Sina Lautenschläger

(Stereotype) Männlichkeit und Weiblichkeit im Pressetext

Abstract

Der Beitrag untersucht die sprachliche Konstruktion von Geschlechtsspezifik anhand des Lexempaares *weiblich* und *männlich* in bundesdeutschen Pressetexten des Jahres 2013. Neben der konstruktivistischen Prämisse, die davon ausgeht, dass die menschliche Wahrnehmung der Wirklichkeit zu einem Großteil durch Sprache geformt wird, liegt das Konzept *doing gender* zugrunde, wonach Geschlecht (*gender*) nicht etwas ist, das man *hat*, sondern etwas, das man *tut*. Dem (pressetextlichen) Sprachgebrauch kommt dabei eine entscheidende Rolle zu: Die hier (re)produzierten (stereotypen) Rollenbilder, die sich als Muster sedimentieren, werden mittels korpuslinguistischer Methoden quantitativ erhoben und qualitativ framesemantisch analysiert. Damit werden sowohl explizit geäußerte Stereotype aufgezeigt als auch implizit zugrunde liegende geschlechtsspezifische Vorstellungen erfasst.

1. Theoretische Prämissen

Stereotype Vorstellungen davon, was Männlichkeit und Weiblichkeit ‚ist'[1], welche Fähigkeiten und Eigenschaften Männer und Frauen ‚besitzen' und wie sie sich typischerweise verhalten, sind von jeher vorhanden und gehen stets von einer Komplementarität und Polarität aus. Als besonders einprägsam gilt dabei der Geschlechterdiskurs des 18./19. Jahrhunderts, der „noch immer auf das Alltagsverständnis dessen [wirkt], was Frauen und Männer sind" (Schaufler 2002, 195). Dieses geschlechtsspezifische Alltagsverständnis wird von Wetterer (2008, 46) als das „alltagsweltliche Geschlechterwissen" bezeichnet, welches sich dadurch auszeichnet, dass „[e]s […] einen breiten Fundus von stillschweigenden Annahmen und inkorporierten Handlungsroutinen [umfasst], die sich der bewussten Verfügbarkeit nicht zuletzt deshalb

1 Ontologisch wirkende Aussagen über das *So-Sein* oder *So-Verhalten* von Männern und Frauen sind im Folgenden stets unter Rückbezug auf die sprachliche Konstruktion von Weiblichkeit und Männlichkeit zu verstehen. Damit wird nicht wiedergegeben, wie Männer und Frauen außerhalb der *Medienrealität* (s. u.) ‚sind', sondern nur, wie sie mitsamt Verhaltensweisen und Charakteristika in den Pressetexten dargestellt, beschrieben und somit konstruiert werden.

Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 91 (2017), 217–236

entziehen, weil wir sie zwar ‚haben', aber nicht wissen, dass wir uns in ihrem ‚Besitz' befinden" (Wetterer 2010, 9).

Die kontrastive Gegenüberstellung der Geschlechterrollen, in deren Zuge den Frauen der heimische und den Männern der öffentliche Bereich zugewiesen wurde, „hat sich bis Mitte des 19. Jahrhunderts [[p]arallel zur Formation des Bürgertums] vollzogen" (Stocker 2005, 13). Diese Polarisierung, die noch heute Auswirkungen auf das alltagsweltliche Geschlechterwissen hat, wurde dabei mit geschlechtsspezifischen *naturgegebenen* Wesensmerkmalen erklärt (vgl. Stocker 2005, 13). Diese Annahme, die die Geschlechter zu diesem oder jenem Handeln und Sein biologisch verpflichtet sieht, ist seit den 1960er und 1970er Jahren in der Frauen- und Geschlechterforschung nicht mehr aktuell, stattdessen stehen kulturelle Einflüsse und somit die Konstruktion des kulturellen Geschlechts (*gender*) in Abgrenzung zum biologischen Geschlecht (*sex*) im Fokus. Problematisch an der *sex-gender*-Trennung ist allerdings, dass dabei der „heimliche Biologismus" (Gildemeister 2008, 138) nicht überwunden wird, denn bei dieser Unterscheidung „[wurde] implizit von einem ‚natürlichen Unterschied' ausgegangen und die kulturellen Ausprägungen von ‚gender' [wurden, S.L.] lediglich als gesellschaftlicher Reflex auf Natur gefasst" (Gildemeister 2008, 137). Ohne diesen biologisch fundierten Rückgriff auf Natur (*sex*) kommt das auf West/Zimmermann (1987) zurückgehende Konzept *doing gender* aus, dem sich die folgenden Ausführungen anschließen. Mit *doing gender* wird darauf verwiesen,

> Geschlecht bzw. Geschlechtszugehörigkeit nicht als Eigenschaft oder Merkmal von Individuen zu betrachten, sondern jene *sozialen Prozesse* in den Blick zu nehmen, in denen „Geschlecht" als sozial folgenreiche Unterscheidung hervorgebracht und reproduziert wird. (Gildemeister 2008, 137) [Hervorhebung im Original]

Die begriffliche Erweiterung durch *doing* zeigt entsprechend an, dass *gender* nicht etwas ist, das man *hat*, sondern etwas, das man *tut* (vgl. Mühlen Achs 2004, 201): Die kulturell-soziale Konstruktionsleistung, also die interaktive Konstruktion der Akteur*innen bezüglich *gender* und dessen Inszenierung, steht im Mittelpunkt. Dabei kommt der *parole* – in diesem Beitrag begrenzt auf den pressetextlichen Sprachgebrauch des Jahres 2013, der sich ausschließlich auf die Lexeme *männlich* und *weiblich* bezieht[2] – eine besondere Rolle

2 Durch den thematischen Zuschnitt auf die Lexeme *weiblich* und *männlich* gerät primär ein Sprachgebrauch in den Fokus, der postuliert, dass es zwei (und nur zwei) Geschlechter gibt, und der somit den Geschlechtsbinarismus und damit einhergehend Heteronormativität als Norm konstatiert. Auch Bezeichnungen wie z. B. *intersexuell* (d. h. *zwischen* den

zu, denn dem gemäßigten Konstruktivismus folgend wird davon ausgegangen, dass „[d]ie Sprache […] die Sachverhalte der Wirklichkeit nicht einfach ab[bildet], sondern [sich] in ihren Begriffen bereits die spezifische Gestaltung der kulturellen Welt [spiegelt]" (Gardt 2003, 286). Sprache vermittelt also nicht nur Wirklichkeit (vgl. dazu auch Berger/Luckmann [21]2007), sondern trägt maßgeblich zu deren Formung und Konstruktion bei und hat somit bedeutenden Einfluss darauf, wie Geschlecht ‚gemacht' und wahrgenommen wird. Gerade die Massenmedien sind an der Verbreitung und Verfestigung stereotyper geschlechtsspezifischer Zuschreibungen beteiligt, wobei diese nicht nur explizit, sondern auch implizit vermittelt werden. Hierbei gilt es zu berücksichtigen, dass es sich im vorliegenden Fall um eine Analyse der *Medienrealität* (Felder 2009, 23) handelt, d. h., der Untersuchungsgegenstand ist ein „perspektivierter Ausschnitt von Welt zur interessengeleiteten Konstitution von Realität im Spektrum verschiedener Wirklichkeiten" (Felder 2009, 23). Dadurch, dass Medien diversen Nachrichtenfaktoren[3] folgen und verstärkt bestimmte (aktuelle, brisante, skandalöse etc.) Ereignisse aufgreifen und darüber gehäuft und intensiv berichten, beeinflussen sie bezüglich des (explizit und implizit) thematisierten Sachverhalts die Wahrnehmung der Rezipient*innen. Außerdem gilt ganz generell, „dass man in einer Zeitung nicht den funktio-

(zwei) Geschlechtern stehend) oder *androgyn* haben jeweils nur in einem System Bestand, das auf dieser Zweigeschlechtlichkeit und Heteronormativität beruht, denn „‚[a]ndrogyn' beispielsweise, macht ohne das Wissen um die Differenz zwischen Frau und Mann keinen Sinn, ebenso wenig ist der Begriff ‚bisexuell' ohne die Unterscheidung zwischen Homo- und Heterosexualität verstehbar" (Villa 2000, 128).

3 Rüskamp (2008, 100–101) nennt die folgenden: „*Kurze Dauer und rasche Entwicklung*: Ein plötzlich eintretendes kurzzeitiges Ereignis ist weit eher zur Nachricht geeignet als Prozesse, die viel Zeit in Anspruch nehmen. *Stärke des Ereignisses*: Je brutaler ein Verbrechen, je furchtbarer eine Naturkatastrophe, desto größer die Schlagzeile – desto größer vermutlich auch das Leserinteresse. *Nähe zur Redaktion, zum Publikum*: Dies ist zunächst einmal räumlich zu verstehen. […] Nähe ist aber auch kulturell zu verstehen: Erscheinungen der abendländischen Kultur stehen uns näher, als die anderer Kulturkreise […]. *Übereinstimmung mit Stereotypen*: Eine Nachricht, die an Bekanntes anknüpft, interessiert mehr als eine Nachricht, die völlig neue Strukturen schafft. Zumeist werden bekannte Handlungsmuster fortgesetzt. *Kontinuität des Themas*: Die Fortsetzung einer Nachricht interessiert, weil man wissen will, wie es weitergeht, welche Folgen eingetreten sind. *Personalisierung*: Namen sind Nachrichten. *Zentralität des Ereignisortes:* Dahinter steht die Vermutung, dass sich […] Deutsche mehr interessieren für Vorgänge in Berlin und Franzosen mehr für solche in Paris." Ergänzend dazu können noch Luhmanns Angaben herangezogen werden (vgl. Luhmann [3]2004, 58–61): Neuheit der Information; Überraschung (Wiederholungen sind unerwünscht), Bevorzugung von Konflikten, Nennen von Quantitäten, Normverstöße (mitunter Skandale), Aktualität.

nierenden Alltag findet, sondern dessen kurzzeitige Störung“ (Rüskamp 2008, 100). Die nachfolgend thematisierten Stereotype und Rollenbilder, die sich musterhaft in den Pressetexten wiederfinden lassen, sind also stets unter der Bedingung zu verstehen, dass es sich um die *Medienrealität* handelt.

2. Stereotype

Stereotype werden u. a. durch den Sprachgebrauch (re)produziert und vermittelt. Bevor auf die hier relevanten Assoziationsstereotype eingegangen wird, sei zunächst mit Putnam (1979) darauf hingewiesen, dass der Begriff *Stereotyp* wertneutral[4] zu verstehen ist. Stereotype dienen der Komplexitätsreduktion und Vereinfachung von Kommunikation und sind „vielfach hilfreiche oder als hilfreich wahrgenommene Ordnungsrahmen für das Strukturieren und Vereinfachen einer sozialen Situation“ (Klauer 2008, 23). Stets zu berücksichtigen ist dabei, dass Stereotype nicht immer (oder auch gar nicht) zutreffend sind:

> Daß ein Merkmal […] in dem mit einem Wort verknüpften Stereotyp enthalten ist, heißt nicht, daß es eine analytische Wahrheit wäre, daß alle *X*s oder auch nur die meisten *X*s oder auch nur alle normalen *X*s oder auch nur überhaupt irgendwelche *X*s dieses Merkmal aufweisen. (Putnam 1979, 68)

Putnam „[schätzt] den Einfluss der *sprachgebundenen Interaktion* auf die Genese von sprecherspezifischem, lexikalisch gebundenem Alltagswissen höher [ein] als die tatsächliche, individuelle Erfahrung der Sprecher mit den jeweiligen Kategorienmitgliedern“ (Konerding 2001, 157) [Hervorhebung S. L.], was bedeutet, dass das *Sprechen* über X ausgeprägter ist als die eigene Erfahrung und Auseinandersetzung damit: Zuschreibungen zu X werden also primär unkritisch von anderen Gruppenmitgliedern übernommen (vgl. Konerding 2006, 2613). An diesen Ausführungen wird deutlich, dass der Sprachgebrauch, der das stereotype Wissen stützen oder gar erst generieren kann, signifikanten Einfluss auf die Wahrnehmung hat.

Assoziationsstereotype (bzw. assoziativ-semantische Stereotype) „erfassen mit einem sprachlichen Ausdruck verbundene Bedeutungsassoziationen […] [und, S. L.] sind damit mentale Repräsentationen sozial geteilter Zuschreibun-

4 Dem gegenüber steht die im alltäglichen Sprachgebrauch verbreitete, negativ konnotierte Ansicht, dass „ein Stereotyp eine konventional verwurzelte (*häufig übelmeinende* und möglicherweise völlig aus der Luft gegriffene) Meinung darüber [ist], wie ein *X* aussehe oder was es tue oder sei“ (Putnam 1979, 68) [Hervorhebung S. L.].

gen, welche die im engeren Sinn semantische Bedeutung ergänzen" (Stocker 2005, 72). Sie sind aus diesem Grunde „referenzsemantisch grundsätzlich nicht auf außersprachliche Gegenstände/Sachverhalte zurückzuführen, sondern auf Perzepte bzw. mentale Modelle" und gelten als „Produkt der Semantisierung von Ansichten" (Kilian 2005, 124). Damit sind sie „kollektive Konzeptualisierungen der außersprachlichen Wirklichkeit, also durch Einstellungen gelenkte und ins Wort gebrachte Wahrnehmungen" (Kilian 2005, 128). Assoziationsstereotype sind dabei weder lediglich der *parole* noch der *langue* zuzuordnen, „sondern sind in deren Rahmen lediglich kollektiv ‚gewusst' und mehr oder minder geduldet" (Kilian 2005, 127). Stereotype im Allgemeinen und assoziativ-semantische Geschlechterstereotype im Besonderen

> sind kognitive Strukturen, die sozial geteiltes Wissen über die charakteristischen Merkmale von Frauen und Männern enthalten. Nach dieser Definition gehören Geschlechterstereotype […] einerseits zum *individuellen* Wissensbesitz, andererseits bilden sie den Kern eines *konsensuellen*, kulturell geteilten Verständnisses von den je typischen Merkmalen der Geschlechter. (Eckes 2008, 171) [Hervorhebung im Original]

Die stereotyp assoziierten Merkmale „fungieren als […] *sozial verbindliche* Kriterien der Identifikation und entsprechenden Benennung von Kategorienmitgliedern in typischen bzw. ‚normalen' Referenzsituationen" (Konerding 2006, 2615) [Hervorhebung im Original]. Werden diese sozial verbindlichen Kriterien verletzt, resultiert daraus entweder Überraschung oder Ablehnung/Bestrafung:

> Die *deskriptiven* Anteile [von Geschlechterstereotypen] umfassen traditionelle Annahmen darüber, wie Frauen und Männer sind, welche Eigenschaften sie haben und wie sie sich verhalten. Frauen „sind" danach verständnisvoll und emotional, Männer „sind" dominant und zielstrebig. Aus Verletzungen dieser Annahmen folgt typischerweise Überraschung. Die *präskriptiven* Anteile beziehen sich auf traditionelle Annahmen darüber, wie Frauen und Männer sein sollen oder wie sie sich verhalten sollen. So „sollen" Frauen einfühlsam sein, Männer „sollen" dominieren. Werden präskriptive Annahmen verletzt, resultiert in der Regel *Ablehnung* oder *Bestrafung.* (Eckes 2008, 171) [Hervorhebung im Original]

3. Methode

Dadurch, dass assoziativ-semantische Geschlechterstereotype „kollektiv ‚gewusst' und mehr oder minder geduldet" (Kilian 2005, 127) und daher nicht mehr zwangsläufig expliziert werden (müssen), bedarf es geeigneter Methoden, die zum einen musterhafte Aspekte des Sprachgebrauchs erfassen und zum anderen stillschweigend zugrunde gelegtes, verstehensrelevantes Wissen (Busse 1997) aufdecken können. Da mittels Korpuslinguistik diese Musterhaftigkeiten in der *parole* ermittelt und durch die Framesemantik das verstehensrelevante Wissen erschlossen werden können, bietet sich eine Kombination dieser Methoden an, die im Folgenden kurz dargelegt werden.

3.1. Korpuslinguistik

Kennzeichnend für die empirisch-quantitativ arbeitende Korpuslinguistik ist, dass (sehr) große Textmengen die Untersuchungsbasis bilden, wobei die *parole*, nicht die *langue*, fokussiert wird (vgl. Bubenhofer 2009, 4). Korpuslinguistik ist somit als Sprachgebrauchsanalyse zu verstehen, mit der einerseits Thesen über eine Datengrundlage gewonnen werden können (= *corpus driven*[5]) und andererseits bereits bestehende Thesen überprüft werden können (= *corpus based*[6]) (vgl. Bubenhofer/Schröter 2012, 266). Durch statistische Tests ist es möglich, maschinell die statistisch signifikanten Sprachgebrauchsmuster aus Tausenden von Texten ohne subjektive Eingriffe errechnen zu lassen, die dann in einem zweiten Schritt qualitativ auf ihre Bedeutung untersucht werden können. Wenn von statistischer Signifikanz die Rede ist, wird darauf verwiesen, dass das gemeinsame Vorkommen von zwei oder mehr Wörtern (= Kookkurrenz) nicht dem Zufall geschuldet ist, sondern es sich um eine besondere Beziehung handeln muss. Was genau diese Beziehung besonders macht und welche Bedeutung hervorgebracht wird, muss qualitativ erarbeitet werden.

Das zugrunde liegende Korpus wird mittels der Analysesoftware COSMAS II des Instituts für Deutsche Sprache (IDS) editiert und analysiert. Es

5 Der *corpus driven*-Zugriff ist induktiv angelegt, das heißt, bei diesem Zugang wird das Korpus selbst zum Analysegegenstand (vgl. Steyer 2004, 94). Thesen über den Sprachgebrauch werden aus den im Korpus zugrunde liegenden Daten abgeleitet.

6 Der *corpus based*-Zugriff hingegen ist deduktiv ausgerichtet, was bedeutet, dass das Korpus dazu genutzt wird, um Hypothesen, die bereits vor der Korpusanalyse feststehen, zu bestätigen oder zu verwerfen (vgl. z. B. Bubenhofer 2009; Bubenhofer/Scharloth 2010)

umfasst ausschließlich das Jahr 2013 und besteht aus 17 Quellen[7], die aus 778.098 bundesdeutschen Pressetexten[8] mit insgesamt 189.264.551 Tokens konstituiert sind. Da aufgrund der hohen Quantitäten – *weiblich*[9] weist 7.617 Treffer in 318 Kookkurrenzclustern, *männlich* 6.575 Treffer in 279 Kookkurrenzclustern auf – nicht alle Cluster untersucht werden können, finden ausschließlich die oberen TOP 10 Eingang in die Analyse, wobei nur forschungsrelevante Kookkurrenzen berücksichtigt werden. *Forschungsrelevant* bedeutet, dass Eigennamen (von Personen, Orten, Straßen etc.), Referenzen auf Tiere oder Sport-Cluster[10] nicht beachtet werden.

Was den Zugriff betrifft, wird im Folgenden so verfahren, dass zunächst *corpus driven* an das Korpus herangegangen und eine statistische Kookkurrenzanalyse (KA) zu den Lexemen *männlich* und *weiblich* durchgeführt wird. Mit einer KA und ihrer Darstellung sprachlicher Daten in Kookkurrenzclustern wird so „ein reflektierter und strukturierter Zugang zu sprachlichen Massendaten geschaffen", mit dem man „sich *primär* aus der ‚Ordnung der Dinge' selbst ein Bild vom typischen Gebrauch und den kontextuellen Gegebenheiten machen kann" (Steyer/Lauer 2007, 504) [Hervorhebung im Original]. Daran anknüpfend wird *corpus based* verfahren, das heißt, dass das in der KA aufgezeigte syntagmatisch dominante Muster des Clusters gezielt angefragt wird, was die ursprüngliche Belegmenge reduziert, da ausschließlich die dem dominanten Muster entsprechenden Belege verbleiben. Diese verbleibende

7 Sofern keine anderen Angaben gemacht werden, sind die Quellen stets von Januar 2013 bis Dezember 2013 im Korpus vertreten: *Braunschweiger Zeitung* (Januar–Juni), *FOCUS*, *Hannoversche Allgemeine*, *Hamburger Morgenpost*, *Mannheimer Morgen*, *Nordkurier*, *Nürnberger Nachrichten*, *Nürnberger Zeitung*, *Rhein-Zeitung*, *die tageszeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *VDI nachrichten*, *Die Zeit (Online-Ausgabe)*, *Zeit Campus* (Februar-April, Juni, August, Oktober, November), *Zeit Geschichte* (Februar, Mai, August, November), *Zeit Wissen* (Februar-April, Juni, August-Oktober, Dezember). Die Tatsache, dass bei bestimmen Quellen einige Monate fehlen, ist nicht etwa durch manuelle Selektion bedingt, sondern geht auf COSMAS II und dessen Aufbereitung zurück.

8 Andere deutschsprachige Quellen aus Österreich und der Schweiz werden ausgeklammert, da kulturelle Unterschiede nicht vereinheitlicht werden sollen.

9 Um ein möglichst breites Verwendungsspektrum der Lexeme *männlich* und *weiblich* erfassen und erforschen zu können, wird der Grundformoperator *&* eingesetzt: Er bewirkt, dass alle Wortbildungs- und Flexionsformen des angefragten Lexems berücksichtigt werden.

10 Ein besonders prägnantes Beispiel für diese irrelevanten Sport-Cluster ist der jeweils erste und signifikanteste Kookkurrenzpartner *Jugend*, der über die Erkenntnis, dass es eine männliche und weibliche A-, B-, C- (usw.) Jugend gibt, keine weiteren Rückschlüsse zulässt und sich somit als nicht bedeutsam für die Analyse erweist.

Belegmenge ist dadurch ohne subjektiven Eingriff auf ein Maß reduziert, das der qualitativ-framesemantischen Analyse zugänglich ist.[11]

3.2. Framesemantik

Bevor dargelegt wird, weshalb sich Korpuslinguistik und Framesemantik so fruchtbringend ergänzen, sei kurz die Framesemantik skizziert.

Bei der Framesemantik wird davon ausgegangen, dass „Bedeutungen […] aus einem Geflecht von Wissenselementen [bestehen], das im Sprachverstehensprozess im Rückgriff auf Hintergrundwissen erschlossen (‚inferiert') wird" (Busse 2009, 85). Durch dieses „Geflecht von Wissenselementen" wird deutlich, dass Frames rekursiv sind: Frames enthalten (Sub-)Frames, die wiederum (Sub-)Frames enthalten (können).

„Sprachliche Zeichen", so die Annahme, „setzen in Kommunikationszusammenhängen Anhalts- und Markierungspunkte, die es ermöglichen, den Bedeutungsgehalt […] im impliziten Rückgriff auf Weltwissen zu konstruieren" (Busse 2009, 84), was zur Folge hat, dass von den Zeichenbenutzer*innen nur das explizit ausgedrückt wird, was für das Verstehen in der Situation tatsächlich notwendig und relevant ist – das verstehensrelevante Wissen wird also stillschweigend vorausgesetzt. Die explizite Füllung der sogenannten *slots* (Anschlussstellen) wird als *Füllwert* bezeichnet; die verstehensrelevanten, aber nicht gegebenen, sondern vorausgesetzten und stereotypisch erwartbaren Informationseinheiten werden als *Standardwerte* bezeichnet, die „das Wissen [umfassen], das wir von uns, unserer Welt und den Dingen darin gewonnen haben, den Erfahrungen […], die wir […] als besonders *typisch* für die entsprechenden Bezugsobjekte routinisiert haben" (Klug 2014, 251) [Hervorhebung im Original].[12] Bedeutsam für die Analyse von Texten ist dementsprechend nicht nur das, was explizit geäußert wird,

11 Für eine ausführliche Beschreibung dieses Filterungsprozesses sowie der Grenzen und Möglichkeiten der Korpuslinguistik siehe Lautenschläger (demn.).

12 Das bedeutet, dass (Be)Deutungen im Wandel der Zeit und in anderen Sprachgemeinschaften bzw. Kulturen variieren können: „Wissensrahmen sind damit immer flexibel und können durch Konstituenten wie Zeit, Raum oder die Zugehörigkeit zu einer bestimmten […] Gruppe von anderen Prädikationen, d. h. mit unterschiedlicher Bedeutung gefüllt sein. Unter dieser konstruktivistischen Prämisse werden konventionelle Bedeutungen von Zeichen […] als aus dem Gedächtnis abrufbare, konzeptuell verfestigte Bedeutungsstrukturen verstanden, die […] von sprachlichen […] Zeichen aktiviert werden können" (Klug 2012, 203).

sondern auch gerade das, was *nicht* mehr gesagt oder geschrieben werden muss und als bereits Gewusstes präsupponiert wird.

Mittels der Korpuslinguistik ist es möglich, das massen- bzw. musterhaft[13] Explizierte, sprich: die Füllwerte, in Form statistisch signifikanter Kookkurrenzen[14] an der Textoberfläche als das sogenannte *Kookkurrenzprofil* aufzudecken. Das Kookkurrenzprofil eines Lexems ist die Gesamtheit der berechneten Kookkurrenzcluster „und stellt […] ein Kondensat seines Gebrauchs dar" (Belica 2008, 5), wobei es im Folgenden als Basis der untersuchten Frames gilt: Alles, was über den *männlich-* und *weiblich-Frame* ausgesagt werden kann, basiert auf diesem musterhaften pressetextlichen Sprachgebrauch, der maschinell errechnet wird. Die Konstitution eines Frames geht aber über das explizit Formulierte hinaus, da, wie erwähnt, Bedeutung „im Sprachverstehensprozess im Rückgriff auf Hintergrundwissen erschlossen (‚inferiert') wird" (Busse 2009, 85). Das (Hintergrund-)Wissen und Assoziationen können einerseits explizit in Form von Füllwerten evoziert werden oder liegen andererseits implizit als stereotypische Standardwerte zugrunde, die in der pressetextlichen Datenbasis nicht expliziert werden müssen, sondern die sich wie von selbst verstehen und deswegen stillschweigend vorausgesetzt werden können. Das maschinell erstellte Kookkurrenzprofil kann solche Schlussfolgerungsprozesse nicht leisten und daher den Zusammenhang von Füll- und Standardwerten nicht erkennen, weshalb es als Grundlage, quasi als *Füllwert-Lieferant* des Frames dient.

13 Die Unterscheidung von *Massenhaftigkeit* und *Musterhaftigkeit* muss getroffen werden, weil Kookkurrenzen statistische Signifikanz, also ein überzufällig häufiges gemeinsames Vorkommen anzeigen (= Musterhaftigkeit) und nicht zwangsläufig (wohl aber sehr häufig) mit hohen Frequenzen einhergehen (= Massenhaftigkeit). Ist künftig von Sprachgebrauchsmustern/vom musterhaften Sprachgebrauch die Rede, werden damit sowohl niedrig- als auch hochfrequente, statistisch signifikante Phänomene bezeichnet.

14 Bei der Gleichsetzung *Kookkurrenz = Füllwert* ist allerdings zu beachten, dass nicht jeder Füllwert automatisch eine Kookkurrenz ist, denn diese ist abhängig von statistischer Signifikanz. Wird eine Gleichsetzung von Füllwert und Kookkurrenz vorgenommen, dann stets vor dem Hintergrund der statistischen Kookkurrenzanalyse: Statistisch auffällige, das heißt signifikante Füllwerte können erfasst und gebündelt werden. Diese Füllwerte (= Kookkurrenzen) werden also überzufällig häufig in der Datenbasis genannt und sind zumeist, aber nicht immer, hochfrequent vertreten. Bei Einzelbelegen und -beispielen kann hingegen nicht von der Gleichsetzung *Füllwert = Kookkurrenz* ausgegangen werden: Hier können die Füllwerte als einmalig auftretende Werte fungieren, die die jeweiligen *slots* füllen und dabei keinen musterhaften Charakter haben.

4. Analyse und Ergebnisse

Die Analyse vollzieht sich vor dem Hintergrund dieser TOP 10-Kookkurrenzen, wobei die Liste bereits von forschungsirrelevanten Clustern bereinigt ist[15] und die über den *corpus based*-Zugriff reduzierte Belegmenge enthält:

- *weiblich*: 2. *männliche* (296x), 3. *männlich* (208x), 4. *männlichen* (224x), 6. *Geschlecht* (106x), 10. Führungskräfte (67x), 11. *Fans* (97x), 12. *typisch* (50x), 13. *Geschlechts* (35x), 14. *Prozent* (204x), 16. *Anteil* (47x)
- *männlich*: 2. *weibliche* (309x), 3. *weiblich* (208x), 4. *Kollegen* (247x), 5. *weiblichen* (218x), 11. *Person* (80x), 13. *Frauen* (157x), 14. *Erzieher* (38x), 15. *Personen* (69x), 16. *dominierten* (37x), 17. *Geschlecht* (34x)

Rein oberflächenbasiert ist zunächst auffällig, dass beide Frames bzw. Kookkurrenzprofile im hochsignifikanten Bereich aufeinander verweisen, weshalb sich gemeinsame Sub-Frames ergeben. Gemeinsamkeiten sind aber nicht nur an diese Reziprozität gebunden, sondern gehen zurück auf beide Geschlechter betreffende Thematiken, die sich durch unterschiedliche Kookkurrenzen manifestieren, oder aber auf Beidnennung, bei der aber nur ein Ausgangslexem als signifikant errechnet wird.

Werden die Belege und deren Inhalte jeweils geschlechtsspezifisch kategorisiert, zeigen sich folgende, nicht hierarchisch angeordnete Sub-Frames bzw. Kategorien, die zumeist in Zusammenhang stehen und nur behelfsweise voneinander getrennt sind:

- *weiblich:* 1. Stereotype/Rollen, 2. Domänen, 3. weibliche Benachteiligung, 4. Intersexualität
- *männlich:* 1. Stereotype/Rollen, 2. Domänen, 3. weibliche Benachteiligung, 4. Intersexualität, 5. Täterschaft

Während der *weiblich-Frame* anhand der Kategorisierung kein Alleinstellungsmerkmal aufweist, ist *Täterschaft* ausschließlich im *männlich-Frame* bedeutsam. Bemerkenswert ist zudem, dass männliche Benachteiligung keineswegs kategorial salient wird, während sich weibliche Benachteiligung in beiden Frames niederschlägt. Unter Berücksichtigung dieses bereits oberflächlich an den Füllwerten bzw. Kookkurrenzen wahrnehmbaren Unterschiedes werden die Belege kategorial im Detail beleuchtet. Dabei können allerdings aus

15 Bei *&weiblich* bereinigt um: 1. *Jugend*, 5. *B-Jugend*, 7. *C-Jugend*, 8. *A-Jugend*, 9. *D-Jugend*, 15. *E-Jugend*. Bei *&männlich* bereinigt um: 1. *Jugend*, 6. *C-Jugend*, 7. *B-Jugend*, 8. *D-Jugend*, 9. *E-Jugend*, 10. *A-Jugend*, 12. *Küken*.

Platzgründen stets nur wenige Belegausschnitte zur Veranschaulichung herangezogen werden, die entsprechend repräsentativ für das zugrunde liegende Sprachgebrauchsmuster sind.

Da die Inhalte der Belege, die Kategorie 4 zugeordnet werden, für beide Frames in gleicher Weise (un)bedeutsam sind, sei lediglich darauf verwiesen, dass Intersexualität bemerkenswert häufig fokussiert wird. Diese frequente Thematisierung hängt damit zusammen, dass die Presse auf die Erweiterung des Personenstandsgesetztes vom November 2013 reagiert: „Ins Geburtenregister muss nun nicht mehr eingetragen werden, ob das Baby männlich oder weiblich ist. Wird bei einem Kind Doppelgeschlechtlichkeit festgestellt, können die Eltern zunächst ein X ins Geburtenregister schreiben lassen."[16]

Auch Kategorie 5 des *männlich-Frames*, nämlich *Täterschaft*, kann knapp umrissen werden. Anhand der Kookkurrenzen *Person* und *Personen* wird deutlich, dass Täterschaft in vielfältiger Form (Gewalt, Diebstahl, Sachbeschädigung etc.) ausschließlich für *männlich*, nicht aber für *weiblich* signifikant und salient ist. Diese massen- und musterhafte Berichterstattung beeinflusst die Wahrnehmung der Rezipient*innen und kann stereotype Kategorisierungen begünstigen. Dass Männlichkeit, nicht aber Weiblichkeit z. B. mit sexueller Gewalt bzw. Pädophilie assoziiert ist, wird anhand des Kinderbetreuungsdiskurses gezeigt werden, der sich auf den Mangel an männlichen Erziehern in frühpädagogischen Einrichtungen bezieht und sich innerhalb der Erzieher-Debatte manifestiert.

Kategorie 1 weist Parallelen innerhalb beider Frames auf, was auf die Reziprozität bzw. Beidnennung zurückgeht, und befasst sich mit stereotypen Vorstellungen, die sich auf beide Geschlechter beziehen und primär in beruflichem Zusammenhang stehen:

(1) Doch der weibliche Führungsstil allein verspreche noch längst keinen Erfolg, meint Wirtschaftsberater Walter Simon. „Eine gute Führungskraft muss männlich und weiblich zugleich sein." Mitarbeiter brauchten Einfühlungsvermögen genau wie Druck, ein Unternehmen rationales Zahlendenken wie Intuition. (*Nürnberger Nachrichten*, 09.04.2013, S. 17, *Guter Chef: Ein bisschen weiblich, ein bisschen männlich* […])

Aufgrund des alltagsweltlichen Geschlechterwissens bzw. der Standardwerte muss nicht erörtert werden, welche der genannten Eigenschaften je männlich und weiblich assoziiert sind. Durch diese sich komplementär gegenüberstehenden stereotypen Assoziationen wird die geschlechtsbinäre

16 *die tageszeitung*, 01.11.2013, S. 7, *Und ich sag dir nicht, wer du bist*.

Spaltung verdeutlicht, die die Führungskraft wiederum überbrücken muss. Die in diesem Fall vorliegende Wertgleichheit von männlich und weiblich zugeordneten Charakteristika ist als Seltenheit zu verstehen, denn häufiger finden sich Belege wie diese:

(2) Wer oben ist, teilt seine Macht nicht gern. […] Die Überraschung: 40 Prozent der Fieslinge waren Frauen. Eine andere Studie (2010) resümiert, dass Frauen mit überwältigender Mehrheit (80 Prozent) auf andere Frauen losgingen, derweil Männer „fair" seien, also die Geschlechter gleichermaßen quälten. […] Aber wieso sollten Frauen „sanfter" und „netter" sein, wenn es um hohe Einsätze geht – Aufstieg, Status und Einkommen? Man darf unterstellen, dass Chefinnen nicht aufgrund „typisch weiblicher" Tugenden die Spitze erklommen, sondern wie die Männer die Konkurrenz mit spitzen Ellenbogen verdrängt haben. (*Die Zeit*, Online-Ausgabe, 21.03. 2013, *Gute Mädel, böse Jungs*)

Der Befund, dass Frauen „Fieslinge" sein können, konfligiert mit den bereits erwähnten deskriptiven Anteilen des weiblichen Geschlechterstereotyps, gilt somit nicht als Standardwert des *weiblich-Frames* und muss daher explizit als Füllwert benannt und gleichzeitig als „Überraschung" beurteilt werden. Neben den in Anführungszeichen gesetzten *typisch weiblichen Tugenden*, die bis auf die Prädikationen *sanft* und *nett* nicht weiter expliziert werden (müssen), werden den Chefinnen männlich assoziierte Verhaltensweisen zugesprochen. Es wird explizit benannt, dass *typisch weibliche Tugenden* nicht dem beruflichen Aufstieg dienlich sind, sondern dass Frauen männlich assoziierte Verhaltensweisen adaptieren müssen – hier wird wieder eine klare Trennung weiblicher und männlicher Charakteristika vorausgesetzt –, wenn es um „Aufstieg, Status und Einkommen" geht. Konkurrenzverhalten gilt, dies verdeutlicht auch Beleg (3), als ‚nicht-weiblich' und muss in einem System, das auf Geschlechtsbinarismus beruht, entsprechend als ‚männlich' beurteilt werden. Dabei wird weibliches Konkurrenzverhalten selten als solches bezeichnet, sondern es werden negativ konnotierte Substantive wie *Stutenbissigkeit* oder *Zickenkrieg* herangezogen:

(3) Dreyer: […] Ich glaube, was Sie Zickenkrieg nennen, ist oft ganz normale Konkurrenz und nicht typisch weiblich. Das hat wenig mit Unterdrückung zu tun, das gibt's bei Männern ganz genauso. Wir sind bei Frauen in der Öffentlichkeit bloß weniger daran gewöhnt. Deshalb wird darüber anders berichtet, wenn Frau von der Leyen und Frau Schröder sich nicht verstehen, als wenn Herr Brüderle und Herr Rösler streiten. (*Die Zeit*, Online-Ausgabe, 05.09.2013, *Die Männer werden teilen müssen*)

Neben den häufig vorzufindenden beruflich kontextualisierten Stereotypen, die vorwiegend das Weibliche fokussieren, wird ein breites Spektrum abgedeckt, dass sich oft durch den Kontrast *weiblich vs. männlich* auszeichnet, z. B. „Frauen […] bewiesen im Gegensatz zum männlichen Geschlecht Gespür für den Erhalt ihrer Gesundheit“[17], „Dass der Motorsport nicht nur was für das männliche Geschlecht ist, zeigte Anja Schnepel“[18].

Auch in Kategorie 2 (*Domänen*) überwiegt in beiden Frames die pressetextliche Auseinandersetzung mit ‚typisch weiblichen' Berufen. Obwohl konstatiert wird, dass es neben typischen Frauenberufen auch typische Männerdomänen gibt, wird ausschließlich die weibliche Berufswahl problematisiert: „Nach wie vor schöpfen junge Frauen in Deutschland ihre Berufsmöglichkeiten nicht voll aus, heißt es beim Projekt. […] Mehr als die Hälfte wählt aus nur zehn verschiedenen Ausbildungsberufen im dualen System – kein naturwissenschaftlich-technischer ist darunter.“[19] Warum nur die weibliche, nicht aber die ebenso stereotypisch männliche Berufswahl als problematisch beschrieben wird, hängt den Pressetexten zufolge mit der schlechten Entlohnung in den ‚typisch weiblichen' Branchen zusammen: „[B]eim Equal Pay Day [wurde] unter dem Titel ‚Viel Dienst – wenig Verdienst!' auf die im Vergleich zu anderen Branchen niedrigen Löhne im Pflege- und Gesundheitsbereich aufmerksam gemacht. Hier sind 80 Prozent der Beschäftigten weiblich.“[20] Zudem wird Teilzeit-Arbeit als ein primär weibliches Phänomen aufgefasst, was wiederum mit der traditionellen Rollenverteilung zusammenhänge und mitunter für die in beiden Frames sehr deutlich erkennbare Auseinandersetzung mit dem weiblichen Mangel in Führungspositionen verantwortlich gemacht wird (s. u.). Während die traditionelle Rolle nur Frauen zum Nachteil gereiche, wirken sich manche stereotypen Assoziationen negativ auf beide Geschlechter aus, was sich in Bezug auf Männer aber ausschließlich im *männlich-Frame* anhand der Thematisierung des Männer-Mangels in Kitas manifestiert. Die explizit stereotypgetragene Annahme, dass „‚[g]erade dieser Bereich mit der mütterlichen Fürsorge verbunden [wird]'“[21], wird ebenso für den Mangel verantwortlich gemacht wie weitere Aspekte:

17 *Rhein-Zeitung*, 13.11.2013, S. 18, *Volkshochschule ehrt Kursleiter*.

18 *Nordkurier*, 19.03.2013, *Mit Karacho über den Stoppelacker* […].

19 *Rhein-Zeitung*, 11.03.2013, S. 14, *Veranstaltung soll Mädchen für die Technik begeistern*.

20 *Rhein-Zeitung*, 26.03.2013, S. 17, *Verdienst wird beklagt*.

21 *Nürnberger Nachrichten*, 19.10.2013, S. 11, *Männer sind im Kindergarten noch immer Exoten* […].

(4) „Wir haben ein Imageproblem. Viele denken: Kinderspiele sind doch nichts für richtige Männer." Auch der Vorsitzende der Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft in Rheinland-Pfalz […] bezeichnet das Männerbild der Gesellschaft als Hauptursache für das geringe Interesse der Männer am Erzieherberuf. […] „Das spielt eine viel größere Rolle als die schlechte Bezahlung, die oft als Grund angeführt wird." […] Sorge macht EKHN-Projektleiterin Herrenbrück zudem, dass männliche Erzieher oft unter dem Generalverdacht stehen, sie hätten pädophile Neigungen. (*Rhein-Zeitung*, 28.06.2013, S. 15, *In Kindertagesstätten gibt es kaum Erzieher*)

Einige stereotype Vorstellungen, die in Fällen wie diesen in Vorurteilen gegenüber männlichen Erziehern münden, sind nicht nur für Frauen, sondern auch für Männer stark beeinträchtigend, werden aber in den Zeitungstexten marginalisiert (fünf Belege) und gehen auf heterogene Kontexte zurück, zeichnen also kein musterhaftes Bild. So wird z. B. die Frauenquote als „Gender-Teufelskreis" bezeichnet, „der das männliche Geschlecht allmählich ins Abseits drängt" und „auf eine neue ungerechte Geschlechterdominanz zu[steuert]"[22], oder aber es wird (implizit) angenommen, dass ‚Männerthemen' den ‚Frauenthemen' in der gesellschaftlichen Wahrnehmung nachstehen[23] oder dass Sexismus von Frauen Männern gegenüber kaum wahrgenommen werde.[24]

Wesentlich häufiger vorzufinden als diese marginalisierten Themen und die nur im *männlich-Frame* saliente Erzieher-Debatte ist die weibliche Be-

22 *Nürnberger Zeitung*, 05.05.2013, S. 18, *Wer Frauenquote sagt, muss auch Männerquote sagen*.

23 „*Interview*: Klaus John vom Offenen Väternetzwerk kämpft für das gemeinsame Sorgerecht […] Herr John, erst vor wenigen Tagen wurde […] gegen die Unterdrückung von Frauen protestiert, in Deutschland wird gerade über Sexismus und Quoten für weibliche Führungskräfte diskutiert. Da haben Sie sich aber nicht die beste Zeit ausgesucht, um auf ein Männerthema aufmerksam zu machen. *Klaus John*: Ich denke, dass es eigentlich sogar eine gute Zeit ist. Klar, auf den ersten Blick machen wir uns für ein Männer- oder besser Väterthema stark. Doch im Grunde kämpfen wir für Gleichberechtigung..." (*Nürnberger Nachrichten*, 20.02.2013, S. 11, *Wir sind schließlich Väter, keine Samenspender* […])

24 „*ZEIT*: Gibt es auch Sexismus von Frauen gegenüber Männern? *Walter*: Ja, aber es gibt bisher kaum ein Bewusstsein dafür. Nehmen wir die häufig vorkommenden Fälle aus dem Kindergarten, wo Eltern oder Erzieherinnen die Kompetenz ihrer wenigen männlichen Kollegen aus dem Geschlecht ableiten. Das klingt manchmal harmlos, etwa wenn gesagt wird: Geh doch du mit den Jungs Fußball spielen, du bist doch ein Mann. Wenn man umgekehrt sagen würde: Koch du doch mit den Mädchen, du bist eine Frau, dann gäbe es einen Aufschrei!" (*Die Zeit*, Online-Ausgabe, 14.02.2013, *Sexismus gibt's auch unter Männern*)

nachteiligung (Kategorie 3), die sich in beiden Frames sedimentiert und primär auf den Mangel weiblicher Führungskräfte bezogen wird, aber auch auf die hier nicht weiter betrachtete benachteiligende Wirkung des generischen Maskulinums referiert. Die gesamte Auseinandersetzung wird gut durch Beleg (5) repräsentiert:

(5) Wir kommen gerade mal auf 2,5 Prozent Frauenanteil in Vorständen und 10 Prozent in Aufsichtsräten. Das ist ein schockierendes Ergebnis! Wollen wir wirklich zusehen, wie Frauen in unserer heutigen Gesellschaft derart benachteiligt werden? In unserem Grundgesetz steht schon lange die Gleichberechtigung geschrieben. Die Realität sieht jedoch ganz anders aus. Und das, obwohl 60 Prozent der Universitätsabsolventen heutzutage weiblich sind! (*Rhein-Zeitung*, 23.03.2013, S. 14)

Eine Benachteiligung von Frauen wird in den Pressetexten an keiner Stelle in Frage gestellt oder dementiert, aber in Bezug auf die Einführung einer Frauenquote besteht Uneinigkeit. Zum einen sei, wie erwähnt, die Frauenquote ein „Gender-Teufelskreis", der eine männliche Benachteiligung mit sich bringe, aber gleichzeitig auch eine „‚Diskriminierung des weiblichen Geschlechts'", denn „‚[e]ine Quote verletzt die Würde der Frau. Denn jede Frau in einer Leitungsposition würde zur Quotenfrau'".[25] Zum anderen wird verhalten pro Quote argumentiert: „Die Quote mag ein hässliches Instrument sein. Selbst viele Frauen lehnen sie ab, weil sie fürchten, als Quotenfrau und nicht wegen ihrer Kompetenz die Karriereleiter höher zu steigen. Aber noch daran zu glauben, dass sich ohne feste Quoten etwas ändert, ist schlicht naiv."[26]

Was sich in der Argumentation von Quotengegner*innen genauso wie bei Quotenbefürworter*innen häufig finden lässt, ist ein (indirekter) Verweis auf traditionelle Rollen: Nicht nur, aber hauptsächlich in Bezug auf Führungspositionen wird gefordert, dass es eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf für *Frauen* geben muss – eine Forderung, die im Zusammenhang mit *Männern* nicht relevant scheint: „Karrierekiller bei weiblichen Mitarbeitern seien laut Frauenbeauftragter in vielen Firmen immer noch Familienauszeit und Teilzeit. Bei der Stadt arbeitet jede zweite Frau Teilzeit"[27], „[e]in Grund dafür [für den niedrigen Anteil von Frauen in Führungspositionen, S.L.] sei,

25 *FOCUS*, 14.01.2013, S. 36–47; in den Ausschnitten werden als Zitate kenntlich gemachte Aussagen zitiert.

26 *Rhein-Zeitung*, 19.04.2013, S. 2; *Quoten-Kompromiss der Union ist faul*.

27 *Nürnberger Nachrichten*, 30.10.2013, S. 9; *Mehr Frauen führen - Chancengleichheit: Stadt erhält Auszeichnung*.

dass Frauen häufiger aus familiären Gründen eine Auszeit vom Job nähmen und in Teilzeit arbeiteten."[28]

5. Fazit

Wie anhand der repräsentativ ausgewählten fünf Belege gezeigt werden konnte, wird im pressetextlichen Sprachgebrauch eine klare Trennung zwischen dem gezogen, was als weiblich und als männlich gilt. Durch die Kombination von Korpuslinguistik und Framesemantik ist es zum einen möglich, einen typischen massen- sowie musterhaften Sprachgebrauch in den Pressetexten aufzudecken, der bereits rein oberflächenbasiert einen bestimmten Umgang mit Geschlechtsspezifik aufzeigt, und zum anderen können neben den für eine Sprachgemeinschaft typischen Füllwerten/Kookkurrenzen auch die vorhandenen stereotypischen Standardwerte erkannt werden, die bestimmte, verstehensrelevante Wissenselemente unausgesprochen als bekannt und gewusst voraussetzen. So muss an keiner Stelle in den Pressetexten so etwas wie ‚*Männer sind X, daher sind Frauen Y*' expliziert werden, weil es sich wie von selbst versteht, dass Eigenschaften, die Frauen ‚haben', bei Männern i. d. R. nicht zu finden sind. Wird also eine Aussage darüber getroffen, was weiblich ‚ist', kann ex negativo geschlussfolgert werden, dass dies auf männliche Personen nicht zutrifft, ohne dass dies tatsächlich geäußert werden muss. Unter Rückbezug auf das eingangs vorgestellte Konzept des *doing gender*, das die sozialen Prozesse bei der Hervorbringung und Unterscheidung von Geschlecht fokussiert, lässt sich somit feststellen, dass mittels des hier untersuchten Sprachgebrauchs eine Welt und Wirklichkeit entworfen und gleichzeitig nachgezeichnet wird, in der sich die (explizit und implizit) als weiblich und männlich klassifizierten Fähigkeiten und Charakteristika stets komplementär gegenüberstehen: Was männlich ist, ist nicht weiblich und umgekehrt. Männlichkeit und Weiblichkeit besetzen entsprechend die verschiedenen Pole einer Skala, die aber keine Übergangsbereiche zu haben scheint. Selbst wenn nicht immer deutlich wird, welche Eigenschaften genau als männlich oder weiblich angenommen werden und den geschlechtsspezifischen Unterschied konstituieren, ist zweifelsohne erkennbar, dass es diesen Unterschied gibt, der stark stereotypgetragen ist und der Konsequenzen mit sich bringt, die sich im Pressetext primär im Zu-

28 *Nürnberger Zeitung*, 15.01.2013, S. 1; *Deutsche Wirtschaft zu Berufschancen von Frauen – Karrierehindernis Kind*.

sammenhang mit beruflicher Selbstverwirklichung/Karriere nachvollziehen lassen, was sich besonders deutlich in den Belegen (2) und (4) manifestiert.

Abschließend lässt sich festhalten, dass in den zugrunde liegenden Pressetexten die Situation von Frauen omnipräsent ist und sich sowohl im *weiblich-* als auch im *männlich-Frame* sehr deutlich sedimentiert, wohingegen eine kritische Reflexion der männlich assoziierten Stereotype und Rollen vergleichsweise peripher stattfindet und sich primär in der Erzieher-Debatte niederschlägt. Während also, wenngleich dies auch mit niedrigerer Frequenz geschieht, bei *männlich* alles verhandelt wird, was auch bei *weiblich* salient ist, gelten die Erzieher-Debatte und die Kategorie *Täterschaft* als Alleinstellungsmerkmale des *männlich-Frames*.

Deutlich wird, dass der mediale Fokus generell problemorientiert ist, dass man also, wie erwähnt, „in einer Zeitung nicht den funktionierenden Alltag findet, sondern dessen kurzzeitige Störung" (Rüskamp 2008, 100). Daher greifen Pressetexte besonders die als problembehaftet wahrgenommene Situation von Frauen auf, da die traditionelle Rollenverteilung mitsamt Stereotypen in beruflichen Kontexten primär Frauen zum Nachteil gereiche. Wo sich Problematiken bei Männern ergeben, werden auch diese aufgegriffen und fokussiert, allerdings ist dieser Bereich wesentlich enger gefasst (findet er sich im vorliegenden Material doch ausschließlich in der Erzieher-Debatte). Auf Weiblichkeit bezogene stereotype Klassifizierungen scheinen, so das Fazit, nicht nur signifikanter und massenhafter vorzukommen, sondern werden stärker problematisiert und reflektiert, während männlich assoziierte Stereotype größtenteils unhinterfragt bleiben und in Bezug auf beruflichen Erfolg idealisiert bzw. als förderlich beurteilt werden.

6. Literatur

Belica, Cyril (2008): Semantische Nähe als Ähnlichkeit von Kookkurrenzprofilen. Vortrag/Tagung „Korpusinstrumente in Lehre und Forschung" an der Freien Universität Bozen, Brixen, 27.-28.3.2008, URL: http://corpora.ids-mannheim.de/SemProx.pdf (20.02.2016).

Berger, Peter L./Luckmann, Thomas (2007): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. 21. Auflage [erstmals 1969], Frankfurt am Main: Fischer.

Bubenhofer, Noah (2009): Sprachgebrauchsmuster. Korpuslinguistik als Methode der Diskurs- und Kulturanalyse. Berlin: de Gruyter.

Bubenhofer, Noah/Scharloth, Joachim (2010): Kontext korpuslinguistisch. Die induktive Berechnung von Sprachgebrauchsmustern in großen Textkorpora. In: Klotz, Peter/Portmann-Tselikas, Paul R./Weidacher, Georg (Hg.): Kontexte und Texte. Soziokulturelle Konstellationen literalen Handelns. Tübingen: Narr, S. 85 – 107.

Bubenhofer, Noah/Schröter, Juliane (2012): Die Alpen. Sprachgebrauchsgeschichte – Korpuslinguistik – Kulturanalyse. In: Maitz, Péter (Hg.): Historische Sprachwissenschaft. Erkenntnisinteressen, Grundlagenprobleme, Desiderate. Berlin: de Gruyter, S. 263 – 289.

Busse, Dietrich (1997): Semantisches Wissen und sprachliche Information. Zur Abgrenzung und Typologie von Faktoren des Sprachverstehens. In: Pohl, Inge (Hg.): Methodologische Aspekte der Semantikforschung. Frankfurt am Main u. a.: Lang, S. 13 – 34, online zur Verfügung gestellt unter http://www.germanistik.hhu.de/fileadmin/redaktion/Fakultaeten/Philosophische_Fakultaet/Germanistik/Germanistische_Sprachwissenschaft/Dateien/Busse/Text/Busse-1997 – 02.pdf (20.02.2016).

Busse, Dietrich (2009): Semantik. Eine Einführung. München: Fink, S. 80 – 142.

Eckes, Thomas (2008): Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: Becker, Ruth/Kortendiek, Beate (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. 2., erweiterte und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 171 – 182.

Felder, Ekkehard (2009): Sprache – das Tor zur Welt? Perspektiven und Tendenzen in sprachlichen Äußerungen. In: Felder, Ekkehard (Hrsg.): Sprache. Heidelberger Jahrbücher. Band 53. Heidelberg: Springer, S.13 – 57.

Gardt, Andreas (2003): Sprachwissenschaft als Kulturwissenschaft. In: Haß, Ulrike/König, Christoph (Hg.): Literaturwissenschaft und Linguistik von 1960 bis heute. Göttingen: Wallstein Verlag, S. 271 – 289.

Gildemeister, Regine (2008): Doing Gender: Soziale Praktiken der Geschlechterunterscheidung. In: Becker, Ruth/Kortendiek, Beate (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. 2., erweiterte und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 137 – 146.

Kilian, Jörg (2005): Assoziative Stereotype. Sprachtheoretische, sprachkritische und sprachdidaktische Anmerkungen zum lexikalisch verknüpften Mythos, Aberglauben, Vorurteil. In: Busse, Dietrich/Niehr, Thomas/Wengeler, Martin (Hg.): Brisante Semantik. Neuere Konzepte und Forschungsergebnisse einer kulturwissenschaftlichen Linguistik. Tübingen: Niemeyer, S. 117 – 133.

Klauer, Karl Christoph (2008): Soziale Kategorisierung und Stereotypisierung. In: Petersen, Lars-Eric/Six, Bernd (Hg.): Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung. Theorien, Befunde und Interventionen. Weinheim/Basel: Beltz: 2008, S. 23 – 33.

Klug, Nina-Maria (2012): Das konfessionelle Flugblatt 1563 – 1580. Eine Studie zur historischen Semiotik und Textanalyse. Berlin: de Gruyter.

Klug, Nina-Maria (2014): Framesemantik als Basis textsemiotischer Analyse. In: Bassola, Péter/Drewnowska-Vargáné, Ewa/Kispál, Tamás/Németh, János/Scheibl, György (Hg.): Zugänge zum Text. Frankfurt am Main u. a.: Internationaler Verlag der Wissenschaften: S. 247 – 272.

Konerding, Klaus-Peter (2001): Sprache im Alltag und kognitive Linguistik. Stereotype und schematisiertes Wissen. In: Lehr, Andrea/Kammerer, Matthias/Konerding, Klaus-Peter/Storrer, Angelika/Thimm, Caja /Wolski, Werner (Hg.): Sprache im Alltag. Beiträge zu neuen Perspektiven in der Linguistik. Berlin/New York: de Gruyter, S. 151 – 173.

Konerding, Klaus-Peter (2006): Der Einfluß der Stereotypentheorie von Hilary Putnam und ihre Rezeption und Weiterentwicklung in der Semantik. In: Wiegand, Herbert Ernst (Hg.): Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. Band 18.3. Berlin/New York: de Gruyter, S. 2616 – 2626.

Lautenschläger, Sina (demn.): Die sprachliche Konstruktion geschlechtsspezifischer Körper- und Rollenbilder. Eine korpuslinguistische Untersuchung.

Luhmann, Niklas (2004): Die Realität der Massenmedien. 3. Auflage [erstmals 1995]. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft.

Mühlen Achs, Gitta (2004): Die Ordnung der Geschlechter als heterosexuelle Romanze: Foto-Lovestories in Jugendzeitschriften. In: Hipfl, Brigitte/Klaus, Elisabeth/Scheer, Uta (Hg.): Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topografie. Bielefeld: transcript, S. 201 – 221.

Putnam, Hilary (1979): Die Bedeutung von „Bedeutung". Herausgegeben und übersetzt von Wolfgang Spohn [engl. Original 1975]. Frankfurt am Main: Klostermann.

Rüskamp, Wulf (2008): Journalistisches Schreiben. In: Hauser, Thomas (Hg.): Zeitung machen – Zeitung lesen. Journalismus und Didaktik im Gespräch. Freiburg u. a.: Rombach, S. 98 – 102.

Schaufler, Birgit (2002): „Schöne Frauen – starke Männer". Zur Konstruktion von Leib, Körper und Geschlecht. Opladen: Leske+Budrich.

Steyer, Kathrin (2004): Kookkurrenz. Korpusmethodik, linguistisches Modell, lexikografische Perspektiven. In: Steyer, Kathrin (Hg.): Wortverbindungen – mehr oder weniger fest. Berlin/New York, De Gruyter: S. 87 – 116.

Steyer, Kathrin/Lauer, Meike (2007): „Corpus-Driven": Linguistische Interpretation von Kookkurrenzbeziehungen. In: Kämper, Heidrun/Eichinger, Ludwig M. (Hg.): Sprach-Perspektiven. Germanistische Linguistik und das Institut für Deutsche Sprache. Tübingen: Narr, S. 493 – 509.

Stocker, Christa (2005): Sprachgeprägte Frauenbilder. Soziale Stereotype im Mädchenbuch des 19. Jahrhunderts und ihre diskursive Konstituierung. Tübingen: Niemeyer.

Villa, Paula-Irene (2000): Sexy Bodies. Eine soziologische Reise durch den Geschlechtskörper. Opladen: Leske+Budrich.

West, Candice/Zimmermann, Don (1987): Doing Gender. In: Gender and Society, 1 (2), S. 125 – 151.

Wetterer, Angelika (2008): Geschlechterwissen & soziale Praxis: Grundzüge einer wissenssoziologischen Typologie des Geschlechterwissens. In: Wetterer, Angelika (Hg.): Geschlechterwissen und soziale Praxis. Theoretische Zugänge – empirische Erträge. Königstein/Taunus: Helmer, S. 39 – 64.

Wetterer, Angelika (2010): Körper Wissen Geschlecht – Zur Einführung. In: Wetterer, Angelika (Hg.): Körper Wissen Geschlecht. Geschlechterwissen und soziale Praxis II. Sulzbach: Helmer, S. 7 – 19.