

Sprache und Gender(n): Was ist eigentlich Genderlinguistik?

Literaturgrundlagen
t1p.de/sprache_gendern_li

Genderlinguistik ≠ feministische Linguistik

Die Genderlinguistik befasst sich als Teilgebiet der Sprachwissenschaft mit allen Aspekten, die mit dem Zusammenhang von **Sprache und Geschlecht** zu tun haben.

Im Unterschied zur **feministischen Linguistik**, die sich auch als aktivistisch begreift und u.a. zur sprachlichen Sichtbarmachung von Frauen beitragen will, nimmt die Genderlinguistik eine empirische Perspektive ein: Sie beobachtet und beschreibt Aspekte des Sprachgebrauchs, die mit Geschlecht zusammenhängen.

Konkrete wissenschaftliche **Fragestellungen** in diesem Gebiet können beispielsweise sein:

- Stimmt das Klischee, dass **Frauen mehr (oder anders) reden** als Männer?
- Wie wird **Geschlecht sprachlich konstruiert**? Welche Unterschiede zeigen sich z.B. dahingehend, wie über Männer, Frauen und geschlechtliche Minderheiten gesprochen und geschrieben wird?
- Wie wird **gendersensible Sprache** gebraucht und wahrgenommen?
- Welche **Vornamen** geben Eltern Jungen und Mädchen – und wie geschlechtsspezifisch sind diese? Welche Faktoren sind ausschlaggebend, wenn trans Personen einen neuen Vornamen wählen?

**Beispiel-Studie:
Genderspezifische Wörter**

Einige Wörter im Deutschen werden genderspezifisch mit **unterschiedlichen Lesarten** gebraucht und tragen auf diese Weise auch zur **Perpetuierung von Genderstereotypen** bei.

Fleischhauer & Turus (2024)
beispielsweise untersuchen das Adjektiv
aufreizend und zeigen, dass die beiden
Bedeutungsvarianten (i) 'sexuell
erregend / attraktiv' und (ii) 'provokativ'
**ungleich auf männliche und weibliche
Referenten verteilt** sind.

Fleischhauer, Jens & Dila Turus. 2025. Women are sexy and men provoke – Gender stereotypes and the interpretation of the German adjective *aufreizend*. In Dominic Schmitz, Simon David Stein & Viktoria Schneider (eds.), **Linguistic intersections of language and gender**, 63–82. Berlin, Boston: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783111388694-004>.

Die Fragen, mit denen sich die Genderlinguistik beschäftigt, bewegen sich also an der Schnittstelle von **Sprache, Kultur und Gesellschaft** – es handelt sich folgerichtig um eine sehr interdisziplinäre Forschungsrichtung, die Erkenntnisse u.a. aus den Sozialwissenschaften und den Gender Studies mit linguistischen Analysen verbindet. Durch die Kombination von Ansätzen aus verschiedenen Fächern können wir besser verstehen, wie Sprache und Geschlecht sich gegenseitig beeinflussen.

Beispiel-Studie: Deodorantnamen



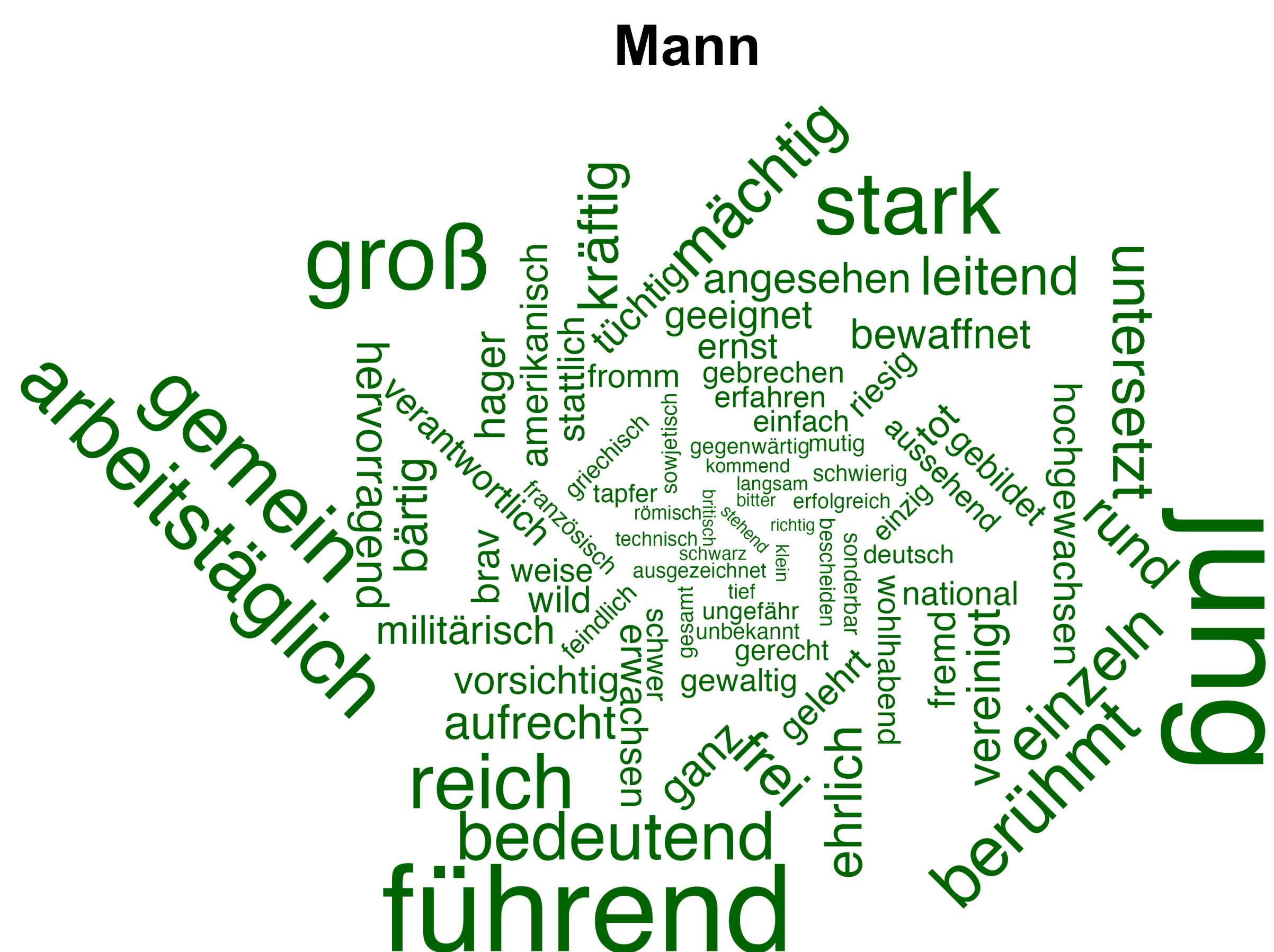
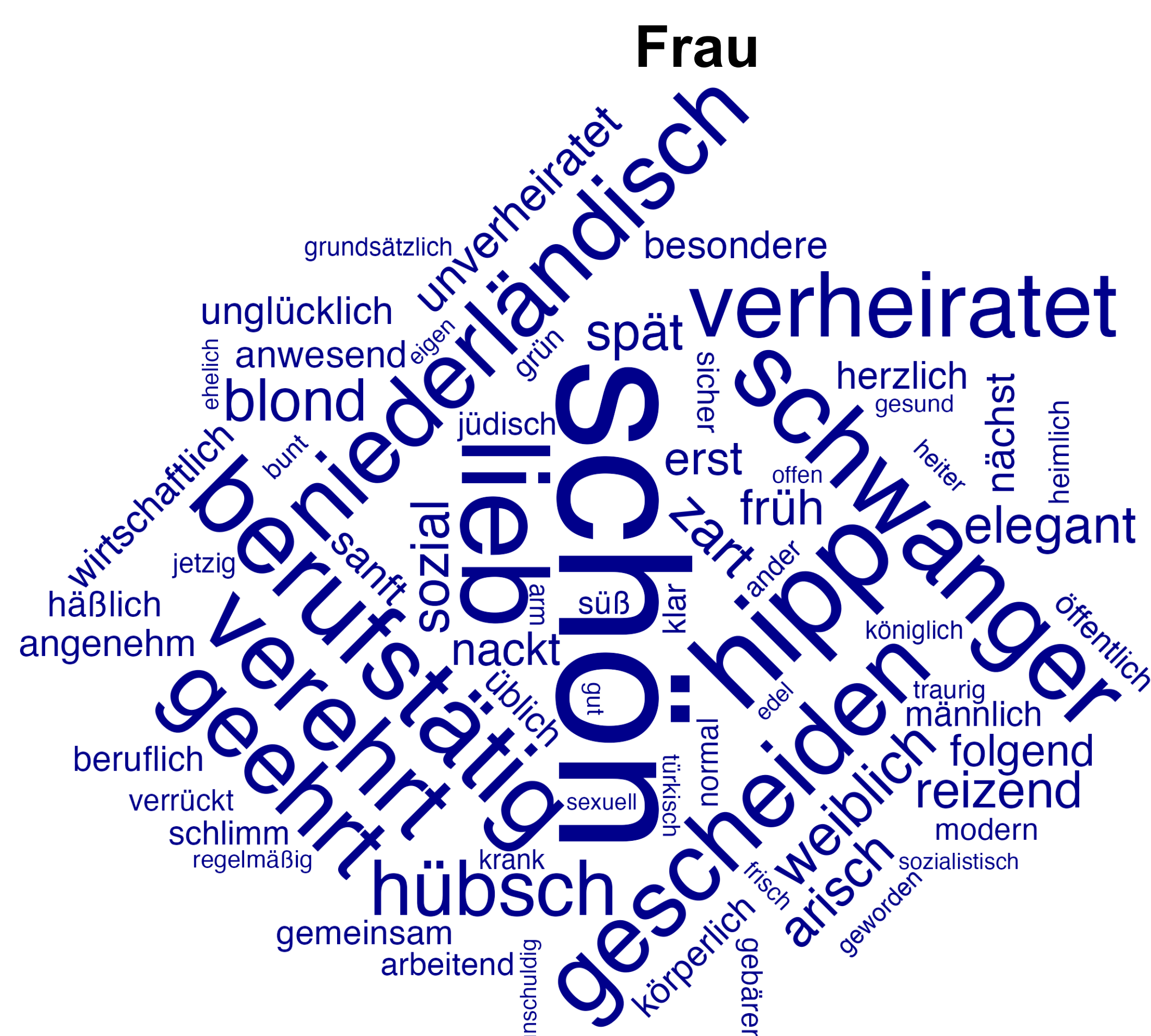
Ackermann (2011) untersucht die **Warennamen von Deodorants**, die sich an weibliche vs. männliche Zielgruppen richten.

Sie kann zeigen, dass für Deos mit männlicher Zielgruppe **andere phonologische Muster** verwendet werden als für Deos mit weiblicher Zielgruppe.

- Frauendeos enthalten durchschnittlich mehr stimmhafte Laute, also Laute, die mit Stimmbeteiligung produziert werden wie Vokale oder /n/, /l/; Männerdeos enthalten eher stimmlose Laute, z.B. /p/, /k/, /t/ (*Heavenly* vs. *Markant*)
- Frauendeos lauten durchschnittlich "weicher" aus (*Satin feeling* vs. *Sport Instinct*)
- Frauendeos enthalten tendenziell mehr helle Vokale (*Glatt und seidig* vs. *Boost*)
- Frauendeos weisen weniger Konsonantencluster auf als Männerdeos (*Sensitive Balm* vs. *Speedster*)

Diese Tendenzen decken sich teilweise mit jenen, die sich auch für Rufnamen von Jungen und Mädchen im Deutschen nachweisen lassen.

Ackermann, Tanja. 2011. *Aloe vera* vs. *Click*: Zur phonologischen Kodierung von Geschlecht bei Warennamen (Deodorants). *Beiträge zur Namenforschung* 46(1). 1–50.



Adjektive, die im DWDS-Kernkorpus des 20. Jahrhunderts unmittelbar vor *Frau* (links) bzw. *Mann* (rechts) auftreten. Die Größe zeigt den Grad der Assoziation an: je größer, desto eher tritt das Wort überzufällig häufig eher vor dem einen als vor dem anderen Wort auf.