

А. В. Филиппова*

Гендерный аспект предпринимательства в идиоматике современного немецкого языка

Аннотация. В данной статье рассмотрен вопрос о гендерной специфике трудовой деятельности в целом и предпринимательства в частности, а также разграничения сфер «частное» и «публичное» в современном немецком языке на примере отдельных идиоматических выражений. Особое внимание уделяется анализу реализации гендерной политики в словаре Дуден. Сделан вывод о наличествующих искажениях образа мужчины и женщины в частной сфере и сфере бизнеса, а также в реализации гендерной политики в примерах из словаря. В заключение сделан вывод о том, что современный словарь немецкого языка представляет собой важный инструмент реализации гендерной политики, проводимой в немецком языке, выявлена положительная динамика развития немецкого языка в гендерном аспекте, а также положительные тенденции в реформировании немецкого языка с позиции гендерной политики.

Ключевые слова: идиоматика, гендер, гендерная политика, бизнес и частная сфера.

Genderaspekt des Unternehmertums in der Idiomatik der deutschen Gegenwartssprache

DOI: 10.17803/1994-1471.2017.80.7.195-198

Дие Bilder von Männlichkeit und Weiblichkeit kommen in der Sprache zum Ausdruck und vermitteln wichtige Informationen über den Status in der Gesellschaft, über die von Frauen und Männern ausgeübte Tätigkeit sowie über deren Bewertung seitens der jeweiligen Gemeinschaft. Diese Bilder basieren auf alten Traditionen im Volk, auf gesellschaftlichen Normen, sozialen Praktiken, aber auch auf herkömmlichen Klischees und Vorurteilen. Die gesellschaftlichen Normen und soziale Praktiken verändern sich, was auch in der Sprache den Niederschlag findet. In dieser Hinsicht geben Wörterbücher detaillierte Auskunft über die Entwicklung der Gegenwartssprache und damit auch (wenn doch etwas langsamer) über die Dynamik in den Vorstellungen von Mann

und Frau in der Gesellschaft. Die Redewendungen sollten dementsprechend entweder an die neue Realität angepasst und gegebenenfalls durch neue Einheiten ersetzt werden, oder sie sollen mit der Zeit gar außer Gebrauch kommen und werden von Wörterbüchern nicht mehr verzeichnet. Dass sich dieser Prozess sehr langsam, nicht immer konsequent vollzieht und dabei viele Asymmetrien in der Darstellung von Mann und Frau in der Sprache aufweist, bestätigen mehrere Untersuchungen in verschiedenen Sprachen.

Die deutschen feministischen Linguisten und Linguistinnen (und später Genderlinguisten und -linguistinnen) haben schon in den 80er Jahren des vergangenen Jahrhunderts auf den ausgeprägten androzentrischen (an einen Mann gerichteten)

© Филиппова А. В., 2017

* Филиппова Александра Валерьевна, старший преподаватель кафедры иностранных языков Московского государственного юридического университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА)

alexandra.filippowa2012@yandex.ru

125993, Россия, г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, д. 9

Charakter der deutschen idiomatischen Wendungen hingewiesen, in denen den weiblichen Handlungsträgerinnen im Gegensatz zu den männlichen Handlungsträgern viel häufiger negative Charakterzüge und Angewohnheiten zugeschrieben würden, solche wie List, Schwachheit, Dummheit und Geschwätzigkeit (Vgl.: *Schwachheit, dein Name ist Weib // Es ist keine List über Weiberlist // Lange Haare, kurzer Verstand usw.*). Demgegenüber sollten den Männern solche positiven Charaktereigenschaften wie (Willens-)Stärke, Selbstständigkeit, Mut und Zuverlässigkeit (Vgl.: *Manns genug sein, seinen Mann stehen usw.*) zustehen.

Zu einem der Kritikpunkte wurde u.a. die Tatsache, dass in Beispielsätzen der Wörterbücher die männlichen Handlungsträger quantitativ dominierten. Darüber hinaus war sowohl in den idiomatischen Wendungen an sich, als auch in den die Bedeutung der jeweiligen Redewendung erläuternden Beispielsätzen eine deutliche Grenze zwischen dem *Privaten* und dem *Beruflichen* (*Geschäftlichen*) festgelegt. Das Geschäftliche war den Männern vorbehalten, die Frauen waren dagegen für die Familie zuständig¹. Dass Letztes auch heute noch zutrifft, ist etwa an den folgenden Redewendungen zu veranschaulichen. Die stehende Wendung *den Anschluss verpassen* hat laut Duden 11 zwei Bedeutungen: 1. (*ugs.*) *keinen [Ehe]partner, keine [Ehe]partnerin finden*; und 2. *beruflich hinter der technischen und / oder wissenschaftlichen Entwicklung zurückbleiben, nicht mehr wettbewerbsfähig sein*. Die erste Bedeutung wird im Beispielsatz mit *Frau* als Handlungsträgerin verdeutlicht: *Anfang vierzig und keinen Lebensgefährten; sieht so aus, als hätte sie über ihre Karriere den Anschluss verpasst*. Zur Erläuterung der zweiten Bedeutung wird hingegen ein Beispielsatz mit *Mann* als Akteur angeführt: *Langfristig kommt kein Unternehmer am Internet vorbei, wenn er nicht den Anschluss verpassen will (www.elsmann.de)*². Die stehende Wendung *jmdm., einer Sache Abtrag tun*, die für *jmdm., einer Sache* Schaden steht, bildet ein weiteres Beispiel für die immer noch geltenden Klischees zur Abgrenzung des *Privaten* vom *Geschäftlichen* je nach Geschlecht der

Handelnden: *Die harmlose kleine Affäre wird ihrer Popularität keinen Abtrag tun. // Eine nachgewiesene Steuerhinterziehung könnte auch einem so mächtigen Mann in der Partei Abtrag tun*.

Genderlinguisten und Genderlinguistinnen kritisieren heftig den Gebrauch solcher realitätsfremden Vorurteile in den Wörterbüchern und plädierten für die Verbreitung von neuen, aktuellen Bildern von Männern und Frauen, wo die beiden Geschlechter gleichgestellt werden sollten. So wurden Richtlinien für die geschlechtergerechte deutsche Sprache sowie Gleichstellung von Mann und Frau in den Wörterbüchern, Nachschlage- sowie Lehrbüchern initiiert. Seitdem wird nach einer neuen weiblichen Individualität gesucht, da es laut Maria Pober³ bis heute weder eine ganze weibliche Geschlechtsidentität noch weibliche Individualität in den entsprechenden fachsprachlichen Lexika bzw. Wörterbüchern gebe.

Bei der Analyse der im Duden (Band 11) verzeichneten deutschen Redewendungen mit dem Wort *Mann / Frau* hinsichtlich der Repräsentanz der beiden Geschlechter in der privaten bzw. geschäftlichen Domäne sind folgende Gesetzmäßigkeiten zu erschließen:

a) Es werden grundsätzlich weniger Redewendungen mit dem Wort *Frau* im Kontext einer beruflichen Tätigkeit sowie professionellen Erfolgs angegeben, als mit dem Wort *Mann* (Vgl.: *Fräulein vom Amt // [Die] weise Frau (veraltet) — der erste Mann an der Spritze sein // Er ist für uns der geeignete, der richtige Mann // Ein gemachter Mann sein*). Es fällt auch auf, dass in den angegebenen stehenden Wendungen mit dem Wort *Mann* der Akzent auf dem Erfolg des Handlungsträgers, wobei in denen mit dem Wort *Frau* im Charakter der Tätigkeit liegt. Letztes ist auch deswegen von Bedeutung, da diese Tätigkeiten traditionellerweise nur von *Frauen* ausgeübt und schlecht bezahlt wurden. Die Redewendung *Dafür muss eine alte Frau / Oma lange stricken*, was eigentlich bedeutet, dass *etwas viel Geld kostet, ziemlich teuer ist*, bestätigt diese Tendenz.

b) Es entstehen für ursprüngliche Redewendungen nur mit *Mann* als Handlungsträger auch manche symmetrischen Idiome mit *Frau* in der

¹ Pusch L. F. Das Deutsche als Männersprache. Frankfurt-a.-Main : Suhrkamp, 1984. S. 135—144.

² Duden. Band 11 : Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Mehr als 10 000 feste Wendungen, Redensarten und Sprichwörter. 3. Auflage. Mannheim : Dudenverlag, 2008. 960 S.

³ Pober M. Gendersymmetrie. Überlegungen zur geschlechtersymmetrischen Struktur eines Genderwörterbuches im Deutschen. Würzburg : Verlag Königshausen & Neumann GmbH, 2007. S. 416.

jeweiligen positiven (Vgl.: *selbst ist der Mann* — *selbst ist die Frau* // *ein Mann von Welt* — *eine Frau von Welt*) und in der negativen Bedeutung (Vgl. *der Mann fürs Grobe* / *Gröbste* — *die Frau fürs Grobe* / *Gröbste* // *ein alter Mann ist doch kein D-Zug* — *eine alte Frau* / *eine Oma ist doch kein D-Zug*). Hierbei sei jedoch betont, dass die Beispielsätze, die zur Erläuterung der idiomatischen Wendungen dienen und meist aus den Texten der schöngestigen deutschsprachigen Literatur, von den Autoren des Wörterbuches oder aus den deutschsprachigen Zeitungen und Zeitschriften stammen, je nach Geschlecht der Handelnden unterschiedliche Stilistik aufweisen können (Vgl.: *Charlie ist beim britischen Geheimdienst der Mann fürs Grobe*. (*Spiegel* 6, 1982, 208) // *Als Mann fürs Grobe sorgte General Louis Eugene Cavaignac dafür, dass in Paris wieder Friedhofsruhe einzog* (*Zeit* 25. 6. 1998, 76) — *Es waren der Parteivorsitzende Wolfgang Schäuble und seine Frau fürs Grobe, Generalsekretärin Angela Merkel, die innerparteilich bis zu den Bundestagswahlen 1998 vehement für eine ökologische Steuerreform eintraten*. (*FR* 13.1.2000, 3)).

Allerdings kommt es im Duden auch vor, dass die Autoren anscheinend anhand der Beispielsätze versuchen, ein positives Bild von Frauen künstlich zu schaffen bzw. den neuen sozialen Rollen von Frauen Rechnung zu tragen. So wird die Redewendung *der kluge Mann baut vor*, was für *es ist gut, vorzusorgen, sich abzusichern*⁴ steht, mithilfe des Beispielsatzes verdeutlicht: «*Der kluge Mann baut vor, die kluge Frau tut es auch. Gegen die Risiken des Alters trifft man Vorsorge*» (www.stmariabb.de, 6.8.2007)

c) Unter dem Gesichtspunkt der Männern und Frauen zugeschriebenen positiven und negativen Charaktereigenschaften lässt sich behaupten,

dass das Bild der Frau erotisiert und im sexuellen und familiären Kontext gebraucht wird (Vgl.: *die Waffen einer / der Frau* // *[eine Frau] mit Vergangenheit* // *jmdn. zur Frau nehmen*). Mann tritt dagegen als eine verlässliche, entschlossene und mutige Person auf (Vgl.: *ein Mann, ein Wort* // *ein Mann von Wort* // *ein Mann der Tat* // *[nicht] der Mann sein, etw. zu tun* // *der kluge Mann baut vor* // *seinen Mann stehen / stellen* // *Manns genug sein, etw. zu tun*). Jedoch finden in den stehenden Wendungen auch die Abhängigkeit der Männer vom Alkoholgenuß sowie mangelnde Selbstbeherrschung ihren Niederschlag (Vgl.: *blau/voll sein wie [zehn]tausend Mann* // *den wilden Mann spielen / machen*).

Viele Redewendungen weisen auf das generische Maskulinum (Mann im Sinne Mensch) hin (Vgl.: *etwas an den Mann bringen*, *Mann über Bord*, *Mann Gottes! pro Mann und Nase usw.*). Diese Redewendungen werden aber im Rahmen dieser Analyse nicht behandelt.

Aus der vorliegenden kleinen Untersuchung von der Darstellung von *Mann* und *Frau* im deutschen Wörterbuch Duden (Band 11: Redewendungen) lässt sich behaupten, dass *Privates* und *Geschäftliches* in den Redewendungen zwar je nach Geschlecht abgegrenzt werden und damit die sprachliche Gegebenheit der deutschen Gegenwartssprache darstellen. Jedoch kann man an einzelnen Beispielsätzen und an der Entstehung der symmetrischen Paare von den stehenden Wendungen auch eine positive Tendenz zur Umsetzung des von den Genderlinguisten und Genderlinguistinnen initiierten Sprachwandels feststellen. Obwohl die Durchführung der Genderpolitik im Wörterbuch nicht immer konsequent erfolgt, spielt das Wörterbuch als Mittel der Durchführung der Genderpolitik eine große Rolle.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. *Duden*. Band 11 : Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Mehr als 10 000 feste Wendungen, Redensarten und Sprichwörter. — 3. Auflage. — Mannheim : Dudenverlag, 2008. — 960 S.
2. *Pober M.* Gendersymmetrie. Überlegungen zur geschlechtersymmetrischen Struktur eines Genderwörterbuches im Deutschen. — Würzburg : Verlag Königshausen & Neumann GmbH, 2007. — 561 S.
3. *Pusch L. F.* Das Deutsche als Männersprache. — Frankfurt-a.-Main : Suhrkamp, 1984. — 201 S.
4. *Кирилина А. В.* Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации. — М. : Росспэн, 2004. — 252 с.

Материал поступил в редакцию 30 апреля 2017 г.

⁴ *Duden*. Band 11: Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik.

GENDER DIMENSION OF ENTREPRENEURSHIP IN THE MODERN GERMAN IDIOMS

FILIPPOVA Aleksandra Valerievna — Senior Lecturer of the Department of Foreign Languages at the Kutafin Moscow State Law University (MSAL)
alexandra.filippowa2012@yandex.ru
125993, Russia, Moscow, Sadovaya-Kudrinskaya Str., 9

Mag. **Alexandra Philippova** — Deutsch für Hochschullehrerin an der Staatlichen Moskauer Juristischen O.E. Kutafin-Universität

Review. *The article addresses the issue of gender aspect of the labor activity in general and business in particular, as well as differentiation of areas of "private" and "public" in modern German separate idiomatic expressions. Particular attention is given to the analysis of the implementation of the gender policy in the Duden Dictionary. It is concluded that the existing distortions of the image of women and men in the private sphere and the sphere of business, as well as in the implementation of gender policies in the examples from the dictionary. In conclusion, it is proved that a modern dictionary of the German language is an important tool for the implementation of gender policy in the German language. The author reveals positive dynamics of the development of the German language from a gender perspective, as well as the positive trends in the reform of the German language from the position of gender policy.*

Keywords: *idioms, gender, gender politics, business and the private sphere.*