GENDER
OPEN
REPOSITORIUM

Was heißt eigentlich doing gender? Differenzierungen im Feld von Interaktion und Geschlecht

Kotthoff, Helga

2003

https://doi.org/10.25595/4107

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kotthoff, Helga: *Was heißt eigentlich doing gender? Differenzierungen im Feld von Interaktion und Geschlecht*, in: Freiburger FrauenStudien : Zeitschrift für interdisziplinäre Frauenforschung, Jg. 9 (2003) Nr: 1, 125–161. DOI: https://doi.org/10.25595/4107.

GenderOpen – Repositorium für die Geschlechterforschung: www.genderopen.de

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

Helga Kotthoff

Was heißt eigentlich *doing gender*? Differenzierungen im Feld von Interaktion und Geschlecht[1]

1. Einleitung

In diesem Aufsatz beschäftige ich mich mit dem ethnomethodologischen Ansatz des *doing gender*, der in der sozialwissenschaftlichen Geschlechterforschung seit den siebziger Jahren eine Rolle spielt. Das ethnomethodologische Konzept der Bewerkstelligung von Geschlecht war und ist auch für die interaktionsanalytische Forschung zu Geschlechterverhältnissen in der Kommunikation folgenreich. Mit der Fokussierung von *doing* werden kulturelle Inszenierungspraktiken zentriert, nicht biologische Gegebenheiten. Wie körperliche Materialität in diese Inszenierungspraktiken eingeht, ist im ethnomethodologischen Ansatz bislang nicht geklärt und wird sicher noch vieler Diskussionen bedürfen. Wer sich mit *doing gender* beschäftigt, will beschreiben, wie sich Menschen performativ als männlich oder weiblich zu erkennen geben und mittels welcher Verfahren das so gestaltete kulturelle Geschlecht im Alltag mit Bedeutung aufgeladen wird. Mit der Betrachtung von *gender* als kommunikativer Performanz waren interaktionssoziologische und -linguistische Ansätze von Beginn an sehr weit entfernt von einer Essentialisierung von Geschlecht, wie sie z.B. in der französischen feministischen Theorie von Autorinnen wie Luce Irigaray[2] betrieben wurde. Bis heute ist allerdings nicht ganz klar, welche Dimensionen des kommunikativen Handelns als *doing* gefasst werden sollen. So wird in der ethnomethodologischen Geschlechterforschung beispielsweise unzureichend unterschieden zwischen Aktivitäten, die sich im Fokus der Aufmerksamkeit der Handelnden befinden und Habitualisierungen, die nurmehr im Hintergrund des Handelns der Menschen mitlaufen. Letztgenannte spielen als Stilphänomene und zusätzliche Symbolisierungen oder Indexikalisierungen von sozialen Bezügen in der Kommunikation eine herausragende Rolle. Kommunikative Stile und Symbolisierungen von männlich/weiblich sind Gestaltphänomene, d.h., dass kein Phänomen allein einen Stil ausmacht, der etwa als von Männern oder Frauen präferiert beschreibbar wäre. Selbst im Bereich der Kleidungssemiotik müssen wir von Merkmalbündeln ausgehen, obwohl hier Rock, Stöckelschuh, Spitzenunterwäsche oder Seidenstrümpfe konventionell am eindeutigsten der Stilisierung von Weiblichkeit dienen und entsprechend auch als Zitationsverfahren genutzt werden.

Bevor ich meine Vorschläge einer Binnendifferenzierung im Konzept des *doing gender* und dem davon abgeleiteten des *undoing gender* ausbreite, gehe ich kurz auf die ethnomethodologische Forschung ein. Ich schlage später ein Modell unterschiedlicher Ebenen der Relevantsetzung von *gender* vor, das in dem Bereich der Bewerkstelligung von Geschlecht Differenzierungen vornimmt.

2. *Doing gender*

Das Konzept des *doing gender* fußt auf Harold Garfinkels „Agnes-Studie“[3] und lehnt sich auch an Arbeiten von Erving Goffman[4] an. Beide Autoren zeigten kulturgebundene Methoden der Geschlechterstilisierung. Garfinkel verfolgte, wie sich die transsexuelle Agnes nach ihrer Operation zur Frau auf allen Ebenen des Verhaltens in das kulturelle Frau-Sein im Kalifornien der sechziger Jahre einübte, darunter auch die des Gesprächsverhaltens. So musste Agnes z.B. lernen, sich in argumentativen Gesprächen nicht durchzusetzen, sondern einzulenken. Sie musste und wollte lernen, sich von Männern bestimmte Höflichkeiten angedeihen zu lassen und andere selbst zu praktizieren. Ihr Freund lehrte sie, nicht zu insistieren und nicht so oft ihre Meinung zu sagen, weil das unweiblich sei. Garfinkel zeigte Verhaltensweisen, die damals noch gemeinhin als Natur galten, als in kultureller Praxis wechselseitig erzeugtes „accomplishment“ (Bewerkstelligung). Am Ausgangspunkt der Ethnomethodologie Garfinkels lag die traditionelle soziologische Frage nach der Entstehung, Reproduktion und Veränderung sozialer Ordnung. In Anlehnung an Alfred Schütz sah er in seinen empirischen Untersuchungen soziale Ordnung als aktive Leistung von Gesellschaftsmitgliedern, die stets aufs Neue situationsgebunden herzustellen ist. Damit rückten die aktionalen und interpretativen Prozeduren, mit denen soziale Ordnung hergestellt wird, in den Mittelpunkt der Analyse.[5]

Ähnlich verfolgte auch Goffman die Dramatisierung einer sexuierten Sozialordnung (*gender display*) und erläuterte das „Arrangement der Geschlechter“ als eine Angelegenheit institutioneller Reflexivität.[6] D.h., dass das kulturelle und soziale Geschlecht so institutionalisiert wird, dass es genau die Merkmale des Männlichen und Weiblichen entwickelt, welche angeblich die differente Institutionalisierung begründen. Goffman hat die differente Inszenierung von Weiblichkeit und Männlichkeit in verschiedenen Ausdrucksgestalten beschrieben, von der Selbstpräsentation des Körpers (der weibliche Körper zeigt sich in wertvolle, feine Stoffe und Spitzen gekleidet selbst als wertvoll und fein, der des Mannes präsentiert sich als robuster und nüchterner) bis zu parallelen Anordnungen (Herren- und Damentoiletten, Herren- und Damendüfte, Herren- und Damentaschen, Herren- und Damenbekleidung etc.), in denen

die Relevanz von *gender* gesellschaftlich so inszeniert wird, dass es als natürliche Unterscheidung hingenommen werden kann, die unhinterfragt gilt.[7] *Gender arrangements* umgeben uns einfach. Ich möchte betonen, dass vor allem Goffman im Arrangement der Geschlechter immer mehr gesehen hat als die einfache Herstellung von Asymmetrie. So drehen sich Ritualsierungen des Weiblichen oft um Feinheit, Pflege und Ornamentierung. Es ist also auch auf Seiten der Frauen mit Distinktionsgewinnen (im Sinne Bourdieus[8]) zu rechnen (was große Teile der *gender studies* ausblenden).

Ritualisierungen sind bei Goffman abgeleitete Ausdrucksformen fundamentaler sozialer Verhältnisse.[9] Goffman hat einen sehr weitgehenden Ritual-Begriff. Eine Party ist z.B. in vielen Dimensionen ritualisiert, d.h. aufgeladen mit zusätzlichen semiotischen Dimensionen, die instrumentelle Zwecke völlig überlagern: angefangen bei der Kleidung, welche die Leute tragen, über ihre Stimmung, die sie signalisieren, das dargebotene Essen, das den Formalitätsgrad des Ereignisses anzeigt, die Art der Begrüßungen, bis hin zur Auswahl der Gesprächsthemen. Goffman geht in Übereinstimmung mit der Ethologie davon aus, dass gewisse Verhaltensweisen formalisiert werden: sie werden vereinfacht, übertrieben, stereotypisiert und aus dem Urkontext der auslösenden Reize herausgenommen – dies zu dem Zweck der effektiveren Signalwirkung. Statt eine Handlung ausführen zu müssen, bietet man einen leicht lesbaren Ausdruck seiner Situation und Identität in Form einer Ritualisierung an. Die Mann-Frau-Konstellation sieht er als Ritualisierung des Eltern-Kind-Musters: Dem Mann werden Anzeigeverfahren von Elternrollen zugeordnet, wozu z.B. Emotionskontrolliertheit, Schutz geben und Orientierung auf die Welt gehören, der Frau entsprechend Kinderrollen, mit denen ein viel weitgehenderes emotionales Ausdrucksrepertoire verbunden werden kann, Orientierung auf sich, Schutz annehmen. Diese Darstellungen und Selbstdarstellungen legen die Modalitäten des Verkehrs zwischen Menschen fest. Kleidung gehört z.B. zu den Darstellungen, die rituelle Funktionen haben. Das männliche Geschlecht stellt sich in seinen Bekleidungsritualen schlicht, stabil, nüchtern und funktionell dar, das weibliche sich ornamental, verspielt, instabil und wenig funktionell. Diese Kleiderrituale wie auch andere indikative Ereignisse legen provisorisch Bedingungen von Kontakten fest. Diese indexikalischen Kommunikationsverfahren funktionieren als Frühwarnsysteme von Identitäten, als Wegweiser der Wahrnehmung.

Verschiedene Handlungen oder Handlungskomponenten können im interpersonellen Bereich rituelle Dimensionen enthalten, z.B. die Wortwahl beim Sprechen, Gesprächsstile, Gesten, Stimmen, Rederechtsstrukturen, Raumverhalten, Körperhaltungen und Intonationskonturen, wodurch die Sprecherin ihre Haltung zum Gesprächsthema und zum Gegenüber zum Ausdruck bringt.

Grundlegenden Komponenten der Interaktion, wie Status, Ehrerbietung oder Nähe kommen darin zum Ausdruck.

Unser symbolisches Leben ist nachhaltig vom Unterschied zwischen Frauen und Männern gezeichnet. Namen, Anredeformen, Sprechstile, Stimmen, Haartracht, Körperpflege, Körperpräsentationen etc. symbolisieren ihre Geschlechtsidentitäten. Keine Darstellung allein reicht ob ihrer Mehrdeutigkeit jedoch aus, um soziale Beziehungen zu charakterisieren. Goffman betont die lockere Verbindung zwischen den Sozialstrukturen und dem symbolischen Ausdrucksverhalten. Niemand **muss** zur Darstellung seiner Identität die volle Palette der Möglichkeiten ausschöpfen. Außerdem sind die Darstellungen einem Wandel unterworfen. Sie bedürfen alle eines historischen Verständnisses. Hosen indizieren heute keine Männlichkeit mehr, Röcke, Spitzenunterwäsche, Seidenstrümpfe, spitze Absätze und viele Formen der Ornamentierung des Körpers aber nach wie vor Weiblichkeit.

Ein Teil der interaktionsanalytischen *gender*-Forschung hat sich von Anfang an in der Ethnomethodologie und der dieser sehr nahestehenden Goffmanschen Kommunikationssoziologie verortet.[10] Trotz der vielversprechenden Anfänge der Betrachtung von Geschlecht in der Interaktionsforschung (als Teil der qualitativ orientierten Sozialwissenschaften) ist die Theoretisierung von Inszenierungsverfahren der Männlichkeit und Weiblichkeit bis heute unzureichend gefasst. So werden in der konversationsanalytischen Ethnomethodologie zwei Positionen im Bezug auf *doing gender* vertreten, die ich beide hier als unbefriedigend ausweisen möchte:

1.) Einige Ethnomethodologen[11] plädieren dafür, nur von *doing gender* zu sprechen, wenn explizit-thematisch auf die kulturelle Rolle der Geschlechter eingegangen wird, beispielsweise die Geschlechteretikette im Gespräch ausdrücklich angesprochen wird (als Regel ‚ladies first', z.B.).[12] Nur dann werde *gender* von den Beteiligten selbst als Identitätskategorie in ihrer Relevanz hochgestuft, denn wir alle haben viele solche Identitäten, die in den Vordergrund der Interaktion geholt werden können. Thematisierungen von *gender* spielen eine Rolle bei expliziten Zuordnungen (‚Das ist Männersache' oder ‚Jetzt reden wir mal von Frau zu Frau') und anderen Bezugnahmen auf die soziale Kategorie Geschlecht. Darauf können wir aber die Bedeutung von *gender* nicht beschränken. Solche expliziten Referenzen auf Geschlechternormen spielen im Alltag nur eine untergeordnete Rolle im Vergleich zu Stilisierungen, die quasi immer mitlaufen und von den Mitgliedern einer Gesellschaft als Normalität angenommen worden sind (wenngleich kulturell hergestellt sind).

2.) Andere Ethnomethodolog/inn/en, z.B. West und Zimmerman sehen *gender* als „fortlaufende Bewerkstelligung", das in alle Alltagssituationen eingeschrieben ist:

> „When we view gender as an accomplishment, an achieved property of situated conduct, our attention shifts from matters internal to the individual and focuses on interactional and, ultimately, institutional arenas. In one sense, of course, it is individuals who ‚do' gender. But it is a situated doing, carried out in the virtual or real presence of others, who are presumed to be oriented to its production. Rather than as a property of individuals, we conceive of gender as an emergent feature of the social situations: both as an outcome of and a rationale for various social arrangements and as a means of legitimating one of the most fundamental divisions of society."[13]

Gender wurde in der Soziologie vorher oft als Rolle behandelt. Im Unterschied zur Rolle als situativer Identität sei *gender* aber eine *master identity*, die sich durch alle Situationen ziehe. Der Fokus liegt hier wie immer bei den Ethnomethodolog/inn/en auf Verfahren des Bermerkbar- und Bedeutsam-Machens. West und Zimmerman zitieren Cahill, der in Kindergartenstudien herausgearbeitet hatte, über welche Aktivitäten und Zuschreibungen Kinder *gender* aktiv annehmen.[14] So lernen kleine Jungen von etwa 3 Jahren, es als jungenhaft zu betrachten, dass sie die Umwelt manipulieren können und dass das Äußere nicht so wichtig ist. Mädchen lernen dagegen, dass die Ornamentierung des Körpers mädchenhaft ist. Der Umgang mit dem eigenen Äußeren und die Art des Einwirkens auf andere sind erste *gender*-Performanzen. [15]

Der Performanz-Ansatz (im Sinne der soziologischen Dramaturgie des Alltags)[16], der seit Goffmans Studien in den Sozialwissenschaften virulent ist, müßte im Bereich der empirischen *gender studies* weiter ausgebaut werden, um die verschiedenen kommunikativen Ebenen der Geschlechterstilisierung historisch vergleichend besser erfassen zu können, von Kleidung über Körpersprache[17] bis zum Gesprächsstil. Innerhalb dieses Ansatzes können die bisher im Kommunikationsbereich uneinheitlichen Ergebnisse verschiedener Studien zum Verhalten von Frauen und Männern am besten verstanden werden, denn: *Gender*-Neutralisierung auf der einen Ebene kann durch Differenzarbeit auf der anderen wettgemacht werden. Ich stelle in diesem Aufsatz einige Forschungsergebnisse zusammen, die zeigen, dass innerhalb der Performanz von kultureller Geschlechtlichkeit mit Umschichtungen zu rechnen ist. Relevanzrückstufungen auf der Ebene von Gesprächsstilen können z.B. auf der Kleidungs- und Kosmetikebene durch Relevanzhochstufung ausgeglichen werden.

Die Ethnomethodologie geht davon aus, dass der Mensch vieles zugleich ist.[18] Ich kann z.B. Deutsche sein, Akademikerin, Weiße, Interaktionslinguistin, Eisläuferin, Mieterin, Hausbesitzerin, Nachbarin, Freundin, Computerfreak,

Köchin, Tochter und vieles mehr. Nicht allem wird in Alltagssituationen gleichzeitig Relevanz zugeschrieben (und in der Praxis gezeigt), obwohl alle genannten potenziell relevante soziale Identitäten sein können. *Gender* ist mit diesen Identitäten komplex verwoben. Tochter-Sein ist z.B. in unserer Kultur noch immer etwas anderes als Sohn-Sein. Von Töchtern wird z.B. weniger erwartet, dass sie später eine Familie ernähren können, Mutter-Tochter-Beziehungen haben eine andere kommunikative Dynamik als Mutter-Sohn-Beziehungen.[19]

West und Zimmerman[20] distanzieren sich von Goffman[21], weil dieser „gender display" als optional angesehen hatte. Goffman unterscheidet zwischen „sex class" und „gender",[22] wobei „gender" das ausdifferenzierte System der Inszenierung umfasst. Er betont, der Mann müsse seine Höflichkeiten im Bezug auf die Frau nicht ausüben, er müsse die Spinne nicht entfernen, den Stuhl nicht hinrücken, das verrostete Glas nicht aufschrauben. Wenn er es tut, handelt er im Rahmen einer normativen Geschlechtererwartung, bestätigt diese somit. *Gender* beinhaltet bei Goffman die Dramatisierung einer kulturellen Idealisierung der maskulinen und der femininen Natur. Goffman lässt keinen Zweifel daran, dass diese Natur Kultur ist, nur eben eine Kultur, die als Natur gesehen werden will. Darin sind sich West und Zimmerman mit ihm einig. Uneinigkeit besteht jedoch darin, dass West und Zimmerman *doing gender* als permanente Inszenierung für unausweichlich halten, während sich nach Goffman das *gender*-System auch mal auf seine Institutionalisiertheit verlassen kann. Die Menschen können sich in vielen Formen als männlich oder weiblich theatralisieren. Sie müssen aber dieses unendliche semiotische Repertoire keinesfalls ausschöpfen, und sie müssen es vor allem nicht fortlaufend.

West und Zimmermann gehen von einer weniger starken Flexibilität des Systems aus als Goffman und sie gehen weiterhin davon aus, dass immer eine Macht-Asymmetrie das zentrale Differenz-Merkmal konstituiert. Sie zitieren z.B. die Studie von Pamela Fishman, die bei einigen Paaren herausgefunden hatte, dass die Frauen mehr Fragen stellten und ihre Ehemänner thematisch mehr unterstützten als umgekehrt.[23] Das sei *doing gender*. In ihrem Artikel[24] bleiben ihre Annahmen über das Ausmaß an Verpflichtung, dass auf Menschen lastet, sich in dieser Weise als normale Frauen und Männer zu inszenieren, unklar. Einerseits legen sie Interaktionsformen von Macht und Unterordnung zwischen den Geschlechtern als unausweichlich nahe, andererseits identifizieren sie *doing gender*[25] nur als die Notwendigkeit, der Umwelt eine geschlechtliche Kategorisierung der eigenen Person zu ermöglichen. Dies wäre allerdings Goffmans Position, die sie ja kritisieren wollen. Eine gewisse Inkonsistenz wird in dem Artikel von 1989 sichtbar.

Halten wir fest, dass West und Zimmerman mit Goffman „sex", „sex class" und *gender* unterscheiden. „Sex class" bezieht sich bei Goffman auf die Kategorisierung in Mädchen und Junge, die vor oder nach der Geburt nach Genital

vorgenommen wird. Das ist zunächst das simple Sortieren, an das dann aber differente Zuschreibungen anknüpfen. West und Zimmerman gehen davon aus, dass nicht nur „sex class", sondern auch „gender" normalerweise omnirelevant ist und permanent als Machtverhältnis inszeniert wird. Wenn von dieser kulturellen Normalität abgewichen werde, sei das ebenfalls „accountable" (bemerkbar) und man müsse mit Reaktionen der Umwelt rechnen. Diese strenge Normativität erscheint mir ebenso fragwürdig wie die Zentrierung eines Machtunterschieds als einziger Kern der *gender*-Differenz.

Bei den meisten Ethnomethodolog/inn/en bezieht sich *doing X* auf soziale Identitäten, die in den Vordergrund der Interaktion gebracht werden. So spricht Schegloff z.B. von „doing being a doctor", wenn ein Arzt oder Ärztin als solche agiert, z.B. in der Sprechstunde Patienten und Patientinnen berät.[26] Wenn die Ärztin anschließend Segeln geht, ist „doing being a doctor" nicht mehr relevant. Bei *gender* ist es aber im Unterschied zu beruflichen und freizeitbezogenen Kategorien so, dass diese Identitätskategorie sozusagen überhaupt nicht abgeschaltet werden kann. Die Frage ist nur: Ist es immer *doing*? Sicher ist Segeln kein *undoing gender*, nur weil *gender* gerade ziemlich irrelevant ist. Die Unterscheidung von *doing* und *undoing* bildet Verfahren der Identitätskategorisierung unzureichend ab. Bei dem Segelbeispiel, wie so oft, genügt es zu sehen, ob jemand Mann oder Frau ist (man identifiziert „sex class"). Hirschauer nennt dies „normale Sexuierung".[27] Wenn diese gewährleistet sei, könne in vielen Kontexten *doing gender* eingestellt werden.

Damit wird der Omnirelevanzannahme von *gender* widersprochen, einer Annahme, die auch in der kommunikationsorientierten Geschlechterforschung zunächst das Feld beherrschte. Dem Widerspruch schließe ich mich hier an, gebe allerdings gleichzeitig zu bedenken, dass *gender*-Performanz so komplex ist, dass sich *undoing* oft nur auf einer Verhaltensebene abspielt, nicht aber auf allen.

In der frühen Interaktionslinguistik wurde davon ausgegangen, Geschlecht sei permanent die relevanteste Identitätskategorie des Menschen und würde permanent auch konversationell inszeniert. Linguistinnen wie Trömel-Plötz operierten mit Begriffen wie „Frauensprache" und „genderlect".[28] Als Kennzeichen dieser Genderlekte wurden die Verwendung vieler Höflichkeitsformen angegeben, Vagheitsmarkierungen vom Typ ‚irgendwie' und ‚oder so', Sich-Unterbrechen-Lassen, fragende Intonationsmuster.[29] Es wurde mit Dichotomien von „kooperativ" und „konfrontativ" oder von „ich-bezogen" und „wir-bezogen" gearbeitet. Ich selbst habe mit der Unterscheidung von „privatem" und „öffentlichem" Gesprächsstil gearbeitet[30] und meine auch heute noch, dass man die auffindbaren gesprächsstilistischen Unterschiede zwischen Frauen und Männern am besten auf dieser Achse unterschiedlicher Rahmung von so-

zialen Ereignissen ansiedeln kann. Nur muss unbedingt gesehen werden, dass stilistische Präferenzen nicht in jedem Kontext ausagiert werden. Niemand spricht kontinuierlich einen *genderlect*, dessen Merkmale als fester Verbund gemeinsam auftreten.[31] Die meisten Menschen verfügen über eine Vielfalt an Gesprächsstilen, die sie situationsabhängig und -kreierend einsetzen.

Sowohl *doing gender* als auch *undoing gender* sind keine Alltagskategorien der Gesellschaftsmitglieder, sondern wissenschaftliche Konstruktionen „zweiter Ordnung" im Sinne von Schütz.[32]

3. *Undoing gender*

Gegen die Omnirelevanzannahme von *gender*, die von weiten Teilen der *gender studies* zunächst geteilt wurde, stellte Hirschauer 1994 seine Idee des *undoing gender*, einer vorübergehenden situativen Neutralisierung der Geschlechterdifferenz. Er rekurriert dabei vor allem auf Goffman, der unterschiedliche Inszenierungsgrade von *gender* seinerzeit schon im Blick hatte. Hirschauer verweist auch auf die relative Signifikanz der Geschlechterunterscheidung im Vergleich zu anderen Klassifikationen wie Alter, Ethnizität und Schicht.[33] Dass bei allen Identitätsklassifikationen mit Kreuzungen und Kopplungen gerechnet werden muss, kann die Interaktionsforschung nur bestätigen. Als Beispiel kann die Verwendung der Standard-Sprache in vielen Dialektregionen westlicher Gesellschaften dienen. Die Achse von überregionalem Standard (im deutschen Sprachraum Hochdeutsch) und regionaler Varietät wird häufig von Menschen genutzt, um auch geschlechtliche Differenz zu symbolisieren.[34] So neigen Frauen in vielen westlichen Gegenden der Welt eher zur Standardsprache als Männer, die häufiger dialektale Varietäten sprechen. Die Oberschicht neigt gleichfalls zum Standard. Die *gender*-Symbolisierung ist nicht voraussetzungslos. Mit der Standardsprache wird oft Feinheit und Gebildetheit assoziiert. Sie eignet sich somit, einen Sinn für's Gepflegte zu suggerieren, der mit Weiblichkeit assoziierbar ist, aber auch mit hohem Status. Sie ist auch die Sprechweise über soziale Grenzen hinweg, da sie hohe Verständlichkeit garantiert. Die präferierte Varietät hat außerdem immer mit Praxisfeldern der Individuen zu tun. Frauen sind z.B. oft in Berufen tätig, in denen mit Menschen aus verschiedenen Schichten kommuniziert wird, z.B. als Verkäuferin, Krankenschwester, Psychologin, Sekretärin, Lehrerin, Haushälterin. In diesen Berufen wird mehr schichtenübergreifend kommuniziert als beispielsweise im Handwerk oder auf der Baustelle. Der Dialekt symbolisiert hingegen eher *in-group* (in vielen Männertätigkeiten funktional) und niedrigeres Bildungsniveau und Grobheit (im Unterschied zu Feinheit). Ohne hier weiter ins Detail zu gehen sei gesagt, dass Varietäten gleichermaßen Symbolisierungsleistungen für Schicht

und Geschlecht erbringen können (oft auch für Alter), ein Beispiel also für Kopplung.[35] Die genannten Symbolisierungsleistungen finden sich aber auch in umgekehrter Ausprägung, etwa wenn der Dialekt mit einer konservativen Orientierung assoziiert wird, die eher den Frauen zugeschrieben wird. Ich kann im Rahmen dieses Artikels der realen Komplexität dialektologischer Fragen leider nicht gerecht werden.

Die zweite Schwäche der Omnirelevanzannahme ist die mangelnde Unterscheidung von Vordergrund und Hintergrund der Kommunikation von *gender*. Hirschauer will von Diskontinuität der Geschlechterkonstruktion ausgehen; sie bestehe aus Episoden.[36] Darunter müssen wir uns wohl fokussierte Handlungen vorstellen. *Undoing gender* sieht er als praktiziertes ‚Absehen' von der Geschlechterdifferenz, und das sei auch eine konstruktive Leistung.[37] Hirschauer dehnt das Konzept des *undoing gender* auf unterschiedliche Arten der Neutralisierungsarbeit aus.

Heintz und Nadai beziehen *undoing gender* auf größere Aktivitätenkomplexe, wie z.B. bestimmte Berufstätigkeiten, die sowohl in ihrem Image als auch in ihrer Binnendifferenzierung vom Faktor Geschlecht entlastet sein können. Dies ist ihrer Studie zufolge z.B. im Berufsfeld der Sachberarbeitung in der Schweiz passiert. Der Beruf steht Männern und Frauen gleichermaßen offen, wird gleichermaßen ausgeübt.[38]

Ich stimme völlig dem Befund zu, dass es Kontexte gibt, in denen Geschlecht kaum eine Rolle spielt, in den Hintergrund des Handelns tritt. Ich stimme auch zu, dass dieses Absehen Neutralisierungsarbeit verlangen kann, die als *undoing gender* gefasst werden kann. Im flüchtigen Alltagshandeln ergibt sich die Neutralisierung von Geschlecht allerdings auch anders, unbemerkt, hintergründig, wenig „accountable". Außerdem kann Neutralisierungsarbeit auf einer Ebene des Handels durch Differenzarbeit auf einer anderen Ebene ausgeglichen werden. So übernehmen heute die Massenmedien die permanente Erinnerung der Welt an die von ihnen inszenierten Idealbilder von Mann und Frau, die Omnipräsenz des erotisierten Blicks auf die Frau. Massenmediale Einflüsse liegen jenseits des personalen Handelns der meisten Menschen. Ihre Ausblendung in den *doing*- und *undoing*-Ansätzen zeigt uns, dass hier *gender* doch sehr stark als individuelles Handeln gesehen wird (trotz gegenteiliger Behauptungen) und nicht als gesellschaftliches Verhältnis, das weit über unser individuelles Gestaltungsvermögen hinausreicht.[39]

Ich nehme für die soziale Konstruktion von *gender* eine Relevanzstruktur an, die quer liegt zu den Polen des *doing* und *undoing*. Ich schlage vor, für diese Relevanzstruktur von *gender* fünf Ebenen zu unterscheiden, die auf unterschiedlichen Achsen angesiedelt werden können. Auf einer Achse liegen

Kategorisierungen der Pole von ‚im Hintergrund mitlaufend' bis zu ‚in den Vordergrund der Interaktion gebracht'. Thematisierung wäre z.B. ein Verfahren der Zentrierung von *gender* im Vordergrund der Interaktion. Im Unterschied zu Schegloff plädiere ich dafür, die Relevanz von *gender* nicht auf das Thematisieren zu verkürzen, sondern auch Inszenierungsverfahren zu berücksichtigen, die im Sinne von Bourdieu habitualisiert worden sind, verkörperlicht und einfach als soziale Praxis mitlaufen, ohne ins Zentrum des Bewusstseins zu rücken.[40] Auf einer anderen Achse spielt die Unterscheidung von Intentionalität und Nichtintentionalität eine Rolle. Eine dritte Achse bezieht sich auf die Art der Involvierung des Individuums. Wir sind in gesellschaftliche Praktiken eingebettet, die gar keine Bewerkstelligung von uns selbst verlangen. So nehmen z.B. Massenmedien in unserer Alltagswelt einen omnipräsenten Raum ein. Sie konstruieren unsere Bilder von Schönheit, Erfolg, Gesundheit, Wichtigkeit, Geordnetheit, Reinheit, Glück und vielem mehr. Die Werbeindustrie geht z.B. davon aus, dass der durchschnittliche Mensch im Westen täglich 2000 Reklamen auf sich wirken lässt.[41] Sie arbeitet mit hochstereotypen Geschlechterbildern, die quasi unablässig auf uns einwirken, wenngleich wir keine monokausalen Wirkungen auf unser Leben ausmachen können. Wir haben es hier mit genderisierten Darbietungen zu tun, die die meisten von uns ausschließlich rezipieren, nicht produzieren. Wie gehen wir mit Rezipienz in einem aktionsorientierten Ansatz um? Ist das *doing* oder nicht?

4. Fünf Ebenen der Relevantsetzung von *gender*

4.1. Doing gender in Stimme und Prosodie.

Beim Sprechen sind Stimme und Prosodie[42] der Bereich, welcher am stärksten mit dem Körper verbunden wird. Diese *gender*-Differenzen bleiben normalerweise im Hintergrund der Interaktion. Frauen und Männer, ja schon Mädchen und Jungen erkennen wir sogar am Telefon. Gemeinhin geht man wohl davon aus, dass im Bereich von Stimme und Prosodie die Anatomie für Unterschiede verantwortlich ist. Es gibt auch in der Tat physiologische Ursachen für Stimmunterschiede. Frauen haben z.B. im Durchschnitt kürzere und dünnere Stimmbänder und einen kleineren vokalen Trakt und sprechen höher. Grundfrequenzen sind dafür verantwortlich, dass wir bei Lauten Höhenunterschiede wahrnehmen können. Die Vibrationen der Stimmbänder sind für diese Grundfrequenzen weitgehend verantwortlich, welche in Hertz (Hz) gemessen werden. Je schneller die Vibration der Stimmbänder, umso höher sind Grundfrequenz und Ton. Lange Stimmbänder produzieren also tiefere Töne. Daher kommt es, dass Männer im Durchschnitt tiefer sprechen. Beide Geschlechter können aber

eine ganze Bandbreite an Stimmlagen[43] und Tonhöhen realisieren. Sie nutzen in der Regel ihre vollen Möglichkeiten nicht aus.[44] Generell ist es so, dass im Bereich von Stimme ein körperlicher Unterschied im Einklang mit kulturellen Geschlechterimages in eine Richtung gesteigert wird. Wie jemand spricht, hat immer mit medizinisch-biologischen Gegebenheiten zu tun, kann aber auch soziale Bedeutung annehmen. Wenn wir erkältet sind, nimmt z.B. Nasalierung zu. Sie kann aber auch Vornehmheit indizieren und über Erkältungen hinaus als soziale Stilisierung praktiziert werden.

Jacqueline Sachs hat darauf aufmerksam gemacht, dass die Unterschiede in den vokalischen Formantenfrequenzen zwischen Amerikanern und Amerikanerinnen größer sind, als man allein von den Unterschieden in der Größe des vokalen Trakts vorhersagen könnte. Außerdem stellen Formantenfrequenzen schon bedeutende akustische Hinweise auf das Geschlecht des sprechenden Menschen dar, wenn dieser noch Kind ist und die Unterschiede in der Größe des vokalen Trakts noch gar nicht ausgebildet sind. Die distinktiven Formanten, welche unsere Vokalaussprache unterscheiden, variieren erheblich von Person zu Person. Ein körperlicher Unterschied wird also in diesem Bereich kulturell ausgebaut.

Knaben und Mädchen erwerben in westlichen Ländern außerdem eine teilweise andere Prosodie. Fichtelius et al. konnten zeigen, dass Erwachsene und Kinder, wenn man ihnen in Experimenten Kinderstimmen vorspielte, zu einem hohen Prozentsatz sagen konnten, ob ein Mädchen oder ein Junge spricht.[45] Die Stimmhöhen wurden technisch gleichgehalten. Was sich unterschied, waren Rhythmus, Formantenfrequenz und die Intonation. Mädchen intonieren variationsreicher. Andere Arbeiten zeigten auch, dass Mädchen und Knaben zwischen fünf und sechs Jahren sich bereits darin unterschieden, dass die Mädchen auf dem Nukleus (Hauptsilbe eines Satzes) mehr steigend und die Jungen mehr fallend intonierten.[46] Vor allem bei Fragen und Feststellungen klingt steigende Intonation[47] innerhalb des Wortes mit dem Hauptakzent freundlicher. (Sprechen Sie sich einmal den Satz „ach, du bist auch da“ mit steigendem und fallendem Ton auf ‚auch‘ vor. Er ändert seine Bedeutung im Bereich der affektiven Konnotation ziemlich, weg von freundlicher Überraschung hin zu nüchternem Konstatieren.)

Formantenfrequenzen, Intonation und Stimme stellen also Phänomene dar, bei welchen anatomische Unterschiede durch kulturelle Konventionen stark ausgebaut werden. Wir wissen bis heute wenig darüber, wie die geschlechterbezogene Aneignung unterschiedlicher Formantenfrequenzen, Stimmregister und intonatorischer Muster bei Kindern verläuft. Im Falle der Formantenfrequenzen und der Stimmhöhe haben wir es mit einem physiologischen Unterschied zu tun, der aber durch soziale Stereotypen verschärft wird. Je nach

Kultur werden bestimmte Stimmregister für Männer und Frauen als ‚normal' eingespielt. Auch im Bereich der Stimmregister wird also ein körperlicher Unterschied sozial überformt. Menschen beherrschen verschiedene Stimmregister und wechseln diese situativ (z.B. wird mit Kindern in höheren Stimmlagen gesprochen).

Die Form der Tonhöhenbewegung, also der Intonation, ist gänzlich kulturell bedingt. In Sachs' Studie konnten die Geschlechter auch wesentlich besser anhand von Intonationskonturen identifiziert werden als anhand von Vokalaussprachen. Weibliche Wesen nutzen ein weiteres Spektrum der Tonhöhen und wechseln diese auch häufiger. McConnell-Ginet schreibt, dass unser Stereotyp des weiblichen Sprechens besagt, dass Frauen stärkere Tonhöhenbewegungen produzierten, dass sie Töne länger ausgleiten ließen und stärker behauchten.[48] In Deutschland kann man dies z.B. an einem langgezogenen ‚tschüüüüss' beobachten, das Frauen oft beim Abschied geradezu singen. Wenn Frauen imitiert werden, tauchen diese Merkmale auf. Sie tauchen auch auf, wenn Männer als Schwule imitiert werden. Sie gelten als exaltiert und sind deshalb abgewertet. Typisch männliche Konturen können für Imitationen kaum genutzt werden, da sie als ‚neutral' gelten. Stimme und typische Intonationskonturen gehören zentral zur Individuation. Sie sind nicht beliebig veränderbar. Sie werden als Gestaltphänomene wahrgenommen und sind nur von Expert/inn/en in ihren Komponenten analysierbar. David Crystal schreibt:

> „Intuitive impressions of effeminacy in English, for example, … are mainly [based on] non-segmental [features]: a ‚simpering' voice, for instance, largely reduces to the use of a wider pitch-range than normal (for men), with glissando effects between stressed syllables, a more frequent use of complex tones (e.g. the fall-rise and the rise-fall), the use of breathiness and huskiness in the voice, and switching to a higher (falsetto) register from time to time". [49]

Verschiedene Studien haben inzwischen belegt, dass Männer und Frauen dahingehend unterschiedlich intonieren (z.B. Local 1982), dass Frauen dynamischer sprechen. Ruth Brend schreibt:

> „Men consistently avoid certain intonation patterns. They very rarely, if ever, use the highest level of pitch that women use. That is, it appears probable that most men have only three contrastive levels of intonation, while many women, at least, have four.[50] Men avoid final patterns which do not terminate at the lowest level of pitch, and use a final, short upstep only for special effects.…Although they also use short down-glides … they seem in general to avoid the one-syllable long pitch glides, and completely avoid the reverse glides on one syllable". [51]

Die Intonationsmuster, die von Frauen verwendet werden, klingen emotional involvierter und emphatischer. Man kann ihnen keine klar umrissene Bedeutung zuordnen, da diese isoliert betrachtet nur unvollständig konventionalisiert ist. Sie werden aber als Kontextualisierungsverfahren eingesetzt.[52] Generell wird mit stark bewegten Mustern emotionale Expressivität assoziiert, diese wiederum mit Weiblichkeit.

Im Bereich von Stimme und Intonation gibt es Symbolisierungen und Indexikalisierungen von Männlichkeit und Weiblichkeit. Diese sind so weit habitualisiert, dass sie in der Regel nicht als genderisierte Stilisierung auffallen. Solange die Stimme im Bereich des kulturell Normalen liegt, tritt sie nicht ins Bewusstsein. Die Aneignung stimmlich-intonatorischer Muster kann nur dann als *doing gender* beschrieben werden, wenn *doing* auch rein imitatives Sich-Einüben einschließt, das unmittelbar verkörperlicht und automatisiert wird. Kinder scheinen sich zunehmend mit gleichgeschlechtlichen Wesen ihrer Umgebung zu identifizieren und deren Prosodie frühzeitig in praxi zu übernehmen. Dieses *doing* ist selten im Vordergrund des Alltagshandeln, ganz zu Schweigen von bewusstem Alltagshandeln, sondern läuft unbemerkt als inkorporierte Normalität mit.

Das heißt nicht, dass diese Ebene nicht veränderbar wäre. Eine tiefe, kräftige, wenig bewegte Stimme war bis vor etwa 25 Jahren in den Medien Männern reserviert. Sie verkörpert Autorität und Sachlichkeit, und diese gehörten zu den Männlichkeitsritualen. Heute sprechen Frauen, z.B. Nachrichtensprecherinnen wie Petra Gerster, mit wenig bewegter Intonation und dunkler, kräftiger Stimme die wichtigsten Nachrichten (allerdings ist die Stimme gut als Frauenstimme identifizierbar). Sie erlauben sich einen paraverbalen Ausdruck, der noch vor wenigen Jahren viel stärker Männlichkeit symbolisierte als heute. Die Tatsache, dass Frauen in Bereichen des öffentlichen Lebens bestimmte Weiblichkeitsbekundungen nicht betreiben, heißt aber nicht, dass dies nicht auch kritisch registriert würde. Sabine Christiansen hatte als Nachrichtensprecherin z.B. den Ruf eines „Eisschranks".[53] Dies hat sie allerdings nicht an einer weiterführenden Fernsehkarriere gehindert, im Gegenteil. Sehr bewegte, euphorische Intonationsweisen mit hellen Stimmen gelten nicht als autoritäts- sondern emotionsausstrahlend. Frauen in Autoritätspositionen benutzen hohe Stimmen und bewegte Konturen intuitiv weniger. In Rhetorikkursen trainieren Frauen seit vielen Jahren tiefere Stimmlagen.[54] Das wäre durchaus als *undoing gender* zu fassen. Von Männern westlicher Kulturen werden hohe Stimmen und eine sehr bewegte Intonation sowieso weitgehend gemieden.

Im Bereich von Stimme und Prosodie überlappen sich körperliche und kulturelle Phänomene. Hier ist eine Form von *doing gender* der Fall, die auf völlig unbewussten und ungeklärten Identifikationsprozessen basiert, die unmittelbar inkorporiert werden. Unterschiede in Stimme und Prosodie haben nicht in

jedem Kontext mit Machtunterschieden zu tun. Sie dienen aber zur Selbststilisierung und Stimmungsstilisierung in Richtung fröhlich, begeistert, herzlich, nüchtern, aggressiv, traurig usw.

Ich gehe jetzt auf einen weiteren Bereich der Kommunikation ein, in dem *doing gender* gleichfalls weit entfernt sein kann von der bewussten Relevantsetzung des sozialen Geschlechts durch die Akteure. Es handelt sich um konversationelle Stildifferenzen, die aber im Unterschied zum Phänomenbereich Stimme und Prosodie nicht mit körperlichen Merkmalen (wie der Größe des vokalen Trakts) verbunden sind. Der Zusammenhang von Gesprächsstil und sozialer Mikro-Ordnung ist auch für die Mitglieder der Gesellschaft evidenter als der Zusammenhang von Sprechausdruck und Sozialstruktur.

4.2. *Differente Gesprächsstile*

In vielen Bereichen der Interaktion sind Stilunterschiede zwischen den Geschlechtern beschrieben worden, die Männern und Jungen stärker status- und konkurrenzorientierte Verhaltensweisen bescheinigen als Mädchen und Frauen.[55] Ich gehe kurz auf eine Studie ein, in der es darum geht, wie Männer und Frauen sich in öffentlichen Zusammenhängen als Expert(inn)en inszenieren.[56] Verschiedene Untersuchungen zeigen, dass Frauen dazu neigen, ihre Kompetenz eher herunterzuspielen und Männer sich verschiedener Verfahren der Aufwertung und Überbetonung ihrer Kompetenz bedienen.[57] Solche Unterschiede in Kommunikationsformen haben nichts mit explizitem *doing gender* im Sinne von Schegloff zu tun.[58] *Doing gender* steht in Fernsehdiskussionen oder akademischen Konferenzdebatten, Kontexten also, in denen Männer berufliche und sonstige Kompetenzen mehr herausstreichen als Frauen, nicht im Vordergrund. Trotzdem haben gerade diese mitlaufenden ‚feinen Unterschiede' der Selbstpräsentation einen enormen Einfluss auf die entstehende soziale Mikrostruktur (die auch mit weitergehenden Karriere-Aussichten zu tun haben kann). Aber die Beteiligten haben oft weder die Intention, *gender* zu inszenieren, noch ein hierarchisches Gefälle zwischen Frauen und Männern zu errichten.

Ich habe mich in einem Forschungsprojekt mit dem Zusammenhang von konversationell hergestelltem Status und sozialem Geschlecht in Fernsehdiskussionen beschäftigt.[59] Die Studie hat gezeigt, dass in vielen Fernsehdiskussionen Frauen sich eher in Betroffenenrollen hineinmanövrieren und Männer sich in die statushöhere Rolle des Experten für die anstehenden Fragen (wenn potenziell beide Geschlechter in diesen Identitäten agieren könnten). Die Herstellung dieser Asymmetrie ist folgenreich für die soziale Ordnung der Diskussion. Experten bekommen klassischerweise mehr Redezeit und definieren Themen und Standpunkte und vermitteln diese in der Modalität des

Faktischen. Die Herstellung dieses geschlechterbezogenen Gefälles ist durch und durch interaktiv, d.h. Männer agieren von Anfang an als Experten (werden auch so angesprochen und aufgefordert), indem sie z.B. ihr Wissen ausführlich darlegen. Sie treten mit kleinen Monologen in Aktion, die Belehrungen enthalten. Frauen erzählen eher von ihren Beobachtungen oder persönlichen Erfahrungen (auch wenn sie als Expertinnen eingeladen wurden). Sie modalisieren ihr Expertenwissen, zeigen eher eine explorativ-erkundende Herangehensweise an den Gesprächsgegenstand. Beiden Geschlechtern werden diese Rollen aber auch von anderen Teilnehmenden nahelegt. So werden z.B. Männern von den Moderator(inn)en eher die Grundsatzfragen zum Thema gestellt; Frauen fordert man zum Erzählen auf nach dem Motto: „Wie war das bei Ihnen?".

Besonders eine Aktivität zeigte sich als different in der Herstellung von Expertenstatus: ausführliche Wissensdarlegungen im Belehrungsformat. Belehrungsvorträge sind stark statusgenerierende Aktivitäten. Über komplexe Wissensdarlegungen kann eine Sprecherin bzw. ein Sprecher für sich den Situationsstatus einer Expertin/eines Experten schnell herstellen. Dieser Status wird interaktiv ausgehandelt, d.h. die anderen Anwesenden bestätigen den Aufbau einer solchen Situationsrolle oder produzieren sie sogar mit, indem sie der Person beispielsweise Fragen stellen und ihr Raum geben für lange Ausführungen.

Wenn eine zur Fernsehdiskussion eingeladene Expertin kaum in dieser Rolle angesprochen wird oder sogar daran gehindert wird, ihr fachliches Wissen auszubreiten, wird für sie ein niedriger Status mit Unterlegenheit im Bezug auf kompetente Selbstdarstellung produziert. Nur: Die Beteiligten waren von diesen Ergebnissen ziemlich überrascht. Vor allem die Expertinnen, die sich im Rahmen der Fernsehdiskussion als solche so wenig inszeniert hatten, waren geradezu entsetzt über die Wirkung ihres eigenen Verhaltens, aber auch über das der dominanten Männer. Die Frauen hatten nicht im Mindesten im Sinn gehabt, sich als normativ weiblich untergeordnet zu inszenieren.[60] Dieser Status stellte sich nur her in Relation zu einem Stil, der eher geeignet war, sich in den Mittelpunkt der Diskussion zu bringen und auch dort zu halten. Wer tut denn in einem solchen Kontext *gender*? Eine genderisierte Mikrostruktur ergibt sich nur durch das Zusammenwirken verschiedener Handlungen verschiedener Beteiligter.

Wir sollten die so oft proklamierte These, *gender* sei eher eine soziale als eine personale Kategorie, ernst nehmen. Es sind mehrere Mitspieler/innen am *doing* beteiligt. Das *doing* liegt in den Diskussionen in einem Aufeinandertreffen von habitualisierten Stilunterschieden,[61] vorgängiger Einladungspolitik der Sender, der Art der Moderation; es stellt sich somit mehr oder weniger hinter dem Rücken der Beteiligten her. Einige feministische Linguistinnen[62] haben argumentiert, dass Männer sich intentional auf Kosten von Frauen durchset-

zen. Das kann der Fall sein, ist jedoch zur Herstellung der Asymmetrie nicht nötig. Das Aufeinandertreffen habitualisierter Gesprächsstile reicht. Personales *doing* ist gleichfalls nicht unbedingt von Nöten. Es kann sogar gegen eigenes geschlechtsuntypisches Auftreten eine geschlechtliche Identitätskategorie bedeutsam gemacht werden. Das passiert immer wieder, z.B. wenn Bundestagsabgeordnete plötzlich Zwischenrufe zur Kleidung einer Rednerin machen.[63] Plötzlich wird die körperliche Identität der Rednerin gegen ihre berufliche in den Vordergrund der Situation gebracht.

Deshalb war es das erklärte Ziel der feministischen Linguistik[64], Praktiken aufzuzeigen, mittels derer Frauen sich in ungünstige Statuspositionen hineinmanövrierten oder manövriert wurden. Wir gingen davon aus, dass *gender* oft eine versteckte Dimension des Handelns ist.[65] Diese Ebene von *doing gender* ist normalerweise nirgends ausformuliert (im Unterschied zur nächsten). Sie ist den Beteiligten in ihrer *gender*-Symbolik nicht unbedingt klar, und sie ist so subtil, dass sie in der Flüchtigkeit der Situation oft nicht bemerkt wird (aber trotzdem Konsequenzen hat).

Ein Phänomen allein macht kein *doing gender* aus. In der Forschung zu kommunikativen Geschlechterdifferenzen wurden oft vorschnell Befunde zur Quantität der Verteilung bestimmter Phänomene verallgemeinert, die sich später nicht halten ließen.[66] So meinten z.B. West und Zimmerman, die Unterbrechung sei immer ein Zeichen von Dominanz im Gespräch und Männer würden Frauen systematisch mehr unterbrechen.[67,68] Heute haben wir etwa 50 Studien zu dem Thema, die insgesamt zeigen, dass Unterbrechungen nur im Kontext anderer Verfahren der Rederechtssicherung als Dominanzstrategie gesehen werden können.[69] Kaum ein konversationelles Phänomen allein symbolisiert nur *gender*.

Trotzdem gibt es nach wie vor Befunde, die Frauen und Männern in verschiedenen Kontexten differente Gesprächsstile bescheinigen, die gestalthaft durch eine spezifische Zusammenstellung verschiedener Phänomene entstehen.[70] Da im öffentlichen Raum der von Männern praktizierte Gesprächsstil der Statusorientierung vorherrscht, müssen Frauen Anpassungsleistungen an diesen Stil erbringen, wenn sie in dem Raum erfolgreich sein wollen. Es sind Frauen, die Rhetorikkurse besuchen, um sich in der Welt der Männer besser durchzusetzen, somit ihr stilistisches Repertoire dadurch zu erweitern, dass sie männlich geprägte Kommunikationsstile dazulernen.[71] Ein erster Schritt zur Überwindung der Beschränkung auf traditionell machtlose Kommunikationsstile bestand darin, sich der Verfahren, die Frauen im Hintergrund halten, überhaupt bewusst zu werden.[72] Der zweite Schritt war ein Bemühen um eine stufenweise Adaption an öffentliche, männlich geprägte Gesprächsnormen der Konkurrenz um die besseren Plätze in vielen Institutionen. Das kann als eine Form von *undoing gender* gesehen werden. Obwohl uns historisch-verglei-

chende Studien zu konversationellen Stilen fehlen, muss davon ausgegangen werden, dass in manchen Kontexten stilistische Angleichungen des Gesprächsverhaltens der Geschlechter stattgefunden haben, zum anderen Frauen heute besser als früher wissen, was sie in bestimmten öffentlichen Kontexten erwartet. Im Bezug auf die Terminologie des *doing* und *undoing* trifft *undoing gender* auf die Veränderung der Gesprächsstile von Frauen eher zu als *doing* zur Bezeichnung einer unreflektierten, habitualisierten Gesprächspraxis, deren Bezug zu *gender* den meisten Menschen kaum klar ist.

4.3. *Doing Gender als Element der Etikette und der Stilisierung des Körpers*

Auf der Ebene von Kleidung, Kosmetik und Frisur spielt *doing gender* zweifellos eine wichtige Rolle. Die Uni-Sex-Mode der 68er gehört der Vergangenheit an.

Selbstverständlich ist Mode als ästhetisch-medialer Komplex kontextualisiert, aber von Büro bis Diskothek begegnet uns die geschlechtliche Differenzarbeit der Körpergestaltung. „Die oberflächlichen Hüllen des Selbst“[73] scheinen immer und überall zur Unterstreichung von *sex* und *gender* genutzt zu werden – und daran hat sich nichts geändert.[74] Schon Georg Simmel und Thorstein Veblen machten sich zu Beginn des Jahrhunderts Gedanken über die starke Modeorientierung der Frauen. Veblen sah sie im Zusammenhang mit der kulturellen Wertschätzung von „demonstrativer Verschwendung“. Die umständliche und unpraktische Kleidung der Frauen der Jahrhundertwende sah er u.a. als Demonstration der Entlastung von nützlicher Arbeit, des Reichtums des Mannes also.

Frauenmode ist auch heute noch verspielter als Männermode, arbeitet mit Spitzen und Rüschen, einer größeren Farbenvielfalt, der Erzeugung von Instabilität, betont Weichheit der Materialien. Die modische Differenzarbeit geschieht nicht nur habitualisiert (im Unterschied zu Ebene 1 und 2), sondern durchaus auch bewusst wählend. Eine mächtige Industrie stiftet hier permanent Identifikationsangebote. Kopplungen von *gender* mit Alter sind in Rechnung zu stellen. Jugend gibt den Ton an, und für Frauen steht das Bewahren von Jugendlichkeit mehr denn je auf der Tagesordnung als ein Bewahren von Weiblichkeit. Eine gigantische Kosmetikindustrie sorgt dafür, dass die Ornamentierung von Gesicht und Körper wesentliches Kennzeichen der Weiblichkeit bleibt.[75]

Die Gestaltung des Äußeren ist unhinterfragt genderisiert, allerdings graduell sehr unterschiedlich. *Gender* hat in diesem Bereich mit Erotik zu tun, also auch mit biologischem Geschlecht und Sexualität. Die Geschlechter betonen

die Differenzen, die der Körper hergibt (Haare, Gesicht, Busen, Beine usw.). Tags im Dienst betreiben viele junge Leute weniger Körperbetonung als abends nach Dienstschluss. Es gibt Spielräume – und die werden zur Symbolisierung des Selbst und der Situation genutzt.[76] Mode ist durch und durch massenmedial vermittelt.

Es liegt nicht unmittelbar nahe, auf diesem Sektor die enorme Gestaltungsarbeit der Frauen am eigenen Körper als Arbeit an ihrer eigenen Unterordnung zu sehen. Viele *gender*-Forscher/innen, die in jeder Differenz Machtunterschiede der Geschlechter erblicken, übersehen, dass sich diese Machtunterschiede nur als langfristige Effekte eines bestimmten Verhaltens herstellen. Für die Individuen selbst geht es um eine Erhöhung der eigenen Attraktivität in sozialen Begegnungen. Das Dilemma besteht darin, dass erst die Forschungsperspektive den Zusammenhang zwischen einer hohen Relevanz betonter kultureller Weiblichkeit und der Vernachlässigung anderer Perspektiven auf die Welt erhellt.

Zybell hat sich mit der Frage beschäftigt, warum junge Frauen in Deutschland auch heute noch mehrheitlich traditionell weibliche Berufe mit geringer Entlohnung und hoher Unsicherheit wählen. Sie kommt zu dem Schluss, dass die Körpererfahrung junger Frauen mit ihrer Berufswahl zu tun hat.[77] Die sichtbaren Reifungsprozesse bei Mädchen und Jungen in der Zeit der Adoleszenz sind nicht allein körperliche Phänomene, sondern kulturell und sozial vermittelte Ereignisse, die von beiden Geschlechtern unterschiedlich erlebt werden. Auf die jungen Frauen wird vor allem von der männlichen Umwelt ein stark sexualisierter Blick geworfen. Frauen lernen, ihren Wert an ihre Körpererscheinung zu binden und fangen an, sich mit der Körperbewertung zu identifizieren. Die Beurteilung durch die vom männlichen Blick geprägte Außenwelt wird zum Dreh- und Angelpunkt ihres emotionalen Erlebens. Statt sich mit ihrer beruflichen Laufbahn auseinander zu setzen, setzen sie sich damit auseinander, inwiefern sie den gesellschaftlichen Schönheitsnormen genügen. Die Arbeit „Scherzkommunikation unter Mädchen“ von Branner, der langjähriger Kontakt zu 14-16jährigen Mädchen zugrundeliegt, bestätigt, dass sich die Kommunikation unter den Freundinnen sehr stark um gegenseitige Körperbegutachtung (Schlankheit, Haare, Gesicht, Mode) dreht.[78]

Große Geschäftszweige, wie die Pornografie, tragen weiterhin dazu bei, dass sich massive Asymmetrien in die Körperpräsentation der Geschlechter einschreiben. Fast immer wird der Mann als Kunde angesprochen und der Körper der Frau als Ware inszeniert.

Neben der Mode gehören auch bestimmte Bereiche der Höflichkeitsetikette zum intentionalen *doing gender*.

In der Etikette des Hofmachens und Kontakt-Anbahnens sind in den westlichen Gesellschaften in den letzten vierzig Jahren zweifellos Veränderungen in Richtung auf Rollenangleichung passiert.[79] Während Dr. Fischer in der Bravo

der späten sechziger Jahre den Mädchen noch empfahl, ein Taschentuch vor dem Jungen fallen zu lassen, um indirekt ihr Interesse an ihm zu bekunden, haben heute die Geschlechter vielfältige Methoden der Interessebekundung gefunden.[80] Wie sehr genderisiertes Hof-Machen in welchen Kreisen derzeit noch der Fall ist, ist meines Wissens nicht erforscht. Auf der Ebene der Etikette gibt es durchaus noch Verehrungsformen wie das Mitbringen von Rosen und Pralinen, das In-den-Mantel-Helfen, Tür-Aufhalten usw. Das ist *doing gender* im Sinne von Schegloff.[81]

Zusammenfassend sei gesagt, dass genderisierte Körperpolitik auch mit Sexualität und ihrer kulturellen Inszenierung zu tun hat. *Sex* und *gender* sind nicht so entkoppelt, wie manche in der Tradition der Arbeiten von Butler meinen.[82]

4.4. Lokale Geschlechtsneutralität

Kontexte der Neutralität von *gender* sind nicht schwer zu finden. Heintz/Nadai verweisen auf bestimmte Berufe, die in bestimmten historischen Phasen entgenderisiert werden können.[83]

Auf der mikro-interaktionalen Ebene Kontexte der *gender*-Neutralität (im Sinne der Irrelevanz von Geschlecht für die ablaufende Handlung) zu finden ist recht unspektakulär. Die meisten Verkaufsgespräche haben beispielsweise vordergründig mit Geschlecht wenig zu tun. Selbst in Kontexten von Fernsehdiskussionen, in denen das Geschlecht der Akteure oft relevant ist (es werden mehr Männer dazu eingeladen), lassen sich Neutralisierungen beobachten. Zwei Diskussionen des von mir untersuchten Korpus‘ an Fernsehdiskussionen zeigen das oben geschilderte geschlechtsnormative Muster beispielsweise nicht; in einer Diskussion über die Politik der österreichischen FPÖ wird für die einzige anwesende Frau, Hildegard Hamm-Brücher, ein sehr hoher Status hergestellt. Hamm-Brücher hält auch Belehrungsvorträge an die Adresse der anwesenden Funktionäre der rechtspopulistischen FPÖ. Auch in der Diskussion „Mein Arzt spricht nicht mit mir“ wird für die beiden anwesenden Frauen, eine Professorin und eine Wissensschaftsjournalistin, ein vergleichsweise hoher Status produziert. Diese beiden Frauen legen häufig Informationen aus ihren Fachgebieten dar. Die Diskussion verläuft kaum nach geschlechtsstereotypen Mustern, da auch die anwesenden Männer sich in der Mehrzahl kooperativ verhalten. Das zeigt uns, dass konversationelle Geschlechtsspezifik nicht starr ist.

Dieses *undoing gender* im Sinne dessen, dass Geschlecht in zwei Diskussionen keine dominante Kategorie von Differenzherstellung der öffentlichen Interaktion ist, geschieht ziemlich unspektakulär. Es wird vermutlich nur von wenigen Menschen überhaupt bemerkt. Das zeigt uns, dass auch die situative

Nicht-Relevanz von *gender* unseren Normalitätserwartungen entsprechen kann. Allerdings bedarf es für diese Nicht-Relevanz von *gender* zahlreicher Voraussetzungen, z.B. muss in diesem Fall die Redaktion überhaupt Frauen als Expertinnen eingeladen haben. Das ist gerade bei politischen Themen nicht selbstverständlich. Dann muss die Moderation darauf hinarbeiten, kein lokales Statusgefälle aufkommen zu lassen. Sie darf z.B. das auffällige Dominanzgebaren mancher Teilnehmer nicht auch noch bestätigen.

4.5. Medienrezipienz als omnipräsente gender-Folie

Und nun abschließend noch zu einer anderen Ebene unserer Wahrnehmungsstrukturierung, nämlich der auf die Verarbeitung von Massenmedien bezogenen. Hier fungiert die Unterscheidung männlich/weiblich praktisch als Leitdifferenz. Alle Analysen massenmedialer Produktionen, seien es Fernsehnachrichten, Comics, Werbung, Spielfilme, Hochglanzbroschüren, politische Kommentare oder Bilderbücher für Kinder zeigen, dass *gender* fast immer bedeutsam ist.[84] Genderisierte Glaubensvorstellungen werden vor allem in der Werbung kontinuierlich bestätigt, oder anders formuliert: ‚Gender is done for us.'

Werbung ist im Alltag der westlichen Gesellschaft omnipräsent. Wir rezipieren sie mit verschiedenen Bewusstseinszuständen, oft nebenbei. Sie produziert Idealbilder der Geschlechter.[85] Allein in USA hat die Werbeindustrie ein jährliches Budget von 250 Milliarden Dollar.[86] Ritualisierte Ausdrucksformen von Geschlechterverhältnissen, die im Alltag zwar als Geschlechterglaubensvorstellungen und als soziales Geschlecht vorhanden sind, aber auch unterlaufen werden, sind in der Werbung hyperritualisiert. In *gender advertisement* zeigt Goffman anhand von Bildwerbung, wie normativ und asymmetrisch die Geschlechterglaubensvorstellungen sind, welche sie vermittelt. Reklame-Designer unterliegen den Grenzen ihres Mediums. Sie müssen etwas darstellen, was leicht verständlich ist und die Betrachtenden für ihr Produkt einnimmt. Auf Reklamefotos werden Alltagsszenen simuliert, die unsere Orientierung darauf richten, was ein Mensch dort tut oder sagt. Reklame-Designer wählen überwiegend anerkannte positive, soziale Typisierungen, „so dass wir idealisierte Personen vor uns sehen, die ideale Mittel anwenden, um ideale Ziele zu erreichen – wobei sie selbstverständlich mikro-ökologisch so arrangiert sind, dass sie eine ideale Beziehung zueinander anzeigen".[87] Die Figuren sind also im Bild so plaziert, dass ihre räumliche Stellung zueinander ein Anzeichen für ihre mutmaßliche soziale Stellung zueinander bietet. Dieser Verfahren bedienen sich auch behördliche Mitteilungen und politische Parteien. Auch sie stellen ihre Aussagen dramatisch dar. Goffman behauptet, dass die Aufgabe der Reklamedesigner derjenigen aller Gesellschaftsmitglieder nicht unähnlich ist,

die ihre sozialen Situationen mit rituellen Zeichen ausstatten, die eine schnelle Orientierung der Beteiligten aneinander ermöglichen. Beide nutzen wahrnehmbare Mittel der Selbstdarstellung. „Und beide bedienen sich der gleichen elementaren Mittel: Absichtsbekundung, mikroökologische Aufzeichnung sozialer Strukturen, anerkannte Typisierung und gestische Externalisierung innerer Reaktionen“.[88] Goffman analysiert Bildmaterial und zeigt, wie auf Reklamefotos relative Größe eingesetzt wird, um Dominanz und Unterordnung zu signalisieren. Er vergleicht z.B. dargestellte männliche und weibliche Berührungen von Gegenständen. Der Mann packt an, z.B. die Jägermeisterflasche, und hält sie fest. Frauen deuten Berührungen oft nur an. Statt des utilitären männlichen Zugriffs zeichnen sie nur die Linien eines Gegenstandes nach. Weibliche Selbstberührungen sollen das Gefühl vermitteln, dass der Körper etwas Kostbares sei. Wenn auf einem Bild Mann und Frau direkt zusammenarbeiten, dann übernimmt der Mann die Leitung der Aktivität. Man sieht den Herrn Doktor eine Tabelle lesen und die Krankenschwester, welche auch einen Blick von der Seite darauf wirft. Frauen werden oft abgebildet, wie sie Hilfe annehmen. Er hilft ihr aus einer Schaukel heraus und läßt sie von seinen Weintrauben abbeißen. Der Mann bietet sicheren Halt. Häufig steht die Frau an ihn gelehnt. Die Frau liegt oft, Männer sind höher arrangiert. Liegende Stellungen sind ein konventioneller Ausdruck von Hilflosigkeit und sexueller Verfügbarkeit. Erhöhte räumliche Standorte symbolisieren höhere soziale Ränge. Frauen werden auch oft in Schräghaltungen gezeigt, Männer in geraden. Schräge Kopfhaltungen vor allem gelten als Ausdruck von Demut.

Willems und Kautt haben in der Tradition von Goffmans Dramatologie und Bourdieus Konzept des Habitus eine qualitative Analyse von ca. 3200 Werbeanzeigen, die zwischen 1989 und 1997 geschaltet wurden, durchgeführt. Mediengenres wie Werbung gehören für sie zu den „Mega-Bühnen […], auf denen alltagskulturelle Sinnbestände (re-)präsentiert werden“.[89] Sie stellen sowohl die Frage nach der kulturellen Reflexivität von Werbung als auch die ihrer sozialisatorischen Produktivität. Zunächst halten sie fest, dass die Darstellung weiblicher Erotik (und der in der Regel fehlende Produktbezug) nach wie vor zu den universalen Werbestrategien gehört. Die so häufig konstituierte Blickordnung der Werbung mit der spärlich bekleideten Frau im Zentrum des Bildes „potenziert in gewisser Weise die alltägliche Blickpraxis, indem sie die Limitierungen, denen der männliche Blick in ‚pragmatischen‘ Kontexten unterliegt, eliminiert“.[90] Die abgebildeten Frauen wenden sich scheinbar an den sie betrachtenden Mann, der zum unsichtbaren Helden der Szenerie wird.

In der Darstellung von Frauen häufen sich symbolische Impressionen von Zartheit, Zärtlichkeit und Empfindlichkeit. Sie geraten ständig in Euphorie über Kleinigkeiten, womit das Schema des Kindes als Grundmodell bestätigt

wird. Der Mann hingegen wird affektgedämpft und selbstkontrolliert gezeigt, somit die Eltern-Seite der Folie repräsentierend.

Als weiteres Beispiel der Bestätigung dieser nach wie vor dominanten Ausrichtung der Werbung führe ich Radiowerbung an, weil mir das ein Anknüpfen an meine Ausführungen zur Prosodie und zur Stimme erlaubt. Auch die Radiowerbung hyperritualisiert sowohl Rollenverhalten als auch intonatorische und stimmliche Sprechstile der Geschlechter.[91] Wir finden einen der Bildwerbung sehr ähnlichen Impressionismus vergeschlechtlichter Emotionalität.

Es gibt in der Radiowerbung verschiedene Formen von Werbe-Spots, z.B. kurze Ansprachen an die ZuhörerInnen, kurze Dialoge, kombiniert mit einer direkten Ansprache, Songs, szenische Vorführungen mit Geräuschen und Ausrufen, Anrufungen in Marktschreierform u.a.. Männerstimmen dominieren in der Radiowerbung ganz generell. Von den 50 Werbe-Spots, die ich 1994 aufgezeichnet habe, bestehen etwa 55% aus Ansprachen. Diese werden zu 95% von Männern gesprochen.

Etwa 45% der Werbung enthalten Dialoge, davon werden 80% mit einer direkten Ansprache (*voice over*) kombiniert. Diese *voice overs* kommen zu 98 % aus männlichem Mund. Sie verkörpern in der Regel die Stimme der Autorität, welche abschließend das Produkt empfiehlt. Thematisch ist die Arbeitsteilung der Geschlechter in der Radiowerbung hochgradig stereotyp. Bezugnahmen auf technische Seiten eines Produkts kommen nur aus männlichem Mund. Autos, Bier, Wissenschaft und Technik werden nur von Männerstimmen angepriesen, Mineralwasser, Versicherungen, Ladenketten, Lebensmittel und Wohnungsinventare hauptsächlich aus männlichem Mund. Frauenstimmen treten in der Werbung zur Hälfte singend in Erscheinung. Sprechende Frauen spielen hauptsächlich bei Kaffee, Unterhaltungszeitschriften, Schokolade, Kosmetik, Katalogen, Reinigungsmitteln und Reisen eine Rolle. Besteht der Spot teilweise oder gänzlich aus einem Dialog und ist dies ein Beratungsdialog, so findet sich die Frau zu 95% in der Rolle der Fragenden. Der Mann wird als der ratgebende und aufklärende Experte inszeniert. Steht irgendein Missgeschick im Zentrum des Geschehens, so ist es eine Frau, die sich beunruhigt, Angst und Staunen zeigt, bis der Mann die klärenden Worte äußert, welche das Produkt oder die Einrichtung benennen, welche die Probleme lösen. In der Radiowerbung findet sich insgesamt eine Portraitierung der Geschlechter, die derjenigen in der Bildwerbung entspricht. Über Dialogrollen, Stimmen und Intonation wird dem Mann Autorität, Kompetenz und Sachlichkeit zugeordnet und der Frau Emotionalität, Hilflosigkeit und Instabilität.

5. Schluss: Habitualisierung – Inszenierung – Rezipienz

Es ist völlig unbefriedigend, wie Schegloff *doing gender* auf die Ebene des expliziten Hinweisens auf Geschlechternormen festlegen zu wollen.[92] Diese Ebene ist lediglich die am stärksten evidente, die dem Bewusstsein am besten zugängliche. Sie ist in der Etikette lebendig (Ebene 3). Die hier am Beispiel von Prosodie und Stimme (Ebene 1) und stilistischer Status-Inszenierung (Ebene 2) dargestellten Unterschiede nehmen die meisten von uns in der Regel schlicht als Persönlichkeitsunterschiede oder als Kompetenzunterschiede wahr, d.h. *gender* ist nicht im Vordergrund der Aktivität – und das ist genau das Problem. Es muss zumindest als anderer Typ von *doing* gefasst werden, wenn man bei der Terminologie bleiben will. Es ist die Aufgabe der Interaktionsforschung, den hier subtil im Hintergrund liegenden Genderismus aufzudecken. Für die Aktivitäten der Ebene 1 und 2 scheint mir Bourdieus Habitualisierungsbegriff geeigneter. Bourdieu bezeichnet den Habitus als ein System dauerhafter und übertragbarer Dispositionen zu praktischem Handeln.[93] Sein Schlüsselkonzept bei der Genese des Habitus ist das der Inkorporierung der Kultur, der Geschichte, der Umwelt. Kollektive Dispositionen werden von den Menschenkörpern durch Praxis einverleibt, ohne in ihr Bewusstsein treten zu müssen. Lebensbedingungen erzeugen den Habitus über unmerkliches Vertrautwerden und spielerisches Einüben in Praktiken jenseits von Erklärungen. Explizite Überlieferungen treten hinzu.

Dazu kommen Genderismen, die die meisten von uns nicht selbst erzeugen, z.B. solche der Massenmedien (z.B. der Werbung), die wir kontinuierlich rezipieren (Ebene 5). Sinnvoll erscheint mir am Ansatz des *doing* nach wie vor, dass er das Augenmerk auf die Gemachtheit der Leitdifferenz lenkt. Dabei bleibt er allerdings im Subjektivismus befangen, da die Produktion der Distinktion zu stark im individuellen Aktionsradius angesiedelt wird.

Die völlige Ausblendung körperlicher Unterschiede zwischen Frauen und Männern suggeriert eine Instabilität der Geschlechternaturen, als seien diese unaufwendig umkodierbar. Mit einem solchen Diskursidealismus ist schlechterdings nicht zu erklären, wieso Massenmedien unablässig mit der Formung erotischer und sexueller Bedürfnisse arbeiten. Die ganze historische Stabilität der Verhältnisse lässt sich besser verstehen, wenn man die Ankoppelbarkeit des Kulturellen ans Natürliche in Rechnung stellt.[94] Am stabilsten sind Unterschiede, deren Natürlichkeit gut plausibilisiert werden kann. Das heißt nicht, dass die Natur der Kultur vorgängig ist, eher umgekehrt: Die Kultur kann rückgebunden werden an biologische Phänomene. Wir müssen ja nicht nur die Variabilität von Geschlechterverhältnissen erklären, sondern auch ihre historische Stabilität.

Daneben findet sich in Körperstilisierung und Etikette sehr wohl die bewusste Inszenierung von Differenz, in die der männliche und der weibliche

Körper eingearbeitet wird. Hier besteht die soziale Konstruktion von Geschlecht im Betonen einiger biologischer Geschlechtsmerkmale, im modischen Fetischisieren von Brust, Beinen, Haaren, Gesicht usw.

Geschlecht ist nicht die einzige Kategorie, die bei der Identitätsaushandlung in der Kommunikation eine Rolle spielt. Das kulturelle Geschlecht spielt seine Rolle sowieso oft indirekt, verwoben mit anderen Kategorien, die im Kontext relevant werden können, wie z.B. im Fernseh-Kontext dem Bekanntheitsgrad der Person, dem beruflichen Status, ihrer Medienerfahrung, ihrer rhetorischen Kompetenz, Schicht, Alter usw. In den westlichen Industrieländern gibt es nur wenige geschlechtsexklusive kommunikative Phänomene.[95] Es gibt allerdings konversationelle Aktivitäten, die entweder von Frauen oder von Männern mehr ausgeführt werden oder auf eine bestimmte Art. Die konversationellen Aktivitäten und Stile, die wir im Alltag ausführen, haben sehr viel mit unserem Beruf und unserer Art des Privatlebens zu tun, mit Strukturen der Lebenswelt und Praxisfeldern also. In beidem spielen die Geschlechter oft andere Rollen. Gesellschaftliche Institutionen der Macht-, Wissens- und Religionsproduktion sind in patriachalen Gesellschaften von Männern dominiert und reproduzieren auch deren Dominanz. Also führen diese auch dort und anderswo die zentralen und prestigeträchtigen Sprechaktivitäten aus.

In der Kommunikation werden die Geschlechterrepräsentationen mit ihren Attributen und Normen produziert, reproduziert und aktualisiert durch geschlechtsdifferente Aktivitäten, welche auf die institutionelle Ebene zurückwirken und dort verstärkt werden. Auf der Ebene der Kommunikation sind die Typisierungen, welche eine lange Geschichte haben, (also zunächst schon vorhanden sind), allerdings auch veränderbar. Dem kulturellen Geschlecht wohnen außerdem durchaus Verhaltensspielräume inne. Zum einen werden nicht in jedem Kontext die normativen Typisierungen gleichermaßen ausagiert und zum anderen auch nicht von allen Mitgliedern einer Kultur im gleichen Ausmaß. Für Männer und Frauen kann auch ihre Umgebung eine normative Geschlechtlichkeit gegen ihre eigenen Handlungen und Präsentationsformen relevant setzen. Dies leistet z.B. die Werbung. Dann kann De-Genderisierung auf einer Ebene der Performanz durchaus einhergehen mit verstärkter Betonung der Differenz auf einer anderen Ebene.

Auf vielen Ebenen findet Wandel statt. Dieser folgt aber keinem eindeutigen Trend. Es gibt Relevanz-Zurückstufung von *gender*: In den deutschsprachigen Ländern bedienen sich Frauen heute in verschiedenen Kontexten tieferer Stimmregister als früher; sie können sich auch gegen die aktuelle Gruppendynamik als Expertinnen durchsetzen (und gelten dann nicht als unweiblich!); auch die Bedeutung von Geschlechteretikette tritt in vielen sozialen Milieus in den Hintergrund.

Andererseits bescheren uns Mode und Massenmedien ein auf Schönheit fixiertes Frauenbild und ein wesentlich vielseitigeres Männerbild. Vermutlich fungieren sie heute als einer der wichtigsten konservativen Faktoren im Erhalt von Geschlechter-Asymmetrie.

Anmerkungen

1 Ich danke den Freiburger *gender*-Forscherinnen für eine anregende Diskussion anlässlich meines Vortrags im November 2000 an der dortigen Universität und ebenso den Teilnehmerinnen der Tagung zu *gender* und Sprache in Osteuropa an der Universität Jena, April 2001. Auch an Susanne Günthner geht mein Dank für hilfreiche Kommentare.

2 Luce Irigaray: *Speculum. Spiegel des anderen Geschlechts,* Frankfurt/M. 1980.

3 Harold Garfinkel: *Studies in Ethnomethodology.* Cambridge, 1967.

4 Erving Goffman: „The Arrangement between the Sexes", in: *Theory and Society*, 4, 1977, S. 301-331. Dt. in: Erving Goffmann: *Interaktion und Geschlecht.* Hrsg. von Hubert Knoblauch. Frankfurt/M. 1994. Ders.: *Gender Advertisement.* Harmondsworth 1979. Dt.: *Geschlecht und Werbung.* Frankfurt/M. 1981.

5 Siehe auch Carol Hagemann, „Die Konstrukteure des Geschlechts auf frischer Tat ertappen? Methodische Konsequenzen einer theoretischen Einsicht", in: *Feministische Studien* 2, 1993, S. 68-79, zur Einführung in aktionsorientiert-konstruktivistische Ansätze.

6 Siehe Fußnote 4, Goffman 1977/1994.

7 Dass die von Goffman dargestellte Binarität und Asymmetrie der Geschlechter-Ordnung viel tiefer in der kulturellen Achse von männlicher Norm und weiblicher Abweichung (symbolisiert in Ordnung/Unordnung, rechts/links, gerade/krumm etc.) repräsentiert ist, zeigt Jirina van Leeuwen-Turnovcová, *Rechts und Links in Europa: Ein Beitrag zur Semantik und Symbolik der Geschlechterpolarität,* Berlin,1990.

8 Pierre Bourdieu: *La distinction. Critique sociale du jugement.* Paris, 1979. (Dt.): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft,* Frankfurt/M. 1982. Ders.: *La domination masculine. Actes de la recherche en science sociales 84* (masculin/feminin 2) 1990, S. 2-31.

9 Goffman 1979/1981, Fußnote 4.

10 Z.B. Candace West: „Against our will: male interruptions of females in cross-sex conversation", in: *Annals of the New York Acadamy of Science* 327, 1979, S. 81-979. Candance West/Don Zimmerman: „Small insults: a study of interruptions in cross-sex conversations between unascquainted persons", in: Barrie Thorne/Cheris Kramarae/Nancy Henley (Hrsg.): *Language, gender, and society,* Rowley 1983, S. 102-117.
Spencer Cahill: „Childhood Socialization as a Recruitement Process", in: *Sociological Studies of Child Development 1*, 1986, S. 163-186.

11 So z.B. E. Emanuel Schegloff: „Whose text? Whose context?", in: *Discourse&Society* 8/1997, S. 165-187.

12 Siehe dazu die Debatte in *Discourse&Society* 7/1997 und 8/1998, in der u.a. Margaret Wetherell und Michael Billig (in *Discourse&Society* 10/1999) Schegloff kritisiert haben. Diese Kritik deckt sich nur zu einem geringen Teil

mit meiner hier entwickelten. Deshalb gehe ich darauf nicht weiter ein.

13 Candace West und Don Zimmerman: *doing gender*, in: *Gender& Society* 2/ 1989, S. 125-151.

14 Spencer Cahill: „Childhood Socialization as a Recruitement Process", in: *Sociological Studies of Child Development* 1/1986, S. 163-186.

15 Zu geschlechtsbezogener Sozialisation siehe Helga Bilden: „Geschlechtsspezifische Sozialisation", in: Klaus Hurrelmann/Dieter Ulich (Hrsg.): *Neues Handbuch der Sozialisationsforschung,* Weinheim 1991, S. 279-303.

16 Goffman muss als der Vater der Theorie gesehen werden, nach der wir uns alle in einem ständigen Strom wechselseitiger Inszenierungen befinden (dazu Ronald Hitzler: „Das Problem, sich verständlich zu machen", in: Herbert Willems/Martin Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft,* Opladen 1998, S. 93-107. Und Herbert Willems/York Kautt: „Der Körper in der Werbung: Überlegungen zu den Sinnbezügen und Formen seiner Inszenierung", in: *Schweizer Zeitschrift für Soziologie* 26, 2, 2000, S. 345-372). Man geht hier von der Theatralität des Alltagshandelns aus, das viele Dimensionen erfasst, die über den verbalen Kanal der Rede hinausgehen in Bereiche von Gestik, Mimik, Prosodie, Körpergestaltung. Auch Judith Butler: *Das Unbehagen der Geschlechter,* Frankfurt/M. 1991, hat den Gedanken der performativen Konstruktion von Geschlecht in die Diskussion gebracht. Sie setzt aber bei dem Performanz-Begriff von John Austin an, dem es überhaupt nicht um diese Theatralität des Alltags ging, sondern darum zu zeigen, dass Sprechen sich in illokutiven Akten wie sich entschuldigen, jemanden bitten usw vollzieht. In ihrer philosophisch-impressionistischen Betrachtung kommt sie auch dazu, die Theatralität von *gender* zu konstatieren. Erving Goffman, 1979, Fußnote 4, zeigt, wie körperliche Unterschiede in die kulturelle Differenzarbeit einbezogen werden. Durch die Anbindung an reale körperliche Differenz wird die Stabilität des Arrangements der Geschlechter besser erklärbar als durch die Metaphorik der Diskursivität.

17 Gitta Mühlen-Achs: *Wie Katz und Hund. Die Körpersprache der Geschlechter,* München 1993.

18 Harvey Sacks: *Lectures on Conversation.* Vol. I. Hrsg. von Gail Jefferson, Oxford/Cambridge 1992.

19 Ruth Wodak und Muriel Schultz: „Meine Mutter ist meine beste Freundin", in: Susanne Günthner/Helga Kotthoff (Hrsg.): *Von fremden Stimmen. Weibliches und männliches Sprechen im Kulturvergleich,* Frankfurt/M. 1991, S. 333-361.

20 Candace West /Don Zimmermann, Fußnote 13.

21 Siehe Fußnote 4, Goffmann 1977, 1979.

22 Siehe Fußnote 4, Goffman 1977, 1979.

23 Pamela Fishman: „Interaction: the work women do", in: Barrie Thorne/ Cheris Kramarae / Nancy Henley (Hrsg.): *Language, gender, and society.* Rowley, Mass. 1983, S. 219-227.

24 West und Zimmerman 1989, Fußnote 13.
25 Ebd., S. 145.
26 Emanuel Schegloff: „Between micro and macro: contexts and other connections", in: Jeffrey Alexander/ Bernhard Giesen et al. (Hrsg.): *The Micro-Macro-Link,* Los Angeles 1987, S. 207-234.
27 Stefan Hischauer: „Dekonstruktion oder Rekonstruktion. Plädoyer für die Erforschung des Bekannten", in: *Feministische Studien* 2/1993, S. 55-68.
28 Senta Trömel-Plötz: *Frauensprache: Sprache der Veränderung.* Frankfurt/ M. 1982 und Senta Trömel-Plötz (Hrsg.): *Gewalt durch Sprache,* Frankfurt/M. 1984.
29 Siehe zur Auseinandersetzung mit den frühen Ansätzen in der linguistischen und kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung Susanne Günthner/Helga Kotthoff, Hrsg. 1991, *Von fremden Stimmen*, Frankfurt/M., Susanne Günthner/ Helga Kotthoff: *Die Geschlechter im Gespräch. Kommunikation in Institutionen.* Stuttgart 1992, Mary Crawford: *Talking Differences. On Gender and Language.* London 1995, die Arbeiten in Helga Kotthoff/Ruth Wodak (Hrsg.): *Communicating Gender in Context,* Amsterdam 1997, die Arbeiten in Ruth Wodak: *Gender and Discourse,* London 1997 und in Bettina Baron/Helga Kotthoff (Hrsg.): *Gender in Interaction.* Amsterdam, Erscheint 2002.
30 Helga Kotthoff: „The interactinal achievement of expert status", in: Helga Kotthoff/Ruth Wodak (Hrsg.): *Communicating gender in context,* Amsterdam 1997, S. S. 139-179.
31 Susanne Günthner: „Sprache und Geschlecht: Ist Kommunikation zwischen Frauen und Männern interkulturelle Kommunikation?", in: *Linguistische Berichte* 138, 1992a, S. 123-143. Dies.: Die kommunikative Konstruktion der Geschlechterdifferenz: Sprach- und kulturvergleichende Perspektiven. *Muttersprache* (erscheint 2001).
32 Erläuterungen dazu finden sich in Peter Berger/Thomas Luckmann: *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie,* Frankfurt/M. 1966/1977.
33 Stefan Hirschauer: „Die soziale Fortpflanzung der Zweigeschlechtlichkeit", in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 4/1994, S. 676.
34 Helga Kotthoff: „Unruhe im Tabellenbild? Zur Interpretation weiblichen Sprechens in der Soziolinguistik", in: Susanne Günthner/Helga Kotthoff (Hrsg.): *Die Geschlechter im Gespräch. Kommunikation in Institutionen,* Stuttgart 1992, S. 126-147.
35 Ebd.
36 Stefan Hirschauer: „Die soziale Fortpflanzung der Zweigeschlechtlichkeit", in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 4/1994, S. 677.
37 Ebd., S. 678.
38 Bettina Heintz/Eva Nadai: „Geschlecht und Kontext. Deinstitutionalisierungsprozesse und geschlechtliche Differenzierung", in: *Zeitschrift für Soziologie* 27, 1998, S. 75-93.
39 Zu Verschiedenheiten und Gemeinsamkeiten von *gender* in Lexik, Se-

mantik, Grammatik und Pragmatik unterschiedlichen Sprachen siehe z.B. Susanne Günthner 2001.

40 Pierre Bourdieu: *La domination masculine.* Actes de la recherche en science sociales 84 (masculin/feminin 2) 1990, S. 2-3001 und Pierre Bourdieu: La distinction. Critique sociale du jugement. 1979.

41 Hans-Peter Martin/Harald Schumann: *Die Globalisierungsfalle,* Reinbek 1996.

42 Darunter verstehen wir Intonation, Lautstärke, Rhythmus.

43 In der Literatur werden häufig *chest register, moderate register und falsett register* unterschieden, wobei das letztgenannte das höchste darstellt.

44 David Graddol/Joan Swann: *Gender Voices,* Oxford 1989, S. 20.

45 Anne Fichtelius et al.: „Three Investigations of Sex-Associated Speech Variation in Day School", in: Cheris Kramarae (Hrsg.): *The Voices and Words from Women und Men,* Oxford 1980, S. 219-227.

46 John Local: „Modelling Intonational Variability in Children's Speech", in: Suzanne Romaine (Hrsg.): *Sociolinguistic Variation in Speech,* London 1982, S. 73-81.

47 Intonation wird hauptsächlich als Tonhöhenbewegung wahrgenommen, womit in der Regel auch Veränderungen in der Lautstärke einhergehen.

48 Sally Mc Connell-Ginet: „Intonation in a Man's World", in: *Sign* 3,2, 1978, S. 541-559.

49 Zitiert nach McConell-Ginet: „Intonation in a Man's World", in: *Sign* 3,2, 1978, S. 550.

50 Die Unterscheidung von drei- bis vier Tonstufen muss als Vereinfachung betrachtet werden. Tonhöhen liegen nicht kontinuierlich auf einer bestimmten Stufe, sondern stehen in relationalen Beziehungen zueinander. Siehe Elisabeth Couper-Kuhlen, *An Introduction to English Prosody*, Tübingen 1986 zur Prosodie-Forschung.

51 Ruth Brend: „Male-Female Intonation Patterns in American English", in: Barrie Thorne and Nancy Henley (Hrsg.): *Language and Sex: Difference and Dominance.* Rowley, Mass. 1975, S. 86.

52 Elisabeth Couper-Kuhlen: *An Introduction to English Prosody,* Tübingen 1986.

53 Zeitmagazin Nr. 44, 1993.

54 Vor allem trifft dies auf Politikerinnen zu.

55 Daniel Maltz/Ruth Borker: „Mißverständnisse zwischen Frauen und Männern – kulturell betrachtet", in: Susanne Günthner/Helga Kotthoff (Hrsg.): *Von fremden Stimmen. Weibliches und männliches Sprechen im Kulturvergleich,* Frankfurt/M. 1982/ 1991, S. 52-75.

56 Helga Kotthoff: „Kommunikative Stile, Asymmetrie und ‚Doing Gender'", in: *Feministische Studien* 2/1993a, 79-96 und Helga Kotthoff: „The interactional achievement of expert status" in Helga Kotthoff/Ruth Wodak (Hrsg.): *Communicating Gender in Context,* Amsterdam 1997, S. 139-178.

57 Helena Leet-Pellegrini: „Conversational dominance as a function of gender and expertise", in: Giles, Howard et al. (Hrsg.): *Language.*

Social Psychological Perspectives. Oxford 1980, S. 97-104, Janet Holmes: „Women's Talk in Public Contexts", in: *Discourse&Society* 1/1992, S. 131-150; Claudia Schmidt „Dieser Emil immer destruktiv. Eine Untersuchung über weibliches und männliches Kommunikationsverhalten in studentischen Kleingruppen", in: Günthner, Susanne/Kotthoff, Helga (Hrsg.): *Die Geschlechter im Gespräch,* Stuttgart 1992, S. 73-91; Bettina Baron, „‚Freiwillige Selbstkontrolle' im Fachgespräch", in: Schoenthal, Gisela (Hrsg.): *Feministische Linguistik – Linguistische Geschlechterforschung,* Hildesheim/Zürich 1998, S. 175-201.

58 Emanuel Schegloff: „Whose text? Whose context?", in: *Discourse&Society* 8/1997.

59 Siehe Fußnote 56, Kotthoff 1993a, 1997.

60 Ich hatte im Laufe der Forschung die Gelegenheit, einige der Expertinnen, die an den Fernsehgesprächen teilgenommen hatte, zu dem Gespräch zu interviewen.

61 Diese sind in der Linguistik vielfältig beschrieben worden, z.B. Maltz/Borker 1982/1991, vgl. Fußnote 55; Deborah Tannen: *Du kannst mich einfach nicht verstehen,* Hamburg 1991; Deborah Tannen, „The Relativity of Linguistic Strategies: Rethinking Power and Solidarity in Gender and Dominance", in: Tannen, Deborah (Hrsg.): *Gender and Discourse,* Oxford 1993, S. 19-53; Deborah Tannen: *Job Talk,* Hamburg 1994; Gisela Schoenthal (Hrsg.): *Feministische Linguisik - Linguistische Geschlechterforschung.* Sonderheft der Zeitschrift „Germanistische Linguisik", Hildesheim Zürich,1998.

62 Z.B. Senta Trömel-Plötz (Hrsg.): *Gewalt durch Sprache,* Frankfurt/M. 1984.

63 Armin Burkhard: „Das ist eine Frage des Intellekts, Frau Kollegin. Zur Behandlung von Rednerinnen in deutschen Parlamenten", in: Susanne Günthner/Helga Kotthoff (Hrsg.): *Die Geschlechter im Gespräch,* Stuttgart 1992, S. 287-311.

64 Gisela Schoenthal (Hrsg.): *Feministische Linguisik - Linguistische Geschlechterforschung.* Sonderheft der Zeitschrift „Germanistische Linguisik", Hildesheim Zürich 1998.

65 Susan Gal: „Between speech and silence: The problematics of research on language and gender", in: *IprA Papers in Pragmatics* 3,1, 1989, S. 1-38 und Susan Gal: „Language, gender and power: an anthropological review", in: Kira Hall/Mary Buchotz (Hrsg.): *Gender Articulated: Language and the Socially constructed Self,* London 1995, S. 153-161.

66 Siehe die kritische Diskussion verschiedener Studien zur Verteilung von Redezeit von Deborah James und Janice Drakich: "Understanding Gender Differences in Amount of Talk: A Critical Review of Literature", in: Deborah Tannen (ed.) *Gender and Conversational Interaction,* Oxford University Press, Oxford 1993, S. 281-312. Sie kommen nicht zu dem Schluss, dass Männer grundsätzlich mehr reden als Frauen und auch nicht zu dem, viel Redezeit sei immer ein Zeichen von Machtausübung.

67 Candace West: „Against our will: male interruptions of females in cross-sex conversation", in: *Annals of the New York Acadamy of Science* 327/ 1979, S. S. 81-97.

68 Candance West und Don Zimmermann: „Small insults: a study of interruptions in cross-sex conversations between unascquainted persons", in: Barrie Thorne/Cheris Kramarae/Nancy Henley (Hrsg.): *Language, gender and society. Rowley* 1983, S. 102-117.

69 Deborah James/Mary Clarke: „Women, Men and Interruptions: A Critical Review", in: Deborah Tannen (Hrsg.): *Gender and Conversational Interaction,* Oxford 1993, S. 231-280 und Helga Kotthoff: „Unterbrechungen, Überlappungen und andere Interventionen", in Deutsche Sprache 2/1993, S. 162-185.

70 Mary Crawford 1995, Kotthoff/ Wodak 1997, Baron/Kotthoff 2001, Fußnote 29.

71 Mary Crawford 1995, Fußnote 29.

72 Robin Lakoff: „Language and Woman's Place", in: *Language in Society* 2/1973 und Mary Ritchie Key: *Male/ Female Language,* Metuchen 1975.

73 Birgit Richard: „Die oberflächlichen Hüllen des Selbst. Mode als ästhetisch-medialer Komplex", in: *Kunstforum* Bd. 141, 9/1998, S. 48-96.

74 Stefanie Würtz/Roland Eckert: „Aspekte modischer Kommunikation", in: Herbert Willems/Martin Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft,* Opladen 1998, S. 177-193.

75 Die Gestaltung des Äußeren ist in Frauenzeitschriften eines der Hauptthemen, in Männerzeitschriften nicht; Bettina Stuckard: *Das Bild der Frau in Frauen- und Männerzeitschriften*, Frankfurt/M./Bern/New York, 2000.

76 Stefanie Würtz/Roland Eckert 1998, Fußnote 74.

77 Uta Zybell: *Zum Zusammenhang von weiblicher Moralentwicklung und Berufsorientierung junger Frauen.* Darmstädter Beitrage zur Berufspädagogik, Band 21, Alsbach/Bergstraße 1998.

78 Rebecca Branner: *Scherzkommunikation unter Mädchen.* Dissertation, TU Darmstadt 2001.

79 Jeff Kintzelé: „Das Theater der Begegnungen. Zur Soziologie der Anmache", in: Herbert Willems/Martin Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft,* Opladen 1998, S. 125-133.

80 Kintzelé 1998, Fußnote 79.

81 Emanuel Schegloff, 1997. Fußnote 11.

82 Siehe dazu auch das Vorwort von Kotthoff und Wodak zu Kotthoff/ Wodak 1997, S. vi-xxv, und das Vorwort von Baron und Kotthoff zu Baron/Kotthoff 2001. Fußnote 29.

83 Bettina Heintz/Eva Nadai: „Geschlecht und Kontext. Deinstitutionalisierungsprozesse und geschlechtliche Differenzierung", in: *Zeitschrift für Soziologie* 27, 1998, S. 75-93.

84 Zur Werbungsanalyse siehe Christiane Schmerl (Hrsg.): *Frauenzoo der Werbung.* München 1992 und Herbert Willems/York Kautt: „Der Körper in der Werbung: Überlegungen zu den Sinnbezügen und Formen seiner Inszenierung", in: *Schweizer Zeitschrift für Soziologie* 26, 2/2000, S. 345-372.

85 Erving Goffmann 1979, Fußnote 4.

86 Hans-Peter Martin/Harald Schumann: *Die Globalisierungsfalle,* Reinbek 1996.
87 Erving Goffman: *Forms of Talk,* Philadelphia 1981, S. 115.
88 Erving Goffman 1981, S. 116, Fußnote 87.
89 Herbert Willems und York Kautt: 2000, S. 349. Fußnote 84.
90 Ebd., S. 350.
91 Adrian Furnham/Sandra Schofield: „Sex Role Stereotyping in British Radio Adveritsement", in: *Britisch Journal of Social Psychology* 2/1986, S. 165-171 und Helga Kotthoff: „Nachwort: Geschlecht als Interaktionsritual", in: Erving Goffmann: *Interaktion und Geschlecht.* Hrsg. von Hubert Knoblauch, Frankfurt/M. 1994, S. 159-194.
92 Emanuel Schegloff, 1997. Fußnote 11.
93 Pierre Bourdieu, Fußnote 8.
94 Hartmann Tyrell: „Überlegungen zur Universität geschlechtlicher Differenzierung", in: Jochen Martin und Renate Zoepfel (Hrsg.): *Aufgaben, Rollen und Räume von Frau und Mann,* Freiburg 1989, S. 37-78.
95 Siehe Günthner 2001 zu „Gender Deixis", bzw. zu geschlechtsexklusiven Markern. Fußnote 31.

Literatur

Baron, Bettina: „‚Freiwillige Selbstkontrolle' im Fachgespräch", in: Schoenthal, Gisela (Hrsg.): *Feministische Linguistik – Linguistische Geschlechterforschung,* Hildesheim/Zürich 1998, S. 175-201.

Baron, Bettina/Kotthoff, Helga (Hrsg.): *Gender in Interaction,* Amsterdam.

Berger, Peter/Luckmann, Thomas: *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie,* Frankfurt/M. 1966/1977.

Bilden, Helga: „Geschlechtsspezi-fische Sozialisation", in: Hurrelmann, Klaus/Ulrich, Dieter (Hrsg.): *Neues Handbuch der Sozialisationsforschung,* Weinheim 1991, S. 279-303.

Billig, Michael: „Whose terms? Whose ordinariness? Rhetoric and ideology in Conversation Analysis", in: *Discourse&Society,* 4/1999, S. 543-582.

Bourdieu, Pierre: *La distinction. Critique sociale du jugement,* 1979. Dt.: *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft,* Frankfurt/M. 1982.

Bourdieu, Pierre: *La domination masculine. Actes de la recherche en science sociales 84* (masculin/feminin 2) 1990, S. 2-31.

Branner, Rebecca: *Scherzkommunikation unter Mädchen.* Dissertation, TU Darmstadt 2001.

Brend, Ruth: „Male-Female Intonation Patterns in American English", in: Thorne, Barrie and Henley, Nancy (Hrsg.): *Language and Sex: Difference and Dominance,* Rowley, Mass. 1975, S. 84-87.

Burkhard, Armin: „Das ist eine Frage des Intellekts, Frau Kollegin. Zur Behandlung von Rednerinnen in deutschen Parlamenten", in: Günthner, Susanne/Kotthoff, Helga (Hrsg.): *Die Geschlechter im Gespräch,* Stuttgart1992, S. 287-311.

Butler, Judith: *Das Unbehagen der Geschlechter,* Frankfurt/M. 1991.

Butler, Judith: *Körper von Gewicht. Die diskursiven Grenzen des Geschlechts,* Berlin 1995.

Cahill, Spencer: „Childhood Socialization as a Recruitement Process", in: *Sociological Studies of Child Development* 1/1986, S. 163-186.

Cameron, Deborah: „Theoretical Debates in Feminist Linguistics: Questions of Sex and Gender", in: Wodak, Ruth (Hrsg.): *Gender and Discourse,* London 1997, S. 21-37.

Couper-Kuhlen, Elisabeth: *An Introduction to English Prosody,* Tübingen 1986.

Crawford, Mary: *Talking Difference. On Gender and Language,* London1995.

Crystal, David: „Prosodic and Paralinguistic Correlates of Social Categories", in: Ardener, Edwin (Hrsg.): *Social Anthropology and Language,* London 1971, S. 185-206.

Eckert, Penelope and McConnell-Ginet, Sally: „Think practically and look locally: language and gender as community based practice",

in: *Annual Review of Anthropology* 21 1992, S. 461-490.

Fichtelius, Anne et al.: „Three Investigations of Sex-Associated Speech Variation in Day School", in: Cheris Kramarae (Hrsg.): *The Voices and Words from Women und Men,* Oxford 1980, S. 219-227.

Fishman, Pamela: „Interaction: the work women do", in: Thorne, Barrie/Cheris Kramarae, Cheris/Henley, Nancy (Hrsg.): *Language, gender, and society.* Rowley, Mass. 1983, S. 219-227.

Furnham, Adrian/Schofield, Sandra: „Sex Role Stereotyping in British Radio Advertisement", in: *British Journal of Social Psychology* 2/1986, S. 165-171.

Gal, Susan: „Between speech and silence: The problematics of research on language and gender", in: *IPrA Papers in Pragmatics* 1/1989, S. 1-38.

Gal, Susan: „Language, gender and power: an anthropological review", in: Hall, Kira/Bucholtz, Mary (Hrsg.): *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self,* London 1995, S. 153-161.

Garfinkel, Harold: *Studies in Ethnomethodology,* Cambridge 1967.

Goffman, Erving: *Interaktionsrituale,* Frankfurt/M. 1971.

Goffman, Erving: *Rahmen Analyse,* Frankfurt/M. 1977.

Goffman, Erving: *Interaktion und Geschlecht,* hrsg. von Hubert Knoblauch, Frankfurt/M. 1994, S. 105-159.

Goffman, Erving: *Geschlecht und Werbung,* Frankfurt/M. 1981.

Goffman, Erving: *Forms of Talk,* Philadelphia 1981.

Goodwin, Marjorie: *He said & She said,* Pennsylvania 1990.

Graddol, David/Swann, Joan: *Gender Voices*, Oxford 1989.

Günthner, Susanne: „Sprache und Geschlecht: Ist Kommunikation zwischen Frauen und Männern interkulturelle Kommunikation?", in: *Linguistische Berichte* 138, 1992a, S. 123-143.

Günthner, Susanne: „Die interaktive Konstruktion von Geschlechterrollen, kulturellen Identitäten und institutioneller Dominanz. Sprechstundengespräche zwischen Deutschen und Chines/innen", in: Günthner, Susanne/Kotthoff, Helga (Hrsg.): *Die Geschlechter im Gespräch Kommunikation in Institutionen,* Stuttgart 1992b, S. 91-126.

Günthner, Susanne: *Die kommunikative Konstruktion der Geschlechterdifferenz: Sprach- und kulturvergleichende Perspektiven, Muttersprache.*

Günthner, Susanne/Kotthoff, Helga (Hrsg.): *Von fremden Stimmen. Weibliches und männliches Sprechen im Kulturvergleich.* Einleitung, Frankfurt/M. 1991, S. 7-52.

Günthner, Susanne/Kotthoff, Helga (Hrsg.): *Die Geschlechter im Gespräch. Kommunikation in Institutionen,* Stuttgart 1992.

Hagemann, Carol: „Die Konstrukteure des Geschlechts auf frischer Tat ertappen? Methodische Konsequenzen einer theoretischen Einsicht", in: *Feministische Studien* 2, 1993, S. 68-79.

Heintz, Bettina/Nadai, Eva: „Geschlecht und Kontext. Deinstitutionalisierungsprozesse und geschlechtliche Differenzierung“, in: *Zeitschrift für Soziologie* 27, 1998, S. 75-93.

Hirschauer, Stefan: „Die soziale Fortpflanzung der Zweigeschlechtlichkeit“, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 4, 1994, S. 668-693.

Hirschauer, Stefan: „Geschlechtsneutralität. Zur Praxeologie einer Kategorie sozialer Ordnung“, erscheint in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 2001.

Hitzler, Ronald: „Das Problem, sich verständlich zu machen“, in: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft,* Opladen 1998, S. 93-107.

Holmes, Janet: „Women‘s Talk in Public Contexts“, in: *Discourse&Society* 1/1992, S. 131-150.

Irigaray, Luce: *Speculum. Spiegel des anderen Geschlechts,* Frankfurt/M. 1980.

James, Deborah/Clarke, Sandra: „Women, Men and Interruptions: A Critical Review“, in: Deborah Tannen (Hrsg.): *Gender and Conversational Interaction*, Oxford 1993, S. 231-280.

James, Deborah / Drakich, Janice: „Understanding Gender Differences in Amount of Talk: A Critical Review of Literature“, in: Deborah Tannen (Hrsg.): *Gender and Conversational Interaction,* Oxford 1993, S. 281-312.

Key, Mary Ritchie: *Male/Female Language,* Metuchen 1975.

Kintzelé, Jeff: „Das Theater der Begegnungen. Zur Soziologie der Anmache“, in: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft,* Opladen 1998, S. 125-133.

Kotthoff, Helga: „Unruhe im Tabellenbild? Zur Interpretation weiblichen Sprechens in der Soziolinguistik“, in: Günthner, Susanne/Kotthoff, Helga (Hrsg.): *Die Geschlechter im Gespräch. Kommunikation in Institutionen,* Stuttgart 1992, S. 126-147.

Kotthoff, Helga: „Kommunikative Stile, Asymmetrie und ‚Doing Gender‘“, in: *Feministische Studien* 2/1993a, S. 79-96.

Kotthoff, Helga: „Unterbrechungen, Überlappungen und andere Interventionen“, in: *Deutsche Sprache* 2/ 1993b, S. 162-185.

Kotthoff, Helga: „Geschlechtertypisierung in der kindlichen Kommunikationsentwicklung“, in: Bracht, Ulla et al. (Hrsg.): *Jahrbuch für Pädagogik,* Frankfurt/M./Bern/New York 1994a.

Kotthoff, Helga: „Nachwort: Geschlecht als Interaktionsritual?“, in: Goffman, Erving: *Interaktion und Geschlecht*, hrsg. von Hubert Knoblauch. Frankfurt/M. 1994b, S. 159-194.

Kotthoff, Helga: „The interactional achievement of expert status“, in: Kotthoff, Helga/Wodak, Ruth (Hrsg.): *Communicating gender in context,* Amsterdam 1997, S. 39-178.

Kotthoff, Helga / Wodak, Ruth (Hrsg.): *Communicating Gender in Context,* Amsterdam 1997.

Lakoff, Robin: „Language and Women's Place", in: *Language in Society* 2/1973, S. 45-79.

Leet-Pellegrini, Helena: „Conversational dominance as a function of gender and expertise", in: Giles, Howard et al. (Hrsg.): *Language. Social Psychological Perspectives.* Oxford 1980, S. 97-104.

Van Leeuwen-Turnovcová, Jirina: *Rechts und Links in Europa: Ein Beitrag zur Semantik und Symbolik der Geschlechterpolarität,* Berlin 1990.

Local, John: „Modelling Intonational Variability in Children's Speech", in: Romaine, Suzanne (Hrsg.): *Sociolinguistic Variation in Speech*, London 1982, S. 73-81.

Malone, Martin J.: *Worlds of Talk: the Presentation of Self in Everyday Conversation,* Cambridge 1997.

Maltz, Daniel / Borker, Ruth: „Mißverständnisse zwischen Frauen und Männern - kulturell betrachtet", in: Günthner, Susanne/Kotthoff, Helga (Hrsg.): *Von fremden Stimmen. Weibliches und männliches Spre-chen im Kulturvergleich,* Frankfurt/M. 1982/ 1991, S. 52-75.

Martin, Hans-Peter / Schumann, Harald: *Die Globalisierungsfalle*, Reinbek 1996.

McConell-Ginet, Sally: „Intonation in a Man's World", in: *Sign* 2/1978, S. 541-559.

Mühlen-Achs, Gitta: *Wie Katz und Hund. Die Körpersprache der Geschlechter,* München 1993.

Richard, Birgit: „Die oberflächlichen Hüllen des Selbst. Mode als ästhetischmedialer Komplex", in: *Kunstforum* Bd. 141, September 1998, S. 48-96.

Sacks, Harvey: *Lectures on Conversation.* Vol. I. Hrsg. von Gail Jefferson, Oxford/Cambridge 1992.

Sacks, Jacqueline: „Cues to the Identification of Sex in Children's Speech", in: Thorne, Barrie/Henley, Nancy (Hrsg.): *Language and Sex: Difference and Dominance.* Rowley, Mass. 1975, S. 152-171.

Schegloff, Emanuel A.: „Between micro and macro: contexts and other connections", in: Giesen, J. Alexander B. et al. (Hrsg.): *The Micro-Macro-Link,* Los Angeles 1987, S. 7-234.

Schegloff, Emanuel: „Whose text? Whose context?", in: *Discourse-&Society* 8/1997, S. 165-187.

Schmerl, Christiane (Hrsg.): *Frauenzoo der Werbung,* München 1992.

Schmidt, Claudia: „Dieser Emil immer destruktiv. Eine Untersuchung über weibliches und männliches Kommunikationsverhalten in studentischen Kleingruppen", in: Günthner, Susanne/ Kotthoff, Helga (Hrsg.): *Die Geschlechter im Gespräch,* Stuttgart 1992, S. 73-91.

Schoenthal, Gisela (Hrsg.): *Feministische Linguistik - Linguistische Geschlechterforschung.* Sonderheft der Zeitschrift „Germanistische Linguistik", Hildesheim/Zürich 1998.

Stuckard, Bettina: *Das Bild der Frau in Frauen- und Männerzeitschriften*, Frankfurt/M./Bern/New York 2000.

Tannen, Deborah: *Du kannst mich einfach nicht verstehen.* Hamburg 1991.

Tannen, Deborah: „The Relativity of Linguistic Strategies: Rethinking Power and Solidarity in Gender and Dominance", in: Tannen, Deborah (Hrsg.): *Gender and Discourse,* Oxford 1993, S. 19-53.

Tannen, Deborah: *Job Talk,* Hamburg 1994.

Trömel-Plötz, Senta: *Frauensprache: Sprache der Veränderung,* Frankfurt/M. 1982.

Trömel-Plötz, Senta (Hrsg.): *Gewalt durch Sprache,* Frankfurt/M. 1984.

Tyrell, Hartmann: „Überlegungen zur Universalität geschlechtlicher Differenzierung", in: Martin, Jochen und Zoepfel, Renate (Hrsg.): *Aufgaben, Rollen und Räume von Frau und Mann,* Freiburg 1989, S. 37-78.

Veblen, Thorstein: *Theorie der feinen Leute,* Frankfurt/M. 1986.

Wetherell, Margaret: „Positioning and interpretive repertoires: conversation analysis and poststructuralism in dialogue", in: *Discourse&Society* 3/1998, S. 387-412.

West, Candace: „Against our will: male interruptions of females in cross-sex conversation", in: *Annals of the New York Acadamy of Science* 327/1979, S. 81-97.

West, Candance/Zimmerman, Don: „Small insults: a study of interruptions in cross-sex conversations between unascquainted persons", in: Thorne, Barrie/Kramarae, Cheris/Henley, Nancy (Hrsg.): *Language, gender, and society.* Rowley 1983, S. 102-117.

West, Candace/Zimmerman, Don: „doing gender", in: *Gender&Society* 2/1989, S. 125-151

West, Candace / Fenstermaker, Sarah: „Doing Difference", in: *Gender&Society* 1/1995, S. 8-37.

Willems, Herbert/Kautt, York: „Der Körper in der Werbung: Überlegungen zu den Sinnbezügen und Formen seiner Inszenierung", in: *Schweizer Zeitschrift für Soziologie* 26, 2/2000, S. 345-372.

Wodak, Ruth/Schulz, Muriel: „Meine Mutter ist meine beste Freundin", in: Günthner, Susanne/Kotthoff, Helga (Hrsg.): *Von fremden Stimmen. Weibliches und männliches Sprechen im Kulturvergleich,* Frankfurt/M. 1991, S. 333-361.

Wodak, Ruth (Hrsg.): *Gender and Discourse,* London 1997.

Würtz, Stefanie / Eckert, Roland: „Aspekte modischer Kommunikation", in: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft,* Opladen 1998, S. 177-193.

Zybell, Uta: *Zum Zusammenhang von weiblicher Moralentwicklung und Berufsorientierung junger Frauen.* Darmstädter Beiträge zur Berufspädagogik, Band 21. Alsbach/Bergstraße 1998.