Gender stützt sich dabei auf die Unterscheidung von sex und gender. Sex wird als jene biologischen Kriterien (genetische Merkmale, primäre Geschlechtsorgane, hormoneller Körper) verstanden, nach denen die Geschlechtszuweisung vorgenommen wird. Da diese nicht immer eindeutig sichtbar sind, wird im Allgemeinen auf geschlechtstypische Praktiken zurückgegriffen, welche sich an kulturellen Normen und ihren Geschlechterstereotypen orientieren.

Im amerikanischen Sprachraum hat neben bzw. im Anschluss an das doing-gender-Modell ein weiterer Ansatz an Bedeutung gewonnen, der Community of Practice-Ansatz. Dieser betrachtet nicht nur das Sprachsystem und das Kommunikationsverhalten von Menschen mit Focus auf die Kategorie Geschlecht, sondern bezieht weitere Analysekatoren, wie race, Ethnie, Alter und soziale Schicht in die Betrachtungen mit ein. Die Kategorie Geschlecht hat hier keinen zentralen Stellenwert. Dies resultiert aus der Feststellung, dass das Geschlecht nicht immer eine übergeordnete Rolle bei der Identitätsbildung und –ausformung einnimmt, sondern von verschiedenen anderen Kategorien überlagert wird. So kann insbesondere auf die hohe Flexibilität und Sensibilität von sozialen Strukturen eingegangen werden, allerdings wird damit eine Komplexität der erklärenden Darstellungen erreicht, die eine Deutung sehr erschwert. Auch die Betrachtung einzelner Kategorien kann sich als schwierig erweisen, da ein Herauslösen dieser einer Entledigung des Kontextes gleichkommen würde.

1.2. Der doing-gender-Ansatz

Das weit verbreitete Verständnis von geschlechtlicher Identität geht vom Geschlecht als eindeutige, natürliche und unveränderliche Größe aus. Dabei wird in erster Linie mit den verschiedenen biologischen Größen zur Kategorisierung von Geschlecht und mit dem „beobachtbaren“ geschlechtsspezifischen Verhalten argumentiert. Zu diesen biologischen und damit „natürlichen“ Größen gehören beispielsweise chromosomale, hormonelle und phänotypische Merkmale. Dass diese in ihrer Ausprägung extrem variabel sind und im alltäglichen Kontext in erster Linie auf Vermutungen beruhen und über stereotype Praktiken realisiert werden, wird gern außer Acht gelassen. Auch gibt es bereits seitens der Humanbiologie das Eingeständnis, keine streng biologische und zugleich eindeutige Geschlechtsdefinition zu besitzen⁶. Das Postulat der Eindeutigkeit weist beispielsweise eine Analogie zum mathematischen-logischen Konzept des „Prinzip des ausgeschlossenen Dritten“ auf. Ein Mensch ist entweder männlich oder weiblich, Ausnahmen oder andere Formen existieren im öffentlichen westlichen Diskurs nicht. Dass dies nicht haltbar ist und erst recht nicht universell gültig ist, zeigen Studien zur Konstruktion von Geschlecht im interkulturellen Vergleich. So besitzen manche Kulturen mehrere

⁶ Wellner/ Brodda (1979), aus: K. Frank (1992)

Geschlechtskategorien, ebenso wie die Möglichkeit die geschlechtliche Identität zu wechseln. Auch die medizinische Tatsache der Intersexualität belegt, dass eine eindeutige Differenzierung in ausschließlich zwei Geschlechter nicht der Wirklichkeit entspricht, sondern nur der idealisierten Vorstellung von Geschlecht. Eindeutigkeit und Unveränderbarkeit implizieren nur Natürlichkeit von Geschlecht und erweisen sich so als kulturelle Setzung.

Ausgangspunkt des linguistischen doing-gender-Ansatzes ist entsprechend die Annahme, dass Geschlecht eine kulturell konstruierte Kategorie ist. Diese kulturelle Geschlechtskonstruktion wird beim doing gender als permanente und aktive Interaktionsleistung von Menschen verstanden. Das heißt, jeder Mensch signalisiert, referiert und reproduziert im alltäglichen Kommunikationsprozess auf die beiden zur Verfügung stehenden Geschlechtskategorien männlich und weiblich. In welcher Form und Intensität dies geschieht, ist abhängig von individuellen und soziokulturellen Erwartungen an geschlechtsangemessenes Verhalten, also vom Kontext und der Situation. Zu dem kann die Kategorie Geschlecht an Relevanz im Interaktionsprozess verlieren, je nachdem wie stark ein Kontext das Geschlecht oder eben andere Kategorien, wie Alter, Ethnie oder race betont. Dieser Aspekt findet beim doing gender aber nur am Rand Beachtung, zentral bleibt die Kategorie Geschlecht.

Auch die sozialpsychologische Forschung spricht von einem engen Zusammenhang zwischen Sprache und Eindrucksbildung. So beschreibt Frank⁷ Geschlechtsstereotype als „soziokognitive Wissensstrukturen“, d.h. Sprache funktioniert insbesondere im Bereich personaler Benennungspraktiken über Stereotype. Der Gebrauch von Personenbezeichnungen ist eben nicht einfach nur ein System zur Identifikation von Individuen und zur Herstellung von Beziehungen zwischen ihnen, sondern Sprache vermittelt mit personalen Benennungen vielfach implizites Wissen über die Kategorie, in die die personale Benennung eingeordnet wird. Diese Kategorien sind stereotypisiert und fungieren als kognitives Orientierungsschema. Auch die Geschlechtskategorien sind stereotypisiert, denn sie zeigen nicht einfach nur Differenzen an, sondern sind durch ihre enge Verbindung mit den Annahmen über geschlechtstypische Eigenschaften von Männern und Frauen stark verallgemeinert und verkürzt. Sprache stellt damit eine wesentliche Einflussgröße für die Bildung von Eindrücken dar.

Da Kommunikation eines der primären Mittel sozialer Handlungen ist, stehen die Regeln des Sprachsystems und das kommunikative Verhalten von Menschen beim sprachlichen doing gender im Mittelpunkt der Betrachtungen. Gegenstand dieser Arbeit wird allerdings nur das Sprachsystem und dessen Wahrnehmung bezüglich personaler Benennungen sein.

⁷ Karsta Frank (1992)

1.3. Das MAN-Prinzip

Im Folgenden möchte ich kurz auf das so genannte MAN-Prinzip (Male-As-Norm) eingehen, das beim doing-gender-Ansatz eine wichtige Rolle spielt. Diese sprachkritische Position basiert auf der Annahme, dass sich im Sprachgebrauch die gesellschaftliche Wirklichkeit widerspiegelt. Diese Wirklichkeit ist geprägt von einer Überrepräsentanz von Männern im Sprachgebrauch, begleitet von häufigen Nichtnennungen von Frauen, beispielsweise durch die Verwendung des generischen Maskulinum. Definiert wird der Begriff „Generisches Maskulinum als: „Der Gebrauch maskuliner Personenbezeichnungen für Menschen im Allgemeinen, für gemischte Gruppen sowie für Personen mit unbekanntem oder unspezifiziertem Geschlecht.“⁸ Weiterhin werden Frauen sehr häufig über ihre Beziehung zu Männern oder in traditionellen Rollen und Eigenschaften dargestellt, welche sehr häufig sexuell oder negativ konnotiert sind. Im Bereich der Personenbezeichnungen wurde festgestellt, dass personale Benennungen vom „Ursprung“ her fast immer in maskuliner Form zu finden sind und die weiblichen Formen von diesen abgeleitet wurden. Der Mann stellt also nicht nur eine gesellschaftliche Norm dar, sondern auch eine sprachliche Norm und diese Normvorstellung von männlicher Privilegierung wurde und wird in die Sprache übernommen und permanent mit der Sprache weitergegeben. Der Gebrauch generischer Maskulina fördert dabei die implizite Stereotypisierung und Bewertung beider Geschlechter. Während der Mann der „Normalfall“ des Menschen ist, erscheint die Frau entweder gar nicht oder bleibt eine kennzeichnungswürdige Ausnahme. Die feministische Sprachkritik geht von einer engen gedanklichen Verknüpfung zwischen grammatischem und „natürlichem“ Geschlecht aus. So weisen Braun et al (2002) und Schmidt (2002) in mehreren empirischen Untersuchungen nach, dass der Gebrauch von generischen Maskulina nicht wie so oft behauptet geschlechtsneutral interpretiert wird, sondern primär mit männlichen Personen assoziiert wird. Dies liegt sicherlich nicht ausschließlich an der verwendeten sprachlichen Form, hat aber im Kontext der allgemeinen Überrepräsentanz von Männern einen bestätigenden und verstärkenden Charakter.

Das legt den Gebrauch von differenzierteren Formulierungen nahe, um eine sprachliche Gleichstellung von Frauen zu fördern und die Geschlechterhierarchie aufzuweichen.

Im folgenden Kapitel werde ich meine Studie zur Wahrnehmung personaler Benennungen und ihren Einfluss bei der Konzeptualisierung von Geschlecht vorstellen.

2. Studie: Perzeption personaler Benennungen

2.1. Einleitung

Die im Sprachsystem angelegte Ungleichbehandlung von Männern und Frauen hängt eng mit der Geschichte der sozialen Rollen von Mann und Frau zusammen. Das MAN-Prinzip

⁸ Braun, Scezsny, Stahlberg (2002)

und der Gebrauch des generischen Maskulinum weisen deutlich auf die untergeordnete Rolle der Frau im öffentlichen Bereich hin, wozu eben auch Kommunikation bzw. öffentliches Sprechen und Schreiben gezählt wird. Der Gebrauch neutraler Formulierungen kann dieser Ungleichbehandlung auf sprachlicher Ebene eventuell entgegenwirken und so sukzessiv auf die soziale Wirklichkeit Einfluss nehmen.

Anhand eines Textes, der in drei grammatisch verschiedenen Formulierungen ausgefertigt wurde, soll der Wahrnehmung von personalen Benennungen durch die Versuchspersonen nachgegangen werden. Besonderes Augenmerk gilt den neutralen Formulierungen.

2.2. Methode

2.2.1. Materialien und Durchführung

Die verwendeten Materialien bestehen aus einem Text, einem Fragebogen zum Text und einem Fragebogen zur Person. Der Text wurde aus dem Vorwort des Buches „Kommunikationstraining: zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten“ von V.F. Birkenbihl (1994) entnommen und leicht verändert. Diese Veränderungen betreffen die grammatischen Formen der im Text aufgeführten personalen Benennungen. Da der Text sehr viele personale Benennungen aufweist, scheint er besonders geeignet um die Wahrnehmung dieser zu untersuchen. Der Text wurde in drei verschiedenen Fassungen ausgefertigt. Das Original enthielt durchgängig Personenbezeichnungen in maskuliner Form und wurde mit nur geringfügigen Veränderungen übernommen. Von diesem Text wurden noch zwei weitere Versionen angefertigt, einmal wurden alle Personenbezeichnungen sowohl in maskuliner als auch in femininer Form aufgeführt und einmal wurde der Text so umgestaltet, dass ausschließlich neutrale Formulierungen ohne Hinweise auf das (grammatische) Geschlecht verwendet worden sind. Zu den neutral formulierten Alternativformen der deutschen Sprache gehören beispielsweise der Gebrauch direkter Anreden (du, sie), Partizipkonstruktionen („bearbeiten von“ statt „Bearbeiter“), Funktions- statt Personenbezeichnungen, Umschreibungen von Personenbezeichnungen, die Verwendung von neutralen Substantiven (Personen), des Plurals und des substantivierten Partizip Präsens (Studierende, statt Student). Diese Alternativformen personaler Benennungen sind im neutral formulierten Text und den Fragebögen verwendet worden. Die männlich-weibliche Textvariante arbeitet in erster Linie mit weiblichen und männlichen Personenbezeichnungen, die eine Kombination aus ausformulierten Personenbezeichnungen, Schrägstrichen, dem Binnen-I und in geringem Maß neutrale Formulierungen darstellt. Der Text umfasst insgesamt eine DIN A4-Seite und führte beispielhaft in das Thema Kommunikation ein.

Der Fragebogen zum Text besteht aus sieben Fragen, die mehr oder weniger mit dem Text zu tun haben. Die Fragen sollten stichpunktartig beantwortet werden, da nur die ersten Assoziationen relevant sind. Die Fragen sind durchgehend in grammatisch

neutraler Form formuliert. Eine zusammenfassende Tabelle aller genannten personalen Benennungen, sowie die verwendeten Texte und das Fragebogenkonzept finden sich im Anhang.

In den ersten drei Fragen sollen die Versuchspersonen den Text stichpunktartig wiedergeben bzw. den Inhalt/ die Intension zusammenfassen und in einen möglichen Kontext einordnen. Für die Datenerhebung sind diese ersten drei Fragen allerdings wenig relevant, da die Studie auf personale Benennungen abzielte. Wurden bereits in den ersten drei Fragen personale Benennungen aufgelistet, sind diese auch in die Datenmenge aufgenommen worden, allerdings nur bei der gemeinsamen Auswertung aller Fragen.

Die Fragen vier bis sieben sind so gewählt, dass hier mit personalen Benennungen geantwortet werden musste. Die Fragen beziehen sich zum Teil konkret auf den Text (Frage 4+5) und zum anderen Teil lehnen sich die Fragen nur an den Kontext des Textes an.

Der Fragebogen zur Person besteht aus zwei Teilen. Im ersten Teil wurden demografische Daten (Alter, Geschlecht, Profession, usw.) ermittelt, der zweite Teil zielte auf gesellschaftspolitische Interessen ab um den sozialen und politischen Kontext der Versuchspersonen näher zu beleuchten. Dies scheint wichtig, da einige Personen sich bereits intensiver mit dem Thema personale Benennungspraktiken auseinandergesetzt haben und unabhängig von den Textvorlagen bereits einen differenzierten Umgang mit personalen Benennungen pflegen. Der Großteil der Versuchspersonen ist mit dem Thema allerdings nur über öffentlichen Debatten vertraut und scheint im Allgemeinen keine Bezüge zum eigenen Gebrauch herzustellen.

Alle Versuchspersonen wurden bei der Durchführung bzw. der Beantwortung der Fragen von mir unterstützend begleitet. Zuerst sollte der Text, der von mir je nach Einschätzung zugeteilt worden ist, gelesen werden. Ca. die Hälfte der Versuchspersonen lasen den Text zweimal. Danach wurde der Text weggelegt und stand während der Beantwortung den Versuchspersonen nicht zur Verfügung. Dann wurden die Fragen zum Text beantwortet.

2.2.2. Beschreibung der Stichprobe

Insgesamt nahmen 19 Versuchspersonen an der Befragung teil, davon 13 Frauen und 6 Männer. Frauen sind also in der Studie überrepräsentiert. Das Durchschnittsalter der Versuchspersonen liegt bei 28 Jahren, die jüngste Person war 20 und die älteste Person 56. Neun von 19 Befragten sind bereits berufstätig und zehn Personen befinden sich in Ausbildung (Schülerinnen, Studentinnen, Auszubis).

Die Texte im generischen Maskulinum sind 5 Personen (3x ♂ - 2x ♀) vorgelegt worden, Texte mit Beidnennungen 6 Personen (1x ♂ - 5x ♀) und Texte mit neutralen Formulierungen 8 Personen (2x ♂ - 6x ♀). Die ungleiche Verteilung der Texte unter den

Versuchspersonen liegt daran, dass den neutralen Alternativformen besonderes Augenmerk gilt. Mehr als die Hälfte der Versuchspersonen (68%) wussten von meinem Studienfach Gender Studies. Eine Beeinflussung dadurch kann zwar nicht ausgeschlossen werden, aber mein persönlicher Eindruck ist, dass bis auf 2-3 Personen keiner/m dieser Punkt präsent war. Zumal ich bei der Vorstellung und Einweisung darauf verzichtet habe, die näheren Zusammenhänge der Studie im Vorfeld zu erläutern.

2.2.3. Auswertungsverfahren

Die Auswertung folgt sowohl quantitativen, als auch qualitativen Gesichtspunkten. Quantitativ wird einmal die absolute und die relative Häufigkeit personaler Benennungen in allen Fragebögen nach ihrer jeweiligen grammatischen Form erfasst und zum zweiten die Verteilung der Häufigkeit einer grammatischen Form pro Frage. Die Daten sind in Tabellenform zusammengetragen und mit einem Kreisdiagramm nochmals verbildlicht worden. Da es bei der Anzahl der genannten Benennungen zu starken Schwankungen gekommen ist, einige Versuchspersonen nannten bis zu zehn verschiedene Personenbezeichnungen andere hingegen nur ein bis zwei, sind die Antworten auf eins genormt. Das heißt beim Auszählen der genannten Benennungen ist immer nur die erste Personenbezeichnung verwendet worden, diese soll die erste Assoziation der Versuchspersonen repräsentieren.

Bei der qualitativen Auswertung sollen die Nennungen an sich genauer analysiert werden und auf Grundlage des MAN-Prinzips untersucht werden. Weiterhin soll der persönliche Kontext der befragten Personen miteinbezogen werden.

Die Personen, welche die Texte mit Beidnennung und im Generischen Maskulinum erhalten haben, dienen in erster Linie als Vergleichsgruppe.

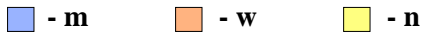
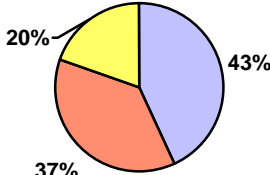
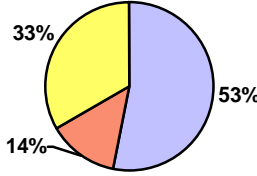
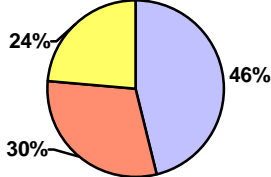
2.3. Ergebnisse

2.3.1. Quantitative Analyse

Zunächst soll geklärt werden, ob und wie sich die Häufigkeit von Personenbezeichnungen in Abhängigkeit von der verwendeten Textform verteilt.

Insgesamt gab es 223 Personenbezeichnungen, davon fielen 67 auf die Fragebögen des Textes mit Beidnennungen, 72 auf die Fragebögen des Textes im g. Maskulinum und 84 auf die Fragebögen des neutral formulierten Textes. Im Folgenden werde ich den Text, der im generischen Maskulinum vorlagen als Texttyp 1, den Text mit Beidnennungen als Texttyp 2 und den neutral formulierten Text als Texttyp 3 bezeichnen. Die Abkürzungen „m“, „w“, „n“ entsprechen den Genusformen männlich (m), weiblich (w) und sächlich (n) der deutschen Grammatik.

Tabelle1 - Verteilung aller genannten personalen Benennungen (Frage 1-7)⁹

	absolute Häufigkeit			insgesamt	Häufigkeit in Prozent
	m	w	n		
Texte mit Beidnennungen (Texttyp2)	31	23	13	67	
Texte im generischen Maskulinum (Texttyp1)	40	12	20	72	
Texte mit neutralen Formulierungen (Texttyp3)	41	25	18	84	


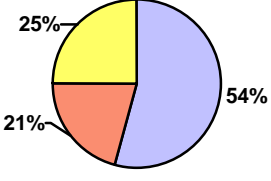
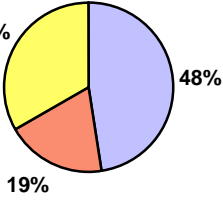
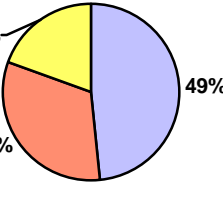
Hier wird schon ersichtlich wie sehr die Anzahl der genannten Personenbezeichnungen schwankt.

Die Häufigkeit der personalen Benennungen in männlicher Form überwiegt bei allen drei Texttypen deutlich. Mit 53% liegt die Häufigkeit der genannten männlichen Personenbezeichnungen beim Texttyp 1 am höchsten, ist aber im Vergleich zu den anderen beiden Texttypen nicht signifikant höher. Die Benennungen in weiblicher Form mit 14% liegen hier deutlich unter der Häufigkeit der beiden anderen Texttypen. Die Häufigkeit der Antworten in weiblicher Form ist beim Texttyp 2 mit 37% am höchsten. Die Zunahme der Benennungen in weiblicher Form bei Texttyp 2 und 3 verläuft fast nur zu Lasten der Benennungen in neutraler Form, auf den Anteil der männlichen Formen hat diese Erhöhung einen nur sehr geringen Einfluss.

Die folgende Tabelle erfasst nur die erstgenannten personalen Benennungen und zeigt dabei leichte Abweichungen zu den Ergebnissen von Tabelle 1.

⁹ Hier habe ich alle personalen Benennungen berücksichtigt und nicht nur die erste Benennung weiterverwendet.

Tabelle 2 - Übersicht aller erstgenannten personalen Benennungen

	absolute Häufigkeit			insgesamt	Häufigkeit in Prozent
	m	w	n		
Texte mit Beidnennungen (Texttyp2)	13	5	6	24	
Texte im generischen Maskulinum (Texttyp 1)	10	4	7	20	
Texte mit neutralen Formulierungen (Texttyp 3)	15	10	6	31	

Der Anteil der männlichen Benennungen liegt jetzt mit 54% beim Texttyp 2 am höchsten, gefolgt von Texttyp 3 mit 49% und Texttyp 1 mit 48%. Die Anzahl der weiblichen Formen nimmt bis auf Texttyp 2 leicht zu, nur dort nimmt der Anteil um 16% ab. Doch noch immer überwiegen die männlichen Benennungen deutlich. Beim Texttyp 3 liegt die Anzahl der weiblichen Formen über der der neutralen Formulierungen.

Die Abweichung bei den Benennungen in weiblicher Form beim Texttyp 2 ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass hier eine feministisch orientierte Person eine sehr lange Liste mit Personenbezeichnungen aufgestellt hat. Über die Hälfte aller personalen Benennungen in weiblicher Form kamen von dieser Person.


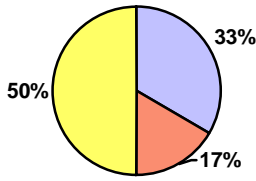
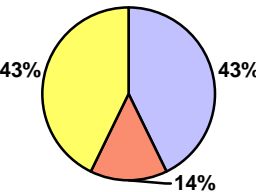
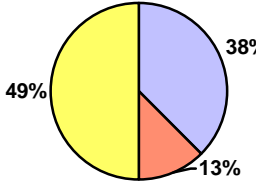
Nun sollen die einzelnen Fragen (4-7) ausgewertet werden. Hier werden nur noch die erstgenannten personalen Benennungen aufgeführt, die Gesamtübersichten dazu finden sich im Anhang.

Frage 4: „Wer wird mit dem Text Ihrer Meinung nach adressiert?“

Insgesamt gab es bei dieser Frage 53 personale Benennungen, davon gehören 17 zum Texttyp1, 19 zum Texttyp 2 und 17 zum Texttyp 3. Wie die Übersicht zeigt überwiegen

zu Frage 4 die neutral formulierten Antworten. Diese machen ca. die Hälfte aller erstgenannten Benennungen aus. Die männlichen Benennungen überwiegen im Vergleich zu den weiblich formulierten Benennungen deutlich, die ca. ein sechstel der Benennungen ausmachen. Die große Häufigkeit der neutral formulierten Benennungen ist wohl auf die sehr allgemeine Art der Frage zurückzuführen, jedenfalls weisen die Antworten darauf hin. Diese bestehen vornehmlich aus neutralen Formulierungen, wie „alle“ und „Menschen“.

Tabelle 3 - Übersicht aller erstgenannten personalen Benennungen in Frage 4


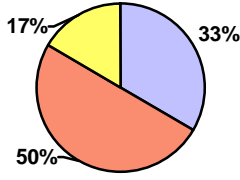
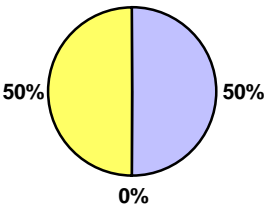
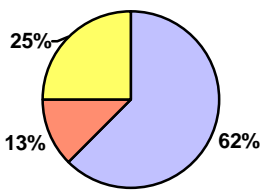
	absolute Häufigkeit			insgesamt	Häufigkeit in Prozent
	m	w	n		
Texte mit Beidnennungen (Texttyp 2)	2	1	3	6	
Texte im generischen Maskulinum (Texttyp 1)	3	1	3	7	
Texte mit neutralen Formulierungen (Texttyp 3)	3	1	4	8	

Frage 5: „Was für Personen werden im Text benannt?“

Hier gab es insgesamt 56 personale Benennungen, davon 22 zu Texttyp 1, 25 zu Texttyp 2 und 20 zu Texttyp 3. Bei Texttyp 1 fällt besonders auf, dass es hier keine Benennungen in weiblicher Form gibt. Die Antworten in männlicher und neutraler Form nehmen jeweils die Hälfte der Benennungen ein. Im Gegensatz zu Texttyp 2, dort überwiegen die Antworten in weiblicher Form sehr deutlich mit 50%. Auch hier ist allerdings zu bemerken, dass drei von sechs Versuchspersonen mit dem sprachkritischen Ansatz vertraut sind, d.h. weitgehend gendersensibel reagieren. Die drei anderen

Versuchspersonen haben in ausschließlich männlicher Form geantwortet. Beim Texttyp 3 haben wir wieder eine eher typische Verteilung, mit sehr deutlicher Überrepräsentanz von männlichen Formen mit 62%.

Tabelle 4 - Übersicht aller erstgenannten personalen Benennungen in Frage 5

	absolute Häufigkeit			insgesamt	Häufigkeit in Prozent
	m	w	n		
Texte mit Beidnennungen (Texttyp 2)	2	3	1	6	
Texte im generischen Maskulinum (Texttyp 1)	3	0	3	6	
Texte mit neutralen Formulierungen (Texttyp 3)	5	1	2	8	

Frage 6: „Benennen Sie zwei Personen aus dem Text spontan mit konkreten Namen.“

Hier war erst einmal nicht mit neutral formulierten personalen Benennungen zu rechnen, trotzdem tauchten mehrere solcher auf. Diese wurden von einer Person eher unbeabsichtigt verursacht, weil diese Person wohl die Frage nicht richtig verstanden hatte, und eine Person wollte gern allgemein bleiben.

Bei Texttyp 1 und 3 überwiegend sehr deutlich die Benennungen in weiblicher Form mit 67% und 62%. Hier haben wir es mit einer signifikanten Überrepräsentanz von personalen Benennungen in weiblicher Form zu tun. Beim Texttyp 2 hingegen wurde nur ein Fünftel in weiblicher Form genannt und drei Fünftel in männlicher Form, die restlichen ein Fünftel gehören zu den oben erwähnten neutralen Formulierungen, die in diesem Zusammenhang keinen Sinn ergeben.

Tabelle 5 - Übersicht aller erstgenannten personalen Benennungen in Frage 6

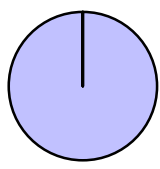
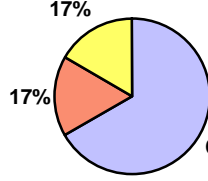
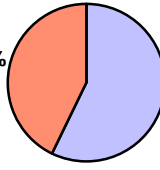
	absolute Häufigkeit			insgesamt	Häufigkeit in Prozent
	m	w	n		■ - m ■ - w ■ - n
Texte mit Beidnennungen (Texttyp 2)	3	1	1	5	
Texte im generischen Maskulinum (Texttyp1)	2	4	0	6	
Texte mit neutralen Formulierungen (Texttyp 3)	3	5	0	8	

Frage 7: „Welchen Personen des öffentlichen Lebens würden Sie ein regelmäßiges Kommunikationstraining besonders empfehlen? Nennen Sie bitte min. 3 Personen mit konkretem Namen.“

Auch bei dieser Frage ist mit keinen neutral formulierten personalen Benennungen zu rechnen gewesen, aber trotz allem ist auch hier eine gefallen. Die Person ist dieselbe wie die bereits oben genannte, die die Fragestellung nicht recht verstanden hat.

In allen Texttypen sind Nennungen von Männern deutlich überrepräsentiert. Texttyp 1 hat immerhin eine personale Benennung in weiblicher Form, 66% referieren auf Männer. Mit Texttyp 2 wurde nicht eine weibliche Person benannt. Mit Texttyp 3 wurden etwas weniger als die Hälfte Frauen und entsprechend etwas mehr Männer benannt.

Tabelle 6 - Übersicht aller erstgenannten personalen Benennungen in Frage 7

	absolute Häufigkeit			insgesamt	Häufigkeit in Prozent
	m	w	n		■ - m ■ - w ■ - n
Texte mit Beidnennungen (Texttyp 2)	5	0	0	5	 0% (w) 100% (m)
Texte im generischen Maskulinum (Texttyp 1)	4	1	1	6	 66% (m) 17% (w) 17% (n)
Texte mit neutralen Formulierungen (Texttyp 3)	4	3	0	7	 57% (m) 43% (w) 0% (n)

2.3.2. Qualitative Analyse

In dieser qualitativ orientierten Analyse möchte ich einerseits konkreter auf einzelne Benennungen eingehen und zu dem versuchen den Kontext des Textes und den der Versuchspersonen in die Betrachtung einzubeziehen.

Auffällig bei der Betrachtung aller genannten personalen Benennungen ist die große Häufigkeit personaler Benennungen in neutraler Form bei den Fragen 4 und 5. Zu diesen gehören am häufigsten die Benennungen „alle“ (8x genannt) und „Menschen“ (10x genannt). Weiterhin wurden öfter die Benennungen „Eltern“, „Familie“, „Kinder“ genannt. Die letztgenannten können m. E. durchaus als neutrale Benennungen gewertet werden, da hier im Idealfall¹⁰ immer weibliche und männliche Personen dazu zählen. Die Benennungen „alle“ und „Menschen“ können jedoch nur eingeschränkt als neutrale Formen gewertet werden, denn folgt man dem MAN-Prinzip, so ist der Mann der typische Vertreter des Menschen, also sind Menschen assoziativ in erster Linie männlich. Entsprechend nehme ich dies auch für die Benennung „alle“ an, denn eine andere mögliche Bezeichnung für „alle“ ist beispielsweise „Menschen“. Unter diesem

¹⁰ und der „Idealfall“ wird ja meist als Stereotyp weitergegeben

Gesichtspunkt verringern sich die Anzahl der tatsächlich neutral gewerteten Personenbezeichnungen erheblich und zwar zu Gunsten der Benennungen in männlicher Form, was das Ergebnis der Überrepräsentanz von männlichen Benennungen nochmals verdeutlicht.

Weiterhin stellt Frage 6 eine Abweichung von der Verteilung der Benennungen der anderen Fragen dar. Die Versuchspersonen, die Texttyp 1 und 3 bekamen, haben nicht wie in den übrigen Fragen überwiegend mit Benennungen in männlicher Form geantwortet, sondern mit weiblichen Personenbezeichnungen. Hier waren mehr als 2/3 aller Benennungen weibliche Personenbezeichnungen. Die Personen, die Texttyp 2 erhielten, haben ebenfalls im Gegensatz zu den anderen Fragen besonders häufig mit männlichen Personenbezeichnungen geantwortet. Ich führe den entgegen gesetzten Gebrauch der grammatischen Form von Personenbezeichnungen auf die Art der Fragestellung zurück. Die Aufgabe war, sich irgendwelche fiktiven Namen auszudenken für die im Text angerissenen Personen. Die Versuchspersonen, die Texttyp 1 und 3 erhielten, haben fast alle nur Vornamen vergeben und diese waren überwiegend weiblich, siehe Tabelle 7. Ich gehe davon aus, dass dies kein Zufall ist, sondern dass hier eine enge assoziative Bindung zwischen Vornamen und den Gebrauch von weiblichen Namen vorliegt. Vornamen werden im Allgemeinen mit dem privaten Bereich assoziiert, welcher historisch und soziokulturell als der Bereich der Frau gilt. Die Abweichung belegt also nur die gängige Annahme, einer stereotypgeleiteten, geschlechtsspezifischen Rollenverteilung. Die häufigen Nennungen von männlichen Namen der Versuchspersonen mit Texttyp 2 sind mir nicht ganz zugänglich. Auffällig ist nur, dass viele dieser männlichen Personenbezeichnungen nicht einfach nur Vornamen sind, wie überwiegend bei den genannten weiblichen Namen, sondern öfter vollständige Namen waren, also Vor- und Nachname oder nur der Nachname aufgeführt wurde. Weiterhin tauchen bei diesen Personenbezeichnungen auch konkrete Männer des öffentlichen Lebens¹¹ auf. Ich möchte dies als leichte Sichtbarkeit der Verbindung Mann = öffentliches Leben und Frau = privates Leben interpretieren.

Tabelle 7 – Verteilung der Namen als Vor- oder Nachnamen

Texttyp	nur Vornamen		Vor- und/oder Nachnamen	
	weiblich	männlich	weiblich	männlich
1 – gener. Maskulinum	6	-	-	2
2 – Beidnennung	3	2	-	4
3 – neutrale Formulierung	10	8	1	-

¹¹ z.B. Jürgen Fliege

2.3.3. Zusammenfassung

Die Ergebnisse bestätigen die sprachkritische Annahme, dass Männer sprachlich überrepräsentiert sind. Die Antworten zu den Fragen, außer Frage 6, bestehen zu 1/3 bis 1/2 aus maskulinen personalen Benennungen. Das Konzept „Mann“ wird also eher bzw. häufiger wirksam als das Konzept „Frau“. Dabei gibt es keine signifikanten Unterschiede bezüglich der Häufigkeiten von femininen und maskulinen Personenbezeichnungen zwischen den Texttypen, insbesondere zwischen Texttyp1 und 3. Eine Ausnahme unter Vorbehalt bilden die Antworten der Versuchspersonen, die Texttyp 2 erhielten. Hier wurden zwar deutlich mehr Frauen genannt als in den Vergleichsgruppen mit Texttyp 1 und 3, aber dies liegt m. E. nicht an der verwendeten Sprachform. Entscheidend dafür war das gendersensible Vorwissen bzw. die Einstellung der Versuchspersonen. Drei von sechs Versuchspersonen hatten dieses Vorwissen, wodurch der Schnitt der femininen Benennungen deutlich gehoben wurde. Die anderen drei Versuchspersonen haben nahezu identisch mit der Vergleichsgruppe Texttyp1 geantwortet. Die Antworten zu Frage 6 zeigen die mentale Zuordnung von Männern zum öffentlichen Bereich des Lebens, durch die Vergabe von Vor- und Nachnamen durch die Versuchspersonen. Frauen hingegen wurden deutlich mit dem privaten Lebensbereich assoziiert, was die überdurchschnittlich hohe Vergabe von Vornamen zeigt.

Die Ergebnisse legen nahe, dass die verwendete Sprachform keine signifikante Wirkung auf die Versuchspersonen und ihre Antworten hat. Stattdessen aber das gendersensible Vorwissen und die sprachkritische Einstellung der Versuchspersonen. Da allerdings bereits mehrere empirische Studien zu diesem Thema zu anderen, gegensätzlichen Ergebnissen gelangt, nehme ich an, dass dies am Aufbau meiner empirischen Untersuchung liegt. So ist die Untersuchung beispielsweise nicht repräsentativ, da nur 19 Versuchspersonen daran teilgenommen haben.

Ich möchte den Gebrauch von Alternativformen trotz der Ergebnisse befürworten, sowohl Beidnennungen, als auch neutrale Formulierungen, da ich annehme, dass diese Formen die Gendersensibilität wenn nicht sofort dann zumindest nachhaltig fördern und somit früher oder später die sprachliche und soziale Gleichstellung von Frauen begünstigen.

3. Literatur

- **Braun, Frederike; Szezsny, Sabine; Stahlberg Dagmar.** „Das generische Maskulinum und die Alternativen. Empirische Studien zur Wirkung generischer Personenbezeichnungen im Deutschen.“, in: Germanistische Linguistik 167/168: Neuere Ergebnisse der empirischen Genderforschung 2002
- **Kroll, Renate** (Hrg.). Metzler Lexikon Gender Studies – Geschlechterforschung (2002).
- **Eckert, Penelope and Mc Connell-Ginet, Sally.** "Constructing Meaning, Constructing Selves", in: Iaia Hale and M. Bucholz, eds., *Gender articulated*. London/ N.Y., 1995, S. 469-507.
- **Eckert, Penelope and Mc Connell-Ginet, Sally.** "New generalizations and explanations", in: *Language and gender research.* Cambridge University Press, 1999, S. 185-201.
- **Frank, Karsta.** "Sprachgewalt: Die sprachliche Reproduktion der Geschlechterhierarchie. Elemente einer feministischen Linguistik im Kontext einer sozialwissenschaftlichen Frauenforschung. Tübingen, 1992, S.61-123.
- **Gottburgsen, Anja.** „Stereotypmuster des sprachlichen doing gender. Eine empirische Untersuchung.“, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 2000.
- **Holmes, Janet and Meyerhoff, Miriam.** "The Community of Practice: Theories and Methodologies in language and gender research." Cambridge University Press, 1999, *Language in society* (28), S. 173-183.
- **Romaine, Suzanne.** "Doing gender", in: *Communicating Gender*, New Jersey, 1999, S. 1-30.
- **Samel, Ingrid.** "Feministische Gesprächsforschung", in: *Einführung in die feministische Sprachwissenschaft*. Berlin: Erich Schmidt, 1995, S. 145-205.
- **Schmidt, Claudia.** „'KFZ-Mechaniker wird Schauspielerin.' Zum Gebrauch des Maskulinum unter psycholinguistischem Aspekt“; aus: „Geschlechterkonstruktionen in Sprache, Literatur, und Gesellschaft: Gedenkschrift für Gisela Schoenthal.“; Cheauré, Elisabeth et al (Hrg.); Freiburg (Rombach), S.223-246.
- **Trömel-Plötz, Senta.** „Feminismus und Linguistik“, aus: „Feminismus. Inspektion der Herrenkultur. Ein Handbuch.“, Hrg. Luise F. Pusch, Suhrkamp Verlag Frankfurt a.M. 1983
- **Weedon, Chris.** „Wissen und Erfahrung. Feministische Praxis und poststrukturalistische Theorie.“, Zürich (eFeF), 1991.

4. Anhang

4.1. Texttyp 1 (generisches Maskulinum)

Kommunikation ¹

Sie wissen wie mannigfaltig der Mensch ist. Jeder Leser hat sicher schon oft erlebt, dass man einem Gesprächspartner etwas sagt oder ihm eine Frage stellt, und der andere reagiert völlig unerwartet – was einen dann verärgert. Die Fragen die dabei entstehen und die es zu beantworten gilt, lauten: Warum reagiert der Mensch so ‚komisch‘? Warum reagieren manche Menschen so oft mit belehrenden Worten, andere mit Anklagen, wieder andere mit Rechtfertigungen, während der letzte häufig sachlich antwortet?

Würde es uns im täglichen Leben nicht außerordentlich helfen, derartige Fragen ‚besser‘ beantworten zu können, damit man ‚besser‘ reagieren kann? Wenn sie zustimmen, dann wissen sie auch: Man kann oft viel dazu beitragen, eine Kommunikation zu retten oder doch zumindest zu verbessern, statt sie zu einem Streit auswachsen zu lassen, an deren Ende alle Beteiligten verärgert sein werden. Dabei ist die soziale Position, die sie und ihre Gesprächspartner einnehmen, vollkommen egal: Ob sie ein Kunde sind, der sich eben *nicht* über einen Verkäufer oder über den Service im Restaurant ärgert, weil er den ‚Mechanismus dahinter‘ erkannt hat. Oder ob sie in der Rolle des Verkäufers ihre Kunden besser ansprechen wollen – immer hilft ein Verständnis dessen, was gerade abläuft. Ob sie als Chef ihre Mitarbeiter begeistern oder als Elternteil ihre Kinder zur Mitarbeit im Hause motivieren wollen – mit mehr ‚Know-how‘ geht es besser. Ob sie als Pfarrer oder Sozialarbeiter ihre seelsorgerische Arbeit erfolgreicher gestalten wollen, oder ob sie besser mit dem Partner, mit Freunden, Kollegen oder Nachbarn auskommen möchten – je besser sie die Situationen erfassen, desto reibungsloser können sie kommunizieren.

Wir gehen von der Annahme aus, der Leser kann eine optimale Kommunikation lernen. Wenn er weiß, worauf er bei seinen Mitmenschen achten möchte, wird er sich Menschenkenntnis viel schneller und gezielter aneignen können. Es liegt auf der Hand, dass er seine zwischenmenschlichen Beziehungen in dem Maße verbessern kann, in dem er seine Mitmenschen erst einmal ‚erkennt‘. Natürlich wird er auch über sich selbst einiges lernen, wenn er dazu bereit ist.

¹ In leicht veränderter Form aus: V.F. Birkenbihl: „Kommunikationstraining: zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten“, mvg-verlag, 1994.

4.2. Texttyp 2 (Beidnennungen)

Kommunikation ¹

Sie wissen wie mannigfaltig der Mensch ist. Sie haben schon oft erlebt, dass man/frau einem/r GesprächspartnerIn etwas sagt oder ihm/ihr eine Frage stellt, und der/die andere reagiert völlig unerwartet – was einen dann verärgert. Die Fragen die dabei entstehen und die es zu beantworten gilt, lauten: Warum reagiert der Mensch so ‚komisch‘? Warum reagieren manche Menschen so oft mit behelrenden Worten, andere mit Anklagen, wieder andere mit Rechtfertigungen, während der letzte häufig sachlich antwortet?

Würde es uns im täglichen Leben nicht außerordentlich helfen, derartige Fragen ‚besser‘ beantworten zu können, damit wir ‚besser‘ reagieren können? Wenn sie zustimmen, dann wissen sie auch: Man/frau kann oft viel dazu beitragen, eine Kommunikation zu retten oder doch zumindest zu verbessern, statt sie zu einem Streit auswachsen zu lassen, an deren Ende alle Beteiligten verärgert sein werden. Dabei ist die soziale Position, die sie und ihre GesprächspartnerInnen einnehmen, vollkommen egal: Ob sie ein Kunde/ eine Kundin sind, der/die sich eben *nicht* über eine/n VerkäuferIn oder über den Service im Restaurant ärgert, weil der ‚Mechanismus dahinter‘ erkannt wurde. Oder ob sie in der Rolle der VerkäuferIn ihre Kunden und Kundinnen besser ansprechen wollen – immer hilft ein Verständnis dessen, was gerade abläuft. Ob sie als ChefIn ihre MitarbeiterInnen begeistern oder als Elternteil ihre Kinder zur Mitarbeit im Hause motivieren wollen – mit mehr ‚Know-how‘ geht es besser. Ob sie als PfarrerIn oder SozialarbeiterIn ihre seelsorgerische Arbeit erfolgreicher gestalten wollen, oder ob sie besser mit dem/der PartnerIn, mit FreundInnen, KollegInnen oder NachbarInnen auskommen möchten – je besser sie die Situationen erfassen, desto reibungsloser können sie kommunizieren.

Wir gehen von der Annahme aus, der/die LeserIn kann eine optimale Kommunikation lernen. Wenn sie wissen, worauf sie bei ihren Mitmenschen achten möchte, werden sie sich Menschenkenntnis viel schneller und gezielter aneignen können. Es liegt auf der Hand, dass sie ihre zwischenmenschlichen Beziehungen in dem Maße verbessern können, in dem sie ihre Mitmenschen erst einmal ‚erkennen‘. Natürlich werden sie auch über sich selbst einiges lernen, wenn sie dazu bereit sind.

¹ In leicht veränderter Form aus: V.F. Birkenbihl: „Kommunikationstraining: zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten“, mvg-verlag, 1994.

4.3. Texttyp 3 (neutrale Formulierung)

Kommunikation¹

Sie wissen wie mannigfaltig der Mensch ist. Sie haben schon oft erlebt, dass sie im Gespräch etwas gesagt haben oder eine Frage gestellt haben, und ihr Gegenüber reagierte völlig unerwartet – was sie dann verärgerte. Die Fragen die dabei entstehen und die es zu beantworten gilt, lauten: Warum reagiert der Mensch so ‚komisch‘? Warum reagieren manche Menschen so oft mit behelrenden Worten, andere mit Anklagen, wieder andere mit Rechtfertigungen, während einige häufig sachlich antworten?

Würde es uns im täglichen Leben nicht außerordentlich helfen, derartige Fragen ‚besser‘ beantworten zu können, damit wir ‚besser‘ reagieren können? Wenn sie zustimmen, dann wissen sie auch: Sie selbst können oft viel dazu beitragen, eine Kommunikation zu retten oder doch zumindest zu verbessern, statt zu einem Streit auswachsen zu lassen, an deren Ende alle Beteiligten verärgert sein werden. Dabei ist die soziale Position, die sie und andere Diskutierende einnehmen, vollkommen egal: Ob sie sich eben *nicht* über das Verkaufspersonal oder über den Service im Restaurant ärgern, weil sie den ‚Mechanismus dahinter‘ erkannt haben. Oder ob sie selbst verkaufen und in dieser Rolle ihre Kunden besser ansprechen wollen – immer hilft ein Verständnis dessen, was gerade abläuft. Ob sie in leitender Funktion ihre Team begeistern oder als Elternteil ihre Kinder zur Mitarbeit im Hause motivieren wollen – mit mehr ‚Know-how‘ geht es besser. Ob sie ihre seelsorgerische Arbeit für die Kirche oder andere soziale Einrichtungen erfolgreicher gestalten wollen, oder ob sie besser in ihrer Partnerschaft, im Freundeskreis, beruflichen oder nachbarschaftlichen Umfeld auskommen möchten – je besser sie die Situationen erfassen, desto reibungsloser können sie kommunizieren.

Wir gehen von der Annahme aus, mit Hilfe der folgenden Ausarbeitung kann eine optimale Kommunikation sicher erlernt werden. Wenn sie wissen, worauf sie bei ihren Mitmenschen achten möchte, werden sie sich Menschenkenntnis viel schneller und gezielter aneignen können. Es liegt auf der Hand, dass sie ihre zwischenmenschlichen Beziehungen in dem Maße verbessern können, in dem sie ihre Mitmenschen erst einmal ‚erkennen‘. Natürlich werden sie beim Lesen auch einiges über sich selbst lernen, wenn sie dazu bereit sind.

¹ In leicht veränderter Form aus: V.F. Birkenbihl: „Kommunikationstraining: zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten“, mvg-verlag, 1994.

4.4. Fragenkatalog

Fragen zum Text

Beantworten Sie die nachfolgenden Fragen bitte spontan und stichwortartig, was Ihnen als erstes in den Kopf kommt. Keine der Fragen sollten Sie länger als 15 Sekunden bearbeiten. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten.

Nennen Sie drei Stichworte, worum es im Text geht.

.....
.....
.....

Was ist die Intension des Textes?

.....
.....
.....

In welchem Kontext könnte der Text gebraucht werden?

.....
.....
.....

Wer wird mit dem Text Ihrer Meinung nach adressiert? / An wen würden Sie den Text adressieren?

.....
.....
.....

Was für Personen werden im Text benannt?

.....
.....
.....

Geben Sie drei Personen aus dem Text spontan einen konkreten Namen.

.....
.....
.....

Welchen Personen des öffentlichen Lebens würden Sie ein regelmäßiges Kommunikationstraining besonders empfehlen? Nennen Sie bitte min. drei Personen konkret mit Namen.

.....
.....
.....

Ist Ihnen während des Lesens etwas besonders positiv oder negativ am Text aufgefallen? Was?

.....
.....
.....
.....
.....

4.5. Fragebogen zur Person

Fragen zur Person

Vor-/ Familienname:

Alter: Geschlecht:

Familienstand:

Kinder (Alter):

Wohnort:

Schulabschluss:

Tätigkeit/ Fach:

Welchen Freizeitbeschäftigungen gehen Sie im Moment am häufigsten nach?

.....
.....

Lesen Sie regelmäßig Tages- oder Wochenzeitungen, Fachzeitschriften, o.ä.?
Welche?

.....
.....

Welche sozialen / gesell.-politischen Themen interessieren Sie besonders, welche
nerven sie? Warum?

.....
.....
.....
.....
.....

Engagier(t)en Sie sich ehrenamtlich? (Organisation, Funktion, Zeitraum)

.....
.....
.....
.....
.....

Was Sie noch sagen wollten ...

.....
.....
.....
.....
.....

4.5. Tabellen zu den personalen Benennungen der Fragebögen

Tabelle 4.1: Übersicht aller genannten personalen Benennungen

	F (1-3), 4	F5	F6	F7	Bemerkungen
m/w Bianca	alle	Partnerin, Chefin, Eltern, Kinder	Ich (Kunde), Dirk (Verkäufer)	Politiker, Stoiber, Ausbilder Heinrich	Femin. Bewusstsein, wusste vom Studienfach
m/w Anna	Menschen	Kellner, Chefs, Pfarrer	Pfarrer Pforzheim, Kellnerin Karin	Vater, Frau Weise, Sara Grohe	Wusste nix vom Studienfach
m/w Anne	(LeserIn,) Menschen	SeelsorgerInnen, KundInnen, VerkäuferInnen, Service-Personal	Jürgen Fliege, Billy Graham	Jürgen Mlyneck, Joschka Fischer, Benedikt XVI	Genderstudierende im Endstadium
m/w Carina	(jeder) jeder, Grundschüler	Personen	-	Ratzinger	Wusste vom Studienfach
m/w Georg	jeder	Pfarrer, Sozialarbeiter, Kunden, Verkäufer, Mitmenschen	Knut Soppa, Franzi, Frank		Wusste vom Studienfach
m/w Diana	Oma&Opa, Funktionäre&Beamte, PolizistInnen, LehrerInnen, BotschafterInnen, PolitikerInnen, Security, VerkäuferInnen, leitende Angestellte, Politessen, Eltern von Freunden	Ich selbst, PartnerInnen, KundInnen, ChefInnen, Verwandte	Menschen	Institutsleiter Prof. Böhme, InterviewerInnen im Radio, E. Stoiber	Femin. Bewusstsein, stud. Frauenbeauftragte an der LGF, Weiß Studienfach
gm Bernward	(Menschen, seine eigenen...) Jemand der seine/ihre, Mitarbeiterinnen	Eltern, Seelsorger, Mitarbeiter, Kollegen	Meine Schwester Christa, meine Schwester Dorothee	Joschka Fischer, Christoph Strässer, Roland Matzdorf	Wusste vom Studienfach
gm Kerstin	Freundeskreis	Verkäufer, Kunden, Partner, Eltern,	Wiebke, Simone	Hans, Helge	Wusste nix, aber lebt lesbisch

		Freude			
gm Sarah	(Leser) Teams, Kindergärten, cholerische Typen, Hysterische, Harmoniesüchtige	Kollegen, Käufer, Verkäufer, Familien, Mütter, Väter, Kinder, Chefs	Simone (Kellnerin), Petra (Eisverkäuferin) (Mutter)	Typ aus dem Baumarkt, Ärzte	Wusste nix vom Studienfach
gm Clement	sein Gegenüber alle, die Weltbevölkerung Personen	Alle, Gesellschaft	Chef, Angestellte, Politiker, Familie	alle	Weiss gar nix
gm Tobias	(des Gegenübers, Leser) Laien, Eltern, Lehrer, Führungskräfte	Gesprächspartner	Dr. H.Schauer (m), Wolfgang Apostel	Angela Merkel, Hochschullehrer n, Lehrer allg., Polizisten	
n Eike	alle	Partner, Berufstätige, Familie	Kristin, Bruno, Dad	Friedmann, Westerwelle, A. Christidis	Weiß Bescheid
n Jo	(des Gegenüber, Sender, Empfänger) Esotheriker	Nachbarn	Toni, Markus, Lisa		Weiß vom Studienfach
n Janette	(Erzieher, Pädagogen, Sozialarbeiter), alle, jeden Menschen	Menschen, Diskutierende, Verkaufspersonal	Mike, Andrea	Jan (Exfreund), Friseurin am Bhf., G.Schröder	Wußte von der Studie + vom Studienfach
n Nina	an mich als Leserin, alle/viele, Seminarteilnehmerinn en	Verkäuferinnen, Kundinnen, ich, Kommunikationspartne r	Jutta (Kellnerin, Verkäuferin), Mirjam (Kundin)	Gundela Thies, Marc Boetcher, Martin Agasti	Gender Studentin
n Arne	alle, (Menschen)	Verkäufer, Käufer, Gegenüber	Herbert (Kunde), Corinna (Verkäuferin)	Friedmann, Hilton Schwestern, Kada Loth (TV)	
n Mela	(Streit-Schlichter), alle Gruppen wie Familien, Partner, Arbeitskollegen, Kunden	Restaurantgäste, Bedienung, Mütter und Väter	Kellnerin Rachel, Mutter Susi, Nachbar Hans	Thomas Gottschalk, Condolatta Rice, Sandra Maischberger	Weiß vom Studienfach

n Carmen	(Partnerschaftsberatung), jeder, an jeden	Verkäufer	Manuela, Heidrun	Alexandra C.	Weiß vom Studienfach
n Susanne	(Quelle Kunden) Quelle Kunden	Quelle Kunden	Frau Hamburg, Kubik (Exfreund)	Barbara Schöneberger, Nils Ruf, Oliver Pocher	Wusste vom Studienfach

Tabelle 4.2.: Übersicht der genannten personalen Benennungen in Frage 4

Frage 4: „Wer wird mit dem Text Ihrer Meinung nach adressiert?“

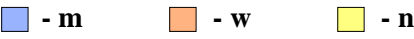
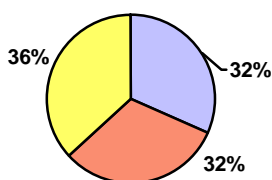
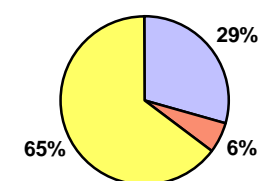
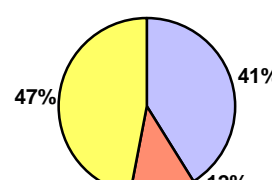
	m	w	n	insgesamt pro Text	
Texte mit Beidnennungen	6	6	7	19	
Texte im generischen Maskulinum	5	1	11	17	
Texte mit neutralen Formulierungen	7	2	8	17	

Tabelle 4.3.: Übersicht der genannten personalen Benennungen in Frage 5

Frage 5: „Was für Personen werden im Text benannt?“


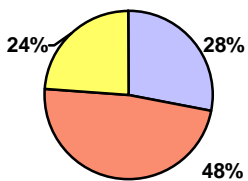
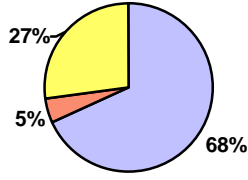
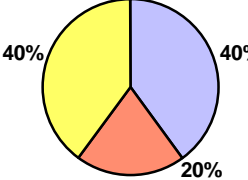
	m	w	n	insgesamt pro Text	
Texte mit Beidnennungen	7	12	6	25	
Texte im generischen Maskulinum	15	1	6	22	
Texte mit neutralen Formulierungen	8	4	8	20	

Tabelle 4.4.: Übersicht der genannten personalen Benennungen in Frage 6

Frage 6: „Benennen Sie zwei Personen aus dem Text spontan mit konkreten Namen.“


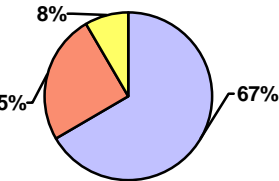
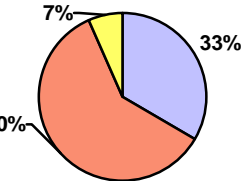
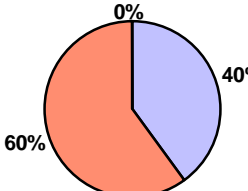
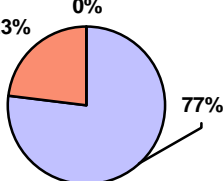
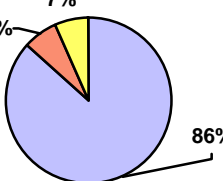
	m	w	n	insgesamt pro Text	
Texte mit Beidnennungen	8	3	1	12	
Texte im generischen Maskulinum	5	9	1	15	
Texte mit neutralen Formulierungen	8	12	0	20	

Tabelle 4.5.: Übersicht der genannten personalen Benennungen in Frage 7

Frage 7: „Welchen Personen des öffentlichen Lebens würden Sie ein regelmäßiges Kommunikationstraining besonders empfehlen? Nennen Sie bitte min. 3 Personen mit konkretem Namen.“

	m	w	n	insgesamt	■ - m ■ - w ■ - n
Texte mit Beidnennungen	10	3	0	13	
Texte im generischen Maskulinum	13	1	1	15	
Texte mit neutralen Formulierungen	11	8	0	19	