



universität
wien

MASTERARBEIT

Titel der Masterarbeit

„Emanzipatorischer Diskurs in den polnischen Frauenzeitschriften“

*Eine Untersuchung der Zeitschriften Cosmopolitan,
Dobre Rady, Glamour und Wysokie Obcasy Extra*

verfasst von

Karin Polak, BA

angestrebter akademischer Grad

Master of Arts (MA)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 893

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Masterstudium Polnisch

Betreut von:

Mag. Dr. Tat'ána Vykypělová, Privatdoz.

Eidesstaatliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe.

Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, November 2015

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Karin Polak', written in a cursive style.

Karin Polak, BA

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Zusammenhang zwischen Gesellschaft und Sprache.....	5
2.1	Vom Feminismus zur feministischen Linguistik.....	5
2.2	Feministische Sprachwissenschaft in Deutschland	6
2.3	Feministische Sprachkritik in Polen	9
3	Bereiche sprachlicher Asymmetrien in der polnischen Sprache	12
3.1	Darstellung der Genera	12
3.2	Frauendarstellung in Abhängigkeit von Männern	13
3.3	Bildung femininer Personenbezeichnungen durch Motionssuffixe.....	15
3.4	Personalmaskuline Substantiva	17
3.5	Lexikalische Lücken im Sprachsystem	18
3.6	Nichtpersonalmaskuline Substantiva und Pejoration	21
3.7	Lexik und Phraseologie	21
3.8	Frauenbild in Sprichwörtern und Redewendungen	24
4	Vergleich sprachlicher Diskriminierung im Deutschen und Polnischen	27
5	Gedanken über Reduzierung der Diskriminierung im Polnischen – Probleme.....	29
6	Frauen in Medien	34
6.1	Frauenmedium Zeitschrift	34
6.2	Funktion von Frauenzeitschriften	34
6.3	Frauenbilder in Frauenzeitschriften.....	35
7	Frauenzeitschriften in Polen	37
8	Beschreibung des Untersuchungsmaterials	38

8.1	<i>Cosmopolitan</i>	38
8.2	<i>Dobre Rady</i>	40
8.3	<i>Wysokie Obcasy</i> und <i>Wysokie Obcasy Extra</i>	41
8.4	<i>Glamour</i>	42
9	Empirischer Teil	44
9.1	Frauenbilder in <i>Cosmopolitan</i>	46
9.1.1	Titelblattbild.....	46
9.1.2	Themen in den Artikeln – Emanzipatorische Themen?	48
9.2	Frauenbilder in <i>Dobre Rady</i>	51
9.2.1	Titelblattbild.....	51
9.2.2	Themen in den Artikeln – Emanzipatorische Themen?	53
9.3	Frauenbilder in <i>Wysokie Obcasy Extra</i>	56
9.3.1	Titelblattbild.....	56
9.3.2	Themen in den Artikeln – Emanzipatorische Themen?	59
9.4	Frauenbilder in <i>Glamour</i>	61
9.4.1	Titelblattbild.....	61
9.4.2	Themen in den Artikeln – Emanzipatorische Themen?	63
9.5	Emanzipatorische Themen – Überblick über die Verwendung.....	67
9.6	Feministisch-linguistische Analyse	69
9.7	Schreiben auch Männer für Frauenzeitschriften?	79
9.8	Wörterbuch	81
9.8.1	Polnisch – Deutsch.....	81
9.8.2	Deutsch – Polnisch	91
10	Zusammenfassung	101
10.1	Zusammenfassung Deutsch	101
10.2	Streszczenie w języku polskim	103

11	Quellenverzeichnis	110
12	Literaturverzeichnis.....	111
13	Anhang	117
13.1	Abstract	117
13.1.1	Abstract Deutsch	117
13.1.2	Abstract Polnisch.....	118
13.2	Lebenslauf.....	119

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Polnische <i>Cosmopolitan</i>	46
Abbildung 2: <i>Dobre Rady</i>	51
Abbildung 3: <i>Wysokie Obcasy Extra</i>	56
Abbildung 4: <i>Glamour Polska</i>	61

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kategorien in den Zeitschriften.....	45
Tabelle 2: Keine feminine Entsprechung	75
Tabelle 3: Gegenüberstellung der Summe von Personenbezeichnungen zu der Anzahl von Bezeichnungen, die keine feminine Entsprechung vorweisen	75
Tabelle 4: Personenbezeichnungen nicht in den Wörterbüchern	77
Tabelle 5: Top 5 Personenbezeichnungen, die (nicht) gegendert wurden	79

Grafikverzeichnis

Grafik 1: Themen in <i>Cosmopolitan</i>	48
Grafik 2: Themen in <i>Dobre Rady</i>	53
Grafik 3: Themen in <i>Wysokie Obcasy Extra</i>	59
Grafik 4: Themen in <i>Glamour</i>	63
Grafik 5: Seitenanzahl der emanzipatorischen Themen.....	68
Grafik 6: Prozentueller Vergleich von Personenbezeichnungen.....	71
Grafik 7: Seitenanzahl der von Frauen/Männern/beiden Geschlechtern verfassten Artikel	80

Kobieta ma wywalczyć sobie stanowisko w społeczeństwie wartościami swojego charakteru, a nie męską formą nazwiska (Die Frau soll sich ihre Position in der Gesellschaft anhand ihres Charakters erkämpfen und nicht anhand der maskulinen Form ihres Nachnamens) – Eliza Orzeszkowa (Pawłowski 1951, S. 52).

1 Einleitung

Gewalt gegen Frauen durch Sprache – ist das möglich? Sprache ist eines der mächtigsten Mittel, welches die Menschheit aufweist. Es erscheint vielen Menschen auf den ersten Anschein wenig erkennbar, dass Frauen und Männer nicht nur im gesellschaftlichen Rahmen, sondern darüber hinaus auch in verschiedenen Bereichen des Sprachsystems nicht gleich behandelt werden und gleichgestellt sind. Die sprachliche Diskriminierung der Frauen bleibt im Gegensatz zu der gesellschaftlichen Differenz zwischen den Geschlechtern meistens nicht wahr genommen, da vorhandene Sprachnormen als selbstverständlich empfunden werden – diese werden im Alltag nicht weiter kritisch betrachtet und hinterfragt. Sprache kann als ein Schwamm angesehen werden, vergangene und gegenwärtige Denkweisen und Überzeugungen saugt dieser an. Um androzentrische Ungleichheiten in den Sprachen patriarchalisch geprägter Gesellschaften nicht mehr als eine Banalität zu betrachten, weil sie gesellschaftlich und grammatikalisch sanktioniert worden sind, bedarf es einer Sensibilisierung und kritischen Betrachtung der Sprachverwender/innen. Dies möchte auch Eliza Orzeszkowa in ihrem Zitat ausdrücken, denn Frauen sollten dieselben Chancen haben genannt zu werden wie Männer.

Dieses Forschungsfeld ist in der polnischen Sprache noch relativ unerforscht, weshalb die Arbeit dazu beitragen möchte diese Forschungslücke zu schließen.

Das Hauptziel ist einen emanzipatorischen Diskurs in der polnischen Sprache zu machen, um die angesprochene Problematik der sprachlichen Situation darzustellen. Dieser erfolgt durch eine Analyse bestimmter polnischer Frauenzeitschriften, wobei genauer untersucht wird, wie das typische Frauenbild aussieht, inwieweit auf Frauen eingegangen wird und in welchem Ausmaß sprachliche Diskriminierung vorhanden ist.

Der erste Teil der Arbeit bildet die Theorie, der zweite die Empirie, welche die Analyse der sprachlichen Ungleichheit in ausgewählten Frauenzeitschriften durchführt.

Zu Beginn dieser Arbeit soll ein Bogen von der gesellschaftlichen Strömung Feminismus zur feministischen Linguistik in Deutschland und Polen gespannt werden, hier wird ein Vergleich gemacht und die Entwicklung dargestellt. Es wird die Geschichte der Frauenbewegung, die es in den 70er Jahren gegeben hat, bis in die Gegenwart aufgezeigt und auf Ansätze der feministischen Linguistik in Polen eingegangen. Hier wird festgehalten, welche Entwicklung Polen schon gemacht hat und eventuell noch machen kann, als Vergleich wurde Deutschland hinzugezogen (siehe Kapitel 2).

Ausgehend von der Bedeutung des Schlagwortes Feminismus wird das Phänomen Sexismus unter verschiedenen sprachlichen Aspekten – eine Darstellung sexistischer Asymmetrien der polnischen Sprache – betrachtet, die mithilfe einiger Thesen der feministischen Linguist/innen besprochen werden. Diese betreffen die Ebene der Grammatik, Wortbildung und Lexik. Es werden nicht alle Sprachmuster dargestellt, sondern Schwerpunkte auf jene Bereiche gesetzt, die wichtig erscheinen:

- Darstellung der Genera
- Frauendarstellung in Abhängigkeit von Männern
- Bildung femininer Personenbezeichnungen durch Motionssuffixe
- Personalmaskuline Substantiva
- Lexikalische Lücken im Sprachsystem
- Nichtpersonalmaskuline Substantiva und Pejoration
- Lexik und Phraseologie
- Frauenbild in Sprichwörtern und Redewendungen

Es ist jedoch festzuhalten, dass diese Arbeit sich in der Empirie mit Personenbezeichnungen beschäftigen wird – die Theorie wurde der Vollständigkeit halber genauer ausgearbeitet (siehe Kapitel 3).

Im Kapitel 4 wird die Diskriminierung der Frau im Polnischen und Deutschen verglichen. Es werden Unterschiede aufgezeigt, in denen deutlich wird, wie die deutsche Sprache einiges

umgehen kann, um die Frauen nicht ungleich zu behandeln, was jedoch im Polnischen nicht möglich ist.

Im darauffolgenden Kapitel wird auf das Thema der Reduzierung der Frauendiskriminierung eingegangen. Denn polnische Linguist/innen stellen sich die Frage, inwieweit die Sprache geändert werden soll und welche Probleme zum Vorschein kommen (siehe Kapitel 5).

Danach wird auf Frauen in Medien eingegangen, dabei wird der Begriff Frauenzeitschrift erklärt, die Funktionen von Frauenzeitschriften erwähnt und kurz auf die Frauenbilder, welche in diesen Magazinen vorkommen, eingegangen (siehe Kapitel 6).

Im Kapitel 7 werden der polnische Frauenzeitschriftenmarkt beschrieben und einige bekannte Magazine für Frauen aufgelistet.

Vier umfangreiche Werke, die bei der Theorie sehr gut gedient haben und zu empfehlen sind, sind *Genus versus Sexus. Professional Titles, Working Titles and Surnames for Women in Contemporary Standard Polish* (1973) von Kenneth L. Nalibowa, *A Linguistic Picture of Women's Position in Society* (1986) von Adam Jaworski, *Motivation zur Motion. Zur Bezeichnung von Frauen durch Feminina und Maskulina im Polnischen* (1993) von Bärbel Miemietz und *Lingwystyka Plci. Ona i on w języku polskim* (2005) von Małgorzata Karwatowska und Jolanta Szpyra-Kozłowska.

Im nächsten Schritt wird das Untersuchungsmaterial beschrieben. Zur Analyse wurden vier verschiedene polnische Frauenmagazine (*Cosmopolitan*, *Dobre Rady*, *Wysokie Obcasy Extra*, *Glamour*) herangezogen. Zuerst werden die Zeitschriften näher vorgestellt, hier wird der Verlag und die Redaktion, das Erscheinungsjahr et cetera erwähnt, um ein allgemeines Bild über die Frauenzeitschrift zu erhalten (siehe Kapitel 8).

Frauenzeitschriften wurden deshalb herangezogen, weil die Verfasserin in ihrer Freizeit eine interessierte Leserin von diversen Zeitschriften, die primär an Frauen gerichtet sind, ist. Sie ist auch mit den zu analysierenden Frauenzeitschriften vertraut. Nach Ansicht der Verfasserin üben Frauenzeitschriften einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf Frauen aus, sie dienen als Spiegel weiblicher Identität in der Gesellschaft. Sie reflektieren bis zu einem gewissen Grad das Leben der Leser/innen. Durch Frauenzeitschriften konnten Schritte der Wandlungen

festgestellt werden – sie zeigen herkömmliche Wertvorstellungen, die Wahrnehmung als Frau und ihre Benennung, aber auch eine gewisse Modernisierung.

Kapitel 9 beschreibt die Empirie und die nächsten Schritte, um ein allgemeines Verständnis bei den Leser/innen zu erzielen. Bei der anschließenden Analyse werden die Coverbilder beschrieben und Themen inhaltlich analysiert. Hier wird der Gesamteindruck der Frauen, den die Zeitschriften übermitteln, festgehalten. Es wird auch auf emanzipatorische Themen Bezug genommen. Bei der sprachlichen Untersuchung wird analysiert, in wieweit die Personenbezeichnungen im Kontext richtig verwendet werden. Es werden identifizierte androzentrische Asymmetrien und Personenbezeichnungen, die keine feminine Entsprechung haben, aufgelistet. Des Weiteren werden Neologismen sowie die 5 häufigsten Personenbezeichnungen, die (nicht) gegendert werden, aufgezeigt. Im nächsten Zug wird geschaut, wie viele Seiten Männer zur Verfügung haben, um Artikel zu verfassen. Abgerundet wird der empirische Teil mit einem Gender-Wörterbuch, welches sich aus den gefundenen Personenbezeichnungen zusammensetzt.

Die Arbeit endet mit einer Zusammenfassung in deutscher und polnischer Sprache (siehe Kapitel 10).

Zuletzt ist noch zu erwähnen, dass alle in der Arbeit vorkommenden Beispiele der Literatur entnommen sind – es wurden keine frei erfunden. Die polnischen Ausdrücke und Sätze sind frei von der Verfasserin der Arbeit übersetzt worden und bieten nur eine Möglichkeit der Übersetzung. Ebenso wurden alle Grafiken und Tabellen, die die Untersuchung begleiten, selbst gestaltet und sind keine Nachahmung. Bei den Abbildungen handelt es sich um Zeitschriften, die von der Verfasserin eingescannt und bearbeitet worden sind. Alle anderen Quellen wurden im Quellenverzeichnis beziehungsweise im Literaturverzeichnis dokumentiert.

Die Ergebnisse dieser Analysen stehen – hoffentlich – für andere als Anregung für weitere wissenschaftliche Arbeiten zur Verfügung.

2 Zusammenhang zwischen Gesellschaft und Sprache

2.1 Vom Feminismus zur feministischen Linguistik

Alle Gesellschaften wurden über Jahrhunderte in verschiedenen Bereichen des Alltags von Männern dominiert. Sie hatten Einfluss auf den Handel, die Wissenschaft, die Politik, die Kunst und deshalb wirkten sie auch viel Macht auf die Entfaltung der Sprache aus. Da es Frauen in vielen Gesellschaften nicht gestattet war am öffentlichen Leben präsent zu sein, waren sie deshalb auch in der Sprache unsichtbar. Es darf daher nicht verwundern, dass Sprache und Inhalt sehr stark auf Männer bezogen sind. Ende des 19. Jahrhunderts entstand die Frauenbewegung Feminismus, welche versuchte auf die Anliegen der Frauen einzugehen und eine entscheidende Umgestaltung der Gesellschaftsnormen sowie der patriarchalischen Kultur anzustreben (vgl. Bochenek 2010, S. 7).

Feminismus wirkt auf alle Bereiche des Menschen ein (vgl. Pusch 1983, S. 14), so auch auf die Sprache, die von den Mitgliedern der jeweiligen Gesellschaft gesprochen wird – somit bestehen zwischen gesellschaftlichem Handeln, Denkmustern et cetera und sprachlichen Mitteilungen Übereinstimmungen (vgl. Schlieben-Lange 1978, S. 13). Ruth Wodak und Sylvia Moosmüller (vgl. 1987, S. 11) sind derselben Meinung und äußern sich dazu, dass Sprache nicht nur die Aufgabe hat als Kommunikationsmittel zu dienen, sondern auch zuständig dafür ist den Menschen die Weltanschauung zu vermitteln, um zur Entwicklung der sozialen und psychologischen Identität beizutragen. Die Sprache wird von Individuen entwickelt und gibt Strukturen, die in der Gesellschaft vorhanden sind, wider. Diese Sprachstrukturen wirken im selben Moment in Form von Weltbildern auf die Menschen, die sie entwickeln, verwenden und ändern, wieder zurück.

Die Sprache ermöglicht Gewalt, Verachtung, Lüge, Unterdrückung, aber auch Vergnügen, Spaß und Freude. Sie stellt einen kulturellen Spiegel dar. Dieser gibt ein Bild von Vorurteilen und Stereotypen wider, fixiert aber auch symbolische Darstellungen (vgl. Ulff 1996, S. 4).

Die Frauen kämpften deshalb nicht nur in der Gesellschaft um mehr Ansehen und weniger Unterdrückung, sondern auch in der Sprache. Daher bildete sich in den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts innerhalb der Linguistik ein neues Gebiet, in welchem feministisch motiviert die

Konnexion zwischen Sprache und Geschlecht neu angesehen und analysiert wird: die Feministische Sprachwissenschaft – auch bekannt unter Feministische Linguistik (vgl. Bochenek 2010, S. 5).

Die Fokussierung des Forschungsgegenstandes liegt auf der Sprache selbst. Es wird sowohl ein Schwerpunkt auf das Sprachverhalten der Individuen, welches unter feministischen Blickwinkel untersucht und beurteilt wird, gesetzt als auch auf Asymmetrien der Sprache hingedeutet, in denen die Frau diskriminiert wird (vgl. Nowosad-Bakalarczyk 2003, S. 250).

Die Feministische Linguistik versteht sich nicht nur als deskriptive, sondern auch als intervenierende Lehre, die sich als Teil einer politisch-sozialen Bewegung sieht, die Sprache sowie die Art und Weise der Sprachanwendung mithilfe soziologischer und politischer Kriterien kritisiert. Die relativ junge wissenschaftliche Disziplin möchte die Sprache modifizieren und zu einer Korrektheit im Sinne von geschlechtlicher Gleichwertigkeit treiben (vgl. Duda 1998, S. 669).

Der Ursprung der Feministischen Sprachwissenschaft liegt in den USA, dort legte die Sprachwissenschaftlerin Mary Ritchie Key mit einem Seminar zum Thema Sprache und Geschlecht an der Universität in Kalifornien den Grundstein für die Feministische Sprachwissenschaft (vgl. Klann-Delius 2005, S. 10).

2.2 Feministische Sprachwissenschaft in Deutschland

Zur Entstehung und Entwicklung der Feministischen Linguistik in Deutschland hat Ingrid Guentherodt beigetragen, denn diese hielt 1974 in der damaligen BRD ein Seminar unter dem Titel *Rollenverhalten der Frau und Sprache*. Wenige Jahre später sind die ersten sprachwissenschaftlichen Berichte zu diesem Thema in den Zeitschriften *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie* und *Linguistische Berichte* veröffentlicht worden (vgl. Bochenek 2010, S. 7).

Besondere Aufmerksamkeit bekam 1978 der Aufsatz *Linguistik und Frauensprache* von Senta Trömel-Plötz, der in *Linguistische Berichte* 57 erschienen ist (vgl. 16). Auf diesen reagierte Hartwig Kalverkämper in *Linguistische Berichte* 62 (vgl. 1979, S. 55ff.) mit dem Artikel *Die Frauen und die Sprache* und äußerte negative Kritik, denn er bestritt einen

Zusammenhang zwischen Genus und Sexus (vgl. Bochenek 2010, S. 58f.). Diese Stellungnahme war ein Impuls für Linguistin Luise F. Pusch (vgl. 1979, S. 84ff.), die erstmals die Problematik im Artikel *Der Mensch ist ein Gewohnheitstier, doch weiter kommt man ohne ihr* erklärte. Die Geburtsstunde der feministischen Linguistik war für Senta Trömel-Plötz zu dem Zeitpunkt, ab dem Linguist/innen begannen ihre feministischen Ideen in ihrer eigenen Wissenschaft einzuarbeiten (vgl. Trömel-Plötz 1982, S. 33).

Für Ingrid Guentherodt, Marlis Hellinger, Luise F. Pusch, Senta Trömel-Plötz (vgl. 1980, S. 16ff.) ist sexistischer Sprachgebrauch, wenn Frauen durch die Sprache ignoriert beziehungsweise ausgeschlossen werden, weil das männliche Geschlecht als Norm in der Gesellschaft angesehen wird. Dieses Problem führt dazu, dass Frauen nicht ausdrücklich genannt werden. Ihrer Gegenwart, ihren Beiträgen und ihren Leistungen wird keine Beachtung geschenkt, dadurch werden sie vernachlässigt und vergessen. Nach Meinung dieser Sprachwissenschaftlerinnen ist Sprache auch dann sexistisch, wenn sie Frauen nur in Abhängigkeit von Männer darstellt, wenn Frauen zweitrangig genannt werden und somit den Männern untergeordnet sind oder wenn Frauen durch die Sprache vorwiegend in traditionelle Rollen schlüpfen, die sie mit weiblichen Charakteren und Reaktionen darstellen sowie wenn abwertende Sprache die Frauen nicht gerecht behandelt oder degradiert, wie zum Beispiel, dass ihnen fehlende Intelligenz oder Übermaß an Emotionalität vorgeworfen wird.

Marlis Hellinger (vgl. 1985, S. 3f.) zufolge haben Frauen in patriarchalischen Kulturen (zum Beispiel in Deutschland) nicht dieselben Möglichkeiten des Gemeint-Seins wie das männliche Geschlecht. Frauen und ihre Leistungen werden durch den Gebrauch der generischen Maskulina in einigen Sprachen ignoriert. Das Maskulinum steht über dem Femininum, somit sind maskuline und feminine Ausdrücke semantisch asymmetrisch. Die Nennung der Frau durch ein Maskulinum wird aufwertend angesehen, während die Bezeichnung des maskulinen Geschlechts mit ein Femininum als Herabwürdigung interpretiert wird.

Das zweite Forschungsfeld, mit dem sich die Feministische Sprachwissenschaft auseinander setzt, ist das geschlechterspezifische Verhalten bei Gesprächen von Frauen und Männern – wie Frauen und Männer sprechen, Stichwort: Frauen- und Männersprache (vgl. Trömel-Plötz 2007, S. 35).

Die Frauensprache wirkt sehr persönlich, denn die Nähe, Bindung, Akzeptanz wird bei einem Gespräch gesucht. Im Laufe einer Unterhaltung reden Frauen über private Erlebnisse und Erfahrungen – sie wollen damit die Distanz bezwingen. Männer möchten primär in einem Gespräch Informationen erhalten, bringen kaum Gefühle zum Vorschein und bleiben sachlich. Sie erachten eine emotionale Bindung als nicht wichtig. Die Sprache des männlichen Geschlechts ist sehr statusorientiert, von ihnen wird Direktheit, Knappheit und Ausdruckstärke verlangt. Sie versuchen öfters während eines Gesprächs die Machtposition zu ergattern (vgl. Samel 2000, S. 3). Untersuchungen zum weiblichen Sprachverhalten wurden schon in den 1920er gemacht und durch deren Ergebnisse lassen sich folgende Hypothesen zur Frauensprache nennen (vgl. Bansemer 2013, S. 11):

- Defizithypothese: Durch die Frauenbewegung wurde aufgegriffen, dass es eine spezielle Frauensprache geben könnte. Zwei Vertreter der älteren Durchleuchtung der Frauensprache sind Fritz Mauthner, der sich mit dem Gesprächsverhalten der Frauen auseinandersetzt und Otto Jespersen, der den Wortschatz und die Syntax erforscht. Otto Jespersen geht in seinen Thesen davon aus, dass Frauen unter anderem unvollständige Sätze formieren und redegewandter sind als Männer. Für Fritz Mauthner können Frauen die Männersprache nicht erlernen. Beide Herren gehen davon aus, dass die Frauensprache eine minderwertige Abwandlung der Sprache der Männer sei (vgl. ebenda, S. 11).
- Differenzhypothese: Diese betont laut Robin Lakoff die Andersartigkeit des Sprachverhaltens von Frauen, ohne negativen Touch. Frauen sollen die Männersprache nicht imitieren, sondern ihre eigene Sprache entfalten. Als Grund für die Unterschiede wird die kulturelle Verschiedenheit zwischen der Frauen- und Männerwelt gesehen (vgl. ebenda, S. 12).
- Code-switching-Hypothese: Es geht hierbei weder um den Mangel an Ausdrucksfähigkeit von Frauen noch um die Andersartigkeit ihres Sprechverhaltens. Frauen wechseln in gewissen Momenten von einer Sprache in die andere – von der Frauensprache in die Männersprache oder andersrum. Dabei richten sie sich nach sozialen Erwartungen. Die Beurteilung der beiden Sprachen ist wertungsfrei. Frauensprache wird nur negativ angesehen, wenn sie der Situation entsprechend nicht passend verwendet wird (vgl. Gibbels 2004, S. 45f.).

In der Arbeit von Senta Trömel-Plötz (vgl. 1982a, S. 89) werden noch andere Untersuchungen aus Amerika angeführt, die einen Beweis für die geringere Wertschätzung von Frauen in Gesprächen darstellen. Die Analysen zeigten, dass Männer öfters die Unterhaltung starten und länger reden als das weibliche Geschlecht. Männer unterbrechen Frauen mehr beim Sprechen als umgekehrt. Frauen müssen in einem Gespräch kämpfen, um das Wort zu ergreifen, denn Männer haben die Kontrolle über das Gespräch und den Ablauf. Frauen hingegen sind für die Gesprächsarbeit zuständig. Für die deutsche Gesprächssituation werden die Resultate überprüft, jedoch wurde bis jetzt keine dieser Behauptungen widerlegt – auf diese Thematik wird jedoch in dieser Arbeit nicht genauer eingegangen.

Seit den ersten Aufsätzen über die Diskriminierung der Frau in der Sprache sind schon Jahre vergangen, seitdem haben feministische Linguist/innen viel im Bereich der sprachlichen Innovation zum Vorteil von Frauen bewirkt. Dieser Prozess soll auf keinen Fall eine Modeerscheinung sein, denn er ist noch lange nicht ausgereift (vgl. Bochenek 2010, S. 12).

2.3 Feministische Sprachkritik in Polen

Im Polnischen wird die sprachliche Ungleichheit zwischen den beiden Geschlechtern nicht so heftig debattiert, wie zum Beispiel in der deutschen Sprache. In Polen werden die feministischen Standpunkte vorwiegend durch Wissenschaftler/innen vertreten, die einen Zugang zu feministischen Berichten, sei es durch ihre Sprachkenntnisse oder durch Auslandsaufenthalte, gefunden haben. In ihren Arbeiten analysieren sie die polnische Sprache, wie Maria Ciechomska oder Literatur, wie Grażyna Borkowska. Des Weiteren gibt es auch Wissenschaftler/innen, die über ihr Fachgebiet hinausgehen und sich mit stereotypen Denken und Geschlechterrollen beschäftigen, wie Barbara Limanowska (vgl. Chołuj 1996, S. 85).

Durch die beiden Sprachwissenschaftlerinnen Małgorzata Karwatowska und Jolanta Szpyra-Kozłowska werden die polnischen Linguist/innen in Gruppen eingeteilt, die unterschiedliche Ansichtsweise in Bezug zum Problem der Benachteiligung der Frau haben. Von Gruppe zu Gruppe werden auch verschiedene Termini zu diesem Thema verwendet, zum Beispiel werden *asymetria* ('Asymmetrie') oder *asymetryczność* ('Asymmetrie') am häufigsten gebraucht. Sprachwissenschaftler/innen, die die Ungleichbeteiligung als eine benachteiligte Erscheinung der Frau wahrnehmen, beschreiben diese Tatsache als *seksizm* ('Sexismus'),

androcentryzm ('Androzentrismus'), językowa nierówność ('sprachliche Ungleichheit') oder nierównouprawnienie ('Ungleichberechtigung'). Feministische Linguist/innen verwenden eher solche Ausdrücke wie maskulinizacja ('Männerdomäne'), seksistowska tendencyjność ('sexistische Voreingenommenheit') oder waporyzacja kobiet ('Aufwertung der Frauen') (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 250ff.).

In Werken, in denen die gesamte Erscheinung des Polnischen dargestellt wird, wie in Enzyklopädien oder Wörterbüchern, wird das Problem übersehen, wie zum Beispiel in *Słownik Ojczyzny Polszczyzny* (2002) von Jan Miodek (vgl. ebenda).

Dann gibt es wiederum Werke, die eine objektive Analyse des Sprachsystems vorzeigen. Hier werden Urteile abgesehen und es wird sich auf die Besprechung der Erscheinung konzentriert – dies soll eine reine Informationsquelle sein, wie zum Beispiel in *Gramatyka języka polskiego* von Piotr Bąk (vgl. ebenda).

Eine weitere Gruppe von Sprachwissenschaftler/innen beschreibt nicht nur die Ungleichheiten in der Sprache, sondern beleuchtet diesen Aspekt auch kritisch, denn die Berichte werden mit Kommentaren versehen (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 250ff.). Nach Henryk Duda (vgl. 1998, S. 664f.) ist Jan Baudouin de Courtenay einer, der zu dieser Gruppe zählt. Er war es, der psychologische Elemente des Polnischen charakterisierte und dadurch seine Meinung zur sprachlichen Asymmetrie ausdrückte. Laut ihm ist das sprachliche Denken von Polen durch die Geschlechterungleichbehandlung gekennzeichnet.

Eine weitere Gruppe, die von Małgorzata Karwatowska und Jolanta Szpyra-Kozłowska (vgl. 2005, S. 257ff.) beschrieben wird, sind Autor/innen, die zwei Überzeugungen vertreten, einerseits sind es jene, die den sprachlichen Androzentrismus annehmen und die Sprachregeln des Polnischen verteidigen, andererseits den Sexismus in der Sprache ablehnen und zur Meinung neigen, dass sich das Polnische in diesem Hinblick ändern muss.

Am meisten überzeugt sind feministische Linguist/innen, wie Adam Jaworski, der *A Linguistic Picture of Women's Position in Society* (1986) verfasst hat und Bärbel Miemietz, die für ihr Werk *Motivation zur Motion. Zur Bezeichnung von Frauen durch Feminina und Maskulina im Polnischen* (1993) bekannt ist (vgl. ebenda, S. 260).

In Polen gibt es nur eine ganz kleine Gruppe, welche um die Vermeidung beziehungsweise Minderung des sprachlichen Sexismus kämpft und Vorschläge bringt (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 260).

3 Bereiche sprachlicher Asymmetrien in der polnischen Sprache

In unserer patriarchalen Gesellschaft sind sexistische (frauendiskriminierende) Haltungen tief verankert, daher werden sie kaum bemerkt, jedoch sind sie in vielen Bereichen ein bedeutender Bestandteil unseres Lebens (vgl. Guentherodt et al. 1980, S. 15).

3.1 Darstellung der Genera

Das natürliche Geschlecht stimmt mit dem grammatikalischen Genus in der polnischen Sprache nicht immer überein – in einigen Fällen sind sie aber kongruent, zum Beispiel bei Personen und einigen Tieren. Substantiva, welche auf eine männliche Person bezogen sind, sind in die maskuline Kategorie einzuteilen, wie *ojciec* ('Vater'), *pan* ('Herr'). Jene, die sich auf das weibliche Geschlecht beziehen, gehören in die feminine Kategorie eingeteilt, wie *matka* ('Mutter'), *pani* ('Frau'). Die Einordnung der Tiere ist ähnlich, denn die Benennung eines Männchens ist oft dem natürlichen Geschlecht gleich, Beispiele: *tygrys* ('Tiger'), *kot* ('Kater') – die feminine Entsprechung dazu sind *tygrysica* ('Tigerin') und *kocica* ('Katze'). Zum Neutrum zählen kleine, noch nicht erwachsene Lebewesen, wie *dziecko* ('Kind'), *szczenię* ('Welpen'), *kocię* ('Kätzchen') – bei solchen Fällen ist das Geschlecht nicht im Substantiv inbegriffen (vgl. Strutyński 2009, S. 136).

Die Regel, dass das natürliche Geschlecht dem grammatikalischen Genus entspricht, hat viele Ausnahmen, die jedoch wegen der Inkonsequenz nicht als bedeutsam gelten, wie *człowiek* ('Mensch'), *nauczycielstwo* ('Lehrerstand') – hier ist sowohl von Männern als auch Frauen die Rede (vgl. ebenda, S. 136).

Das Polnische kennt im Singular drei Genera: Maskulinum, Femininum und Neutrum und im Plural zwei, nämlich die Personalform ('rodzaj męskoosobowy') und die Sachform ('rodzaj niemęskoosobowy') (vgl. Miemietz 1993, S. 13).

Handelt es sich um eine reine Männergruppe oder ist das Geschlecht nicht bekannt, so werden personale Substantiva verwendet, wie *studenci* ('Studenten') (vgl. Madelska 2008, S. 108).

Zu der Kategorie Sachform, auch Restform oder Nichtpersonale Maskulina genannt, zählen alle Substantiva, die ein weibliches oder sächliches Geschlecht aufweisen (vgl. Madelska 2008, S. 108). Zu dieser Gruppe werden Frauen (*panie, babcie, aktorki* – ‘Damen’, ‘Großmütter’, ‘Akteurinnen’), Kinder (*dzieciaki, maluchy* – ‘Lausebengeln’, ‘Knirpse’), Tiere (*barany, koty* – ‘Schafe’, ‘Katzen’) und Gegenstände (*domy, latarnie* – ‘Häuser’, ‘Laternen’), aber auch Abstrakta (*romanse, wydarzenia* – ‘Liebschaften’, ‘Streiks’) gezählt (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 51).

Die Einteilung in die beiden Kategorien im Plural (Personal- und Sachform) betrifft auch Pronomina, Adjektiva und Verbformen (vgl. ebenda, S. 51).

Das Dasein eines maskulinen personalen Substantives verlangt, dass auch die entsprechenden maskulinen Formen verwendet werden, wie bei *tysiąc kobiet i jeden mężczyzna byli robili/śpiewali* (Tausend Frauen und ein Mann waren/machten/sangen). Hier ist deutlich eine sprachliche Asymmetrie zu erkennen, denn obwohl viele Frauen und ein einziger Mann etwas gemacht haben, wird ein maskulin bezogenes Verb verwendet (vgl., ebenda, S. 51).

3.2 Frauendarstellung in Abhängigkeit von Männern

Der folgende Abschnitt dieser Arbeit nennt Bereiche, in denen der Familienstatus der Frau zum Ausdruck kommt.

Das Wortfeld ‘heiraten’ scheint auf den ersten Eindruck asymmetrisch zu sein. In der polnischen Sprache wird dieser Vorgang aus der maskulinen Perspektive beschrieben, es handelt sich hierbei um ein vom Stamm abgeleitetes Verb, welches die Bedeutung Frau trägt und welches die Wortbildungsbedeutung „sich mit einer Frau versehen“ aufweist: *(o)żenić się* zu *żona* (‘Ehefrau’). Aus femininer Perspektive heißt dieser Vorgang *wyjsść/wychodzić* (‘hinausgehen’) *za* (‘nach’) *mąż* (‘Ehemann’). Diesem Wortpaar liegen alte Traditionen zugrunde, denn nach der Eheschließung zog die Ehefrau in das Haus des Mannes. Aus der Sicht der Eltern heißt dies *(o)żenić syna* („den Sohn mit einer Frau versehen“) und *wyda(wa)ć za mąż córkę* („einem Mann die Tochter geben“). Wenn ein Paar im Polnischen heiratet, wird das symmetrische Verb *pobrać / pobierać się* („sich/einander nehmen“) verwendet. Würde in der polnischen Sprache eine feministische Sprachkritik existieren, dann gäbe es

wahrscheinlich Ausdrücke für die weibliche und männliche Sichtweise (vgl. Miemietz 1996, S. 155f.).

Im polnischen Sprachgebrauch wurden bis vor kurzem Formen, die dem Namen der Frau vorangestellt wurden und ihren Familienstatus sichtbar machten, benutzt. Es handelt sich hierbei um *pani* („verheiratete Frau“) und *panna* („unverheiratete Frau“). Für Männer wird in der gesprochenen Sprache *pan* („verheirateter Mann“) und *kawaler* („unverheirateter Mann“) verwendet, jedoch wurde beides auf *pan* reduziert und somit wird der gesellschaftliche Status des Mannes nicht bekannt gegeben (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 26f.).

Auch bei den weiblichen Namen wird durch ihre Abwandlung ersichtlich gemacht, ob eine Frau verheiratet ist oder nicht (vgl. ebenda, S. 26f.). Diese Einteilung findet durch Suffixe, die an den Vornamen oder Namen der Frau angehängt werden, statt (vgl. Nitsch 1951, S. 62).

Frauen, die nicht verheiratet sind, werden die Suffixe *-anka* und *-ówna* an den Familiennamen hinzugefügt. Das Suffix *-anka* wird an Nachnamen der Frauen gehängt, die auf den Laut *-a* enden, wie bei *Suliżanka* (von *Suliga*) – auf mögliche Alternationen ist zu achten. Das Ableitungsmorphem *-ówna* wird nach einem Konsonanten an den Namen ergänzt, wie zum Beispiel bei *Birtusówna*, *Fischerówna* und *Patykówna*. Verheiratete Frauen tragen das Suffix *-owa*, wie bei *Kowalowa* und *Nowakowa* (vgl. Nalibow 1973, S. 21f.).

Diese Formen, in denen der Familienstatus der Frau kenntlich gemacht wird, werden in der heutigen Zeit nur noch in ländlichen, wissenschaftlichen und künstlerischen Kreisen verwendet (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 27).

Ein weiter interessanter Aspekt ist die Umgestaltung des Vornamens der Ehemänner und deren Gebrauch für die Bezeichnung ihrer Ehefrauen, wie zum Beispiel *Andrzejowa* (von Andrzej) oder *Michałowa* (von Michał). Grammatikalisch handelt es sich hierbei um ein Adjektiv, welches aus dem Substantiv gebildet worden ist und die Zugehörigkeit zum Mann ausdrückt. Die Bildung eines männlichen Namens in Ableitung vom Frauennamen, wie **Zosiny*, **Małgosiny* et cetera, gibt es nicht (vgl. ebenda, S. 27).

Eine ähnliche sprachliche Asymmetrie ist bei den Bezeichnungen für Ehefrau und Tochter zu finden. Wenn der Ehemann beziehungsweise der Vater einen gewissen Beruf ausübt, so wird

das durch die Suffixe *-owa* und *-ówna* kenntlich gemacht, wie *doktorowa* und *doktorówna* („Frau und Tochter eines Doktors“). Diese Formen weisen jedoch einen archaischen Charakter auf (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 28.).

Heutzutage in Verwendung ist die Bezeichnung für das Ehepaar, welche aus dem Vornamen oder Nachnamen des Mannes gebildet wird, wie *O której mamy być u Romków?* (Wann sollen wir bei Familie Romek sein?). Es kann sich bei diesem Beispiel sowohl um das Ehepaar handeln als auch um deren Wohnung/Haus. Diese Form wird auch dann verwendet, wenn einer der beiden oder sogar beide nicht zu Hause ist/sind. *Marek* und *Jola* sind für Freunde und Familie *Markowie* (Mehrzahl von Marek) und nicht **Jolowie* (vgl. ebenda S. 29).

In der polnischen Sprache werden die Verwandtschaftsbeziehungen, welche sich auf zwei Personen beziehen, nur durch die maskulinen Substantiva gebildet, wie *dziadek* (‘Großvater’) + *babcia* (‘Großmutter’) = *dziadkowie* (‘Großeltern’) (und nicht **babciowie*), *stryj* (‘Onkel’) + *stryjenka* (‘Tante’) = *stryjostwo* (und nicht **stryjenkostwo*), *brat* (‘Bruder’) + *żona* (‘Frau’) = *bratostwo*, aber *siostra* (‘Schwester’) + *mąż* (‘Mann’) = *szwagrostwo* (vgl. ebenda, S. 31).

Ähnlich war es auch bei älteren, heutzutage nicht mehr verwendeten, Formen, welchen das Suffix *-ostwo* an das maskuline Substantiv angehängt wurde, um das Ehepaar zu benennen. Diese Bezeichnung machte den Beruf des Mannes ersichtlich, zum Beispiel *państwo profesorostwo* („ein Ehepaar, beidem der Mann den Beruf des Professors ausübt“). Wäre die Frau eine Ärztin, so würde das Ehepaar nicht so bezeichnet werden (vgl. ebenda, S. 31).

3.3 Bildung femininer Personenbezeichnungen durch Motionssuffixe

Nicht nur bei den Namen und Vornamen dient die maskuline Form als Grundlage, sondern für das ganze polnische Wortbildungssystem. Die meisten femininen Personenbezeichnungen sind von maskulinen abgeleitet und bekommen dann ein Motionssuffix (*-ka*, *-ini/yni*, *-ica*) angehängt, wie *lektor* (‘Lektor’) → *lektorka* (‘Lektorin’), *nauczyciel* (‘Lehrer’) → *nauczycielka* (‘Lehrerin’), *sprawca* (‘Täter’) → *sprawczyni* (‘Täterin’), *wychowawca* (‘Betreuer’, ‘Erzieher’) → *wychowawczyni* (‘Betreuerin’, ‘Erzieherin’), *uczeń* (‘Schüler’) → *uczenica* (‘Schülerin’). Die paradigmatische Ableitung gilt bei substantivierten Adjektiven,

wie zum Beispiel *chrzestny* ('Taufpate') → *chrzestna* ('Taufpatin'), *woźny* ('Hausmeister') → *woźna* ('Hausmeisterin') (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 29f.).

In einigen Fällen ist die Bildung anders, wie bei *Koreańczyk* ('Koreaner') → *Koreanka* ('Koreanerin') oder *Chińczyk* ('Chinese') → *Chinka* ('Chinesin') – das Suffix *-czyk* der maskulinen Form wird abgetrennt und das Suffix *-ka* hinzugefügt, dabei muss darauf geachtet werden, dass der Laut *n* vor dem *k* hart wird. Bei Beispielen wie *Amerykanin* ('Amerikaner') wird das Suffix *-in* durch ein *-ka* ersetzt, so entsteht dann *Amerykanka* ('Amerikanerin'). Dasselbe ist bei dem Suffix *-ec*, hier wird aus *Niemiec* ('Deutscher') → *Niemka* ('Deutsche'). Einige maskuline Bezeichnungen enden auf ein *-a*, wie *specjalista* ('Fachmann'), daraus wird dann *specialistka* ('Fachfrau'). Berufsbezeichnungen, die das Suffix *-arz* haben, werden für die Bildung der femininen Form durch ein *-arka* ersetzt, wie *aptekarz* ('Apotheker') → *aptekarzka* ('Apothekerin') (vgl. Foland-Kugler 2007, S. 137ff.).

Vereinzelt kommt es vor, dass eine maskuline Form von einer femininen abgeleitet wird. Hierzu gibt Renata Grzegorzczkowska (vgl. 1984, S. 452) folgende Beispiele an: *gęś* ('Gans') → *gęsior* ('Gänserich'), *kaczka* ('Ente') → *kaczor* ('Enterich').

Die maskulinen Formen dominieren, ohne Rücksichtnahme auf das Geschlecht der Person, im Polnischen, denn sie werden als allgemein geltende und ranghöhere angesehen. Durch die Gesellschaft und die sprachliche Gewohnheiten haben feminine Personenbezeichnungen weniger engeren Bedeutungs- und Funktionsbereich als die maskulinen, so ist das beste Beispiel hierfür *dyrektorka* ('Direktorin'). Diese kann im Kindergarten oder in der Grundschule arbeiten, handelt es sich aber um einen Direktor einer Firma, so wird die Form *dyrektor* ('Direktor') verwendet – abgesehen vom Geschlecht. Aber auch *sekretnarz* ('Staatsmann') trägt zum weiblichen Pendant *sekretnarka* ('Sekretärin') eine andere Bedeutung (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 30f.).

Bei Berufen, die vorwiegend vom weiblichen Geschlecht ausgeübt werden, wie *kosmetyczka* ('Kosmetikerin'), *pielęgniarka* ('Krankenschwester'), *niania* ('Kindermädchen') oder *gosposia* ('Haushälterin'), gibt es keine maskuline Entsprechung. *Wychowawca przedszkolny* ('Kindergartenerzieher') ist die maskuline Entsprechung zu der 'Kindergärtnerin', welche als *przedszkolanka* bezeichnet wird (vgl. Hołowiak 2012, S. 233ff.).

Von vielen Sprachwissenschaftler/innen heftig diskutiert werden die femininen Ableitungen von Berufsbezeichnungen, die das Suffix *-log* haben, wie zum Beispiel *filolożka* ('Philologin') ← *filolog* ('Philologe') oder *socjolożka* ('Soziologin') ← *socjolog* ('Soziologe') – trotzdem sind diese immer wieder im Alltag auffindbar (vgl. Hołowiak 2012, S. 233ff.).

Einige feminine Formen, die von einem Maskulinum abgeleitet worden sind, haben eine pejorative Eigenschaft und drücken Respektlosigkeit aus, wie *doktor* ('Doktor') → *doktorka* ('Doktorin'). Bei der höflichen Form wird dem maskulinen Prestigesubstantiv ein *pani* angehängt, wie bei *pani doktor* ('Frau Doktor') (vgl. Bryłowa 2001, S. 250). Aus diesem Grund entscheiden sich viele Frauen durch die maskuline Form zu kennzeichnen und nennen sich *redaktor* ('Redakteur') oder *reżyser* ('Regisseur'), obwohl ihnen die femininen Formen, wie *redaktorka* ('Redakteurin') und *reżyserka* ('Regisseurin'), zur Verfügung stehen (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 31).

Małgorzata Karwatowska und Jolanta Szpyra-Kozłowska (vgl. 2005, S. 277) gehen davon aus, dass es in Zukunft immer mehr feminine Berufsbezeichnungen geben wird, diese dann auch öfters benutzt werden und dies zur Tendenz der Bekämpfung ihrer negativ gefärbten Bedeutungen führt.

3.4 Personalmaskuline Substantiva

Einerseits beschreiben Personalmaskulina eine reine Männergruppe, andererseits können sie sich auch auf eine Gruppe beziehen, die sowohl aus Frauen als auch Männern besteht – sie haben eine Doppelfunktion. Es lässt sich eine Universalität bei den maskulinen Personenbezeichnungen feststellen, denn es ist möglich sie für beide Geschlechter anzuwenden. Bei den femininen Bezeichnungen geht das nicht, so beziehen sich zum Beispiel *artysta* ('Künstler') und *obywatel* ('Bürger') auf einen Mann oder eine Frau. Bei *klientka* ('Kundin') oder *obywatelka* ('Bürgerin') handelt es sich jedoch ausschließlich um Frauen (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 35f.).

Literarische Werke tragen auch Titel, die den Doppelcharakter zeigen: *Chłopi* ('Landarbeiter'), *Niemcy* ('Deutsche') und *Krakowiacy i górale* ('Krakauer und Goralen'). Es handelt sich grammatikalisch um eine maskuline Form, dennoch bezeichnen diese

Bezeichnungen eine Menschengruppe und gelten im selben Ausmaß für Männer und Frauen. Die Polyfunktionalität der maskulinen Substantiva tritt auch oft in Wendungen auf, zum Beispiel: *klient ma zawsze racje* (Der Kunde hat immer Recht), *klub aktora* ('Schauspielerverein'), *prawa i obowiązki pacjenta* (Rechte und Pflichten eines Patienten) (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 37).

Der Inhalt solcher Wendungen ist klar verständlich und wird aus Gewohnheit verwendet, ohne dabei zu bedenken, dass es sich hierbei um ein grammatikalisch maskulines Geschlecht handelt. Sie werden in alltäglichen Konventionen gebraucht. Dies hat zur Folge, dass durch solche Wendungen beziehungsweise allgemein durch die Mehrfunktionalität der Personalmaskulina Frauen in einigen Bereichen der Gesellschaft benachteiligt sind oder nicht beachtet werden (vgl. ebenda, S. 37).

In einigen Fällen kann es auch zu Unklarheiten kommen, wie das folgende Beispiel durch Władysław Kupiszewski (1967, S. 374) deutlich zeigt: *Jak już pisałem, Seidler jest reporterem kontrowersyjnym, o wielkich ambicjach i nie cofającym się przed trudnościami i niebezpieczeństwami* (Wie ich bereits schreibe, ist Seidler ein kontroverser Reporter mit großen Ambitionen und der nicht vor Schwierigkeiten oder Gefahren schreckt). Mit diesem Satz ist eigentlich Barbara Seidler, eine Reporterin, gemeint und durch das maskuline Substantiv wird suggeriert, dass es sich um einen Reporter – einen Mann – handelt.

Ein Beispiel, welches Małgorzata Karłatowska und Jolanta Szpyra-Kozłowska (vgl. 2005, S. 39) in ihrem Werk nennen, ist: *Przyjęliśmy dwóch nowych pracowników* (Wir haben zwei neue Mitarbeiter eingestellt). Dieser Satz gibt keine detaillierte Information über das Geschlecht der Personen, es könnte sich sowohl um zwei Männer als auch um zwei Frauen handeln oder eine Frau und einen Mann.

3.5 Lexikalische Lücken im Sprachsystem

In der polnischen Sprache lässt sich eine Mangelhaftigkeit im Bereich der femininen Substantiva als Entsprechung der existierenden maskulinen Bezeichnungen, wie bei den Berufen, die in der früheren Tradition nur von Männern ausgeübt worden sind, feststellen (vgl. Kłosińska 2009, S. 28). Hierbei handelt es sich um Substantiva, wie *cukiernik* ('Konditor'), *hydraulik* ('Handwerker'), *kominiarz* ('Schornsteinfeger'), *piekarz* ('Bäcker') et

cetera, für die es keine entsprechenden Formen für Frauen gibt. In den Prestigeberufsbezeichnungen treten ähnliche Mängel auf, denn durch das Anhängen des Suffixes *-ka* würde die Personenbezeichnung einen negativen Charakter bekommen. Zu dieser Berufsgruppe zählen unter anderem *ambasador* ('Botschafter'), *dziekan* ('Dekan'), *minister* ('Minister'), *prezydent* ('Präsident'). Soll von einer Frau gesprochen werden, wird ein *pani* ('Frau') vorangestellt (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 32).

Nach Halina Wiśniewska (vgl. 1998, S. 75) gibt es Berufsgruppen, in welchen es definitiv keine weibliche Entsprechung gibt:

- Berufsbezeichnungen aus der Schwerindustrie, wie *spawacz* ('Schweißer'), *zbrojarz* ('Eisenflechter') et cetera,
- kirchliche Würdeträger, wie *kardynał* ('Kardinal'), *ksiądz* ('Priester') et cetera,
- Militärberufe, wie *admiral* ('Admiral'), *porucznik* ('Oberleutnant') et cetera,
- Verbrechernamen, wie *mafioso* ('Mafioso'), *opryszek* ('Straßenräuber') et cetera.

Unterschiedliche Gründe sind für das Problem der sprachlichen Ungerechtigkeit zu nennen. Paradigmatische Ursachen haben bei diesen Ungleichheiten im Sprachsystem eine wichtige Rolle, denn wird ein bestimmter Beruf nur von Männern ausgeführt, wird auch keine passende feminine Form nötig sein und deshalb auch nicht gebildet. Ein weiterer Punkt ist auf die Gesellschaft beziehungsweise Kultur zurückzuführen, die typische Rollenverteilung für beide Geschlechter vorsehen. Ein anderer Hintergrund ist morphologischer Natur, denn wenn in der Sprache schon Wörter vorhanden sind, wird nicht immer einfach die feminine Form abgeleitet, wie bei *pilot* ('Pilot') → *pilotka* ('Haube'), *szofer* ('Chauffeur') → *szoferka* („Teil des Flugzeuges“). Durch das Suffix *-ka* entsteht eine ganz neue Bedeutung und hat mit der femininen Form nichts zu tun. Auch kann es durch phonetische Gründe zu einer Ungleichheit kommen, denn durch das Vorkommen einer längeren Abfolge an Konsonanten kann es zu einer Aussprachschwierigkeit kommen, wie bei **architektka* ('Architektin'), **chirurgka* ('Chirurgin'), **pedagożka* ('Pädagogin') (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 34ff.).

Katarzyna Kłosińska (vgl. 2009, S. 29) meint, dass die Sprache sehr wohl Möglichkeiten bietet und viel Raum für Kreativität ihren Sprecher/innen lassen würde, um lexikalische Lücken zu schließen, jedoch meint sie, dass es ein Problem der Gesellschaft, welche die neuen Formen, wie *kolarka* ('Radfahlerin') und *kierowczyni* ('Fahlerin'), als inakzeptabel findet, sei, auch wenn keine phonetischen Hindernisse im Wege sind und es notwendig ist, die Frauen in der Sprache sichtbar zu machen. Bei einigen Wörtern propagiert sie eine Umschreibung, wie bei *kobieta przechodząca przez ulicę* („eine Frau gehend über die Straße“), denn die feminine Entsprechung zu *przechodzić* ('Fußgänger') wäre *przechodzińska* ('Fußgängerin'), welche jedoch nicht korrekt ist.

Die polnische Sprache kennt einige Bezeichnungen zu denen keine feminine Bezeichnung existiert, wie *bankowiec* ('Bankangestellter'), *handlowiec* ('Händler') und *jaskiniowiec* ('Höhlenbewohner'). Katarzyna Kłosińska deutet in ihrem Artikel auch darauf, dass die Träger/innen der Sprache entscheiden, welche Wörter in den Sprachgebrauch einfließen und akzeptiert werden und welche nicht. Sie nennt auch Möglichkeiten zur Verbesserung in der Sprache (vgl. Kłosińska, S. 29):

- Bedienung der Suffixe *-ka*, *-ini/-yni*, wie bei *wychowawczyni* ('Erzieherin') oder auch das Suffix *-a*, die bei Substantiva vorkommen, welche wie Adjektive behandelt werden, wie *księgowa* ('Buchhalterin'),
- das Suffix *-łożka* wird bei den Berufsnamen auf *-log* vorgeschlagen, wie bei *psycholożka* ('Psychologin'). Dieses Suffix wird teilweise schon im Sprachgebrauch verwendet,
- auch auf Suffixe wie *-owa*, *-ina/-yna* sollte zurückgegriffen werden, die eigentlich ihren Ursprung bei den Frauennachnamen haben. Zwei Beispiele hierzu sind *krawcowa* ('Schneiderin'), *sędzina* ('Richterin').

Katarzyna Kłosińska möchte dazu motivieren, dass diese Formen vermehrt in der polnischen Sprache verwendet werden.

3.6 Nichtpersonalmaskuline Substantiva und Pejoration

Im Sprachgebrauch des Polnischen lässt sich feststellen, dass viele Bezeichnungen, die dem femininen Geschlecht beigeordnet sind, ursprünglich neutral waren, aber mit der Zeit vulgarisiert wurden – zum Beispiel ist *dziwka* ('Hure') ein Vulgarismus und hat sich aus *dziewka* ('Magd') entwickelt, das ein Synonym zu *córka* ('Tochter') oder *dziewica* ('Jungfrau') im 16. Jahrhundert war. Später wurde ein Bauernmädchen als *dziwka* bezeichnet – dieses wurde seit dem 19. Jahrhundert in der vulgären Form verwendet und war mit *ladacznica* ('Dirne') gleichzusetzen (vgl. Kopaliński 1995, S. 624).

Einen ähnlichen Verlauf durchzog *kurwa*. Dies bezeichnete ursprünglich eine unverheiratete Frau. In der heutigen Verwendung steht es für eine Prostituierte, ist aber eine sehr ordinäre Bezeichnung. *Kurtyzana* ('Kurtisane') wurde früher eine Hofdame genannt, heutzutage ist damit auch eine Prostituierte gemeint (vgl. Bańkowski 2000, S. 859f.). Ein weiteres Beispiel ist *lafirynda* – diese Bezeichnung hat früher einen anderen Gebrauch in der Sprache gehabt – bedeutete eine modisch gekleidete Dame und heute steht diese Bezeichnung für ein Flittchen (vgl. ebenda, S. 2).

Die Substantiva *panienka* („halbwüchsiges Mädchen“) und *dziewczynka* ('Mädchen'), die eigentlich neutral sind, können in einigen Zusammenhängen abwertend gelten, wie im Plural, da bezeichnen diese ebenfalls eine Prostituierte. Andere diskriminierende Beispiele sind *dziewczyna biznesu* („Mädchen des Business“) und *dziewczyna z miasta* ('Stadtmädchen'). Im Gegensatz dazu haben analoge Entsprechungen des maskulinen Geschlechts kein negatives Reservoir, sondern sind neutral (vgl. Stępnia, Podórzec 1993, S. 122f.).

Solche Vulgarismen finden Eingang in die allgemeine Sprachpraxis und die Literatur – dadurch wird dieses Vokabular manifestiert und zum Teil des Sprachsystems (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 48.).

3.7 Lexik und Phraseologie

Viele Asymmetrien der Sprache finden Linguist/innen in Bezug zu den Geschlechtern auf der Ebene der Lexik und Phraseologie. Frauen werden in der Wortstellung zweitrangig behandelt,

denn maskuline Bezeichnungen werden, mit wenigen Berücksichtigten, an erster Stelle gestellt, einige Beispiele: *Adam i Ewa*, *on i ona* („er und sie“), *pan i pani* („Herr und Frau“), *król i królowa* („König und Königin“). Diese Reihenfolge zeigt die patriarchalische Kultur von Europa und diese spiegelt sich auch in bekannten Werken, wie *Cezar i Kleopatra*, *Romeo i Julia*, *Tristan i Izolda*, wider. Die Ausnahme bilden die Höflichkeitsformen, denn bei denen steht die Frau an erster Stelle, wie bei *koleżanki i koledzy* („Kolleginnen und Kollegen“), *panie i panowie* („Damen und Herren“) (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 40).

In der polnischen Sprache gibt es dutzende Kolloquialismen, welche mit einem Substantiv und dem Adjektiv *męski* verbunden werden und eine positive Färbung haben, wie *męska duma* (‘Stolz’), *męska energia* (‘Energie’), *męska decyzja* (‘Entscheidung’), *męski humor* (‘Humor’), *męska rozmowa* (‘Gespräch’), *męskie serce* (‘Herz’). Bezeichnungen, die Frauen betreffen, haben oftmals eine abwertende Bedeutung, wie *babska ciekawość* (‘Neugierde’), *babskie gadanie* (‘Gerede’), *babskie łzy* (‘Tränen’), *babska logika* (‘Logik’), *kobiece kaprysy* (‘Launen’). Positiv gefärbte Konnotationen von Frauen gibt es kaum welche, einige Ausnahmen sind *kobieca intuicja* (‘Intuition’) und *kobieca ręka* (‘Hand’) (vgl. ebenda, S. 40f.).

Durch solche Beispiele wird das traditionelle Bild der Frau und des Mannes in der polnischen Kultur sichtbar. Es werden beiden Geschlechtern typische Rollen vorgeschrieben, denn der Mann wird als Familienoberhaupt, Eroberer, Krieger und Herrscher gekennzeichnet und durch Charakteristika wie Entschlossenheit, Kraft, Mut, Stolz und Intellekt ausgezeichnet. Der Frau werden übertreibende Emotionalität und unlogisches Handeln zugeschrieben (vgl. ebenda, S. 40f.).

Unter *babskie gadanie* (‘Frauentratsch’) wird eine inhaltslose Unterhaltung verstanden, *męska rozmowa* (‘Männergespräch’) ist im Gegensatz zum Frauentratsch ein wichtiges und ernstes Gespräch (vgl. ebenda, S. 41). Annäherndes ist bei der Redewendung *po babsku* („auf Frauenart“) vorzufinden, diese stellt die typisch weibliche Herangehensweise an eine Sache dar, ohne fachliches Wissen beziehungsweise Entschlossenheit (vgl. Bańko 2000, S. 58).

Im Polnischen herrscht ein Mangel an Bedeutungsgleichwertigkeit der femininen Eigenschaftswörter vor, die feminine Form von *dżentelmen* (‘Gentleman’) ist *dama* (‘Dame’) und die dazu passenden Adjektive sind *dżentelmeński* und *damski*. Das Eigenschaftswort,

welches den Mann beschreibt, kann auch mit dem Synonym *grzeczny* („gut erzogen“) und *traktowy* (‘traktvoll’) ersetzt werden. Das feminine Adjektiv drückt dagegen nur einen femininen Geschlechtsbezug aus, der neutral ist. Im Gegensatz dazu ist das maskuline Eigenschaftswort positiv angesehen (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 41).

Weitere ähnliche Beispiele, zu den genannten, sind die Bezeichnungen *brat* (‘Bruder’) und *siostra* (‘Schwester’), *kolega* (‘Kollege’) und *koleżanka* (‘Kollegin’). Die maskulinen Substantiva oder Adjektiva haben eine hohe Frequenz des Gebrauchs in Phrasen, wie zum Beispiel *bratać się* („sich verbrüdern“), *braterski* (‘brüderlich’), *braterska miłość* (‘Bruderliebe’), *braterska dusza* (‘Bruderherz’), *być z kimś za pan brat* („mit jemandem sehr gut befreundet sein“), *kolegować się* („befreundet sein“), *kolega po fachu* (‘Fachkollege’). Die Verwendung des Eigenschaftswortes *siostrzany* (‘schwesterlich’) ist weniger populär. Ähnlich wie *siostrzany* (‘schwesterlich’) ist *koleżański* („auf eine Art und Weise der Kollegin“), denn es hat keine vielfältige Bedeutung, Beispiele: *po koleżańsku* (‘kameradschaftlich’), *stosunki koleżańskie* (‘Beziehungen’) (vgl. ebenda, S. 42f.).

Auch die Wortpaare *blondyn-blondynka* („blonder Mann“ - ‘Blondine’), *chłop-baba* (‘Kerl’ - ‘Weib’) und *teść-teściowa* (‘Schwiegervater’ - ‘Schwiegermutter’) zeigen deutlich auf, dass das Maskuline im Gegensatz zu den femininen Substantiva keine negative Assoziation hervorruft. Bei den femininen Bezeichnungen entstehen Horrorvorstellungen aus Erzählungen, Märchen, Filmen und ähnlichem. Als *blondynka* (‘Blondine’) wird eine dumme beziehungsweise unfähige Frau bezeichnet. *Blondyn*, was für einen „blonden Mann“ steht, stellt im Gegensatz dazu Attraktivität dar (vgl. ebenda, S. 48).

Auch *pan* (‘Herr’) ist zahlreich positiv vertreten in Formulierungen, Phrasen und verschiedenen Ableitungen, wie *pan stworzenia* („Herr der Schöpfung“), *opanowany* („beherrscht sein“), *państwo* (‘Staat’). Interessant ist auch, dass im Polnischen Formulierungen für die Heimat oder das Land mit einem maskulinen Touch besetzt sind, wie *język ojczysty* (‘Muttersprache’), *ziemia ojczysta* (‘Heimaterde’), *ojczysna* (‘Heimat’) (vgl. ebenda, S. 44f.).

3.8 Frauenbild in Sprichwörtern und Redewendungen

Durch die Betrachtung von Naturerscheinungen, Tieren und menschlichen Verhaltens oder auch der Beobachtung der Beziehung zwischen Menschen entwickelten sich in den unterschiedlichen Kulturen der Völker Sprichwörter. Im Laufe der Zeit wurden diese Inhalte der Beobachtung in erzieherische Aussagen oder auch Reime eingepreßt. Das Sprichwort hat eine wichtige gesellschaftliche Funktion, denn dadurch werden Prinzipien, Untersagungen, Grundsätze und Vorschriften mit Humor im Bewusstsein der Individuen verankert. Es spiegelt kulturelle, gesellschaftliche und religiöse Gewohnheiten und Bräuche einer Gemeinschaft wider (vgl. Wójcik, Ziebart 1997, S. 9f.).

Frauen werden auf verschiedene Arten und Weisen dargestellt, wodurch das Bild der Frauen in Sprichwörtern und Redewendungen variiert (vgl. Jędrzejko 1994, S. 166).

Wendungen, wie *nie bądź babą* („sei keine Frau“), *chłopaki nie płaczą* („Jungs weinen nicht“), *placze jak baba* („weint wie eine Frau“) weisen Charakteristika auf, die seit Jahrzehnten den jeweiligen Geschlechtern zugeordnet werden. Den Männern werden Attribute wie Mut, Unabhängigkeit und Charakterstärke zugeschrieben. Der Frau wird Dummheit, Sturheit, Emotionalität zugesprochen. Wird über dieses typisch vermittelte Frauenbild hinweg gesehen und über die negativen Eigenschaften, die in der Gesellschaft als Lehre und Warnung angesehen werden, so gibt es kaum Lebensbereiche, mit denen der Stereotyp der Frau in Beziehung gesetzt wird (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 54).

Lasten und Nachteile werden zum Beispiel in folgenden Sprichwörtern vorgefunden:

Na babski upór nie ma lekarstwa (Für die weibliche Sturheit gibt es kein Medikament.) (Hermann, Syjud 2005, S. 96).

Gdzie diabeł nie może, tam babę pośle (Wo der Teufel nicht hinmag, schickt er ein Weib.) (ebenda, S. 93).

Hier wird die Frau mit dem Teufel verglichen, ihr wird unvergleichliche Dickköpfigkeit zugeschrieben. Der Ursprung der Wörter *kobieta* (‘Frau’) und *diabeł* (‘Teufel’) ist schon in der mittelalterlichen Wahrnehmung der Frauen zu finden (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 54).

In folgenden Sprichwörtern kommt die Streitsucht der Frau zur Geltung:

Niebezpieczniej jest drażnić starą babę niż psa (Es ist gefährlicher ein altes Weib zu reizen als einen Hund.) (Hermann, Syjud 2005, S. 96).

Baba czego nie zrobi językiem, to krzykiem (Was eine Frau nicht mit dem Reden erreicht, das schafft sie durch das Schreien.) (ebenda, S. 92).

Dummheit und Tratschsucht kommen in den folgenden Beispielen vor:

Zachować w sekrecie najciężej kobiecie (Der Frau fällt es am schwersten, etwas geheim zu halten.) (ebenda, S. 97).

U kobiety włos długi, a rozum krótki (Die Frauen haben lange Haare und kurzen Sinn.) (ebenda, S. 97).

Der Frau werden des Weiteren auch noch emotionelle Labilität und Gier zugesprochen, wie bei:

Babi naród zawsze chytry (Die Weiber sind immer geizig.) (ebenda, S. 92).

Łzy przystoją tylko kobietom (Nur die Frauen dürfen weinen.) (ebenda, S. 95).

Es gibt aber auch Redewendungen, die die Frau im Allgemeinen schlecht darstellen:

Baba z wozu koniom lżej (Das Weib vom Wagen, so haben die Räder leichter zu tragen.) (ebenda, S. 92).

Nie chwal dnia przed wieczorem, pięknej dziewczyny przed rankiem (Lobe den Tag nicht vor dem Abend, ein schönes Mädchen nicht am Morgen.) (ebenda, S. 96).

Dobre wino i piękna kobieta są przemiłymi truciznami (Ein guter Wein und eine schöne Frau sind reizende Gifte.) (ebenda, S. 93).

Sprichwörter und Redewendungen, in denen Nachteile oder Lasten der Männer zu finden sind, gibt es nicht (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 55).

Es gibt auch Sprichwörter, die die beiden Geschlechter miteinander vergleichen, jedoch rückt die Frau in ein negatives Bild, wie:

Mężczyzna powinien być tylko trochę ładniejszy od diabła, a panna tylko trochę brzydsza od anioła (Ein Mann sollte nur ein bisschen schöner als der Teufel sein, eine Dame nur ein bisschen hässlicher als ein Engel.) (Hermann, Syjud 2005, S. 96).

Zaspokoić ciekawość kobiety, jest to napelnić wodą przetak (Eine Frau fragt mehr, als hundert Männer beantworten können.) (Wójcik, Ziebart 1997, S. 283).

4 Vergleich sprachlicher Diskriminierung im Deutschen und Polnischen

Betrachtend auf die Ungleichbehandlung von Männern und Frauen in der deutschen und polnischen Sprache ist festzuhalten, dass beide Sprachen sowohl Gemeinsamkeiten beziehungsweise Ähnlichkeiten als auch Unterschiede zeigen. Der Gebrauch des generischen Maskulinums ist in beiden Sprachen gleich. In beiden Sprachen wird das generische Maskulinum gebraucht, wenn sowohl Männer als auch Frauen gemeint sind oder auch, wenn das natürliche Geschlecht keine Rolle spielt (vgl. Stötzel, Wengeler 1995, S. 522).

Einige bestimmte Bausteine hängen in beiden Sprachen von dem Genus des Nomens ab. In der deutschen Sprache sind die Determinantien oft nur die einzigen Markanten der Genus. Im Polnischen tauchen die Genusmerkmale des Hauptwortes in der Aufgabe des Subjekts auch an der Adjektivalegänzung und an gewissen Flexionsformen des Zeitworts (Stichwort: Zeiten) auf (vgl. Engel 1999, S. 709).

Ein weiterer Unterschied ist, dass im Polnischen das Genus des Substantivs zum Gebrauch passender Verbformen obliegt. In Sätzen, in denen ein maskulines personales Substantiv steht, müssen alle weiteren Formen dieser maskulinen Form angepasst werden, jedoch spielen qualitative Proportionen keine Rolle, wie zum Beispiel (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 51):

Tysiąc kobiet i jeden mężczyzna byli/robili/śpiewali. (Tausend Frauen und ein Mann waren/machten/sangen.)

Tysiąc mężczyzn i jedna kobieta byli/robili/ śpiewali. (Tausend Männer und eine Frau waren/machten/sangen.)

Weitere Unterschiede sind in der Movierung vorzufinden (vgl. Engel 1999, S. 734). Wie schon erwähnt wurde, bedient sich das Polnische öfters dem Suffix *-ka*, um die feminine Form abzuleiten. Auch weitere Suffixe wie *-ini/-yni*, *-ica*, *-owa*, *-ina/yna* et cetera hat das Polnische (vgl. Szober 1968, S. 121f.), die es zur Bildung femininer Personenbezeichnungen verwendet. Aber keins von ihnen hat so eine dominierende Funktion wie das Movierungssuffix *-in* der deutschen Sprache. In der polnischen Sprache gibt es Suffixe, wie zum Beispiel *-owa*, *-ina/yna*, die zur Bezeichnung von Frauen in Abhängigkeit von Männern

zur Verfügung stehen – solche analogen Suffixe gibt es im Deutschen nicht (vgl. Engel 1999, S. 734).

Sehr viel diskutiert von deutschen feministischen Linguist/innen wurde auch das Indefinitpronomen *man*, denn dieses soll vom Substantiv *Mann* abgeleitet worden sein. Im Polnischen wird keine Entsprechung gefunden (vgl. ebenda, S. 969f.).

Weitere Pronomen wie *jedermann*, *jemand* und *niemand* sind Maskulina. In einer sehr produktiven Einsetzung kommt auch in einigen Texten *jederfrau* vor (vgl. Ueding 1996, S. 239). Die deutschen Pronomina *jemand* und *niemand* entsprechen im Polnischen den Pronomen *ktoś* und *nikt*. Die polnischen Entsprechungen werden von den traditionellen Grammatikwerken als neutral betrachtet. Pronomen wie *jeder*, *einer* und *keiner* werden in Bezug auf beide Geschlechter verwendet, sowohl im Deutschen als auch im Polnischen mit den Entsprechungen *każdy* ('jeder'), *jeden* ('einer') und *żaden* ('keiner'). Sie unterscheiden sich in den Genusmerkmalen, die in ihnen vorkommen, wie bei den Pronomen *jemand*, *niemand* und *ktoś*, *nikt* (vgl. Engel 1999, S. 969ff.).

Durch feministische Linguist/innen wird beiden Sprachen vorgeworfen, dass Frauen keine Möglichkeit haben, genannt zu werden, dass Männer als erstes genannt werden und die Frauen zweitrangig sind, dass beide Sprachen die Frau in Abhängigkeit zum Mann darstellen und dass Redewendungen und Sprichwörter dieses stereotypische Bild der beiden Geschlechter unterstreichen (vgl. Samel 2000, S. 47ff. und Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 26ff.).

5 Gedanken über Reduzierung der Diskriminierung im Polnischen – Probleme

Polnische Linguist/innen sind sich nicht einig, ob es sinnvoll ist, den ausländischen Sprachwissenschaftler/innen nachzueifern und Änderungen im sprachlichen System einzubringen, die den androzentrischen Touch beseitigen könnten (vgl. Herbert, Nykiel-Herbert 1986, S. 64). Die beiden sind davon überzeugt, dass sich die Sprache in dieser Hinsicht verändern muss. Sie hoffen, dass der Vorrang der Einigung beruhend auf dem Geschlecht/Genus über dem der Grammatik erhöht wird und dass Frauen und Männer in der Sprache gleichberechtigt behandelt werden. Als Beispiel nennen sie folgenden Satz:

Ten sympatyczny podłotek tańczył (Der sympathische Teenager tanzte).

Obwohl sich dieser Satz auf ein junges Mädchen bezieht, wird erzwungen, dass das maskuline Substantiv auch die maskuline Form des Verbs annimmt. Dabei wird durch die Sprache die Kongruenz des Geschlechts ausgeschlossen: **Ta młoda podłotek tańczyła* (Die junge Teenagerin tanzte.) (vgl. ebenda, S. 64).

Robert Herbert und Barbara Nykiel-Herbert vertreten die Meinung, dass solch eine Änderung in der polnischen Sprache fast unmöglich ist, sie würde zu tief in die Struktur eingreifen. Die beiden Sprachwissenschaftlerinnen kritisieren solche sprachlichen Änderungen, denn diese sind Folgen gesellschaftlicher Revolutionen und nicht deren Ursachen (vgl. ebenda, S. 84).

Bärbel Miemietz (vgl. 1993, S. 119) findet den Gedanken der Gleichbehandlung in der Sprache gut. Sie setzt sich für den allgemeinen Gebrauch von femininen Personenbezeichnungen und plädiert für eine Nichtverwendung der generischen Maskulina. Sie vertritt die Meinung, dass der verstärkte Gebrauch der femininen Formen zu unterstützen ist und dies dazu führen würde, dass bei allen Titeln und Berufsbezeichnungen diese Formen zu einem stilistischen Mittel wird (ebenda, S. 119).

Kwiryna Handke (vgl. 1994, S. 25) ist derselben Meinung und übt Kritik darüber, dass selbst Frauen maskuline Bezeichnungen für Berufe präferieren und Feminina meiden, obwohl das Polnische über die Mittel für die Bildung solcher Substantiva verfügt.

Gabriela Koniuszaniec und Hanka Błaszowska (vgl. 2003, S. 259ff.) vertreten die Feminisierung in der Wortbildung und fordern den Gebrauch der Personenbezeichnungen, die wirklich die Frau benennen und mithilfe der Suffixe *-ka* und *-ina* gebildet werden. Sie postulieren, dass Frauen Bezeichnungen wie *profesorka* ('Professorin') benutzen und dabei nicht auf das soziale Prestige des Berufs achten. Bei solch einer Verwendung würden die Formen mit *pani* ('Frau'), wie bei *pani profesor* ('Frau Professor'), in den Hintergrund gedrängt werden. Dieselbe Taktik sollte bei Wörtern gebrauchen werden, die schon eine andere Bedeutung in sich tragen, wie *pilotka* ('Haube'). Es sollte dann aus dem Kontext erkannt werden, dass es sich hierbei um eine Frau handelt. Sie schlagen vor, dass andere Suffixe zur Verfügung stehen könnten, wie zum Beispiel *-istka*: *biolog* ('Biologe') → *biologistka* ('Biologin').

Um eine sprachliche Gleichbehandlung beider Geschlechter zu erzielen, besteht die Möglichkeit einer Neutralisation, wie die folgenden Vorschläge der beiden Autorinnen zeigen (ebenda, S. 259ff.):

- das generische Maskulinum durch neutrale Formen ersetzen:
 - fachowiec* ('Fachmann') → *siła fachowa* ('fachliche Kraft')
 - klienci* ('Kunden') → *klientela* ('Kundschaft')
 - naukowcy* ('Wissenschaftler') → *kadra naukowa* ('wissenschaftliches Personal')
 - pracownicy* ('Angestellte') → *personel* ('Personal')
- die Beidbenennung, statt nur der maskulinen Form im Plural:
 - chorzy* ('Kranke') → *chorzy i chore* ('kranke Männer und kranke Frauen')
 - palacze* ('Raucher') → *palacze i palaczki* ('Raucher und Raucherinnen')
 - Polacy* ('Polen') → *Polki i Polacy* ('Polinnen und Polen')
 - Rodacy!* ('Landesmänner! ') → *Rodaczki i rodacy!* ('Landsfrauen und Landsmänner')
- die Ersetzung der maskulinen Pronomen durch allgemein gültige:
 - Maskulin: → *Każdy ma wolny wybór* (Jeder hat freie Wahl).
 - *Wszyscy mają wolny wybór* (Alle haben freie Wahl).
 - Allgemein: → *Każdy człowiek ma wolny wybór* (Jeder Mensch hat freie Wahl).
 - *Wszyscy ludzie mają wolny wybór* (Alle Leute haben freie Wahl).

- der Gebrauch des Splittings:

Każdy/Każda ma wolny wybór (Jeder/Jede hat freie Wahl).

Wszyscy/Wszystkie mają wolny wybór (Alle Männer/Alle Frauen haben freie Wahl).

- die neutrale Verwendung mancher Wendungen

podjął/a męską decyzję (Er/Sie hat eine männliche Entscheidung getroffen) →

podjęła stanowczą decyzję (eine entschlossene Entscheidung treffen)

z dziada pradziada („seit Urväterzeiten“) → *od wielu pokoleń* („seit vielen Generationen“)

Gabriela Koniuszaniec und Hanka Błaszowska (vgl. 2003, S. 259ff.) wissen, dass diese sprachlichen Veränderungen erst in der Gesellschaft akzeptiert werden müssten und weisen auch auf andere Probleme hin, denn gegen die Regeln der Sprachökonomie widerspricht der Gebrauch des Splittings. Eine weitere Hürde ist, dass die polnische Sprache flexionsreich ist, weshalb nicht nur Personenbezeichnungen, sondern auch Pronomen, Adjektive, Zahlwörter und teilweise auch Verben gesplittet werden müssten. Diese Möglichkeit würde Sätze in die Länge ziehen und den Satz verkomplizieren.

Małgorzata Karwatowska und Jolanta Szpyra-Kozłowska (vgl. 2005, S. 265f.) haben eine Liste erstellt mit Bedingungen, welche vor der Umsetzung der sprachlichen Veränderung durchzuführen wären:

- Der polnische Sexismus im Polnischen sollte genau analysiert werden.
- Der schädliche Ruf beziehungsweise nachteilige Charakter in der Sprache sollte für Frauen und Männer nachgewiesen werden.
- Für solch eine Veränderung in der Sprache muss ein wissenschaftliches Klima geschaffen werden sowie die Genehmigung durch die Gesellschaft für die Einführung neuer sprachlicher Mitteln.
- In wissenschaftlichen Bereichen wie Sprachwissenschaft, Soziologie et cetera sollte ein Diskurs über den Sexismus in der Sprache gemacht werden, denn alle

Veränderungen können nicht einfach beliebig durchgezogen werden, es bedarf an viel Überlegung und Begründung.

Zum Thema der Ungleichbehandlung der Geschlechter werden auch linguistische Konferenzen abgehalten. In Lublin fand 2003 im Rahmen der Veranstaltung *V Forum Kultury Słowa*, welche vom Rat der polnischen Sprache organisiert wurde, solch eine Konferenz statt. Małgorzata Karwatowska und Jolanta Szpyra-Kozłowska haben einen Vortrag über den Sexismus in der polnischen Sprache gehalten und heftige Diskussionen ausgelöst (vgl. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, S. 267).

Gegen eine Erneuerung und Bearbeitung der polnischen Sprache sprachen einige Gegner/innen ihre Kritik aus. Sie sind der Meinung, dass (vgl. ebenda, S. 267ff.):

- es keine staatliche Institution gibt, die die Verwaltung von Sprache übernimmt und Verbote und Gebote aussprechen kann. Wenn es solch eine geben würde, dann sind die Gegner/innen der Meinung, dass sich keiner an diese Richtlinien halten würde. Laut ihnen soll die Sprache so angenommen werden, wie sie ist und es sollte nicht versucht werden sie zu manipulieren.
- die Verwendung von Splitting den Vorschriften der Sprachökonomie widerspricht. Auch Frauen präferieren den Gebrauch der maskulinen Bezeichnungen, denn sie sind teilweise dafür, dass sie *pani dyrektor* ('Frau Direktor') und *pani kierownik* ('Frau Leiter') genannt werden und nicht *dyrektorka* ('Direktorin') und *kierowniczka* ('Leiterin').
- Vorschriften, die durch ein Gesetz geregelt sind, für nicht-sexistischen Sprachgebrauch nicht immer wirksam seien, wie in den USA.
- die Sprache selbst eine Lösung entdecken kann, wenn sich Frauen durch sie diskriminiert fühlen. Die Sprache wird nun auch durch die Aktivität der Frauen im alltäglichen Leben beeinflusst, daher ist es nicht nötig eine künstliche Änderung zu erzwingen. Ein Beispiel hierfür ist *socjolożka* ('Soziologin').

Auch wenn es unterschiedliche Meinungen über den Sexismus im Polnischen gibt, so steht fest, dass die sprachlichen Bereiche als Spiegel der außersprachlichen Wirklichkeit dienen und die Ansichten einer Sprachgesellschaft festgehalten werden. Durch Sprache wird etwas Wichtiges für die Gemeinschaft ausgedrückt, das ist vor allem wichtig für die mentale Aufnahme von Realität (vgl. Kępińska 2006, S. 306f.). Eine wesentliche Rolle bei der Erkenntnis und Analyse der sprachlichen Weltansicht spielt der Wortschatz, denn in ihm sind die Gesamterfahrungen der Gesellschaft verankert und er wird immer wieder durch neue Wörter bereichert. Dies geschieht durch Änderung der Lebensbedingungen und im Sozialgefüge sowie durch Aneignung von neuem Wissen (vgl. Bartmiński 2006, S. 13f.).

6 Frauen in Medien

Das Thema Frauen in Medien führt immer wieder durch die neue Frauenbewegung, ab den 1970er Jahren, zu einer heftigen Diskussion sowie zu einem Forschungsbereich in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen (vgl. Röser 1993, S. 9).

Frauen werden in den Medien nicht nur anders dargestellt als Männer und kommen auch weniger häufig darin vor, sondern werden auf bestimmte Stereotypen beschränkt – dies führt zu einem verzerrten Bild der Frau (vgl. Schmerl 1985, S. 1ff.). In Medien findet eine Vermarktung der Frauen statt, dies ist vielleicht auch auf die Unterrepräsentierung des weiblichen Geschlechtes in Medienberufen zurückzuführen (vgl. Röser 1993, S. 9).

6.1 Frauenmedium Zeitschrift

Verlage gebrauchen den Begriff Frauenzeitschrift sehr oft undifferenziert. Es werden viele Zeitschriften als Frauenzeitschriften deklariert, denn das weibliche Geschlecht gilt als konsumfreudiger und dadurch glauben die Editor/innen mehr Profite zu erlangen (vgl. Müller 2010, S. 19).

Nach Jutta Röser (vgl. 1992, S. 82ff.) sind Frauenzeitschriften jene zielgruppenspezifischen Publikumszeitschriften, die auf ein weibliches Publikum abgestimmt sind. Es gibt für Frauenzeitschriften andere Vorschriften als für viele andere Medien (vgl. ebenda, S. 22).

Zofia Sokół (vgl. 1998, S. 8) meint, dass diese Presse auch unter dem Gesichtspunkt der weiblichen Interessen redigiert wird. Diese Interessen hängen von Alter, Ausbildung, Beruf, sozialer Herkunft, Lebensraum und Beruf sowie der Rolle und Position in der Familie und Gesellschaft der Leser/innen ab.

6.2 Funktion von Frauenzeitschriften

- Sie geben Sicherheit, denn sie vermitteln ein Gefühl der Stabilität und Verlässlichkeit durch die Wiederholung gewisser Themen (vgl. Duske 1985, S. 106).

- Durch sie haben die Leser/innen Hoffnung auf Vollkommenheit und Makellosigkeit (vgl. Duske 1985, S. 107).
- Sie haben eine Informationsfunktion – die Interessen der Leser/innen sollen abgedeckt werden, zu diesen zählen Familie, Mode, Kosmetik, Haushalt und Wohnen (vgl. Ulze 1977, S. 130).
- Sie dienen zur Entspannung – die kurz geschriebenen Beiträge zu diversen Themen erfordern wenig Aufmerksamkeit (vgl. Hermes, 1995, S. 144).
- Frauenzeitschriften geben Ratschläge, um auf jede Situation vorbereitet zu sein. Frauen können nach den Ratschlägen handeln und dieses Wissen vermittelt eine Kontrolle über ihr Leben (vgl. ebenda, S. 144).
- Wiedererkennungseffekt: die Inhalte und Themen spiegeln die Bedürfnisse, Meinungen, Lebens- und Sichtweisen der Leser/innen (vgl. Röser 1992, S. 17).
- Funktion einer Freundin: Sie geben den Leser/innen das Gefühl, dass sie immer für sie da sind. Frauenzeitschriften stellen einen vertrauten, persönlichen Kommunikationspartner dar (vgl. Langer-El Sayed 1971, S. 115).

6.3 Frauenbilder in Frauenzeitschriften

Das Frauenbild hat sich im Laufe der Zeit geändert, das Idealbild der perfekten Frau ist nach wie vor präsent. Mittlerweile kümmert sich die Frau nicht nur um Haushalt und Kinder, sondern ist auch beruflich erfolgreich. Es kommen zur traditionellen Rolle noch mehr modernere Aufgaben hinzu, dadurch hat sich auch der Handlungsspielraum der Frau erweitert, jedoch treten mit dieser Erweiterung neue Hindernisse auf, denn mit mehr Entscheidungsfreiheit bekommen sie letztlich auch mehr Verantwortung zugeschrieben (vgl. Röser 1992, S. 73f.).

Diese Wandlungsprozesse in der Gesellschaft haben auch die Frauenzeitschriften durchlebt und inhaltliche Adaptionen vollzogen. Familie und Ehe, die fürsorgliche Frau sind schon

einige Zeit nicht im Zentrum des weiblichen Lebenszusammenhangs. Berufstätige Frauen sind zu einer Selbstverständlichkeit geworden. Die Zeitschriften bringen die Interessen der weiblichen Leserschaft in den Vordergrund. Frauen sind ab da aktive Gestalter ihres Lebens, sie leben mehr Individualität (vgl. Röser 1992, S. 302).

Jutta Röser (vgl. ebenda, S. 301) untersuchte das wandelnde Frauenleitbild hinsichtlich des Berufs, des privaten Lebens und der Politik. In den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts war eine arbeitende Frau noch die Ausnahme – es bildete sich die Ansicht darüber von Ignoranz hin zu Akzeptanz. Nach wie vor ist die Doppelbelastung, Job und Familie unter einen Hut zu bekommen, ein großes Thema, aber auch auf Ebene des Privatlebens kam es zu großen Änderungen, denn ob Ehe und Familie oder auch ein kinderloses Paar, alles ist angesehen. Keine Veränderungen gibt es hingegen im Bereich der Politik. Dieses Thema wird nur sehr selten behandelt, denn Zeitschriften für Frauen konzentrieren sich auf individuelle Betroffenheit und Handlungsmöglichkeit.

Jutta Röser stellt durch ihre Untersuchung der Frauenzeitschriften eine Hypothese auf, in der sie behauptet, dass das propagierte Bild der Frau dann größere Modifikationen gegenüber der traditionellen Frauenrolle aufzeigt, wenn die Bildungs- und Berufsqualifikation der Leserschaft höher angesiedelt ist (vgl. ebenda, S. 298).

7 Frauenzeitschriften in Polen

In Polen entstand die erste Zeitschrift für Frauen in den Jahren 1820-1822, sie wurde unter dem Titel *Wanda. Tygodnik Polski Płci Pięknej i Literaturze Poświęcony* in Warschau herausgegeben. Die Entfaltung der Frauenpresse war nicht immer in Bewegung, es gab auch eine Zeit, in der sich am Markt nichts getan hat (vgl. Dormus 2010, S. 11).

Auf dem polnischen Markt gibt es verschiedene Titel der Frauenzeitschriften, die sich mit typischen Themen eines Mediums für die Frau beschäftigen, wie zum Beispiel Hochzeit oder Kinder. Es entstehen immer mehr Frauenzeitschriften, obwohl es scheint, dass kein Platz mehr am Markt für sie da ist. Die Nachfrage an Frauenzeitschriften ist sehr groß (vgl. Wiśniewska 2014, S. 533). Durchschnittlich kaufen die Frauen in Polen zwei Titel wöchentlich und tauschen diese untereinander aus, deshalb erreicht eine Zeitschrift drei bis vier Leser/innen (vgl. Tacke 1995, S. 51).

Den Markt schmücken unter anderem folgende Zeitschriften:

Avanti, Bella Relax, Będę mamą, Bon Prix, Boutique, Bukiety, Burda, Chwila dla Ciebie, Cienie i blaski, Claudia, Cosmopolitan, Cztery kąty, Dobre rady, Dziecko, Elle, Gala, Glamour, Kuchnia, Kwietnik, Lubię gotować, Mam dziecko, Mamo to ja, Miasto kobiet, Moje gotowanie, Moje mieszkanie, Mój piękny ogród, Naj, Ogrody, Oliwia, Pani, Pani domu, Piękny ślub, Wspaniałe wesele, Poradnik domowy, Przedszkolak, Przekrój, Przyjaciółka, Rewia, Rodzice, Samo zdrowie, Sekrety kobiet, Shape, Sól i pieprz, Super linia, Ślub, Świat kobiety, Takie jest życie, Tina, Twoja zdrowa medycyna, Twoje 9 miesięcy, Twoje dziecko, Twoje imperium, Twój maluszek, Twój styl, Twój ślub, Uroda, Vita, Viva, Wnętrze i ogród, Wróżka, Wysokie obcasy, Zdrowy styl, Zwierciadło, Życie na gorąco (Wiśniewska 2014, S. 533).

Diese Frauenzeitschriften werden durch unterschiedliche Verlage herausgegeben, viele westeuropäische Verlage tummeln sich darunter. Früh investiert haben deutsche Verlage, aber auch britische (vgl. 24). Zu den bekanntesten ausländischen Verlagen gehören Marquard Media, Bauer Media und Burda (vgl. 9, 14, 25).

8 Beschreibung des Untersuchungsmaterials

Für die Analyse wurden vier verschiedene polnische Frauenzeitschriften, jeweils drei Ausgaben, aus dem Jahr 2014 oder 2015 herangezogen. Alle Beschreibungen, Analysen sowie die beobachteten Veränderungen und Trends beziehen sich nur auf diese Ausgaben.

8.1 *Cosmopolitan*

Cosmopolitan ist ein internationales Magazin für Frauen. Sehr spannend ist die Geschichte von der amerikanischen *Cosmopolitan*, denn sie durchlief seit ihrer ersten Ausgabe im Jahre 1886 eine große Wandlung. *Cosmopolitan* wurde von Schlicht & Field als eine Familienzeitschrift rausgebracht. Sie beinhaltete Themen wie Haushalt, Fashion, Kochen. Hearst kaufte die Zeitschrift im Jahr 1905. Bis in die 50er Jahre des 20. Jahrhunderts erhielt das Magazin viele literarische Texte wie Serienromane, kurze Novellen oder auch Kurzgeschichten (vgl. 10). Ein großer Wandel der Zeitschrift begann in den frühen 1970er Jahren mit der damaligen Chefredakteurin Helen Gurley Brown, denn diese formte die Zeitschrift zu einer Frauenzeitschrift mit den sehr sexy gekleideten Cover-Models, um (vgl. 6). Auch die Themen änderten sich, es wird über das Vergnügen beim Sex, Beziehungen et cetera geschrieben (vgl. ebenda). Das Magazin wird durch den Verlag Hearst Magazines herausgegeben. Chefredakteurin dieser Frauenzeitschrift ist Joanna Coles und Herausgeberin ist Donna Kalajian Lagani (vgl. 21).

Heutzutage ist *Cosmopolitan* in den USA die am meisten verkaufte Frauenzeitschrift (vgl. ebenda).

Cosmopolitan pisze o kobietach, ich uczuciach, marzeniach, nadziejach, podpowiada jak czerpać z życia to co najlepsze, spełniać swoje marzenia, jak polubić siebie, jak osiągnąć sukces w pracy i z determinacją dążyć do celu (*Cosmopolitan* schreibt über Frauen, ihre Gefühle, Träume, Hoffnungen, verrät wie aus dem Leben nur das Beste geschöpft werden kann, wie Wünsche erfüllt werden, wie es leichter fällt sich selbst zu lieben, wie Erfolg in der Arbeit erzielt werden kann und wie mit Determination zum Ziel gestrebt werden soll.) (23).

Am polnischen Markt ist die Frauenzeitschrift seit 1997 erhältlich und steht für Vergnügen, Offenheit und Frausein. *Cosmopolitan* wird in Polen durch den Verlag Marquard Media Polska einmal im Monat herausgegeben. Seit 2002 leitet Hanna Wolska die Redaktion (vgl. Nowak 2012, S. 252ff.).

Cosmopolitan besaß vor der Markteinführung in Polen einen Bekanntheitsgrad, dadurch existierte auch eine Vorakzeptanz und deshalb wurde der Markteintritt erleichtert. Die polnische *Cosmopolitan* orientiert sich sehr an dem Konzept der amerikanischen Ausgabe. Etwa ein Drittel der Beiträge, wie Interviews mit internationalen Promis, internationale Mode oder Filmkritiken, werden übernommen und übersetzt. Die Voraussetzung für die Darstellung der Mode ist, dass sie auch in Polen erhältlich ist. Ein weiteres Drittel wird als Inspiration gesehen und so werden einige Inhalte übernommen, aber an kulturelle Gegebenheiten in Polen angepasst. Das Thema wird aufgenommen, jedoch wird in Polen dazu neu recherchiert und geschrieben. Die Sprache muss durch einheimische Journalist/innen an die Gesellschaft angepasst werden, denn sie ist Ausdruck der Kultur. Das abschließende Drittel wird in Polen erstellt und hierbei handelt es sich um lokale Themen, einheimische Events, polnische Stars und Ähnliches (vgl. Liewehr 2002, S. 186f.).

Das Durchschnittsalter der Leser/innen in Polen liegt zwischen 18 und 24, dies kann dadurch begründet werden, dass junge Menschen offener gegenüber ausländischen Produkten sind (vgl. ebenda, S. 181). Zu 84 % ist die Leserschaft weiblich, sehr kosmopolitisch und gebildet (vgl. ebenda). Hierzu werden keine genauen Angaben in der verwendeten Quelle gemacht, was unter einer gebildeten Personen zu verstehen ist, jedoch ist anzunehmen, dass es sich um jene handelt, die mindestens die Matura haben.

Die Qualität des Papiers und des Drucks ist sehr hochwertig, es zählt daher zu den hochwertigen Magazinen für junge Frauen (vgl. Liewehr 2002, S. 191).

Der Preis der polnischen *Cosmopolitan* beträgt 4,50 Złoty, was für polnische Verhältnisse viel für eine Frauenzeitschrift ist.

In dieser Arbeit wird auf die Juni-, August- und September-Ausgaben des Jahres 2014 der polnischen *Cosmopolitan* eingegangen.

8.2 *Dobre Rady*

Dobre Rady to nowoczesny, przyjazny i uniwersalny poradnik dla kobiet. Od 13 lat towarzyszy czytelniczce każdego dnia. W domu, w pracy, na urlopie. Jest jak oddana przyjaciółka i mądry doradca. Pozwala łatwiej, wygodniej i piękniej żyć. Każdy numer jest pełen praktycznych pomysłów na to, co zmienić w swoim życiu, żeby cieszyć się nim w pełni. Jak ładnie wyglądać, jak szybko i smacznie gotować, jak urządzić mieszkanie, jak zachować dobre zdrowie, w jaki sposób pielęgnować uczucia i troszczyć się o dobre relacje w rodzinie (*Dobre Rady* ist ein moderner, freundlicher und universeller Ratgeber für Frauen. Seit 13 Jahren begleitet er seine Leserin jeden Tag. Zu Hause, in der Arbeit und im Urlaub. Er ist wie eine vertraute Freundin und ein weiser Berater. Er erlaubt einfacher, bequemer und besser zu leben. Jede Ausgabe ist voller praktischer Ideen, was im Leben geändert werden soll, um es in vollen Zügen genießen zu können. Er schreibt darüber, wie es möglich ist schöner auszusehen, besser zu kochen, seine Wohnung schöner einzurichten, gesünder zu leben, seine Gesundheit zu verbessern und eine gute Beziehung in der Familie zu haben.) (11).

Dobre Rady ist eine Frauenzeitschrift, die einmal im Monat von dem Verlag Burda Media Polska Sp. z o.o. herausgegeben wird (vgl. 26). Die Chefredakteurin ist Agnieszka Wierzbicka (vgl. 11).

Im Jahre 2002 feierte diese Frauenzeitschrift ihr 10-jähriges Jubiläum (vgl. 31).

Zu 93 % wird diese Zeitschrift nur von Frauen gelesen (vgl. 11). Das Durchschnittsalter der Leser/innen ist 46 (vgl. 12), davon haben 72 % eine gute bis sehr gute Ausbildung (vgl. 11). Genaue Angaben zur Ausbildung wurden auch in der vorliegenden Quelle nicht gefunden. Es kann angenommen werden, dass unter gut ausgebildeten Personen, jene gemeint sind, die eine Matura haben und unter sehr gut ausgebildeten Personen, welche mit Universitätsabschluss gemeint sind.

Der Preis für diese Frauenzeitschrift beträgt nur 1,95 Złoty und ist für die Leserschaft erschwinglich. Manchmal gibt es kleine Beilagen, wie ein Rezeptbuch dazu, so wie in der September-Ausgabe aus dem Jahr 2014, da kostete die Zeitschrift 4,99 Złoty.

In dieser Arbeit werden die August- und September-Ausgaben aus dem Jahr 2014 und die Mai-Ausgabe 2015 berücksichtigt.

8.3 *Wysokie Obcasy* und *Wysokie Obcasy Extra*

Magazyn *Wysokie Obcasy Extra* to ekskluzywny miesięcznik dla młodych, ambitnych, ciekawych świata i szukających inspiracji kobiet. Publikujemy w nim artykuły, wywiady, felietony, edytoriale modowe i urodowe, a wszystko na extra wysokim poziomie (Das Magazin *Wysokie Obcasy Extra* ist eine exklusive Monatsausgabe für junge, ambitionierte, weltoffene und nach Inspirationen suchende Frauen. Wir publizieren in ihm Artikel, Interviews, Feuilletons, Mode und Schönheitseditorial und alles auf extra hohem Niveau) (34).

Die Frauenzeitschrift *Wysokie Obcasy* (Hohe Absätze) stellt eine Mischung aus *Zeit Magazin* und *Cosmopolitan* dar und erschien jeden Samstag in der Tageszeitung *Gazeta Wyborcza*, welche im Jahr 1989 als erste nicht zensierte des Ostblocks gilt (vgl. 29). Als Beilage erscheint *Wysokie Obcasy* in der Tageszeitung seit April 1999 (vgl. 32).

In diesem Blatt werden Themen aufgegriffen, wie das Fremdgehen in einer Ehe, Frauen in einem typischen Männerberuf, Sex in der Schwangerschaft, Abtreibung und Pornografie. Es muss bedacht werden, dass Polen ein katholisches Land ist und solche Themen die Menschen schockieren. Polen hat seit dem Ende des Kommunismus einen Wandel in der Gesellschaft durchlebt, dies zeigt auch der enorme Erfolg von *Wysokie Obcasy*. Das Blatt schreibt die Chronik des Wandels (vgl. 29).

Die erste Ausgabe von *Wysokie Obcasy Extra* erschien im April 2010 (vgl. 33).

Die Zeitschrift *Wysokie Obcasy Extra* erschien bis 2011 einmal im Quartal, danach alle zwei Monate und durch ihre Popularität erscheint sie seit März 2014 monatlich. Hierbei ist zu erwähnen, dass sich weder der Preis von 7,99 Złoty noch der Umfang (124-156 Seiten) geändert hat (vgl. 4).

Die Herausgeberin von der Beilage *Wysokie Obcasy*, welche jeden Samstag erscheint, und *Wysokie Obcasy Extra* (monatlich) sowie wysokieobcasy.pl ist seit 2014 Marta Herman

(Nachfolgerin von Agnieszka Rożewska) (vgl. 27). Die Chefredakteurin von der wichtigsten Zeitschrift Polens ist Ewa Wieczorek (vgl. 29). Herausgegeben wird die Frauenzeitschrift durch den Verlag Agora (vgl. 34).

Frauen im Alter von 16-59 lesen regelmäßig die Frauenzeitschrift *Wysokie Obcasy Extra* (vgl. 28).

Der Preis liegt bei 7,99 Złoty pro Ausgabe und damit ist sie die teuerste Zeitschrift aus den ausgewählten.

In dieser Arbeit werden die Ausgaben aus dem März, Mai und Juni 2015 behandelt.

8.4 Glamour

Glamour to luksusowy miesięcznik dla młodych kobiet. Jest międzynarodowym ekspertem w dziedzinie mody i urody oraz interaktywnym przewodnikiem po nowoczesnym stylu życia. Prezentuje i kreuje trendy. W równych proporcjach przygotowuje dla czytelniczek inspiracje i propozycje zakupowe. *Glamour* śledzi i opisuje najgorętsze wydarzenia społeczne, publikuje rozmowy z osobami o ciekawych poglądach, przedstawia subiektywny wybór propozycji kulturalnych (*Glamour* ist ein luxuriöses Monatsmagazin für junge Frauen. Es ist ein internationaler Experte sowohl in Sachen Mode und Schönheit als auch ein interaktiver Führer in Bezug auf den modernen Lebensstil. Er präsentiert und kreiert Trends. Ausgewogen bereitet er Leser/innen auf Inspirationen und Kaufvorschläge vor. *Glamour* verfolgt und berichtet über die heißesten gesellschaftlichen Ereignisse, publiziert Gespräche mit Menschen mit interessanter Weltanschauung, präsentiert subjektiv eine Auswahl an kulinarischen Vorschlägen) (13).

Glamour ist eine führende Frauenzeitschrift weltweit und wurde in den letzten Jahren internationalisiert. Die Mutterausgabe entstand in den USA (vgl. 20).

Das luxuriöse Magazin *Glamour* zeigte sich am polnischen Markt im Jahre 2003 und wurde durch den Verlag Gruner & Jahr Polska monatlich herausgegeben (vgl. ebenda). Die Burda

International GmbH übernahm 2013 den Verlag Gruner & Jahr (vgl. 30). Chefredakteurin des Frauenmagazins ist Anna Jurgaś (vgl. 13).

95 % der Leserschaft sind Frauen und das Durchschnittsalter ist 33 (vgl. ebenda).

Die Frauenzeitschrift ist in Polen um 3,99 Złoty erhältlich, manchmal gibt es auch Beilagen, da erhöht sich der Preis, dann kostet das Magazin *Glamour* 5,99 Złoty, wie zum Beispiel die Mai-Ausgabe aus dem Jahr 2015.

9 Empirischer Teil

In der Empirie wird auf folgendes eingegangen:

- Titelbild

Jede Frau auf dem Coverfoto der ausgewählten Frauenzeitschrift wird beschrieben, es wird auf ihre Darstellung durch die Zeitschriftmacher/innen eingegangen, wobei hier versucht wird das allgemeine Bild zu interpretieren.

- Themen in den Artikeln – Emanzipatorische Themen?

Im nächsten Schritt werden die einzelnen Artikel analysiert und es wird versucht diese in definierte Kategorien einzuordnen. Tabelle 1 liefert einen Überblick über die, in dieser Arbeit, verwendeten Kategorien und beschreibt welche inhaltlichen Themenfelder darunter fallen.

- Emanzipatorische Themen – Überblick über die Verwendung

Des Weiteren wird untersucht, ob emanzipatorische Themen (Feminismus, Gleichberechtigung, Geschlechterverhältnisse,...) vorkommen und in welchem Ausmaß.

- Feministisch-linguistische Analyse bezogen auf Personenbezeichnungen

Ob die Zeitschriftmacher/innen sich auf eine Gleichberechtigung im Sinne der feministischen Sprachwissenschaft fokussieren beziehungsweise auf emanzipatorische Grundsätze hinweisen oder nicht, wird in der nächsten Phase der Analyse untersucht. Die Untersuchung erfolgt durch die Betrachtung aller Personenbezeichnungen, die in den gewählten vier Zeitschriften (jeweils eine Ausgabe) vorkommen sind. Anhand der Ergebnisse wird dann dargestellt, wie sprachlich auf die Frauen eingegangen wird.

- Schreiben auch Männer – wenn ja, wie?

Danach wird untersucht wie viele Seiten den Redakteuren dieser Zeitschriften zur Verfügung stehen und wie diese mit dem Gendern umgehen.

- Wörterbuch

Hier wird ein kleines zweisprachiges Wörterbuch angeführt, welches Personenbeschreibungen auflistet, die in den ausgewählten Frauenzeitschriften vorkommen. Es sind nur solche

Personenbezeichnungen verzeichnet, die sowohl eine maskuline als auch feminine Form haben.

Kategoriename	Beschreibung
Karriere	Aus- und Weiterbildung, Coaching...
Auseinandersetzung mit Stereotypen	stereotypische Artikel
Briefe & Präsentation von Leser/innen	Kritik, Lob...
Familie & Gesellschaft	Kinder, Kinderfrage, Erziehung, Pädagogik, Mutterschaft...
Finanzen	Schulden, Testament...
Frauen Vorbilder	Prominente, erfolgreiche Frauen...
Gesellschaftskritik	Gleichstellung, Verhalten, Generation...
Gesundheit & Schönheit	Kosmetikprodukte, Schminktipp, Diät, Ernährung, Sport...
Haus & Garten	Gestaltung, Dekoration...
Kochen & Backen	Rezepte
Kultur & Geschichte	Bücher, Musik, Bühne, Events...
Liebe	Partnerschaft, Sex, autonome Sexualität...
Lifestyle	Recycling, Nachhaltigkeit...
Männervorbilder	Prominente, erfolgreiche Männer...
Mode & Trend	Modevorschläge, Fotostrecken, Designer, Beiträge internationaler Laufstege...
Produktvorstellung	Kosmetikprodukte, neue Trends...
Psyche	psychologische Beratung, Selbstvertrauen, Selbstbewusstsein, Seelenleben...
Ratgeber	Wissenswertes aus allen Lebensbereichen
Reisen & Freizeit	Urlaub, Reiseziele, Präsentation von Städten...
Sonstige Elemente der Zeitschrift	Inhaltsverzeichnis, Mitarbeiter, Editorial...
Technik & Computer	Sicherheit, Internet...
Werbung Allgemein	nicht geschlechtsspezifisch
Werbung für Frauen	frauenspezifisch
Werbung für Männer	männerspezifisch

Tabelle 1: Kategorien in den Zeitschriften

9.1 Frauenbilder in *Cosmopolitan*

9.1.1 Titelblattbild



Abbildung 1: Polnische *Cosmopolitan*

Die Titelblätter der Zeitschrift *Cosmopolitan* schmücken berühmte Frauen, meistens sind es Sängerinnen, Schauspielerinnen oder Models, die weltweit bekannt sind. Dies kann durchaus an dem liegen, dass *Cosmopolitan* ein internationales Magazin ist.

Das Cover der Juni-Ausgabe 2014 schmückt Julia Pietrucha. Sie ist eine junge polnische Schauspielerin und ein Model. Sie wurde zur Miss Polska der Minderjährigen im Jahre 2002 gewählt und ist seitdem sehr erfolgreich. Julia Pietrucha spielt überwiegend in Serien mit, wie *Kochaj mnie, kochaj* (Liebe mich, liebe) und *Blondynka*. (Blondine) 2008 bekam sie eine Rolle im Film *Tatarak* (Kalmus) von Andrzej Wajda (vgl. 2). Sie ist hübsch und ein Vorbild für viele junge Frauen in Polen.

Auf dem Titelbild der August-Ausgabe 2014 ist Shakira. Sie ist eine kolumbianische Pop-Rocksängerin und Songschreiberin. Als sie ihre Karriere startete, sang sie auf Spanisch und hatte besonders großen Erfolg in Lateinamerika und Spanien. Ihr erstes englischsprachiges Album *Laundry Service* machte sie 2002 zum internationalen Star (vgl. 15).

In der September-Ausgabe 2014 ist Ellie Goulding abgelichtet. Sie ist eine englische Sängerin und Songschreiberin, die ihre ersten Fans durch das Internet erobert hat. 2009 erschien ihre erste Single *Under the Sheets* und seitdem kletterte sie die Erfolgsleiter hoch (vgl. 7).

Am Cover der ausgewählten Ausgaben sind alle Frauen sehr sexy gekleidet, sie tragen ein Kleid, welches sehr auffällig ist und das eher zu einer Party am Abend getragen werden kann als untertags. Sie präsentieren den Trend des Monats.

Die Damen haben schönes blondes Haar, das sie offen tragen und sie sind sehr dezent geschminkt.

Alle Damen haben eine verführerische Position, zum Beispiel ein Blick über die Schulter und die fast schüchterne Körperhaltung von Ellie Goulding sind eine Kombination aus Unschuld und Provokation oder der Blick von Shakira, die nicht lächelt, sondern eher provokant schaut.

Es sind modebewusste junge Frauen abgebildet, die erfolgreich sind und als Vorbild dienen sollen, nicht nur charakterlich, sondern auch vom Aussehen.

9.1.2 Themen in den Artikeln – Emanzipatorische Themen?



Grafik 1: Themen in *Cosmopolitan*

Die Covers deuten schon auf die Themen hin, denen viel Platz in der Frauenzeitschrift *Cosmopolitan* gewidmet wird.

Auf ein paar Seiten wird ein Interview von dem Covermodel präsentiert, wie zum Beispiel in der Juni-Ausgabe 2014 das Gespräch mit Julia Pietrucha, die über ihr Liebesleben in *Mój przepis na życie* (Mein Rezept für das Leben, vgl. S. 18-22) berichtet oder ein Artikel wie in der September-Ausgabe 2014, in dem Ellie Goulding über Freunde, Familie, ihren Ex-Freund und deren Beziehung berichtet (Artikel: *Co myśli Ellie* (Was denkt Ellie), vgl. S. 12-15). Diese Artikel vermitteln, dass es sich bei Stars auch um ganz normale Menschen handelt, die Probleme haben, wie andere. Es wird den Leser/innen gezeigt, dass die Stars nicht perfekt sind, jedoch um ihren Erfolg immer kämpfen.

Des Weiteren sind Artikel zum Thema Liebe zu finden, wie *Dlaczego ty zawsze... czyli jak krytyka rujnuje twój związek* (Warum du immer... also wie Kritik deine Beziehung ruiniert, vgl. August-Ausgabe 2014, S. 38-41) oder *Jeszcze nigdy nie byłeś w związku?* (Du warst noch nie in einer Beziehung, vgl. ebenda, S. 42-44) – hier wird festgehalten, dass es keine Schande ist mit 20+ noch nie einen Freund gehabt zu haben, Single sein ist im Trend.

Berichte, wie *Jak nagrać sekstasmę (na poziomie!)* (Wie drehe ich einen Sexfilm (mit Niveau), vgl. September-Ausgabe 2014 S. 38-39) oder *Gorący seks latem* (Heißer Sex im Sommer, vgl. August-Ausgabe 2014, S. 34-37) berichten wie das Sexleben schöner gestaltet und spannender werden kann. Im Artikel *Czy masz sex fomo?* (Hast du Sex Fomo?, vgl. 32-35) in der September-Ausgabe 2014 können die Leser/innen feststellen, ob sie an Sex Fomo (Fear of Missing Out) leiden. Unter Sex Fomo wird eine Torschusspanik verstanden. Es ist die Sorge noch nicht genug Vergnügen gehabt zu haben.

Ein Schwerpunkt dieser Frauenzeitschrift liegt auf der Psyche, wie in der August-Ausgabe 2014 in den Berichten *Brawo dla mnie!* (Bravo für mich!, vgl. S. 22-25) – jeder sollte auf sich stolz sein und sich selber gratulieren – und *Co robić kiedy twoje życie eksploduje* (Was machst du, wenn dein Leben explodiert, vgl. S. 28-31) – wie ein kühler Kopf behalten wird, falls alles im Leben schief geht. Auch auf die Wahrnehmung einer Frau im Spiegel wird eingegangen (Artikel: *Jak widzisz siebie w lustrze?* (Wie siehst du dich im Spiegel?), vgl. Juni-Ausgabe 2014, S. 30-31).

Auch auf den Bereich der Gesundheit wird eingegangen, hier werden Fragen beantwortet, ob Zucker oder die Pille ungesünder ist (Artikel: *Co jest groźniejsze cukier czy pigułka?* (Was ist gesünder, Zucker oder die Pille?), vgl. August-Ausgabe 2014, S. 60-62) oder *Jak zadbałam o swoje ciało* (Wie ich meine Haut versorge, vgl. Juni-Ausgabe 2014, S. 44), *Znajdź swoją (równą) wagę* (Finde dein (Gleich-)Gewicht, vgl. September-Ausgabe, S. 20-22) und *Zęby jak marzenie* (Zähne wie im Traum, vgl. ebenda, S. 100).

Es werden viele neue Modetrends präsentiert und Produkte, die unbedingt jede Frau haben muss, sei es der neuste Lippenstift oder eine Tasche aus der aktuellsten Kollektion der Modewelt. Stark vertreten sind auch Werbungen, die nur die Damenwelt ansprechen.

Cosmopolitan bietet den Leser/innen unterschiedliche Themen, jedoch wird auf die Emanzipation gar nicht eingegangen.

Das hier vermittelte Frauenbild ist eins einer jungen Frau, die sehr viel Wert auf Mode legt, immer den neusten Trend verfolgt und sich so anziehen möchte wie die Stars. Durch die Produktvorstellungen bekommen die Leser/innen einen Drang danach sich selbst etwas Gutes zu tun und sich zu pflegen. Es wird den Frauen hier vermittelt, dass sie auch ohne Mann glücklich werden können, denn Single sein ist in Mode. Nichts destotrotz muss sie nicht auf Sex verzichten, es wird berichtet, wie sie das Intimleben noch mehr ausweiten kann, wie zum Beispiel einen Sexfilm zu drehen. Eine junge Frau muss darauf achten, dass sie sich gut ernährt, denn um dem Ideal zu entsprechen, muss sie schlank sein.

9.2 Frauenbilder in *Dobre Rady*

9.2.1 Titelblattbild



Abbildung 2: *Dobre Rady*

In der September-Ausgabe 2014 ist Katarzyna Zielińska auf dem Cover abgelichtet. Sie ist eine polnische Schauspielerin, die unter anderem in folgenden Filmen mitgespielt hat: *Listy do M.* (Briefe an M.), *Och Karol* (Ach Karol) (vgl. 5).

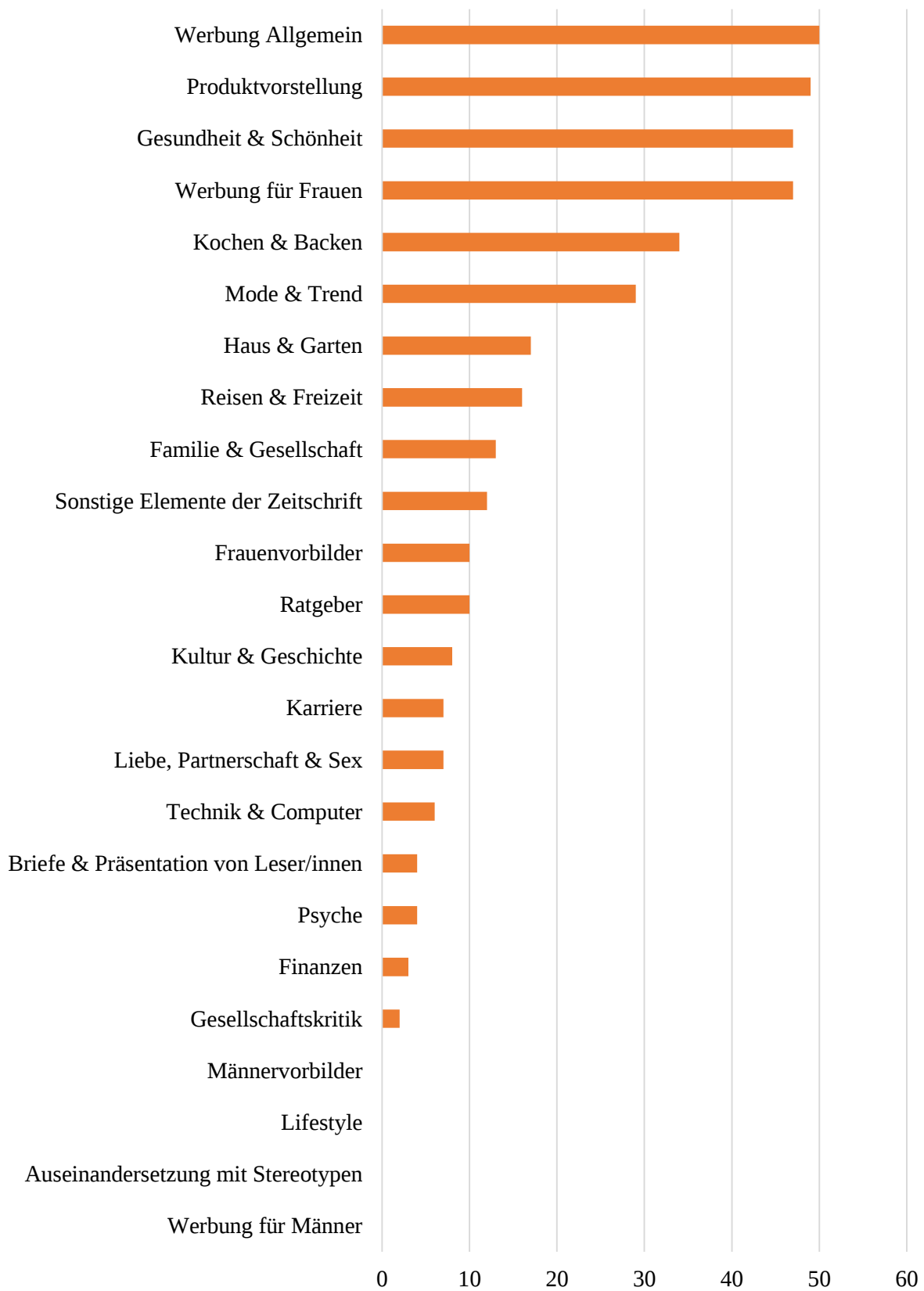
Katarzyna Cichopek, die ebenfalls eine polnische Schauspielerin ist, schmückt das Titelblatt der August-Ausgabe 2014. Sie spielt sowohl in Filmen als auch Serien mit, wie *M jak miłość* (L wie Liebe), *Tancerze* (Tänzer) und *Dziki* (Wilder) (vgl. 22).

Joanna Koroniewska ist auf der Mai-Ausgabe 2015 zu sehen. Sie ist eine Akteurin und spielt in *Hotel 52*, *M jak miłość* (L wie Liebe) und *Komisarz Alex* (Kommissar Alex) mit (vgl. 18).

Dobre Rady spricht eine ganz andere Gruppe von Frauen an als *Cosmopolitan*. Schon am Cover ist zu erkennen, dass niemals Supermodels oder andere internationale Promifrauen aus Film und Fernsehen abgelichtet sind. Es sind stattdessen Frauen, die keine Idealmaße haben. Auffällig ist, dass auf den Titelblättern der ausgewählten Zeitschriften nur polnische Schauspielerinnen abgelichtet sind. Bei dieser Zeitschrift wird wahrscheinlich eine breite Gruppe an Frauen angesprochen, daher sind es sehr unterschiedliche Frauentypen mit

verschiedenen Haarfarben und -längen. Mal ist es eine junge Dame, dann Frauen mittleren Alters, die bis zu den Schultern auf dem Cover dargestellt werden, somit wird der Mode am Cover nicht viel Platz gewidmet. Die Frauen am Titelblatt sind auch nicht auffällig gekleidet oder tragen ausgefallenen Schmuck, sie lösen bei manchen Leser/innen eine Assoziation der besten Freundin aus oder einer Hausfrau und Mutter. Sie sind dezent geschminkt und lächeln, das strahlt Sympathie und Sorgenlosigkeit aus und somit greifen auch viele Frauen zu solch einer Zeitschrift.

9.2.2 Themen in den Artikeln – Emanzipatorische Themen?



Grafik 2: Themen in *Dobre Rady*

Dobre Rady, ist wie der Name schon verrät, eine Zeitschrift mit guten Ratschlägen und das spiegelt sich auch in den unterschiedlichen Themen wider. Für alles gibt es einen Weg, sei es wie der Hauskatze das Kratzen an den Möbeln abgewöhnt wird oder die Tulpen richtig eingesetzt werden (Artikel: *Na wszystko jest sposób!* (Für alles gibt es einen Weg), vgl. September-Ausgabe 2014, S. 10-11).

Die Covermodels werden vorgestellt und so ist herauszulesen, dass Katarzyna Zielińska, welche auf der Ausgabe des Septembers 2014 erschienen ist, sich nicht nur für Schauspielerei interessiert, sondern auch für Mode. Obwohl sie beruflich sehr ausgelastet ist, nimmt sie sich auch viel Zeit für ihren Mann und das Reisen. Sie symbolisiert eine Powerfrau, die alles unter einen Hut bekommt (Artikel: *Małżeństwo dodało mi skrzydeł* (Die Ehe hat mir Flügel verliehen), vgl. ebenda, S. 12-14).

Katarzyna Cichopek, welche in der August-Ausgabe 2014 in einem Interview beschreibt, wie Kinder ihr Leben verändert haben (Artikel: *Dzieci zmieniają życie w bajkę* (Die Kinder haben das Leben im Märchen verändert), vgl. S. 12-14).

Auch der Mode ist viel Umfang gewidmet, aber nicht nur für die Frau, sondern auch für Kinder (vgl. September-Ausgabe 2014, S. 16-21). Dies deutet darauf hin, dass die Zielgruppe Frauen mit Kindern sind.

In der Zeitschrift sind viele Artikel über Gesundheit und Pflege des Körpers, wie in der September-Ausgabe 2014 die Berichte *Czy dobrze myjesz włosy?* (Wäschst du dein Haar richtig?, vgl. S. 32-33), *Opalona na dłużej* (Für längere Zeit gebräunt, vgl. S. 34-35) oder *Piękne zęby cię odmłodzą* (Schöne Zähne verjüngern dich, vgl. S. 60-61) – hier geht es um Zahnsparungen bei Erwachsenen, um die Pflege des Zahnfleisches et cetera. Auch Berichte mit gesundheitlichen Tipps, wie leicht es ist gesünder zu leben, sind vorhanden, wie *Tarczyca – słaby punkt kobiety* (Schilddrüse – der schwache Punkt der Frau, vgl. August-Ausgabe 2014, S. 60-61) oder der Artikel *Alergię można ujarzmić* (Allergie kann man unterdrücken, vgl. Mai-Ausgabe 2015, S. 66-69), der den Leser/innen Ratschläge präsentiert, wie gegen eine Allergie ankämpfen werden kann und welche Therapiemöglichkeiten es gibt.

Im Artikel *Założyłam firmę. Mam pracę swoich marzeń* (Ich habe eine Firma gegründet. Ich habe meinen Traumjob) wird von Frauen berichtet, die sich selbstständig gemacht haben und

auf eigenen Beinen stehen. Da berichtet zum Beispiel eine Dame, dass ihre Tochter unbedingt eine Ballettschule besuchen wollte, es aber keine in der Nähe gab, deshalb gründete sie eine. Im selben Artikel wird von zwei anderen Frauen berichtet, welche eine Bar eröffnet haben, weil es sehr schwierig ist für über 50-Jährige einen Job zu finden (vgl. September-Ausgabe 2014, S. 42-43).

Wichtige Aspekte in dieser Frauenzeitschrift sind die Familie und die Freunde, Beispiele: *Witaj małżeństwo żegnajcie przyjaciół* (Heiße die Ehe willkommen und verabschiede dich von Freunden, vgl. September-Ausgabe 2014, S. 76-77), *Ratunku! Mój mąż to...* (Hilfe! Mein Mann, der..., vgl. September-Ausgabe 2014, S. 74-75) oder *Moja córka ogląda w sieci pornografię* (Meine Tochter schaut im Netz pornografische Filme, vgl. September-Ausgabe 2014, S. 102-103). Es werden aber nicht nur Ratschläge gegeben, denn in der August-Ausgabe 2014 ist ein Artikel in welchem beschrieben wird wie Familien Urlaub machen (Artikel: *Moje niezwykle wakacje* (Meine außergewöhnlichen Ferien), vgl. S. 42-45).

Das Thema Finanzen ist in dieser Zeitschrift auch vertreten, wie im Artikel *23 sposoby na przekazanie majątku* (23 Möglichkeiten das Vermögen zu übermitteln, vgl. September-Ausgabe 2014, S. 80-81) oder *Chroń konto przed złodziejami w sieci* (Schütze dein Konto vor Dieben im Internet, vgl. Mai-Ausgabe 2015, S. 86-87). Aber auch Technik ist ein Thema, wie im Artikel *Bezpieczny wyjazd* (Sichere Abfahrt, vgl. August-Ausgabe 2014, S. 80-81), wo darüber berichtet wird, wie das Zuhause am besten zu schützen ist.

Immer wieder sind zwischen den Artikeln Produktvorstellungen oder aber auch viele Back- und Kochrezepte, was diese Zeitschrift auflockert und nicht als einen Fachratgeber erscheinen lässt. Die Werbungen für Frauen sind stark vertreten.

Dobre Rady spiegelt eine Art der Freundin wider, die immer gute Tipps hat. Die Leser/innen bekommen durch verschiedene Themen, sei es Liebe und Familie, Freundschaft, Finanzen, Gesundheit, Kochen oder Backen viele Ratschläge, jedoch muss festgehalten werden, dass sich diese Zeitschrift nicht auf die Karriere einer Frau stürzt, denn es wurde nur lediglich ein Artikel in der September-Ausgabe 2014 (Artikel: *Założyłam firmę. Mam pracę swoich marzeń* (Ich habe eine Firma gegründet. Ich habe meinen Traumjob), vgl. S. 42-45) gefunden, der selbstständige Frauen darstellt – der Emanzipation wird wenig Platz gewidmet.

Ansonsten wird viel über Mode geschrieben, auch hier werden Pflegetipps gegeben – es gehört zur Weiblichkeit dazu seinen Körper zu pflegen, modebewusst und trotzdem auch am Herd die beste Köchin und Bäckerin zu sein.

Klatsch und Tratsch über Promis gibt es in dieser Frauenzeitschrift nicht, denn abgesehen von der Vorstellung der Coverfrauen wird über keine Prominente beziehungsweise Idole geschrieben.

9.3 Frauenbilder in *Wysokie Obcasy Extra*

9.3.1 Titelblattbild



Abbildung 3: *Wysokie Obcasy Extra*

Die Titelblätter sind ungewöhnlicher und unterscheiden sich sehr von anderen Frauenzeitschriften. Bei diesen Covern steht die Botschaft im Vordergrund, alle anderen Bereiche, wie zum Beispiel Mode, werden in den Hintergrund gedrängt.

In der März-Ausgabe 2015 ist Maja Koman abgelichtet. Sie ist eine polnische Musikerin und hat einen Vertrag bei Warner Music Poland. Ihr bekanntestes Album ist *Pourquoi pas* (vgl. 35).

Sie ist in einem Arbeitshemd abgebildet. Sie hebt den Arm in die Höhe und möchte ihre Oberarmmuskeln zeigen. Sie verkörpert Kraft und Strenge, sie wirkt ernst, denn sie bringt kein Lächeln über die Lippen. Es ist ein eiskalter Blick, die Haare sind mit einem Haarband streng nach oben gebunden – so als wäre sie für jede Arbeit bereit, Stichwort: Frauenpower. Dennoch ist sie hübsch abgelichtet, sie ist geschminkt und hat einen knallroten Lippenstift aufgetragen.

Das Cover ist eine Anlehnung an das Poster *We can do it* von J. Howard Miller, welches 1942 weltberühmt wurde. Auf dem Poster ist Rosie the Riveter zu sehen. Rosie the Riveter war eine Rüstungsarbeiterin, welche im Zweiten Weltkrieg die Hauptperson eines Propagandafilms der US-Regierung sowie die Titelheldin eines amerikanischen Liedes wurde. Rosie the Riveter war eine Heldin des Zweiten Weltkrieges, denn als Ende 1941 in Washington festgestellt wurde, dass die Rekrutierung von Frauen für kriegswichtige Firmen wichtig ist, wurde durch das US-Kriegsinformationsamt eine Propagandakampagne gestartet. Diese sollte bei den Amerikanerinnen Begeisterung auslösen für eine Arbeit in der Kriegsindustrie. Durch diese Kampagne wurde Rosie the Riveter zur Ikone – eine personifizierte Patriotin, eine Frau, die hinter dem Mann hinter der Kanone steht. Sie arbeitete als Punktschweißerin in der Rüstungsindustrie. Nachdem der Krieg vorbei war, blieb die Erinnerung an die patriotische Rosie erhalten, erst in den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts zeigten Historiker in Dokumentationsfilmen wie hart der Alltag dieser Heldinnen damals gewesen war und wie schnell sie den Arbeitsplatz an Kriegsheimkehrer verloren haben (vgl. Mauch 2008, S. 92f.).

Auch die Mai-Ausgabe 2015 ist stark verkörpert mit Anna Mucha. Sie ist eine polnische Schauspielerin, sie spielt unter anderem auch bei der Serie *M jak miłość* (L wie Liebe) mit. Sie war im Jahr 2009 in einer Fotoreihe im polnischen *Playboy* vertreten (vgl. 8).

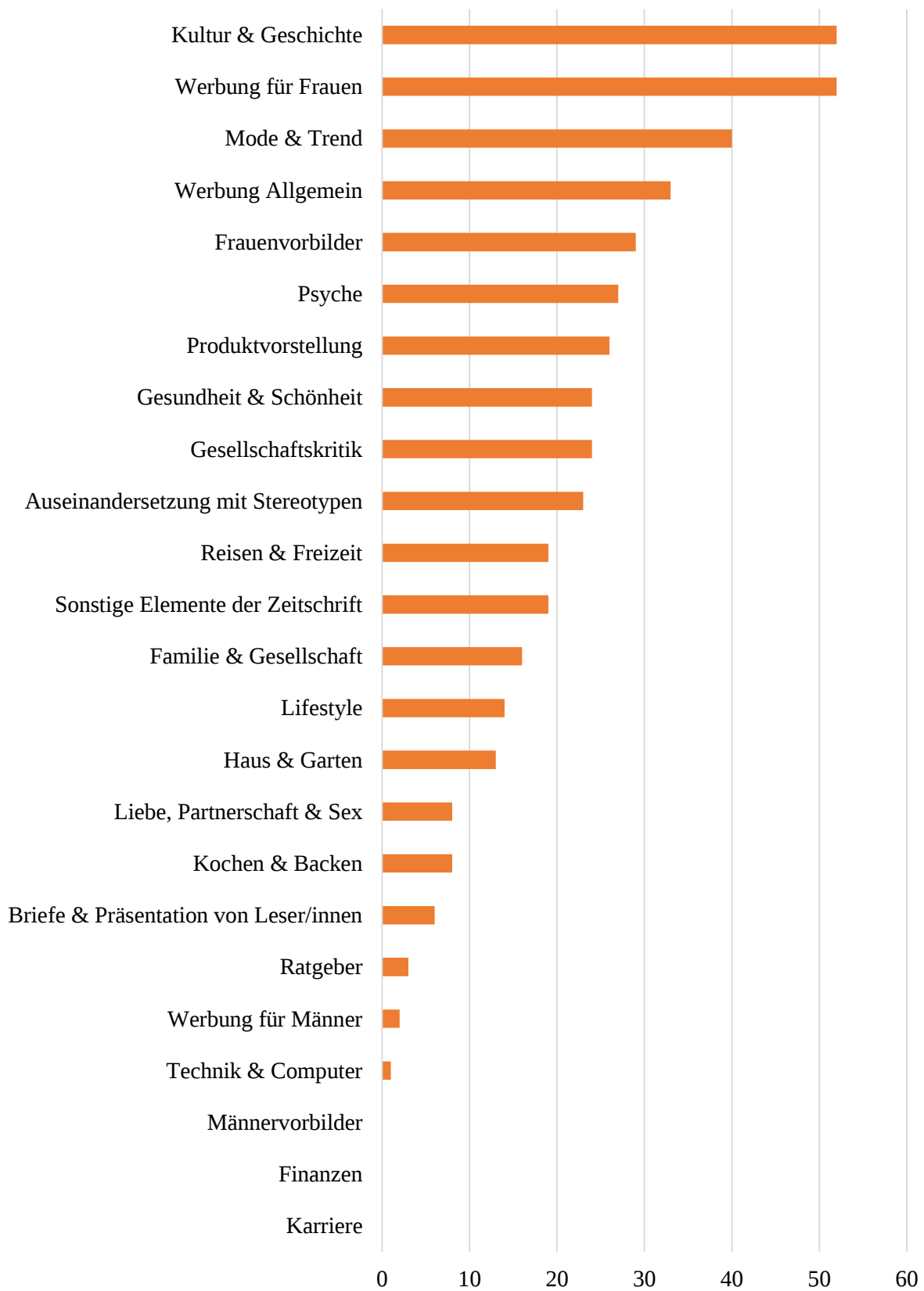
Sie ist mit offenen langen Haaren abgelichtet, sie hält sich eine Zeitschrift mit ihrem eigenen Abbild vor ihr Gesicht. Das Provokante an dem Cover ist, dass die Zeitschrift, die sie hält, ein männliches Abbild ihres Selbst darstellt, die Haare sind streng nach hinten zusammengebunden und in ihrem Gesicht ist Rasierschaum. Es wird vermittelt, dass in jeder Frau auch ein Mann steckt – das Cover steht für Gleichberechtigung.

Das dritte Cover, die Juni-Ausgabe 2015, ist auch sehr einfallsreich. Es zeigt Emilia Clarke, eine britische Schauspielerin, welche die Rolle als Daenerys Targaryen in der Fantasieserie *Game of Thrones* belegt (vgl. 17). Sie ist abgelichtet mit offenem hellem Haar, auf ihrer Schulter sitzt ein kleiner Drache. Sie könnte eine Elfe darstellen – sie hat einen kühlen Blick, wirkt stark und mutig, dies wird auch durch den Drachen ausgedrückt.

Der Drache ist aus vielen Mythen, Sagen, Legenden und Märchen vieler Kulturen bekannt. In den Schöpfungsmythen orientalischer und westlicher Kulturen steht der Drache für Chaos, es ist ein menschenfeindliches Ungeheuer, das die Sonne und den Mond zu verschlingen droht. Das Ungeheuer muss von einer Gottheit oder einem Helden besiegt und getötet werden, damit die Welt entsteht beziehungsweise weiterbestehen kann. In ostasiatischen Kulturen ist es ein zwiespältiges Wesen, welches durchaus positive Eigenschaften mitbringt: Regen und Glück. Es ist zudem auch ein Symbol der kaiserlichen Macht und der Fruchtbarkeit (vgl. Röhrich 1981, S. 788ff.).

Das Medium transportiert das Bild der Powerfrau, dies soll eine erwünschte Perfektion auf allen Ebenen des Lebens signalisieren. Sie vermitteln das Schönheitsideal – eine Frau, die immer modisch gekleidet ist, die mit Leichtigkeit alles unter einen Hut bekommt und in allen Bereichen perfekt funktioniert.

9.3.2 Themen in den Artikeln – Emanzipatorische Themen?



Grafik 3: Themen in *Wysokie Obcasy Extra*

Nicht nur die Coverbilder von *Wysokie Obcasy Extra* sind ausdrucksvoll und stark, sondern auch die Themen. Diese sind anders als die in den gewöhnlichen Frauenzeitschriften und regen zum Denken an. .

Dem Thema Feminismus in Polen werden in der März-Ausgabe 2015 im Artikel *Bank gniewu* (Viel Ärger, vgl. S. 36-47) einige Seiten gewidmet. Es wird auf die Fragen eingegangen, was Feminismus bedeutet und wie er sich in Polen kenntlich macht. Es wird auch Kritik ausgesprochen, dass feministische Vertreter/innen einen Aufstand machen – in der Theorie, aber in der Praxis sei den Frauen nicht geholfen.

Es gibt viele weitere emanzipatorische Themen, wie der Artikel *Wolność – równość – obojętność* (Freiheit – Gleichheit – Gleichgültigkeit, vgl. Juni-Ausgabe 2015, S. 36-41), der das Dilemma beschreibt, dass Frauen einerseits als Damen angesehen werden wollen, aber andererseits nach Gleichberechtigung streben, dadurch wissen Männer oft nicht wie sie sich verhalten sollen. Als Beispiel wird hier genannt, ob die Frau sich als hilflos fühlt oder sie es als Gentleman-Geste sieht, wenn er ihr die Koffer trägt. Ein weiterer Artikel aus der Juni-Ausgabe 2015 beschreibt, dass Frauen alles machen, damit sie in der Gesellschaft gleichgestellt und anerkannt sind: Karriere, Kinder und Haushalt – all das wird unter einen Hut gebracht. Dass eine Frau nur Karriere machen will, wird von der Gesellschaft nicht akzeptiert. Damit Frau ihren Status nicht verliert, muss sie immer schauen, was gesellschaftlich in Ordnung ist. Sie verzichtet sozusagen auf ihre eigene Stimme (Artikel: *Zjednywaczka i jej łagodny terrorizm* (Die Siegerin und ihr sanfter Terrorismus), vgl. S. 82-86).

In der Mai-Ausgabe 2015 befasst sich der Artikel *Drogie Panie! Drogie Panie! Drogie Panie!* (Sehr geehrte Frauen! Sehr geehrte Frauen! Sehr geehrte Frauen!, vgl. S. 146) mit den Berufsbezeichnungen der Frauen. Darin heißt es, dass nur in den Medien solche Berufsbezeichnungen wie *inżynierka* ('Ingenieurin') oder *docentki* ('Dozentinnen') genannt werden, im Alltag werden solche feministische Personenbezeichnungen kaum verwendet – hier wird gefragt, um was Frauen kämpfen. Auf der einen Seite wird in den Medien starker Bezug auf Frauen genommen, aber im Alltag nicht? Der Artikel behält die Fragen offen.

Stereotypische Eigenschaften spiegelt diese Zeitschrift auch in der März-Ausgabe 2015 wider, denn sie schreibt von Frauen, die immer über ihre Haare und den Weg zum Friseur

oder sogar über das Erlebnis beim Friseur sprechen. Sie machen sich viele Gedanken darüber und tauschen sich mit anderen Frauen über die neusten Haarschnitte und Haarprobleme aus. Männer sind anders, sie haben Angst um ihre männliche Stärke, denn in der Geschichte hatten alle mächtigen Männer längere Haare, Stichwort: Samson Komplex (Artikel: *Kompleks Innego* (Der Komplex einer anderen Person), vgl. S. 10).

Im Artikel *Tacierzyństwo* ('Vaterschaft', vgl. Mai-Ausgabe 2015, S. 78-81) geht es um Vaterkarenz und um das Erlernen mit dem Kind zurecht zu kommen und den väterlichen Pflichten nachzugehen. Hier wird deutlich gezeigt, dass sich auch Männer um Kinder und Haushalt kümmern können, während die Frau ihrem Beruf nachgeht.

Natürlich erscheinen auch viele Artikel über die Liebe, die Mode, das Kochen und Frauenvorbilder, jedoch liegt ein Fokus der Zeitschrift sich mit kritischen Themen auseinanderzusetzen.

9.4 Frauenbilder in *Glamour*

9.4.1 Titelblattbild



Abbildung 4: *Glamour* Polska

Am Cover der polnischen *Glamour* sind junge Sängerinnen und Models dargestellt. Sie sind unterschiedliche Typen, tragen alle ihre langen Haare offen und wurden in stehender Position aufgenommen. Dadurch kommt ihre Figur und Kleidung sehr gut zur Geltung.

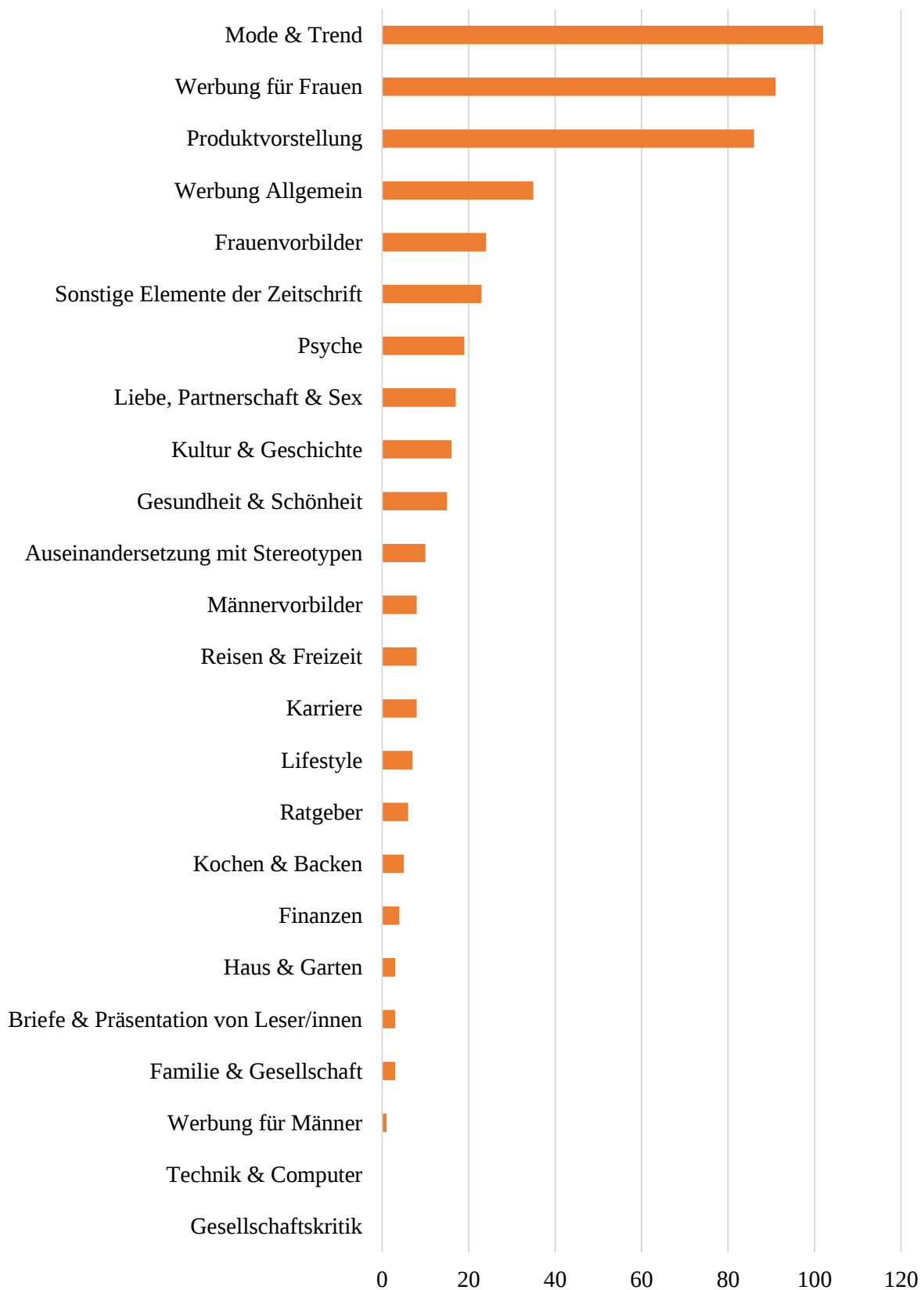
Die August-Ausgabe 2014 schmückt Keira Knightley. Die britische Darstellerin machte sich einen Namen durch die Reihe des Films *Fluch der Karibik* oder durch die romantische Komödie *Tatsächlich Liebe* (vgl. 19).

Ola Rudnicka, die auf dem Cover der Ausgabe des Septembers 2014 erschienen ist, ist erst wenige Jahre als Model tätig. Die junge Schönheit arbeitete schon mit Paolo Roversi, Steven Meisel, Patrick Demarchelier zusammen. Sie ist international bekannt und schaffte es mit ihren Bildern auch in die italienische *Vogue* (vgl. 3).

Am Cover der Mai-Ausgabe aus dem Jahr 2015 ist Shlomit Malka zu sehen. Sie stammt aus einer jüdischen Familie mit marokkanisch-russischem Hintergrund und wuchs in Tel Aviv auf. Durch Zufall wurde sie über das Internet von einer Agentin einer Modelagentur gefunden, denn zu Beginn interessierte sie sich nicht für Mode. Mittlerweile ist sie in internationalen Kampagnen zu sehen, wie für L'Oréal, Intimissimi oder Toshiba (vgl. 1).

All diese Damen sind international bekannt und werden als Idole gesehen.

9.4.2 Themen in den Artikeln – Emanzipatorische Themen?



Grafik 4: Themen in *Glamour*

In *Glamour* ist viel Platz der Mode und den Frauenvorbildern gewidmet. Es gibt viele Modewerbungen beziehungsweise Artikel, die die neuste Mode beschreiben, aber auch Kosmetikprodukte werden geworben.

In jeder *Glamour*-Ausgabe wird das Covermodel auf einigen Seiten vorgestellt oder es wird ein Interview mit ihr geführt, wie zum Beispiel in der Mai-Ausgabe 2015 ein Interview mit Shlomit Malka. Diese erzählt wie sie als Model entdeckt worden ist, wie ihr Leben davor ausgesehen hat und was sie an ihrem Leben jetzt so liebt (vgl. S. 34-36). In der September-Ausgabe 2014 geht es um Blondinnen und da ist Ola Rudnicka befragt worden, wie sie als Model erfolgreich geworden ist und was sie zum Blondieren bewegte (vgl. S. 81-83). In der August-Ausgabe 2014 wird über Keira Knightley, die über ihre Popularität vom Kindesalter berichtet, geschrieben (vgl. 23-25).

Die Frauenzeitschrift *Glamour* geht auch auf die Psyche der Leser/innen ein, denen werden unterschiedliche Tipps gegeben, wie zum Beispiel, dass sie das Leben nicht zu ernst nehmen sollen, dass sie sich über die Zukunft keine Gedanken machen sollen, dass sie nicht lügen sollen, denn sonst haben sie sich viel zu merken und dass sie viel reisen sollten (Artikel: *Jak działa mężczyzna?* (Wie tickt ein Mann?), vgl. Mai-Ausgabe 2015, S. 58). In einem anderen Artikel werden Sachen genannt, die bis zum 30sten Lebensjahr gemacht werden sollten, wie auf eine Party gehen, mindestens 30 Fachbücher lesen, seine Ängste kennen lernen und sich für Politik interessieren (Artikel: *30 rzeczy, które musisz zrobić przed trzydziestką* (30 Dinge, die du vor deinem Dreißiger machen musst), vgl. Mai-Ausgabe 2015, S. 74-77).

Des Weiteren sind die Liebe und der Sex ein großes Thema. Es wird zum Beispiel in einem anderen Artikel die Hochzeitsplanung sehr lang dargestellt. Eine Frau möchte an dem Tag alles perfekt. Das Wetter muss schön sein, das Kleid muss ihrer Figur schmeicheln, davor muss sie noch dutzende Diäten machen, die Haare müssen sitzen – jedes Detail wird genau geplant, weil alle Frauen von einer wunderschönen Hochzeit träumen, wie sie sie aus den Disneyfilmen kennen. Ein gewisser Druck wird auch von Familie und Freunden ausgeübt, die immer wieder nach Eheringen und dem Kleid fragen. Es wird im Artikel erwähnt, dass das Jahr vor der Hochzeit stressig ist und kaum Zeit für andere Menschen bleibt, weil die Planung viel Zeit in Anspruch nimmt, aber es soll trotzdem nicht immer alles geplant werden. Durch verschiedene Schicksalsschläge kann die ganze Planung über den Haufen geworfen werden. Eine Dame erzählt, dass sie paar Tage nach der Tragödie von Smolensk, bei der viele

polnische Politiker/innen um ihr Leben gekommen sind, geheiratet hat. Viele der Hochzeitsgäste haben abgesagt und die, die gekommen sind, haben dann auch nicht getanzt. Damals war sie traurig, denn sie hatte alles geplant, heute sieht sie das mit Humor und weiß, dass ihr Mann den Hochzeitstag nie vergessen wird, weil er von den Medien an die Tragödie erinnert wird und somit auch an ihren Hochzeitstag (Artikel: *Spokojnie to tylko ślub* (Immer mit der Ruhe, das ist nur die Hochzeit), vgl. Mai-Ausgabe 2015, S. 62-65). In der September-Ausgabe 2014 erschien ein Artikel (Artikel: *(nie) bój się Boga!* (Habe (keine) Angst vor Gott), vgl. S. 138-141) indem über Katholizismus und Sexualität geschrieben wird. Polen ist ein sehr katholisches Land, viele Kinder werden katholisch erzogen, das tägliche Gebet gehört zum Alltag. In diesem Text wird über den Sex vor der Ehe, die Selbstbefriedigung im katholischen Internat und die Schuldgefühle danach geschrieben. In der Ausgabe August aus dem Jahr 2014 wird über den Sex mit einem viel älteren Mann geschrieben (Artikel: *zakazany owoc* (Verbotene Frucht), vgl. S. 124-127).

Ein weiterer Punkt, der die Leser/innen ansprechen soll, ist die Karriere. Hierzu ist in der Mai-Ausgabe 2015 ein Artikel erschienen, wie Menschen im Socialen Netzwerk mithilfe von Hashtags einen Job finden können (Artikel: *Czy hashtag znajdzie ci pracę?* (Findet dir hashtag eine Arbeit?), vgl. S. 66-69). Auch die September-Ausgabe 2014 beschäftigt sich damit, wie wichtig die Gestaltung des Lebenslaufes sowie die richtige Vorbereitung auf das Vorstellungsgespräch ist (Artikel: *Jak zdobyć pracę?* (Wie bekomme ich einen Job?), vgl. S. 62-65).

Wie bereits oben schon erwähnt, ist in *Glamour* viel Werbung für Mode, aber auch einige Artikel lassen sich finden, wie zum Beispiel in der August-Ausgabe 2015, in der über männliche Blogger, die sich mit Mode beschäftigen, berichtet wird (Artikel: *Modowi blogerzy* (Moderne Blogger), vgl. S. 26-29) oder in der September-Ausgabe 2014, in der ein Artikel über männliche polnische Models geschrieben ist (Artikel: *Modeling po męsku* (Modeling auf Männerart), vgl. S. 32-36).

In dem Artikel *Glamourowe BLONDYNKI* (Glamouröse Blondinnen, vgl. September-Ausgabe 2014, S. 39-41) heißt es, dass Blondinnen in allen Bereichen erotischer, provokativer, anregender und unschuldig wirken als Brünette und dass Männer blonde Frauen lieber haben. In derselben Ausgabe wird das Thema noch einmal angesprochen. Der Artikel heißt *one to mają BLOND POWER* (Sie haben blonde Power, vgl. S. 52-57), hier präsentieren

sich einige Blondinnen und erzählen, dass sie stolz sind blond zu sein und wie sich das Blondsein auf ihr Leben auswirke. Sie nehmen sich Marilyn Monroe als Vorbild, sie war eine der ersten Frauen die gezeigt hat wie viel Kraft hinter Fraulichkeit steckt. Es wird aber auch berichtet, dass Blondinnen in eine Schublade gesteckt werden und sich etablieren und gegen stereotypisches Denken kämpfen müssen. *Glamour* thematisiert die Emazipation von blonden Frauen nur ganz kurz. Weitere emanzipatorische Themen sind nicht vorhanden.

Das Bild der Frau, welches durch die Zeitschrift suggeriert wird, ist ein sehr klares. Die ideale Frau sollte sich immer mit den Stars identifizieren können, denn diese haben auch einmal klein angefangen und ihr Ziel etwas Größeres zu erreichen nie aufgegeben, dies kommt auch aus den Artikeln klar hervor. Schon am Cover werden diese Idole sehr gut in Szene gesetzt: gutes Aussehen und dann noch eine Traumkarriere.

Immer wieder kommen Werbungen oder Berichte, in denen die neuste Mode und die neusten Produkte vorgestellt werden vor. Dies wirkt auflockernd und zugleich geben diese Artikel der Frau die Möglichkeit sich über den neusten Trend zu informieren – eine Frau muss immer gut gekleidet sein egal, ob in der Arbeit oder in ihrer Freizeit. Sie muss sich pflegen und ein gutes Erscheinungsbild haben.

Das Bild von Karrierefrauen wird auch an die Leser/innen vermittelt, denn es finden sich einige Seiten in den ausgewählten Zeitschriften, die darüber berichten, wie Leser/innen zu ihren Traumjob kommen. Eine Frau muss nicht nur gut aussehen, sie muss auch einen angesehenen Job haben. Das Klischee der mütterlichen Hausfrau gibt es in dem Medium nicht.

Alles in Allem wird festgehalten, dass es sich hierbei um eine moderne Frauenzeitschrift handelt, die junge Damen ansprechen soll und deshalb sind die Themen auch danach gerichtet. Es ist eine Zeitschrift, die mit alten Vorurteilen gegen die Frau ankämpft und die neuen motivierten Frauen darstellt, sei es in der Werbung oder auch in den Artikeln.

9.5 Emanzipatorische Themen – Überblick über die Verwendung

In dem vorherigen Kapitel wurden die Themen, die in den Zeitschriften vorgekommen sind, beschrieben. Um einen Einblick zu erhalten, welche Frauenzeitschrift wie viele Seiten mit dem Thema Emanzipation füllt, ist in diesem Kapitel ein kleiner Überblick zu finden.

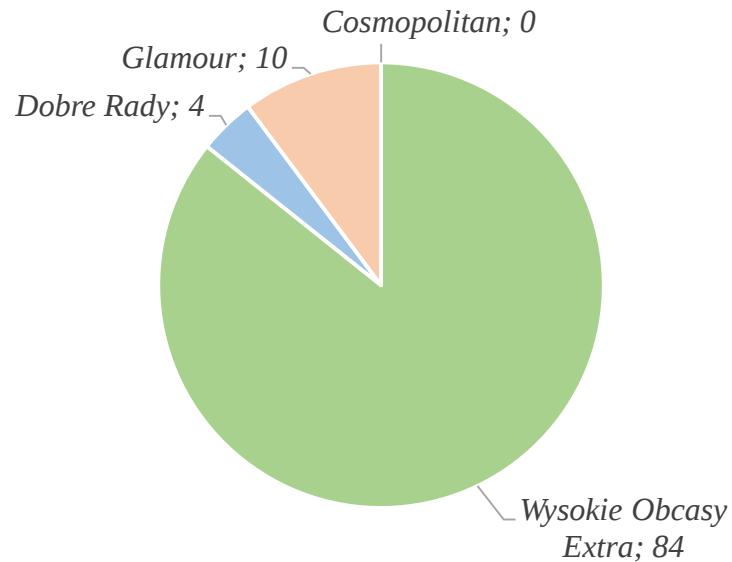
Die Grafik 5 zeigt die Seitenanzahl der emanzipatorischen Themen in den ausgewählten Frauenzeitschriften. In *Wysokie Obcasy Extra* erscheinen viele Artikel zum Thema Emanzipation. Die Analyse ergab 84 Seiten und damit ist *Wysokie Obcasy Extra* im Hinblick auf die emanzipatorischen Themen die am meist bemühte Frauenzeitschrift von den vier untersuchten. Dies kann deshalb der Fall sein, weil *Wysokie Obcasy Extra* viel mehr Artikel aufweist. Wie bereits erwähnt worden ist, widmet sich diese Zeitschrift zum Beispiel den Themen Feminismus in Polen (Artikel: *Bank gniewu* (Viel Ärger), vgl. März-Ausgabe 2015, S. 36-47) und Frauenanerkennung in der Gesellschaft (Artikel: *Zjednywaczka i jej łagodny terroryzm* (Die Siegerin und ihr sanfter Terrorismus), vgl. Juni-Ausgabe 2015, S. 82-86). Dieses Ergebnis verwundert nicht, denn schon die Titelbilder von *Wysokie Obcasy Extra* waren durch ihre Botschaften vielversprechend und kämpferisch zu interpretieren.

Glamour, welche auf 10 Seiten emanzipatorische Themen behandelt, ist auf Platz zwei. Hier wird über Blondinnen und deren Emanzipation berichtet (Artikel: *Glamourowe BLONDYNKI* (Glamouröse Blondinnen), vgl. September-Ausgabe 2014, S. 39-41 und Artikel: *one to mają BLOND POWER* (Sie haben blonde Power), vgl. September-Ausgabe 2014, S. 52-57). Im Vergleich zu *Wysokie Obcasy Extra* geht *Glamour* zwar nicht in so einem hohen Maß auf das Thema Emanzipation ein, aber die Frauenzeitschrift versucht es dennoch ein wenig zu thematisieren.

Die Frauenzeitschrift *Dobre Rady* publiziert lediglich nur einen Artikel (vier Seiten), welcher auf Emanzipation eingeht und über Frauen berichtet, die sich selbstständig gemacht haben (Artikel: *Założyłam firmę. Mam pracę swoich marzeń* (Ich habe eine Firma gegründet. Ich habe meinen Traumjob), vgl. September-Ausgabe 2014, S. 42-45).

Cosmopolitan ist die einzige der untersuchten Zeitschriften, die keine emanzipatorischen Themen kommuniziert und wahrnimmt. Aufgrund des vorhandenen Datenmaterials kann keine schlüssige Argumentation gefunden werden, warum die Analyse zu solch einem

Ergebnis geführt hat. Es kann angenommen werden, dass das Thema Emanzipation in anderen Ausgaben sehr wohl behandelt wird, da es anzunehmen ist, dass es für die heutige polnische Gesellschaft ein immer wichtiger werdendes ist.



Grafik 5: Seitenanzahl der emanzipatorischen Themen

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich Frauenzeitschriften viel mehr mit emanzipatorischen Themen auseinander setzen sollten, damit Frauen gestärkt werden und gegen alte Traditionen, Klischees und das verachtende Ansehen in der Gesellschaft kämpfen. Einen signifikanten Beitrag zur emanzipatorischen Aufklärung von Frauen in Polen leistet die Frauenzeitschrift *Wysockie Obcasy Extra*.

9.6 Feministisch-linguistische Analyse

Bei der feministisch-linguistischen Analyse werden die Ergebnisse der folgenden Ausgaben dargestellt:

- *Cosmopolitan*, September-Ausgabe 2014
- *Dobre Rady*, September-Ausgabe 2014
- *Wysokie Obcasy Extra*, März-Ausgabe 2015
- *Glamour*, August-Ausgabe 2014

Das Ziel dieser feministisch-linguistischen Untersuchung war es herauszufinden, in welchem Ausmaß die Frauen in den einzelnen Zeitschriften wirklich als Frauen benannt werden, wenn von ihnen die Rede ist. Immerhin sollten sich Herausgeber/innen bemühen Frauen anzusprechen, denn diese sind diejenigen, die die Haupt-Zielgruppe darstellen.

Zu Beginn sind alle Artikel einzeln auf Personenbezeichnungen untersucht worden. Dabei wurde der Kontext, in welchem sich die Bezeichnungen befinden, nicht außer Acht gelassen. Dieser war wichtig, damit die identifizierten Personenbezeichnungen den jeweiligen Kategorien, auf welche später eingegangen wird, zugeordnet werden konnten. Hierbei ist festzuhalten, dass maskuline Personenbezeichnungen, welche auch tatsächlich nur Männer ansprechen sollen, nicht in der Auswertung berücksichtigt worden sind. Anschließend wurden alle identifizierten Personenbezeichnungen protokolliert. Im nächsten Schritt sind zwei Wörterbücher (PONS¹ und SJP²) herangezogen worden, um die jeweiligen maskulinen beziehungsweise femininen Personenbezeichnungen zu ermitteln und zu kontrollieren, ob diese die richtige Form im jeweiligen Kontext haben. Einen Überblick über alle gefunden Bezeichnungen, welche sowohl eine maskuline als auch feminine Form haben sowie deren deutsche Übersetzung finden sich in Kapitel 9.8 wider. Diese Übersicht kann als kleines Gender-Wörterbuch gesehen werden. Im letzten Schritt wurden die im Artikel verwendeten Personenbezeichnungen den jeweiligen vier Kategorien zugeordnet, welche im Vorfeld der Analyse definiert wurden.

¹ vgl. <http://de.pons.com/>.

² vgl. <http://sjp.pl/>.

Kategorie 1: nur auf Frau/Frauen bezogen

In diese Kategorien fallen alle femininen Personenbezeichnungen, die sich aus dem Kontext heraus auf eine Frau beziehungsweise mehrere Frauen beziehen – dies bedeutet, dass auch die entsprechende feminine Form tatsächlich verwendet wurde.

Kategorie 2: sollte auf Frau/Frauen bezogen sein

Unter diese Kategorien fallen solche Personenbezeichnungen, die auf Frau/Frauen bezogen sein sollten, aber aus unterschiedlichen Gründen diese nicht benennen. Entweder gibt es keine feminine Entsprechung oder es wurde aus Tradition, die Frau nicht zu demütigen und ihr somit das hohe Ansehen zu nehmen, darauf verzichtet.

Kategorie 3: sollte auf Allgemeinheit bezogen sein

Diese Kategorie beschreibt Bezeichnungen für Personen, die sowohl an Männer als auch an Frauen, gerichtet sind, wobei jedoch nur die maskuline Form verwendet wurde. Es kann sich dabei auch um eine Gruppe oder um Fälle, bei dem das Geschlecht der Person, über die geschrieben wird, nicht bekannt ist, handeln.

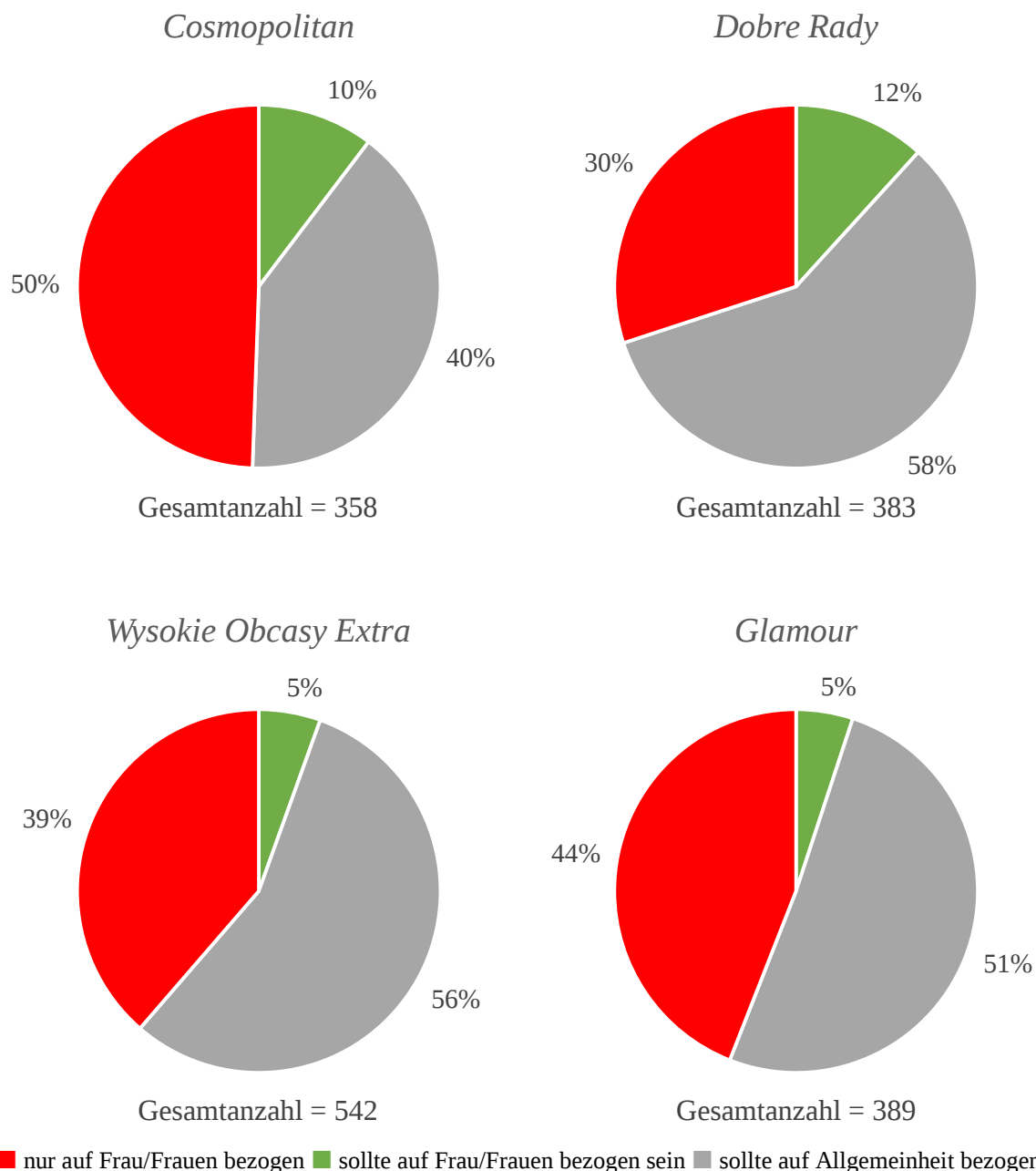
Kategorie 4: maskuline und feminine Personenbezeichnung

Unter diese Kategorie fallen Personenbezeichnungen, die sowohl an Männer als auch an Frauen, gerichtet sind, wobei beide geschlechtsspezifischen Formen angeführt werden (zum Beispiel durch Beidbenennung oder Splitting).

Die Grafik 6 zeigt einen prozentuellen Vergleich von analysierten Personenbezeichnungen in den jeweiligen Zeitschriften.

Interessant ist die Gesamtanzahl der identifizierten Personenbezeichnungen. Bei *Cosmopolitan*, *Dobre Rady* und *Glamour* konnten in etwa gleich viele gefunden werden (im Durchschnitt 376). Bei *Wysokie Obcasy Extra* wurden 542 Personenbezeichnungen gefunden. Der große Unterschied zwischen *Wysokie Obcasy Extra* und den anderen Frauenzeitschriften kann dadurch begründet werden, dass in der Frauenzeitschrift *Wysokie Obcasy Extra* mehr inhaltsbezogene Themen (vgl. Grafik 3) und in den anderen Zeitschriften wesentlich mehr Werbeschaltungen (vgl. Grafik 1, 2, 4), die in der Regel großflächig illustriert dargestellt werden, zu finden sind. Unter Werbeschaltungen werden Produktvorstellungen, Werbung für Frauen und Werbung Allgemein verstanden. Ein weiterer Grund für den großen Unterschied

von circa 44 % mehr Personenbezeichnungen in *Wysokie Obcasy Extra* kann dadurch begründet werden, dass die Artikel in dieser Zeitschrift umfangreicher und in kleinerer Schrift verfasst sind.



Grafik 6: Prozentueller Vergleich von Personenbezeichnungen

Ergebnisse Kategorie 1: nur auf Frau/Frauen bezogen

Bei Personenbezeichnungen, die aus dem Kontext heraus offensichtlich auf eine Frau oder mehrere Frauen bezogen sind, hat *Cosmopolitan* im Vergleich zu den anderen Zeitschriften den höchsten Wert erreicht. 50 % aller gefundenen Personenbezeichnungen wurden in dieser

Zeitschrift korrekt verwendet. Hier wurde im jeweiligen Kontext die richtige feminine Form der Personenbezeichnung gebraucht. *Glamour* hat mit 44 % den zweit höchsten Wert erreicht, gefolgt von *Wysokie Obcasy Extra* mit 39 %. In der Zeitschrift *Dobre Rady* bezogen sich sogar nur 30 % der Personenbezeichnungen ausschließlich auf eine Frau beziehungsweise mehrere Frauen.

Ergebnisse Kategorie 2: sollte auf Frau/Frauen bezogen sein

Nur in wenigen Fällen kommt es vor, dass im Kontext eine maskuline Personenbezeichnung verwendet wurde, obwohl von einer Frau beziehungsweise mehreren Frauen die Rede war. Die Zeitschriften *Cosmopolitan* und *Dobre Rady* haben den höchsten Prozentsatz (10 % und 12 %) bei dieser Auswertung. *Cosmopolitan* bemüht sich zwar und nimmt Rücksicht auf Frauen, um diese als solche zu benennen (zu 50 %), jedoch passiert es in 10 %, dass eine Frau beziehungsweise mehrere Frauen eine maskuline Bezeichnung bekommen. *Wysokie Obcasy Extra* und *Glamour* verwenden nur 5 % maskuliner Personenbezeichnungen für eine Frau.

Ergebnisse Kategorie 3: sollte auf Allgemeinheit bezogen sein

Die beiden polnischen Zeitschriften *Dobre Rady* und *Wysokie Obcasy Extra* erreichen bei jenen Personenbezeichnungen, die sich auf die Allgemeinheit beziehen sollten, jedoch aber nur die maskuline Form verwendet wird, den höchsten Wert (58 % und 56 %). Das Resultat von *Wysokie Obcasy Extra* überraschend, da sie die Zeitschrift ist, die die meisten emanzipatorischen Themen behandelt (vgl. Grafik 5). Dadurch könnte angenommen werden, dass die Zeitschrift hinsichtlich emanzipatorischer Gleichbehandlung fortgeschrittener ist, doch werden in 56 % der Fälle maskuline Personenbezeichnungen verwendet, obwohl diese aus dem Kontext heraus auf die Allgemeinheit, also auch auf Frauen, bezogen sind. Die Zeitschrift *Glamour* verwendet in über der Hälfte der gefunden Fälle die falsche Personenbezeichnung (51 %). Lediglich die Zeitschrift *Cosmopolitan* erreicht einen Wert von unter 50 %.

Ergebnisse Kategorie 4: maskuline und feminine Personenbezeichnung

Wie schon erwähnt, wurden anhand von vier Kategorien die Personenbezeichnungen analysiert, da aber in keinem Artikel der ausgewählten Zeitschriften weder die Möglichkeit der Beidbenennung noch des Splittings genutzt wurde, wird diese Kategorie nicht separat in der Grafik angezeigt. Dieser Umstand des nicht Vorhandensein ist ein wenig überraschend, da in der deutschen Sprache auf diese Möglichkeiten zunehmend zurückgegriffen wird.

Werden diese Ergebnisse mit Grafik 5 verglichen, zeigt sich ein eher umgekehrtes Bild. Obwohl *Cosmopolitan* keine emanzipatorischen Themen in keiner der ausgewählten Frauenzeitschriften behandelt hat und *Glamour* auch nur 10 Seiten vorweist, verwenden sie trotzdem mehrheitlich die richtigen femininen Personenbezeichnungen in deren Artikeln. *Wysokie Obcasy Extra* hingegen behandelt viele emanzipatorischen Themen, verwendet aber nur bei circa 1/3 der Personenbezeichnung die feminine Entsprechung. Warum es zu dieser Diskrepanz kommt, kann mit dem vorhandenen Datenmaterial nicht schlüssig erklärt werden. Dafür würden sowohl Vergangenheitswerte benötigt werden als auch eine tiefere Auseinandersetzung mit den Zeitschriften und deren Artikeln.

Alles in allem kann jedoch gesagt werden, dass in allen polnischen Zeitschriften mehrheitlich die falschen Personenbezeichnungen verwendet werden – dies zeigt sich aus der Summe der Kategorien 2 und 3. Die Frauenzeitschrift *Cosmopolitan* ist die einzige, die nicht die 50 % Marke überschreitet. Die sprachliche Gleichbehandlung der Frauen in der polnischen Sprache und Gesellschaft hat daher noch viel Verbesserungspotenzial.

Die Tabelle 2 zeigt Personenbezeichnungen auf, die während der Untersuchung aufgefallen sind und keine feminine Entsprechung haben.

<i>Wysokie Obcasy Extra</i>	<i>Glamour</i>	<i>Dobre Rady</i>	<i>Cosmopolitan</i>
alimenciarz (‘Alimentenzahler’)	arbiter (‘Spezialist’)	biskup (‘Bischof’)	coach (‘Coach’)
fachowiec (‘Fachmann’)	biotechnolog (‘Biotechnologe’)	burmistrz (‘Bürgermeister’)	filmowiec (‘Filmschaffender’)
geniusz (‘Genie’)	eks (‘Ex’)	chirurg (‘Chirurg’)	ginekolog (‘Gynäkologe’)
haker (‘Hacker’)	fashionista (‘Modeberater’)	darczyńca (‘Schenker’)	pirat (‘Pirat’)
kawalerzysta (‘Kavallerist’)	follower (‘Folger’)	detektyw (‘Detektiv’)	podporucznik (‘Unterleutnant’)
kuśnierz (‘Kürschner’)	fotoedytor (‘Foto-Editor’)	fachowiec (‘Fachmann’)	
lewicowiec (‘Linker’)	hipster (‘Hipster’)	filmowiec (‘Filmschaffender’)	
majsterkowicz (‘Heimwerker’)	naukowiec (‘Wissenschaftler’)	fotoedytor (‘Foto-Editor’)	

<i>Wysokie Obcasy Extra</i>	<i>Glamour</i>	<i>Dobre Rady</i>	<i>Cosmopolitan</i>
marketingowiec (‘Marketingmann’)	negocjant (‘Verhandlungs- partner’)	ginekolog (‘Gynäkologe’)	
mechanik (‘Mechaniker’)	paparazzi (‘Paparazzi’)	kibic (‘Fan’)	
mięczak (‘Weichling’)	PR-owca (‘PR-Agent’)	kostiumograf (‘Soziologin’)	
murarz (‘Maurer’)	surwiwalowiec (‘Überlebens- künstler’)	laryngolog (‘HNO-Arzt’)	
naprawiacz (‘Verbesserer’)		łasuch (‘Nascher’)	
naukowiec (‘Wissenschaftler’)		marszałek (‘Marschall’)	
nowojorczyk (‘New Yorker’)		naukowiec (‘Wissenschaftler’)	
papież (‘Papst’)		negocjant (‘Verhandlungs- partner’)	
politolog (‘Politologe’)		optometrysta (‘Optiker’)	
porucznik (‘Oberleutnant’)		pedagog (‘Pädagoge’)	
poseł (‘Bote’)		płetwonurek (‘Sporttaucher’)	
prawicowiec (‘Rechter’)		prezydent (‘Präsident’)	
premier (‘Premier’)		rycerz (‘Ritter’)	
prezydent (‘Präsident’)		sługa (‘Diener’)	
przemysłowca (‘Industrieller’)		sobowtór (‘Doppelgänger’)	
przerabiacz (‘Bearbeiter’)		starosta (‘Landrat’)	
psychiatra (‘Psychater’)		stomatolog (‘Stomatolog’)	
rabin (‘Rabbiner’)		uparciuch (‘Dickkopf’)	
stolarz (‘Tischler’)		widz (‘Augenzeuge’)	

<i>Wysokie Obcasy Extra</i>	<i>Glamour</i>	<i>Dobre Rady</i>	<i>Cosmopolitan</i>
szaleniec (‘Verrückter’)		wójt (‘Gemeinde- vorsteher’)	
szttywniak („steifer Mensch“)		wróg (‘Feind’)	
warsztatowiec (‘Werkstattarbeiter’)		zapisobiorca (‘Vermächtnis- nehmer’)	
wróg (‘Feind’)		zarządca (‘Verwalter’)	
zawodowiec (‘Profi’)			

Tabelle 2: Keine feminine Entsprechung

Tabelle 3 zeigt eine Gegenüberstellung der Summe von Personenbezeichnungen zu der Anzahl von Bezeichnungen, die keine feminine Entsprechung vorweisen. Das Ergebnis ist ein Wert, der diese beiden Zahlen in Relation zueinander stellt.

Frauenzeitschrift	Summe von Personen- bezeichnungen	Anzahl von Personenbezeichnungen mit keiner femininer Entsprechung	Relation der beiden Werte
<i>Wysokie Obcasy Extra</i>	542	32	5,90 %
<i>Glamour</i>	389	12	3,08 %
<i>Dobre Rady</i>	383	31	8,09 %
<i>Cosmopolitan</i>	358	6	1,68 %

Tabelle 3: Gegenüberstellung der Summe von Personenbezeichnungen zu der Anzahl von Bezeichnungen, die keine feminine Entsprechung vorweisen

Bei *Wysokie Obcasy Extra* wurden in Summe 32 Personenbezeichnungen gefunden, die keine feminine Entsprechung vorweisen können. Wird diese Anzahl in Relation mit der Gesamtanzahl (542) von Bezeichnungen für Personen in der Ausgabe gesetzt, wird ein Prozentsatz in Höhe von circa 6 % erreicht.

Die Zeitschrift *Dobre Rady* hat ein Beispiel weniger als *Wysokie Obcasy Extra*. Da in der untersuchten Ausgabe allerdings weniger Personenbezeichnungen gefunden werden konnten (383), weist diese Zeitschrift den höchsten Wert, nämlich über 8 %, auf.

In *Glamour* wurden 12 Beispiele, für die es keine feminine Entsprechung gibt, identifiziert. Da sich die Gesamtanzahl an Personenbezeichnungen nur unweigerlich von der der *Dobre Rady* unterscheidet, ist auch dementsprechend der Prozentsatz niedriger. Mit circa 3 % ist dieser Wert sogar um mehr als die Hälfte unter dem von *Dobre Rady*.

Den niedrigsten Prozentsatz – nämlich 1,68 – wird von der Zeitschrift *Cosmopolitan* erreicht.

Diese Werte miteinander zu vergleichen und zu interpretieren ist insofern schwierig, da diese Relationswerte vermutlich stark mit den Fokusthemen der jeweiligen Ausgabe korrelieren. Je nach Thema kann es vorkommen, dass die Anzahl an gefunden Beispielen, die keine femininen Entsprechungen vorweisen, stark schwankt. Dennoch kann hier festgehalten werden, dass sich *Cosmopolitan* am meisten bemüht. Im Vergleich zu den anderen Frauenzeitschriften verwendet diese die wenigsten maskulinen Personenbezeichnungen.

Werden diese Relationswerte mit den Ergebnissen aus Grafik 6 verglichen, lassen sich auch hier Gemeinsamkeiten finden. Wird die Grafik 6 näher betrachtet und werden jene Kategorien subsummiert, die eine falsche Personenbezeichnung darstellen (sollte auf Frau/Frauen bezogen sein und sollte auf Allgemeinheit bezogen sein), ist ersichtlich, dass die Zeitschrift *Dobre Rady* am öftesten keine feminine Bezeichnung verwendet haben und *Cosmopolitan* den niedrigsten Prozentsatz erreicht hat. Werden die Relationswerte aus Tabelle 3 in absteigender Reihenfolge sortiert, ergibt sich das gleiche Bild wie in Grafik 6. An erster Stelle ist die Zeitschrift *Dobre Rady*, gefolgt von *Wysokie Obcasy Extra*, *Glamour* und schlussendlich von *Cosmopolitan*. *Cosmopolitan* ist jene Zeitschrift, die am ehesten bemüht ist die Frau auch als solche zu benennen und bemüht sich Personenbezeichnungen, die keine feminine Entsprechungen haben, zu vermeiden.

Darüber hinaus kann bei Tabelle 2 festgehalten werden, dass *Cosmopolitan* und *Glamour* einige Anglizismen verwenden und es womöglich deshalb keine feminine Entsprechung zu diesen Personenbezeichnungen gibt. Beispiel hierfür sind *hipster* ('Hipster'), *follower* ('Folger'), *coach* ('Coach') et cetera. Bei *Wysokie Obcasy Extra* und *Glamour* wurde

vorallem bei Berufsbezeichnungen, wie *prezydent* ('Präsident'), *premier* ('Premier'), *papież* ('Papst'), *stolarz* ('Tischler'), *murarz* ('Maurer') et cetera keine feminine Entsprechung gefunden. Hierbei handelt es sich um Berufe, die historisch gesehen primär von Männern ausgeübt worden sind.

Tabelle 4 zeigt die Kreativität der Herausgeber/innen um die Frau zu benennen, sofern es ihnen möglich ist.

<i>Wysokie Obcasy Extra</i>	<i>Glamour</i>	<i>Dobre Rady</i>	<i>Cosmopolitan</i>
-	hipsterka (‘Hipsterin’)	-	fotoedytorka (‘Foto-Editorin’)
			politolożka (‘Politologin’)
			randkoholiczka (‘Daterin’)
			twardzielka (“harte Typin“)

Tabelle 4: Personenbezeichnungen nicht in den Wörterbüchern

Die Zeitschrift *Cosmopolitan* bemüht sich die Frau zu nennen, wie aus Grafik 6 (50 %) ersichtlich ist. Gibt es keine feminine Entsprechung, so bildet sie Neologismen, die sich auf die Frau beziehen, wie *fotoedytorka* ('Foto-Editorin'), *hipsterka* ('Hipsterin'). Diese Neologismen sind nicht in den Wörterbüchern vorzufinden. In der Zeitschrift *Glamour* wurde nur eine solche Personenbezeichnung gefunden. In *Wysokie Obcasy Extra* und *Dobre Rady* sind keine Neologismen vorhanden.

Tabelle 5 zeigt die 5 häufigsten Personenbezeichnungen, die sich im Kontext in den unterschiedlichen Frauenzeitschriften ausschließlich auf Frauen beziehen (Kategorie 1) und die 5 häufigsten Personenbezeichnungen, die nicht gegendert werden (Kategorie 2 und 3).

	<i>Cosmopolitan</i>	<i>Dobre Rady</i>	<i>Glamour</i>	<i>Wysokie Obcasy Extra</i>
	Personenbezeichnungen, die gegendert werden			
1	przyjaciółka ('Freundin')	koleżanka ('Kollegin')	gwiazda („weiblicher Star“)	feministka ('Feministin')
2	koleżanka ('Kollegin'), modelka ('Model')	przyjaciółka ('Freundin')	aktorka ('Schauspielerin'), modelka ('Model')	autorka ('Autorin'), koleżanka ('Kollegin'), Polka ('Polin'), programistka ('Programistin'), projektantka ('Projektantin'), wokalistka ('Vokalistin')
3	finalistka ('Finalistin'), stylistka ('Stylistin')	aktorka ('Schauspielerin'), bohaterka ('Heldin'), modelka ('Model')	blogerka ('Bloggerin')	katoliczka ('Katholin')
4	księżniczka ('Prinzessin'), szefowa ('Chefin')	czytelniczka ('Leserin')	przyjaciółka ('Freundin')	artystka ('Artistin'), konserwatystka ('Konservative')
5	autorka ('Autorin'), czytelniczka ('Leserin'), dziennikarka ('Journalistin'), królowa ('Königin')	autorka ('Autorin')	stylistka ('Stylistin')	działaczka ('Aktivistin'), dziennikarka ('Journalistin'), mentorka ('Mentorin'), partnerka ('Partnerin'), piosenkarka ('Sängerin'), pisakra ('Schriftstellerin'), przyjaciółka ('Freundin')
	Personenbezeichnungen, die nicht gegendert werden			
1	partner ('Partner')	lekarz ('Arzt')	hejter ('Hasser')	partner ('Partner')
2	przyjaciół ('Freund')	psycholog ('Psychologe')	projektant ('Projektant')	mieszkaniec ('Einwohner')
3	znajomy ('Bekannter')	przyjaciół ('Freund')	czytelnik ('Leser'), znajomy ('Bekannter')	dermatolog ('Dermatologe')
4	lekarz ('Arzt')	spadkobierca ('Erbe'),	fan ('Fan'), Żyd ('Jude')	przyjaciół ('Freund'), szef ('Chef')

		spadkodawca (‘Erblasser’)		
5	fryzjer (‘Friseur’)	dentysta (‘Zahnarzt’), notariusz (‘Notar’), znajomy (‘Bekanter’)	hipster (‘Hipster’), partner (‘Partner’), Polak (‘Pole’)	kolega (‘Kollege’), kurier (‘Kurier’), naukowiec (‘Wissenschaftler’), psycholog (‘Psychologe’)

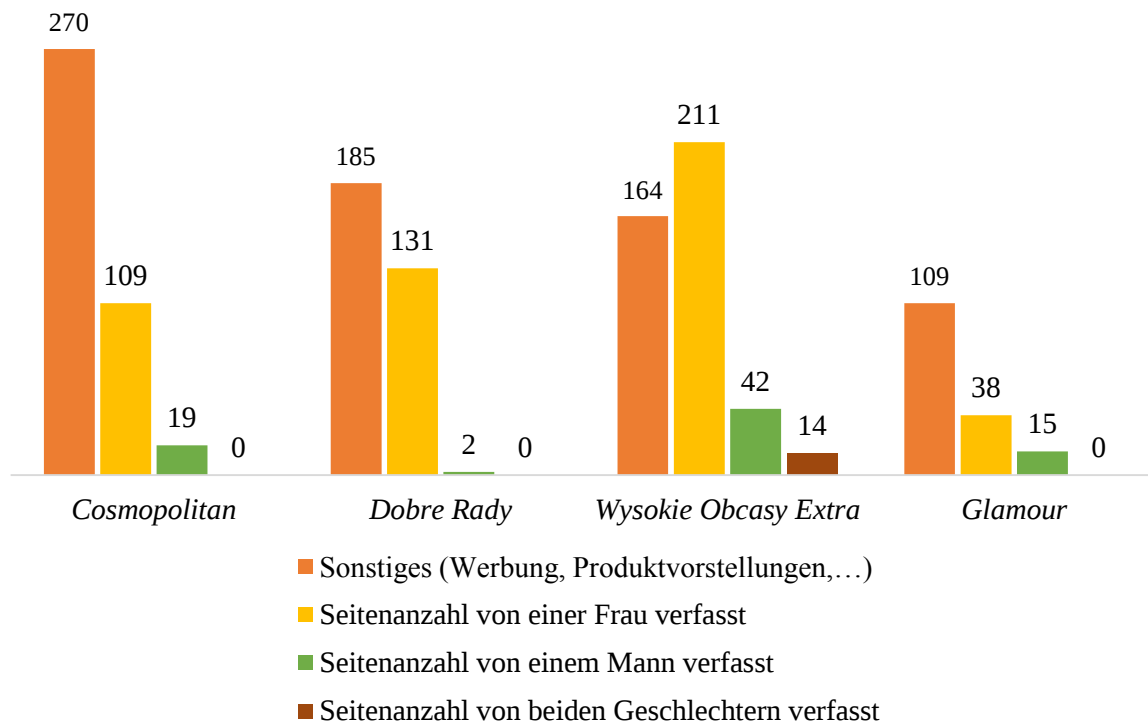
Tabelle 5: Top 5 Personenbezeichnungen, die (nicht) gegendert wurden

9.7 Schreiben auch Männer für Frauenzeitschriften?

Die Grafik 7 zeigt, dass die meisten Artikel in diesen Frauenzeitschriften von Frauen verfasst wurden, jedoch gibt es vereinzelt Seiten, die von einem Mann geschrieben worden sind. Dass beide Geschlechter einen Artikel zusammen schreiben, kam nur in *Wysokie Obcasy Extra* vor, hier wurden 14 Seiten gezählt.

Die Analyse hat ergeben, dass die Zeitschrift *Wysokie Obcasy Extra* die meisten Seiten (42 Seiten) von allen untersuchten Frauenzeitschriften Männern zur Verfügung stellt, um ihrer Schreibarbeit nachzugehen. Für *Dobre Rady* schreiben ausschließlich fast nur Frauen, mit Ausnahme von 2 Seiten, die ein Mann verfasst hat. *Cosmopolitan* widmet dem männlichem Geschlecht 19 Seiten und *Glamour* 15 Seiten.

Die Frage, ob Männer in diesen ausgewählten Frauenzeitschriften anders schreiben als Frauen, lässt sich für diese Arbeit nicht beantworten, denn ihnen wird nicht viel Platz in Frauenzeitschriften gewidmet, somit lässt sich das nicht beurteilen. Generell konnten keine Auffälligkeiten festgehalten werden.



Grafik 7: Seitenanzahl der von Frauen/Männern/beiden Geschlechtern verfassten Artikel

9.8 Wörterbuch

Dieser Teil der Arbeit dient als kleines Gender-Wörterbuch und stellt alphabetisch die Personenbezeichnungen dar, die in den ausgewählten Frauenzeitschriften vorkommen sind. Es wurden nur jene Bezeichnungen berücksichtigt, die sowohl eine maskuline als auch feminine Form haben. Personenbezeichnungen, zu denen es keine feminine Entsprechung gibt, wurden hier nicht beachtet – diese sind in Tabelle 2 dargestellt.

Zuerst werden die Personenbezeichnungen Polnisch-Deutsch und dann Deutsch-Polnisch aufgelistet. An dieser Stelle ist hinzuzufügen, dass es sich hierbei um eine Möglichkeit der Übersetzung handelt, da einige Personenbezeichnungen mehrere Synonyme haben.

9.8.1 Polnisch – Deutsch

rzeczownik męski	rzeczownik żeński	Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv
abonent	abonentka	Abonnent	Abonnentin
aborcjonista	aborcjonistka	Abtreibungs- befürworter	Abtreibungs- befürworterin
absolwent	absolwentka	Absolvent	Absolventin
adept	adeptka	Adept	Adeptin
administrator	administratorka	Verwalter	Verwalterin
adwokat	adwokatk	Anwalt	Anwältin
agent	agentka	Vermittler	Vermittlerin
aktor	aktorka	Schauspieler	Schauspielerin
aktywista	aktywistka	Aktivist	Aktivistin
akwysitor	akwysitorka	Akquisiteur	Akquisiteurin
alergik	alergiczk	Allergiker	Allergikerin
alkoholic	alkoholiczk	Alkoholiker	Alkoholikerin
amator	amatorka	Amateur	Amateurin
ambasador	ambasadorka	Botschafter	Botschafterin
Amerykan	Amerykanka	Amerikaner	Amerikanerin
anorektyk	anorektyczk	Magersüchtiger	Magersüchtige
aptekarz	aptekarzka	Apotheker	Apothekerin
architekt	architektka	Architekt	Architektin
arcymistrz	arcymistrzyni	Großmeister	Großmeisterin

rzeczownik męski	rzeczownik żeński	Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv
artylerzysta	artylerzystka	Artillerist	Artilleristin
artysta	artystka	Artist	Artistin
arystokrat	arystokratka	Aristokrat	Aristokratin
asystent	asystentka	Assistent	Assistentin
autor	autorka	Autor	Autorin
badacz	badaczka	Forscher	Forscherin
baletnik	baletniczka	Balletttänzer	Balletttänzerin
barman	barmanka	Barkellner	Barkellnerin
biegacz	biegaczka	Läufer	Läuferin
bliski	bliska	Verwandter	Verwandte
bloger	blogerka	Blogger	Bloggerin
blondyn	blondynka	blonder Mann	Blondine
bohater	bohaterka	Held	Heldin
bojownik	bojownicza	Kämpfer	Kämpferin
brunecik	brunetka	Braunhaariger (Mann)	Braunhaarige (Frau)
Brytyjk	Brytyjka	Brite	Britin
buddysta	buddystka	Buddhist	Buddhistin
buntownik	buntownicza	Rebell	Rebellin
celebryt	celebrytka	Berühmtheit	Berühmtheit
chrześcijanin	chrześcijanka	Christ	Christin
ciekawski	ciekawska	Neugieriger	Neugierige
czarodziej	czarodziejka	Zauberer	Zauberin
członek	członkini	Mitglied	Mitglied
czytelnik	czytelniczka	Leser	Leserin
dentysta	dentystka	Zahnarzt	Zahnärztin
dermatolog	dermatolożka	Dermatologe	Dermatologin
designer	designerka	Designer	Designerin
didżej	didżejka	DJ	DJ
dietetyk	dietetyczka	Diätassistent	Diätassistentin
doktor	doktorka	Doktor	Doktorin
domownik	domownicza	Hausbewohner	Hausbewohnerin
doradca	doradczyni	Berater	Beraterin
dorośli	dorośla	Erwachsener	Erwachsene
dostawca	dostawczyni	Lieferant	Lieferantin
dwunastolatek	dwunastolatka	Zwölfjähriger	Zwölfjährige

rzeczownik męski	rzeczownik żeński	Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv
dyrektor	dyrektorka	Direktor	Direktorin
działacz	działaczka	Aktivist	Aktivistin
działkowicz	działkowiczka	Kleingärtner	Kleingärtnerin
dziennikarz	dziennikarka	Journalist	Journalistin
dziwak	dziwaczka	Eigenbrötler	Eigenbrötlerin
egoista	egoistka	Egoist	Egoistin
eksmodel	eksmodelka	Ex-Model	Ex-Model
ekspert	ekspertka	Experte	Expertin
eksprojektant	eksprojektantka	Ex-Projektant	Ex-Projektantin
emeryt	emerytka	Rentner	Rentnerin
Europejczyk	Europejka	Europäer	Europäerin
fan	fanka	Anhänger	Anhängerin
farmaceuta	farmaceutka	Pharmazeut	Pharmazeutin
farmer	farmerka	Farmer	Farmerin
faworyt	faworytka	Favorit	Favoritin
felietonista	felietonistka	Feuilletonist	Feuilletonistin
feminista	feministka	Feminist	Feministin
Fin	Finka	Finne	Finnin
finansista	finansistka	Finanzfachmann	Finanzfachfrau
flirciarz	flirciara	Flirter	Flirterin
follower	followerka	Gefolgsmann	Gefolgsfrau
fotoedytor	fotoedytorka	Foto-Editor	Foto-Editorin
fotograf	fotografka	Fotograf	Fotografin
fotografik	fotograficzka	Kunstfotograf	Kunstfotografin
Francuz	Francuzka	Franzose	Französin
frankista	frankistka	Frankist	Frankistin
fryzjer	fryzjerka	Frisör	Frisörin
górnik	górniczka	Bergarbeiter	Bergarbeiterin
gospodarz	gospodyni	Hausherr	Hausherrin
grafik	graficzka	Grafiker	Grafikerin
guwerner	guwernantka	Hauslehrer	Hauslehrerin
gwiazdor	gwiazda	Star	Star
handlarz	handlarka	Händler	Händlerin
happener	happenerka	Aktionskünstler	Aktionskünstlerin
hejter	hejterka	Hasser	Hasserin
historyc	historyczka	Historiker	Historikerin

rzeczownik męski	rzeczownik żeński	Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv
hobbista	hobbistka	Hobbyist	Hobbyistin
Holonder	Holenderka	Holländer	Holländerin
hrabia	hrabina	Graf	Gräfin
humanista	humanistka	Humanist	Humanistin
idiota	idiotka	Idiot	Idiotin
idol	idolka	Idol	Idol
ikon	ikona	Ikone	Ikone
imigrant	imigrantka	Einwanderer	Einwanderin
informatyk	informatyczka	Informatiker	Informatikerin
instruktor	instruktorka	Instrukteur	Instrukteurin
internauta	internautka	Internetsurfer	Internetsurferin
interpretator	interpretatorka	Interpret	Interpretin
intrygant	intrygantka	Intrigant	Intrigantin
inżynier	inżynierka	Ingenieur	Ingenieurin
Irańczyk	Irlanka	Iraner	Iranerin
Izraelczyk	Izraelka	Israeli	Israelin
Japończyk	Japonka	Japaner	Japanerin
jubilat	jubilatka	Jubilar	Jubilarin
kaletnik	kaletniczka	Täschner	Täschnerin
Kanadyjczyk	Kanadyjka	Kanadier	Kanadierin
kandydat	kandydatka	Kandidat	Kandidatin
karierowicz	karierowiczka	Karrieremacher	Karrieremacherin
kasjer	kasjerka	Kassierer	Kassiererin
katolik	katoliczka	Katholik	Katholikin
kelner	kelnerka	Kellner	Kellnerin
kierownik	kierownicza	Leiter	Leiterin
klient	klientka	Kunde	Kundin
kochanek	kochanka	Geliebter	Geliebte
kociarz	kociara	Katzennarr	Katzennärrin
kolega	koleżanka	Kollege	Kollegin
kolekcjoner	kolekcjonerka	Sammler	Sammlerin
kolorysta	kolorystka	Kolorist	Koloristin
komentator	komentatorka	Kommentator	Kommentatorin
kompozytor	kompozytorka	Komponist	Komponistin
konserwatysta	konserwatystka	Konservativer	Konservative
konsultant	konsultantka	Konsultant	Konsultantin

rzeczownik męski	rzeczownik żeński	Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv
konsument	konsumentka	Konsument	Konsumentin
koordynator	koordynatorka	Koordinator	Koordinatorin
korekta	korektorka	Korrektor	Korrektorin
kosmetolog	kosmetyczka	Kosmetologe	Kosmetologin
krawiec	krawcowa	Schneider	Schneiderin
król	królowa	König	Königin
krytyk	krytyczka	Kritiker	Kritikerin
książę	księżna	Fürst	Fürstin
księgowy	księgowa	Buchhalter	Buchhalterin
kucharz	kucharka	Koch	Köchin
kulturoznawca	kulturoznawczyni	Kulturwissen- schaftler	Kulturwissen- schaftlerin
kurier	kurierka	Kurier	Kurierin
łapówkarz	łapówkarka	Schmiergeld- Nehmer	Schmiergeld- Nehmerin
laureat	laureatka	Preisträger	Preisträgerin
lekarz	lekarka	Arzt	Ärztin
librecista	librecistka	Librettist	Librettistin
licealista	licealistka	Oberschüler	Oberschülerin
lider	liderka	Führer	Führerin
lokator	lokatorka	Mieter	Mieterin
londyńczyk	londyńczyanka	Londoner	Londonerin
łowczy	łowczyni	Jäger	Jägerin
makijażysta	makijażystka	Make-Up Artist	Make-Up Artistin
malarz	malarka	Maler	Malerin
małżonek	małżonka	Ehemann	Ehefrau
matematyk	matematyczka	Mathematiker	Mathematikerin
materialista	materalistka	Materialist	Materialistin
maturzysta	maturzystka	Abiturient	Abiturientin
menedżer	menedżerka	Manager	Managerin
mentor	mentorka	Mentor	Mentorin
miejscowy	miejskowa	Einheimischer	Einheimische
mieszkaniec	mieszkanka	Einwohner	Einwohnerin
miłośnik	miłośniczka	Liebhaber	Liebhaberin
minimalista	minimalistka	Minimalist	Minimalistin
model	modelka	Model	Model
muzułmanin	muzułmanka	Muslim	Muslimin

rzeczownik męski	rzeczownik żeński	Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv
muzyk	muzyczka	Musiker	Musikerin
nabywca	nabywczyni	Käufer	Käuferin
narciarz	narciarka	Skiläufer	Skiläuferin
narrator	narratorka	Erzähler	Erzählerin
narzeczony	narzeczona	Bräutigam	Braut
nastolatek	nastolatka	Teenager	Teenagerin
nauczyciel	nauczycielka	Lehrer	Lehrerin
Niemiec	Niemka	Deutscher	Deutsche
nieobecny	nieobecna	Geistesabwesender	Geistesabwesende
niepełnosprawny	niepełnosprawna	Behinderter	Behinderte
nieprzyjaciół	nieprzyjaciółka	Feind	Feindin
niestolatek	niestolatka	Nichtvolljähriger	Nichtvolljährige
nieznajomy	nieznajoma	Fremder	Fremde
nosiciel	nosicielka	Überträger	Überträgerin
notariusz	notariuszka	Notar	Notarin
obdarowany	obdarowana	Beschenkter	Beschenkte
obserwator	obserwatorka	Beobachter	Beobachterin
odbiorca	odbiorczyni	Empfänger	Empfängerin
odkrywca	odkrywczyni	Entdecker	Entdeckerin
okulista	okulistka	Augenarzt	Augenärztin
operator	operatorka	Betreiber	Betreiberin
opiekun	opiekunka	Betreuer	Betreuerin
organizator	organizatorka	Veranstalter	Veranstalterin
oszuśta	oszuśtka	Betrüger	Betrügerin
pacjent	pacjentka	Patient	Patientin
palacz	palaczka	Raucher	Raucherin
Palestyńczyk	Palestyńczyńska	Palästinenser	Palästinenserin
partner	partnerka	Partner	Partnerin
pasażer	pasażerka	Passagier	Passagierin
pasierb	pasierbica	Stiefsohn	Stieftochter
pedant	pedantka	Pedant	Pedantin
perfekcjonista	perfekcjonistka	Perfektionist	Perfektionistin
pianista	pianistka	Pianist	Pianistin
pięciolatek	pięciolatka	Fünfjähriger	Fünfjährige
piekarz	piekarka	Bäcker	Bäckerin
pielęgniarsz	pielęgniarska	Krankenpfleger	Krankenschwester

rzeczownik męski	rzeczownik żeński	Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv
pieniacz	pieniaczka	Choleriker	Cholerikerin
pionier	pionierka	Pionier	Pionierin
piosenkarz	piosenkarka	Sänger	Sängerin
pisarz	pisarka	Schriftsteller	Schriftstellerin
podróżnik	podróżniczka	Reisender	Reisende
podrywacz	podrywaczka	Schürzenjäger	Schürzenjägerin
poeta	poetka	Dichter	Dichterin
Polak	Polka	Pole	Polin
półfinalista	półfinalistka	Halbfinalist	Halbfinalistin
policjant	policjantka	Polizist	Polizistin
polityk	polityczka	Politiker	Politikerin
pomysłodawca	pomysłodawczyni	Urheber	Urheberin
poprzednik	poprzedniczka	Vorgänger	Vorgängerin
populista	populistka	Populist	Populistin
posiadacz	posiadaczka	Eigentümer	Eigentümerin
pośrednik	pośredniczka	Vermittler	Vermittlerin
poszukiwacz	poszukiwaczka	Sucher	Sucherin
pracodawca	pracodawczyni	Arbeitgeber	Arbeitgeberin
pracoholik	pracoholiczka	Workaholic	Workaholic
pracownik	pracowniczk	Angestellter	Angestellte
prawnik	prawniczka	Rechtsanwalt	Rechtsanwältin
praworęczy	praworęczna	Rechtshänder	Rechtshänderin
prezes	prezeska	Geschäftsführer	Geschäftsführerin
producent	producentka	Produzent	Produzentin
profesjonalista	profesjonalistka	Profi	Profi
profesor	profesorka	Professor	Professorin
programista	programistka	Programmierer	Programmiererin
projektant	projektantka	Projektant	Projektantin
prokurator	prokurator	Staatsanwalt	Staatsanwältin
przeciwnik	przeciwniczka	Gegner	Gegnerin
przedstawiciel	przedstawicielka	Vertreter	Vertreterin
przyjaciół	przyjaciółka	Freund	Freundin
psycholog	psycholożka	Psychologe	Psychologin
psychoterapeuta	psychoterapeutka	Psychotherapeut	Psychotherapeutin
realizator	realizator	Ausführender	Ausführende
recenzent	recenzentka	Rezensent	Rezensentin

rzeczownik męski	rzeczownik żeński	Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv
recepcjonista	recepcjonistka	Empfangschef	Empfangsdame
redaktor	redaktorka	Redakteur	Redakteurin
reprezentant	reprezentantka	Repräsentant	Repräsentantin
restaurator	restauratorka	Restaurator	Restauratorin
reżyser	reżyserka	Regisseur	Regisseurin
robotnik	robotnica	Arbeiter	Arbeiterin
rodak	rodaczka	Landsmann	Landfrau
rolnik	rolniczka	Bauer	Bäuerin
romantyk	romantyczka	Romantiker	Romantikerin
rówieśnik	rówieśniczka	Gleichaltriger	Gleichaltrige
rozmówca	rozmówczyni	Gesprächspartner	Gesprächspartnerin
rzecznik	rzeczniczka	Pressesprecher	Pressesprecherin
rzemieślnik	rzemieślniczka	Handwerker	Handwerkerin
rzeźnik	rzeźniczka	Fleischer	Fleischerin
sąsiad	sąsiadka	Nachbar	Nachbarin
scenarzysta	scenarzystka	Drehbuchautor	Drehbuchautorin
sędzia	sędzina	Richter	Richterin
sekretarz	sekretarka	Sekretär	Sekretärin
senior	seniorka	Senior	Seniorin
siatkarz	siatkarka	Volleyballspieler	Volleyballspielerin
singiel	singielka	Single	Single
siostrzeniec	siostrzenica	Neffe	Nichte
słuchacz	słuchaczka	Zuhörer	Zuhörerin
smakosz	smakoszka	Feinschmecker	Feinschmeckerin
socjolog	socjolożka	Soziologe	Soziologin
spadkobierca	spadkobierczyni	Erbe	Erbin
spadkodawca	spadkodawczyni	Erblasser	Erblasserin
specjalista	specjalistka	Spezialist	Spezialistin
spekulanta	spekulantka	Spekulant	Spekulantin
spóźnialski	spóźnialska	Nachzügler	Nachzüglerin
sprzątacze	sprzątaczkę	Putzer	Putzfrau
sprzedawca	sprzedawczyni	Verkäufer	Verkäuferin
staruszek	staruszka	Greis	Greisin
stażysta	stażystka	Praktikant	Praktikantin
steward	stewardesa	Steward	Stewardess
strażnik	strażniczka	Wachmann	Wachfrau

rzeczownik męski	rzeczownik żeński	Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv
student	studentka	Student	Studentin
stylista	stylistka	Stylist	Stylistin
supermodel	supermodelka	Supermodel	Supermodel
surfer	surferka	Surfer	Surferin
świadek	świadkowa	Zeuge	Zeugin
szef	szefowa	Chef	Chefin
szewc	szewcowa	Schuster	Schusterin
tancerz	tancerka	Tänzer	Tänzerin
terapeuta	terapeutka	Therapeut	Therapeutin
terrorysta	terrorystka	Terrorist	Terroristin
trendsetter	trendsetterka	Trendsetter	Trendsetterin
trener	trenerka	Trainer	Trainerin
Turek	Turczynka	Türke	Türkin
turysta	turystka	Tourist	Touristin
twórca	twórczyni	Künstler	Künstlerin
tyran	tyranka	Tyrann	Tyrannin
uczeń	uczennica	Schüler	Schülerin
uczestnik	uczestniczka	Teilnehmer	Teilnehmerin
ukochany	ukochana	Geliebter	Geliebte
urzędnik	urzędniczka	Beamter	Beamtin
użytkownik	użytkowniczka	Benutzer	Benutzerin
wariat	wariatka	Irrer	Irre
warszawianin	warszawianka	Warschauer	Warschauerin
weganin	weganka	Veganer	Veganerin
wegetarianin	wegetarianka	Vegetarier	Vegetarierin
Węgier	Węgierka	Ungar	Ungarin
wenecjanin	wenecjanka	Venezianer	Venezianerin
wiceprezes	wiceprezeska	stellvertretender Vorstandsvor- sitzender	stellvertretende Vorstandsvor- sitzende
wielbiciel	wielbicielka	Liebhaber	Liebhaberin
wierzyciel	wierzycielka	Gläubiger	Gläubigerin
wizjoner	wizjonerka	Visionär	Visionärin
właściciel	właścicielka	Besitzer	Besitzerin
Włoch	Włoszka	Italiener	Italienerin
wojownik	wojowniczk	Krieger	Kriegerin
wokalista	wokalistka	Vokalist	Vokalistin

rzeczownik męski	rzeczownik żeński	Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv
wolontariusz	wolontariuszka	Freiwilliger	Freiwillige
współpracownik	współpracowniczka	Zeitungsmitarbeiter	Zeitungsmitarbeiterin
współwłaściciel	współwłaścicielka	Mitinhaber	Mitinhaberin
wychowawca	wychowawczyni	Erzieher	Erzieherin
wydawca	wydawczyni	Herausgeber	Herausgeberin
wykładowca	wykładowczyni	Hochschullehrer	Hochschullehrerin
wykonawca	wykonawczyni	Darsteller	Darstellerin
wynalazca	wynalazczyni	Erfinder	Erfinderin
założyciel	założycielka	Gründer	Gründerin
zastępca	zastępczyni	Stellvertreter	Stellvertreterin
żeglarz	żeglarka	Segler	Seglerin
zmarły	zmarła	Verstorbener	Verstorbene
znajomy	znajoma	Bekannter	Bekannte
znawca	znawczyni	Fachmann	Fachfrau
żołnierz	żołnierka	Soldat	Soldatin
zwolennik	zwolenniczka	Befürworter	Befürworterin
Żyd	Żydówka	Jude	Jüdin

9.8.2 Deutsch – Polnisch

Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv	rzeczownik męski	rzeczownik żeński
Abiturient	Abiturientin	maturzysta	maturzystka
Abonnent	Abonnentin	abonent	abonentka
Absolvent	Absolventin	absolwent	absolwentka
Abtreibungs- befürworter	Abtreibungs- befürworterin	aborcjonista	aborcjonistka
Adept	Adeptin	adept	adeptka
Akquisiteur	Akquisiteurin	akwysitor	akwysitorka
Aktionskünstler	Aktionskünstlerin	happener	happenerka
Aktivist	Aktivistin	aktywista	aktywistka
Aktivist	Aktivistin	działacz	działaczka
Alkoholiker	Alkoholikerin	alkoholic	alkoholiczka
Allergiker	Allergikerin	alergik	alergiczka
Amateur	Amateurin	amator	amatorka
Amerikaner	Amerikanerin	Amerykan	Amerykanka
Angestellter	Angestellte	pracownik	pracownicza
Anhänger	Anhängerin	fan	fanka
Anwalt	Anwältin	adwokat	adwokatk
Apotheker	Apothekerin	aptekarz	aptekarka
Arbeiter	Arbeiterin	robotnik	robotnica
Arbeitgeber	Arbeitgeberin	pracodawca	pracodawczyni
Architekt	Architektin	architekt	architektka
Aristokrat	Aristokratin	arystokrat	arystokratka
Artillerist	Artilleristin	artylerzysta	artylerzystka
Artist	Artistin	artysta	artystka
Arzt	Ärztin	lekarz	lekarka
Assistent	Assistentin	asystent	asystentka
Augenarzt	Augenärztin	okulista	okulistka
Ausführender	Ausführende	realizator	realizatorka
Autor	Autorin	autor	autorka
Bäcker	Bäckerin	piekarz	piekarka
Balletttänzer	Balletttänzerin	baletnik	baletniczka
Barkellner	Barkellnerin	barman	barmanka
Bauer	Bäuerin	rolnik	rolniczka
Beamter	Beamtin	urzędnik	urzędniczka

Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv	rzeczownik męski	rzeczownik żeński
Befürworter	Befürworterin	zwolennik	zwolenniczka
Behinderter	Behinderte	niepełnosprawny	niepełnosprawna
Bekannter	Bekannte	znajomy	znajoma
Benutzer	Benutzerin	użytkownik	użytkowniczka
Beobachter	Beobachterin	obserwator	obserwatorka
Berater	Beraterin	doradca	doradczyni
Bergarbeiter	Bergarbeiterin	górnik	górniczka
Berühmtheit	Berühmtheit	celebryt	celebrytka
Beschenkter	Beschenkte	obdarowany	obdarowana
Besitzer	Besitzerin	właściciel	właścicielka
Betreiber	Betreiberin	operator	operatorka
Betreuer	Betreuerin	opiekun	opiekunka
Betrüger	Betrügerin	oszuśta	oszuśtka
Blogger	Bloggerin	bloger	blogerka
blonder Mann	Blondine	blondyn	blondynka
Botschafter	Botschafterin	ambasador	ambasadorka
Braunhaariger (Mann)	Braunhaarige (Frau)	brunecik	brunetka
Bräutigam	Braut	narzeczony	narzeczona
Brite	Britin	Brytyjk	Brytyjka
Buchhalter	Buchhalterin	księgowy	księgowia
Buddhist	Buddhistin	buddysta	buddystka
Chef	Chefin	szef	szefowa
Choleriker	Cholerikerin	pieniacz	pieniaczka
Christ	Christin	chrześcijanin	chrześcijanka
Darsteller	Darstellerin	wykonawca	wykonawczyni
Dermatologe	Dermatologin	dermatolog	dermatolożka
Designer	Designerin	designer	designerka
Deutscher	Deutsche	Niemiec	Niemka
Diätassistent	Diätassistentin	dietetyk	dietetyczka
Dichter	Dichterin	poeta	poetka
Direktor	Direktorin	dyrektor	dyrektorka
DJ	DJ	didżej	didżejka
Doktor	Doktorin	doktor	doktorka
Drehbuchautor	Drehbuchautorin	scenarzysta	scenarzystka
Egoist	Egoistin	egoista	egoistka

Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv	rzeczownik męski	rzeczownik żeński
Ehemann	Ehefrau	małżonek	małżonka
Eigenbrötler	Eigenbrötlerin	dziwak	dziwaczka
Eigentümer	Eigentümerin	posiadacz	posiadaczka
Einheimischer	Einheimische	miejscowy	miejscowa
Einwanderer	Einwanderin	imigrant	imigrantka
Einwohner	Einwohnerin	mieszkaniec	mieszkanka
Empfänger	Empfängerin	odbiorca	odbiorczyni
Empfangschef	Empfangsdame	recepjonista	recepjonistka
Entdecker	Entdeckerin	odkrywca	odkrywczyń
Erbe	Erbin	spadkobierca	spadkobierczyni
Erblasser	Erblasserin	spadkodawca	spadkodawczyni
Erfinder	Erfinderin	wynalazca	wynalazczyni
Erwachsener	Erwachsene	dorośły	dorośła
Erzähler	Erzählerin	narrator	narratorka
Erzieher	Erzieherin	wychowawca	wychowawczyni
Europäer	Europäerin	Europejczyk	Europejka
Ex-Model	Ex-Model	eksmodeł	eksmodełka
Experte	Expertin	ekspert	ekspertka
Ex-Projektant	Ex-Projektantin	eksprojektant	eksprojektantka
Fachmann	Fachfrau	znawca	znawczyni
Farmer	Farmerin	farmer	farmerka
Favorit	Favoritin	faworyt	faworytka
Feind	Feindin	nieprzyjaciół	nieprzyjaciółka
Feinschmecker	Feinschmeckerin	smakosz	smakoszka
Feminist	Feministin	feminista	feministka
Feuilletonist	Feuilletonistin	felietonista	felietonistka
Finanzfachmann	Finanzfachfrau	finansista	finansistka
Finne	Finnin	Fin	Finka
Fleischer	Fleischerin	rzeźnik	rzeźniczka
Flirter	Flirterin	flirciarz	flirciara
Forscher	Forscherin	badacz	badaczka
Foto-Editor	Foto-Editorin	fotoedytor	fotoedytorka
Fotograf	Fotografin	fotograf	fotografka
Frankist	Frankistin	frankista	frankistka
Franzose	Französin	Francuz	Francuzka
Freiwilliger	Freiwillige	wolontariusz	wolontariuszka

Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv	rzeczownik męski	rzeczownik żeński
Fremder	Fremde	nieznajomy	nieznajoma
Freund	Freundin	przyjaciół	przyjaciółka
Frisör	Frisörin	fryzjer	fryzjerka
Führer	Führerin	lider	liderka
Fünfjähriger	Fünfjährige	pięciolatek	pięciolatka
Fürst	Fürstin	książę	księżna
Gefolgsmann	Gefolgsfrau	follower	followerka
Gegner	Gegnerin	przeciwnik	przeciwniczka
Geistesabwesender	Geistesabwesende	nieobecny	nieobecna
Geliebter	Geliebte	kochanek	kochanka
Geliebter	Geliebte	ukochany	ukochana
Geschäftsführer	Geschäftsführerin	prezes	prezeska
Gesprächspartner	Gesprächspartnerin	rozmówca	rozmówczyni
Gläubiger	Gläubigerin	wierzyciel	wierzycielka
Gleichaltriger	Gleichaltrige	rówieśnik	rówieśniczka
Graf	Gräfin	hrabia	hrabina
Grafiker	Grafikerin	grafik	graficzka
Greis	Greisin	staruszek	staruszka
Großmeister	Großmeisterin	arcymistrz	arcymistrzyni
Gründer	Gründerin	założyciel	założycielka
Halbfinalist	Halbfinalistin	półfinalista	półfinalistka
Händler	Händlerin	handlarz	handlarka
Handwerker	Handwerkerin	rzemieślnik	rzemieślniczka
Hasser	Hasserin	hejter	hejterka
Hausbewohner	Hausbewohnerin	domownik	domowniczka
Hausherr	Hausherrin	gospodarz	gospodyni
Hauslehrer	Hauslehrerin	guwerner	guwernantka
Held	Heldin	bohater	bohaterka
Herausgeber	Herausgeberin	wydawca	wydawczyni
Historiker	Historikerin	historyc	historyczka
Hobbyist	Hobbyistin	hobbista	hobbistka
Hochschullehrer	Hochschullehrerin	wykładowca	wykładowczyni
Holländer	Holländerin	Holonder	Holenderka
Humanist	Humanistin	humanista	humanistka
Idiot	Idiotin	idiota	idiotka
Idol	Idol	idol	idolka

Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv	rzeczownik męski	rzeczownik żeński
Ikone	Ikone	ikon	ikona
Informatiker	Informatikerin	informatyk	informatyczka
Ingenieur	Ingenieurin	inżynier	inżynierka
Instrukteur	Instrukteurin	instruktor	instruktorka
Internetsurfer	Internetsurferin	internauta	internautka
Interpret	Interpretin	interpretator	interpretatorka
Intrigant	Intrigantin	intrygant	intrygantka
Iraner	Iranerin	Irańczyk	Irlanka
Irrer	Irre	wariat	wariatka
Israeli	Israelin	Izraelczyk	Izraelka
Italiener	Italienerin	Włoch	Włoszka
Jäger	Jägerin	łowczy	łowczyni
Japaner	Japanerin	Japończyk	Japonka
Journalist	Journalistin	dziennikarz	dziennikarka
Jubilar	Jubilarin	jubilat	jubilatka
Jude	Jüdin	Żyd	Żydówka
Kämpfer	Kämpferin	bojownik	bojownicza
Kanadier	Kanadierin	Kanadyjczyk	Kanadyjka
Kandidat	Kandidatin	kandydat	kandydatka
Karrieremacher	Karrieremacherin	karierowicz	karierowiczka
Kassierer	Kassiererin	kasjer	kasjerka
Katholik	Katholikin	katolik	katoliczka
Katzennarr	Katzennärrin	kociarz	kociara
Käufer	Käuferin	nabywca	nabywczyni
Kellner	Kellnerin	kelner	kelnerka
Kleingärtner	Kleingärtnerin	działkowicz	działkowiczka
Koch	Köchin	kucharz	kucharka
Kollege	Kollegin	kolega	koleżanka
Kolorist	Koloristin	kolorysta	kolorystka
Kommentator	Kommentatorin	komentator	komentatorka
Komponist	Komponistin	kompozytor	kompozytorka
König	Königin	król	królowa
Konservativer	Konservative	konserwatysta	konserwatystka
Konsultant	Konsultantin	konsultant	konsultantka
Konsument	Konsumentin	konsument	konsumentka
Koordinator	Koordinatorin	koordynator	koordynatorka

Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv	rzeczownik męski	rzeczownik żeński
Korrektor	Korrektorin	korekta	korektorka
Kosmetologe	Kosmetologin	kosmetolog	kosmetyczka
Krankenpfleger	Krankenschwester	pielęgniarz	pielęgniarka
Krieger	Kriegerin	wojownik	wojownicza
Kritiker	Kritikerin	krytyk	krytyczka
Kulturwissen- schaftler	Kulturwissen- schaftlerin	kulturoznawca	kulturoznawczyni
Kunde	Kundin	klient	klientka
Kunstfotograf	Kunstfotografin	fotografik	fotograficzka
Künstler	Künstlerin	twórca	twórczyni
Kurier	Kurierin	kurier	kurierka
Landsmann	Landfrau	rodak	rodaczka
Läufer	Läuferin	biegacz	biegaczka
Lehrer	Lehrerin	nauczyciel	nauczycielka
Leiter	Leiterin	kierownik	kierownicza
Leser	Leserin	czytelnik	czytelniczka
Librettist	Librettistin	librecista	librecistka
Liebhaber	Liebhaberin	miłośnik	miłośniczka
Liebhaber	Liebhaberin	wielbiciel	wielbicielka
Lieferant	Lieferantin	dostawca	dostawczyni
Londoner	Londonerin	londyńczyk	londyńczynka
Magersüchtiger	Magersüchtige	anorektyk	anorektyczka
Maler	Malerin	malarz	malarka
Manager	Managerin	menedżer	menedżerka
Make-Up Artist	Make-Up Artistin	makijażysta	makijażystka
Materialist	Materialistin	materialista	materialistka
Mathematiker	Mathematikerin	matematyk	matematyczka
Mentor	Mentorin	mentor	mentorka
Mieter	Mieterin	lokator	lokatorka
Minimalist	Minimalistin	minimalista	minimalistka
Mitglied	Mitglied	członek	członkini
Mitinhaber	Mitinhaberin	współwłaściciel	współwłaścicielka
Model	Model	model	modelka
Musiker	Musikerin	muzyk	muzyczka
Muslim	Muslimin	muzułmanin	muzułmanka
Nachbar	Nachbarin	sąsiad	sąsiadka

Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv	rzeczownik męski	rzeczownik żeński
Nachzügler	Nachzüglerin	spóźnialski	spóźnialska
Neffe	Nichte	siostrzeniec	siostrzenica
Neugieriger	Neugierige	ciekawski	ciekawska
Nichtvolljähriger	Nichtvolljährige	niestolatek	niestolatka
Notar	Notarin	notariusz	notariuszka
Oberschüler	Oberschülerin	licealista	licealistka
Palästinenser	Palästinenserin	Palestyńczyk	Palestyńczyka
Partner	Partnerin	partner	partnerka
Passagier	Passagierin	pasażer	pasażerka
Patient	Patientin	pacjent	pacjentka
Pedant	Pedantin	pedant	pedantka
Perfektionist	Perfektionistin	perfekcjonista	perfekcjonistka
Pharmazeut	Pharmazeutin	farmaceuta	farmaceutka
Pianist	Pianistin	pianista	pianistka
Pionier	Pionierin	pionier	pionierka
Pole	Polin	Polak	Polka
Politiker	Politikerin	polityk	polityczka
Polizist	Polizistin	policjant	policjantka
Populist	Populistin	populista	populistka
Praktikant	Praktikantin	stażysta	stażystka
Preisträger	Preisträgerin	laureat	laureatka
Pressesprecher	Pressesprecherin	rzecznik	rzeczniczka
Produzent	Produzentin	producent	producentka
Professor	Professorin	profesor	profesorka
Profi	Profi	profesjonalista	profesjonalistka
Programmierer	Programmiererin	programista	programistka
Projektant	Projektantin	projektant	projektantka
Psychologe	Psychologin	psycholog	psycholożka
Psychotherapeut	Psychotherapeutin	psychoterapeuta	psychoterapeutka
Putzmann	Putzfrau	sprzątac	sprzątaczk
Raucher	Raucherin	palacz	palaczka
Rebell	Rebellin	buntownik	buntowniczk
Rechtsanwalt	Rechtsanwältin	prawnik	prawniczka
Rechtshänder	Rechtshänderin	praworęczy	praworęczna
Redakteur	Redakteurin	redaktor	redaktorka
Regisseur	Regisseurin	reżyser	reżyserka

Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv	rzeczownik męski	rzeczownik żeński
Reisender	Reisende	podróżnik	podróżniczka
Rentner	Rentnerin	emeryt	emerytka
Repräsentant	Repräsentantin	reprezentant	reprezentantka
Restaurator	Restauratorin	restaurator	restauratorka
Rezensent	Rezensentin	recenzent	recenzentka
Richter	Richterin	sędzia	sędzina
Romantiker	Romantikerin	romantyk	romantyczka
Sammler	Sammlerin	kolekcjoner	kolekcjonerka
Sänger	Sängerin	piosenkarz	piosenkarka
Schauspieler	Schauspielerin	aktor	aktorka
Schmiergeld- Nehmer	Schmiergeld- Nehmerin	łapówkarz	łapówkarka
Schneider	Schneiderin	krawiec	krawcowa
Schriftsteller	Schriftstellerin	pisarz	pisarka
Schüler	Schülerin	uczeń	uczennica
Schürzenjäger	Schürzenjägerin	podrywacz	podrywaczka
Schuster	Schusterin	szewc	szewcowa
Segler	Seglerin	żeglarz	żeglarka
Sekretär	Sekretärin	sekretarz	sekretarka
Senior	Seniorin	senior	seniorka
Single	Single	singiel	singielka
Skiläufer	Skiläuferin	narciarz	narciarka
Soldat	Soldatin	żołnierz	żołnierka
Soziologe	Soziologin	socjolog	socjolożka
Spekulant	Spekulantin	spekulanta	spekulantka
Spezialist	Spezialistin	specjalista	specjalistka
Staatsanwalt	Staatsanwältin	prokurator	prokuratorka
Star	Star	gwiazdor	gwiazda
stellvertretender Vorstandsvor- sitzender	stellvertretende Vorstandsvor- sitzende	wiceprezes	wiceprezeska
Stellvertreter	Stellvertreterin	zastępca	zastępczyni
Steward	Stewardess	steward	stewardesa
Stiefsohn	Stieftochter	pasierb	pasierbica
Student	Studentin	student	studentka
Stylist	Stylistin	stylista	stylistka
Sucher	Sucherin	poszukiwacz	poszukiwaczka

Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv	rzeczownik męski	rzeczownik żeński
Supermodel	Supermodel	supermodel	supermodelka
Surfer	Surferin	surfer	surferka
Tänzer	Tänzerin	tancerz	tancerka
Täschner	Täschnerin	kaletnik	kaletniczka
Teenager	Teenagerin	nastolatek	nastolatka
Teilnehmer	Teilnehmerin	uczestnik	uczestniczka
Terrorist	Terroristin	terrorysta	terrorystka
Therapeut	Therapeutin	terapeuta	terapeutka
Tourist	Touristin	turysta	turystka
Trainer	Trainerin	trener	trenerka
Trendsetter	Trendsetterin	trendsetter	trendsetterka
Türke	Türkin	Turek	Turczynka
Tyrann	Tyrannin	tyran	tyranka
Überträger	Überträgerin	nosiciel	nosicielka
Ungar	Ungarin	Węgier	Węgierka
Urheber	Urheberin	pomysłodawca	pomysłodawczyni
Veganer	Veganerin	weganin	weganka
Vegetarier	Vegetarierin	wegetarianin	wegetarianka
Venezianer	Venezianerin	wenecjanin	wenecjanka
Veranstalter	Veranstalterin	organizator	organizatorka
Verkäufer	Verkäuferin	sprzedawca	sprzedawczyni
Vermittler	Vermittlerin	agent	agentka
Vermittler	Vermittlerin	pośrednik	pośredniczka
Verstorbener	Verstorbene	zmarły	zmarła
Vertreter	Vertreterin	przedstawiciel	przedstawicielka
Verwalter	Verwalterin	administrator	administratorka
Verwandter	Verwandte	bliski	bliska
Visionär	Visionärin	wizjoner	wizjonerka
Vokalist	Vokalistin	wokalista	wokalistka
Volleyballspieler	Volleyballspielerin	siatkarz	siatkarka
Vorgänger	Vorgängerin	poprzednik	poprzedniczka
Wachmann	Wachfrau	strażnik	strażniczka
Warschauer	Warschauerin	warszawianin	warszawianka
Workaholic	Workaholic	pracoholik	pracoholiczka
Zahnarzt	Zahnärztin	dentysta	dentystka
Zauberer	Zauberin	czarodziej	czarodziejka

Maskulines Substantiv	Feminines Substantiv	rzeczownik męski	rzeczownik żeński
Zeitungsmitarbeiter	Zeitungsmitarbeiterin	współpracownik	współpracowniczka
Zeuge	Zeugin	świadek	świadkowa
Zuhörer	Zuhörerin	słuchacz	słuchaczka
Zwölfjähriger	Zwölfjährige	dwunastolatek	dwunastolatka

10 Zusammenfassung

10.1 Zusammenfassung Deutsch

Die sprachliche Abwertung der Frau im Polnischen bleibt oft im Gegensatz zu dem gesellschaftlichen Unterschied zwischen den beiden Geschlechtern unbemerkt. Vorhandene Sprachnormen werden nicht kritisch bedachtet und genauer hinterfragt. Feministische Linguist/innen kämpfen dafür, dass die Frau in der Sprache sichtbar gemacht wird – jedoch stoßen diese auch auf Kritiker/innen. Tatsache ist jedoch, dass es unterschiedliche Ansichten über die sexistischen Asymmetrien in der polnischen Sprache gibt und viele Probleme bei der Benennung der Frau auftreten. Es ist festzuhalten, dass das Polnische sich weiterentwickelt und das Gendern immer präsenter wird. Ein weiteres Thema, welches immer wieder zu Diskussionen seit der Frauenbewegung führt, ist das der Frauen in Medien. Dies ist auch ein Forschungsbereich in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen. Frauen werden in den Medien nicht nur anders präsentiert als das männliche Geschlecht und kommen weniger darin vor, sondern werden auf bestimmte Stereotypen beschränkt – dies führt zu einem Bildverzerr der Frau.

In dieser Arbeit wurden vier verschiedene Frauenzeitschriften (*Cosmopolitan*, *Dobre Rady*, *Wysokie Obcasy Extra*, *Glamour*) analysiert und es ist festzuhalten, dass sie einige Unterschiede in Bezug auf Frauendarstellung und Frauenbenennung haben, dennoch verfolgen sie ein gemeinsames Ziel: die Frauen anzusprechen.

Familie und Ehe, die fürsorgliche Frau sind schon einige Zeit nicht im Zentrum des weiblichen Lebensstils. Berufstätige Frauen sind selbstverständlich geworden. Es wird sich auf die Interessen der weiblichen Leserschaft fokussiert, Frauen gestalten ihr Leben und leben mehr Individualität.

Werden die Titelbilder betrachtet, so kann gesagt werden, dass *Cosmopolitan* und *Glamour* sehr ähnlich sind. Beide Zeitschriften repräsentieren junge, gut aussehende Models oder Schauspieler/innen, die auch international tätig sind. Es wird viel Wert auf Mode und Styling gelegt. Es muss festgehalten werden, dass die Covergirls aus *Cosmopolitan* freizügiger sind als die von *Glamour*. Auf dem Titelblatt von *Dobre Rady* sind Frauen zu sehen, die die beste

Freundin, eine Arbeitskollegin oder die Schwester sein könnten. Sie strahlen Sympathie aus, es wird nicht viel auf das Gesamtbild der Models gelegt, denn sie sind nur bis zu den Schultern abgelichtet. Ganz anders ist die Zeitschrift *Wysokie Obcasy Extra*, denn diese will eher mit ihrem Coverbild provozieren. Die Damen wirken stark und vermitteln eine Botschaft: Wir sind Frauen und wir sind stark. Es wird das Plakat von *We ca do it!* nachgestellt, eine mutige Frau mit Drachen auf der Schulter oder eine Frau mit Rasierschaum im Gesicht abgelichtet. Somit hebt sich *Wysokie Obcasy Extra* von allen anderen Frauenzeitschriften ab und wirkt auf den ersten Blick nicht als typische Frauenzeitschrift.

Alle Frauenzeitschriften beinhalten viele Produktvorstellungen und Werbung unterschiedlicher Art. Was die Themen betrifft, so gibt es Abweichung von Zeitschrift zu Zeitschrift. Die Zeitschrift *Cosmopolitan* legt ihren Fokus auf die Themen Liebe, Partnerschaft & Sex, Psyche und Mode & Trend. *Dobre Rady* widmet sich mehr den Themen Gesundheit & Schönheit, Kochen & Backen und Mode & Trend. *Wysokie Obcasy Extra* repräsentiert die Bereiche Kultur & Geschichte, Mode & Trend und Frauenvorbilder vermehrt. *Glamour* schreibt viel über die Themen Mode & Trend, Frauenvorbilder und Psyche. *Wysokie Obcasy Extra* beschäftigt sich am meisten mit emanzipatorischen Themen, *Cosmopolitan* widmet sich diesen nicht.

Die Analyse ergab, dass die Frauenzeitschrift *Cosmopolitan* sich von allen vier Zeitschriften am meisten bemüht die Frauen anzusprechen, *Dobre Rady* bezieht sich am wenigsten auf sie und am meisten auf die Allgemeinheit, wobei festzuhalten ist, dass diese Personenbezeichnungen, die sowohl Männer als auch Frauen ansprechen sollten, eine maskuline Form haben – aber vielleicht sind Männer als Leser auch nicht ganz ausgeschlossen. *Cosmopolitan* und *Dobre Rady* haben auch den höchsten Prozentsatz von Personenbezeichnungen, die eigentlich auf eine Frau beziehungsweise mehrere Frauen bezogen sein sollten, es aber nicht sind.

Die Untersuchung hat auch ergeben, dass es noch immer viele Personenbezeichnungen gibt, zu der keine femininen Formen vorhanden sind. *Cosmopolitan* verwendet am wenigsten Personenbezeichnungen, zu denen es keine feminine Entsprechung gibt. *Wysokie Obcasy Extra* und *Dobre Rady* gebrauchen am meisten solcher Bezeichnungen. *Cosmopolitan* hat in Bezug der Erfindung von femininen Entsprechungen die Nase vorne, denn es werden Neologismen gebildet, wie zum Beispiel *fotoedytorka* ('Foto-Editorin'), *politolożka*

(‘Politologin’). *Glamour* ist nicht so kreativ, da nur ein Beispiel gefunden werden konnte, welches nicht in den verwendeten Wörterbüchern (PONS und SJP) zu finden ist. *Wysokie Obcasy Extra* gebraucht hingegen keine Neologismen. Die Frauenzeitschriften *Dobre Rady* und *Wysokie Obcasy Extra* verwenden zum Beispiel Berufsbezeichnungen, die historisch bedingt Männern zugesprochen werden und daher ist auch keine feminine Entsprechung vorhanden, wie bei *prezydent* (‘Präsident’), *stolarz* (‘Tischler’), *papież* (‘Papst’).

Die meisten Artikel, die von Männer verfasst wurden, sind in *Wysokie Obcasy Extra* zu finden, wobei in Bezug auf das Gendern keine validen Aussagen getroffen werden können, da Männern in diesen Frauenzeitschriften nur wenig Seiten zur Verfügung gestellt bekommen.

Durch diese genaue Untersuchung ist auch ein kleines Gender-Wörterbuch entstanden, indem Personenbezeichnungen in maskuliner und femininer Form sowie die deutsche Übersetzung vorzufinden sind.

Zusammenfassend muss gesagt werden, dass sich die Macher/innen der Frauenzeitschriften auch Gedanken über das Gendern machen, jedoch muss noch mehr an dem Sichtbarmachen der Frauen gearbeitet und gegen die Unsicherheit der Verwendung neuer feminine Formen gekämpft werden, um eine Verwendung von Formen, die sich auf beide Geschlechter beziehen, zu bewirken.

10.2 Streszczenie w języku polskim

Przez stulecia społeczeństwo zdominowane było przez mężczyzn – to oni mieli wpływ na najrozmaitsze dziedziny życia publicznego. Kobiety były z niego skutecznie wykluczone. Przez długi czas doświadczały one dyskryminacji ze względu na płeć. Według feministek to właśnie ten fakt był powodem powstania nierówności i dyskryminacji w języku. Występowanie nierówności językowej jest przez wielu ludzi niezauważane, ponieważ normy językowych uważane są za oczywistość, przez co nie zostają one poddane refleksji.

Pierwsze badania zależności między językiem a płcią biologiczną przeprowadzone zostały w USA w latach 70tych XX wieku. Wkrótce potem również niemieccy naukowcy zrobili pierwsze kroki w tym kierunku. Do pionierek wśród niemieckojęzycznych przedstawicieli lingwistyki feministycznej należą Senta Trömel-Plötz i Luise F. Putsch. W Polsce badania

tego zagadnienia podejmowali się naukowcy, którzy natknęli się na temat dyskryminacji językowej podczas pobytów zagranicznych lub mieli dostęp do zagranicznych badań. Badania w Polsce zapoczątkowane zostały przez Małgorzatę Karwatowską, Jolantę Szpyrę-Kozłowską, Barbarę Limanowską, Adama Jaworskiego oraz Bärbel Miemietz.

Głównym przedmiotem badań lingwistyki feministycznej są nierówność i dyskryminacja językowa kobiet (między innymi na płaszczyźnie gramatyki, leksyki czy frazeologii). Z punktu widzenia jej przedstawicieli język pełen jest wartości, uprzedzeń i stereotypów, które są zdominowane przez pozytywny obraz męskości. Uważają oni również, że ma on podkreślać dominację płci męskiej nad żeńską. Drugim ważnym obszarem badań w tej specyficznej dziedzinie językoznawstwa jest analiza języka, którym posługują się mężczyźni i kobiety (różnice między językiem kobiet a językiem mężczyzn nie są tematem niniejszej pracy, dlatego też nie zostały one pogłębione przez autorkę). Celem feministycznych językoznawców nie jest opis języka a jego krytyka, poprzez którą chcą oni przyczynić się do zmian i doprowadzić do zneutralizowania dyskryminujących obszarów językowych.

Jako możliwe metody nazywają oni całkowitą neutralizację języka, wprowadzenie podwójnych pojęć/nazw, generalizujące użytkowanie rodzaju żeńskiego lub całkowitą feminizację języka. Krytycy tych teorii uważają jednak, że tylko wprowadzenie podwójnego nazewnictwa lub całkowita neutralizacja są opcjami, które mogłyby – w pewnym stopniu – zostać wprowadzone i przyjęte w języku. Pozostałe propozycje są całkowicie odrzucane. Wzorem dla polskich lingwistów są badania i metody niemieckich naukowców, które to usiłują oni wprowadzić do języka polskiego. Oba języki różnią się jednak znacznie w kwestii dyskryminacji językowej kobiet.

W języku polskim występują rzeczowniki, które określają stan cywilny kobiet. Formy przestarzałe, takie jak *pani* (mężatka) i *panna* (niezamężna kobieta) można spotkać w środowiskach wiejskich i artystycznych. Również forma nazwiska kobiety ujawnia – poprzez dodanie odpowiedniego przyrostka – czy jest ona stanu wolnego lub zamężna. Nazwiska kobiet, które nie są w związku małżeńskim, otrzymują przyrostki *-anka* i *-ówna*, na przykład *Birtusówna*, *Fischerówna* i *Patykówna*. Do nazwisk mężatek natomiast dodaje się przyrostek *-owa*, na przykład *Kowalowa*, *Nowakowa*. Inną formą podkreślania przynależności kobiety do mężczyzny jest przekształcenie imienia poprzez dodanie przyrostka *-owa*, na przykład *Andrzejowa* (żona Andrzeja). Podobne zjawisko asymetrii językowej można znaleźć w

nazewnictwie żon i córek ze względu na wykonywany przez ojca lub męża zawód. Służ do tego przyrostki -owa lub -ówna, na przykład *doktorowa* i *doktorówna* (żona i córka lekarza).

W języku potocznym mówiąc o małżeństwie lub rodzinie używa się często formy utworzonej od imienia lub nazwiska mężczyzny. *Marek i Jola* są więc przez rodzinę i znajomych określani jako *Markowie*.

Podobnie rzecz ma się z rzeczownikami określającymi pary krewnych, których nazwa zawsze tworzona jest od nazwy męskiej, na przykład *dziadek* i *babcia* to *dziadkowie*.

W języku spotkać można starsze formy zakończone przyrostkiem -ostwo, nazywające parę ze względu na zawód mężczyzny, na przykład *państwo profesorostwo* (małżeństwo, w którym mężczyzna jest profesorem).

Rzeczowniki osobowe rodzaju żeńskiego tworzone są najczęściej od męskich rzeczowników osobowych poprzez dodanie przyrostków: -ka, -ini/yni, -ica, np: *lektor* → *lektorka*, *wychowawca* → *wychowawczyni*, *uczeń* → *uczennica*.

Należy jednak wspomnieć, że niektóre rzeczowniki osobowe rodzaju męskiego po dodaniu przyrostka tworzącego formę żeńską tworzą co prawda rzeczowniki rodzaju żeńskiego ale nieosobowe (na przykład *pilot* i *pilotka*).

Bez względu na płć biologiczną w języku polskim dominują formy męskie i męskoosobowe. Powoduje to, że niektóre rzeczowniki osobowe po dodaniu przyrostka tworzącego żeńską formę, zostają odebrane przez społeczeństwo jako dyskryminujące lub mniej wartościowe niż formy w rodzaju męskim. Doskonałym przykładem jest tutaj *dyrektorka*. Rzeczownika *dyrektorka* używamy mówiąc o kobiecie kierującej przedszkolem lub szkołą, mówiąc jednak o kobiecie kierującej firmą lub przedsiębiorstwem należy użyć formy *pani dyrektor*. Określenie *dyrektorka* w tym przypadku nie jest właściwe i wyraża ono, że owa kobieta na tym stanowisku nie jest traktowana z należytych szacunkiem.

Również nazwy zawodów, które utworzone zostały od rodzaju męskiego zakończonego na -log uznawane są za dyskryminujące, na przykład *psycholog* - *psycholożka*. Podobny problem

występuje przy słowach takich jak *doktor* → *doktorka*. Żeńska forma wyraża brak szacunku – formą uprzejmą jest *pani doktor*.

Rzeczowniki rodzaju męskoosobowego używane są do określania dwóch grup: Z jednej strony określają one grupę składającą się wyłącznie z mężczyzn, z drugiej strony mogą one opisywać grupę mieszaną, do której należy przynajmniej jeden mężczyzna. Natomiast do określenia grupy składającej się wyłącznie z kobiet używamy rodzaju niemęskoosobowego. Polifunkcjonalność rzeczowników męskich oraz męskoosobowych występuje również w powiedzeniach czy tytułach dzieł literackich, na przykład *Klient ma zawsze rację*, *Krakowiaczy i Górale*. Taki generalizujący rodzaj męski lub męskoosobowy może być dla odbiorcy mylący i prowadzić czasem do nieporozumień, jak choćby w wypowiedziach takich jak: *Przyjęliśmy dwóch nowych pracowników* nie jest jasne, jakiej płci są dane osoby.

Wiele rzeczowników osobowych rodzaju męskiego nie ma w ogóle odpowiednika w formie żeńskiej. Luka ta zauważalna jest przede wszystkim w grupie nazw zawodów z dziedziny przemysłu ciężkiego oraz z zakresu słownictwa dotyczącego przestępczości. Powody takiego użytkowania języka wynikają z kultury, pragmatyzmu lub są natury społecznej. Czasem utworzenie formy żeńskiej jest po prostu morfologicznie niemożliwe.

Mimo, iż wyżej opisane luki i problemy językowe mogłyby zostać (przynajmniej częściowo) rozwiązane, spotykają się one nadal z brakiem akceptacji ze strony społeczeństwa, przez co nie są one używane wystarczająco często, by mogły zostać wpisane do słownika.

Z biegiem czasu również rzeczowniki osobowe rodzaju żeńskiego, mające neutralne znaczenie, nabrały pejoratywnego znaczenia (na przykład *kurtyzana*). Początkowo mianem *kurtyzany* określano damę dworu, obecnie termin ten oznacza prostytutkę. Podobnie rzecz ma się z rzeczownikiem *dziewczynka*, który jest z reguły obojętny, jego formy mogą być jednak użyte negatywnie, na przykład *dziewczyzna biznesu*; *dziewczyzna z miasta*).

Dalsze nierówności językowe w stosunku do płci znajdują się na poziomie słownictwa i frazeologii. W dwuczłonowych nazwach własnych składających się z rzeczowników osobowych męskich i żeńskich, rzeczowniki osobowe żeńskie stoją na drugiej pozycji w szyku wyrazów: *Adamie i Ewa*, *Cezar i Kleopatra*. Taka kolejność odzwierciedla patriarchalną kulturę Europy.

W języku polskim istnieje wiele wyrażen frazeologicznych z przymiotnikiem *męski*. Mają one zawsze pozytywny wydźwięk, na przykład *męska duma*, *męska energia*, *męskie serce*. Wrażenia frazeologiczne ze słowem *babski* mają natomiast zazwyczaj charakter pejoratywny, na przykład: *babska ciekawość*, *babskie gadanie*. Podobnie zachowują się związki frazeologiczne z następującymi parami, przy czym frazeologizmy z *męską* formą mają zawsze charakter pozytywny: *brat i siostra*, *kolega i koleżanka*. Również rzeczownik *pan* nadaje bardzo pozytywne znaczenie we frazeologizmach, na przykład *pan stworzenia*.

Powyższe przykłady pokazują tradycyjny obraz kobiet i mężczyzn spotykany w kulturze polskiej. Obydwu płciom przypisuje się typowe role: Męczyzna jako głowa rodziny, zdobywca, wojownik i władca wyróżnia się takimi cechami jak: siła, odwaga, duma i intelekt. Kobiecie przypisuje się wyłącznie negatywne cechy w powiedzeniach i przysłowiaach, a nawet porównuje z diabeł (na przykład *Gdzie diabeł nigdy może, tam babę wyśle*). Przysłowia i powiedzenia, które negatywnie przedstawiałyby płć męską, nie występują w języku polskim.

Mimo, iż istnieją różne poglądy na temat seksistowskich asymetrii w języku polskim a tworzenie form, które nie dyskryminowałyby kobiet, sprawia wiele problemów, język jest niewątpliwie zwierciadłem rzeczywistości głosem społeczeństwa.

Ważną kwestią poruszaną od początku ruchu kobiecego, który formował się od 1970 roku, jest obraz kobiety w mediach. Jest to również częsty obszar badań w różnych dziedzinach nauki. Kobiety w mediach są przedstawiane nie tylko inaczej lub rzadziej niż płć męska, ale są one traktowane stereotypowo - prowadzi to do zniekształcenia obrazu kobiety.

Zmianom ulega nie tylko społeczeństwo, ale także magazyny i czasopisma kobiece. Już od dłuższego czasu rodzina i małżeństwo czy dbanie o dom nie są w centrum żeńskich zainteresowań i ich celem życiowym. Pracujące kobiety są czymś oczywistym. W prasie kobiecej koncentruje się na zainteresowaniach czytelniczek, kobiety kształtować swoje życie i żyją bardziej indywidualnie.

W niniejszej pracy analizie poddany został jeden egzemplarz czterech różnych magazynów kobiecych.

Analiza okładek wykazała znaczne podobieństwo między czasopismami *Cosmopolitan* i *Glamour*. Oba czasopisma reprezentowane są przez młode, dobrze wyglądające modelki lub

aktorki, które również są aktywne na arenie międzynarodowej. Duży nacisk kładzie się na modę i stylizację, przy czym dziewczyny z okładki *Cosmopolitan* są bardziej pełne. Na okładkach miesięcznika *Dobre Rady* widoczne są kobiety, które mogłyby zostać uznane za najlepszą przyjaciółkę, koleżankę z pracy lub siostrę. Ponieważ modelki ukazywane są jedynie do ramion, można stwierdzić, że głównym celem jest wywołanie sympatii u czytelniczek a nie moda. Zupełnie inaczej wygląda magazyn *Wysokie Obcasy Ekstra*, który próbuje prowokować swoją okładką. Zdjęcia mają jednoznaczny przekaz: Jesteśmy kobietami i jesteśmy silne. W ten sposób *Wysokie Obcasy Extra* wyróżniają się znacznie na tle innych pism kobiecych i na pierwszy rzut oka nie wyglądają jak typowa prasa kobieca.

Wszystkie badane czasopisma wszystkich kobiet pełne są pośredniej i bezpośredniej reklamy, różnice dotyczą przede wszystkim tematyki. Magazyn *Cosmopolitan* kładzie nacisk na tematykę miłości, partnerstwa i seksu, psychiki i mody oraz trendy. *Dobre Rady* poświęca wiele uwagi tematom zdrowia, urody, kuchni, oraz mody i trendów. *Wysokie Obcasy Extra* zajmują się historią i kulturą, modą i trendami i w dużej mierze przedstawiają kobiety, które mają być wzorcami do naśladowania. W *Glamour* pisze się wiele na temat mody i trendów, kobiecych wzorców i psychiki. Najwięcej miejsca tematowi emancypacji poświęcają *Wysokie Obcasy Extra*, *Cosmopolitan* nie podejmuje w ogóle tej kwestii.

Analiza wykazała również, że *Cosmopolitan* najczęściej stara się zwracać bezpośrednio do kobiet poprzez używanie form żeńskich, w *Dobrych Radach* artykuły odnoszą się raczej do całości społeczeństwa a nie wyłącznie do kobiet, trzeba jednak podkreślić, że zwracając się do odbiorców, używa się form męskoosobowych.

Okazało się również, że w języku polskim nadal istnieje wiele nazw zawodów tylko w formie męskiej, które nie posiadają w ogóle formy żeńskiej. *Cosmopolitan* używane najmniej takich nazw, *Wysokie Obcasy Extra* oraz *Glamour* najczęściej.

Cosmopolitan jest też na pierwszym miejscu pod względem tworzenia własnych żeńskich odpowiedników męskich form: Spotkać można w nich takie formy jak *fotoedytorka* czy *politolożka*. *Glamour* nie jest tak kreatywny: W analizowanym egzemplarzu znaleziono tylko jeden taki przykład. Interesujące jest więc, że międzynarodowe czasopisma używają nowego słownictwa, a polskie magazyny nie.

Artykuły, które napisane przez mężczyzn spotkać można najczęściej w *Wysokich Obcasach Extra* - nie są one jednak bardziej dyskryminujące lub seksistowskie niż teksty pisane przez kobiety.

Podsumowując należy zwrócić uwagę na fakt, że twórcy magazynów kobiecych starają się używać języka nie dyskryminującego obu płci, jednak nadal potrzeba dalszej pracy nad wizerunkiem kobiet w społeczeństwie i walki o równość wszystkich płci również w kwestii językowej.

11 Quellenverzeichnis

Cosmopolitan, Czerwiec, 2014, numer 06 (205)/2014

Cosmopolitan, Sierpień, 2014, numer 08 (207)/2014

Cosmopolitan, Wrzesień, 2014, numer 09 (208)/2014

Dobre Rady, Sierpień, 2014, numer 08/2014

Dobre Rady, Wrzesień, 2014, numer 09/2014

Dobre Rady, Maj, 2015, numer 05/2015

Glamour, Sierpień, 2014, numer 08 (137)

Glamour, Wrzesień, 2014, numer 09 (138)

Glamour, Maj, 2015, numer 05 (146)

Wysokie Obcasy Extra, Marzec, 2015, numer 3 (34)

Wysokie Obcasy Extra, Maj, 2015, numer 5 (36)

Wysokie Obcasy Extra, Czerwiec, 2015, numer 6 (37)

12 Literaturverzeichnis

- Bansemer, T.: *Manno: Ist die Frau der Rede wert?* Hamburg 2013.
- Bańko, M.: *Inny słownik języka polskiego*. Warszawa 2000.
- Bańkowski, A.: *Etymologiczny słownik języka polskiego*. Warszawa 2000.
- Bartmiński, J.: *Językowe podstawy obrazu świata*. Lublin 2006.
- Bochenek, Z.: *Frauen in der Sprache. Analyse von ausgewählten polnischen und deutschen juristischen Dokumenten*. Hamburg 2010.
- Bryłowa, W.: *Określenia wartościujące płęć w historii języka polskiego*. In: Łoch, E. [Hrsg.]: *Modernizm i feminizm. Postacie kobiece w literaturze polskiej i obcej*. Lublin 2001, S. 247–255.
- Chołuj, B.: *Frauenthemen, Frauenforschung, Frauenbewegung in Polen*. In: Koschmal, W. [Hrsg.]: *Die Frau in der polnischen Gegenwartskultur*. Köln, Weimar, Wien 1996, S. 82–90.
- Dormus, K.: *U źródeł polskiej prasy kobiecej – pierwsze redaktorki, wydawczynie, dziennikarki (ok. 1820–1914)*. In: Łysak, A.; Zierkiewicz E. [Hrsg.]: *Kobiety i mężczyźni (z) kolorowych czasopism*. Wrocław 2010, S. 8–38.
- Duda, H.: *Jan Nieciśław Baudoin de Courtenay – prekursor lingwistyki feministycznej*. In: *Roczniki Humanistyczne*. 46, 1. 1998, S. 663–673.
- Duske, D.: *Und ewig lockt das Gleiche. Strategien und Inhalte kommerzieller Frauenzeitschriften*. In: Schmerl, C. [Hrsg.]: *In die Presse geraten. Darstellungen von Frauen in der Presse. Frauenarbeit in den Medien*. Köln 1985, S. 101–118.
- Engel, U.: *Deutsch-polnische kontrastive Grammatik*. Band 2. Heidelberg 1999.
- Foland-Kugler, M.: *Kurze polnische Grammatik für Ausländer*. Warszawa 2007.
- Gibbels, E.: *Mary Wollstonecraft zwischen Feminismus und Opportunismus: die diskursiven Strategien in deutschen Übersetzungen von „A Vindication of the Rights of Woman“*. Tübingen 2004.
- Grzegorzczkova, R.; Laskowski, R.; Wróbel, H.: *Gramatyka współczesnego języka polskiego. Morfologia*. Warszawa 1984.
- Guentherodt, I.; Hellinger, M.; Pusch, L. F.; Trömel-Plötz, S.: *Richtlinien zur Vermeidung sexistischen Sprachgebrauchs*. In: *Linguistische Berichte*. 69. 1980, S. 15–21.
- Handke, K.: *Język a determinanty płęci*. In: Anusiewicz, J.; Handke, K. [Hrsg.]: *Język a kultura. Płęć w języku i kulturze*. Tom 9. Warszawa 1994, S. 9–29.

- Hellinger, M.: *Sprachwandel und feministische Sprachpolitik: Internationale Perspektiven*. Opladen 1985.
- Herbert, R.; Nykiel-Herbert, B.: *Explorations in linguistic sexism: a contrastive sketch*. In: *Papers and Studies in Contrastive Linguistics*. 21. 1986, S. 47–85.
- Hermann, B.; Syjud, J.: *Księga przysłów*. Chorzów 2005.
- Hermes, J.: *Reading Women's magazines*. Cambridge 1995.
- Hołowiak, D.: *The Impact of the Feminist Movement on the Lexicon of Contemporary Polish*. In: Chowanec, U., Phillips, U. [Hrsg.]: *Women's Voices and Feminism in Polish Cultural Memory*. Newcastle 2012, S. 233–249.
- Jędrzejko, E.: *Kobieta w przysłowia, aforyzmach i anegdotach polskich. Konotacje i stereotypy*. In: Anusiewicz, J.; Handke, K. [Hrsg.]: *Język a kultura. Płeć w języku i kulturze*. Tom 9. Wrocław 1994, S. 159–172.
- Kalverkämper, H.: *Die Frauen und die Sprache*. In: *Linguistische Berichte*. 62. 1979, S. 55–71.
- Karwatowska, M.; Szpyra-Kozłowska, J.: *Lingwistyka płci. Ona i on w języku polskim*. Lublin 2005.
- Kępińska, A.: *Kształtowanie się polskiej kategorii męsko- i niemęskoosobowości. Język wobec płci*. Warszawa 2006.
- Klann-Delius, G.: *Sprache und Geschlecht*. Stuttgart, Weimar 2005.
- Kłosińska, K.: *Przechodzieńka nie przejdzie*. In: *Polityka*. 34. 2009, S. 28–29.
- Koniuszaniec, G.; Błaszowska, H.: *Language and gender in Polish*. In: Hellinger, M.; Bussman, H. [Hrsg.]: *Gender across Languages: The linguistic representation of women and men*. Volume 3. Amsterdam 2003, S. 259–285.
- Kopaliński, W.: *Encyklopedia „drugiej płci”*. Warszawa 1995.
- Kupiszewski, W.: *Tytuły i nazwy zawodowe kobiet*. In: *Poradnik Językowy*. 8. 1967, S. 371–374.
- Langer-El Sayed, I.: *Frau und Illustrierte im Kapitalismus. Die Inhaltsstruktur von illustrierten Frauenzeitschriften und ihr Bezug zur gesellschaftlichen Wirklichkeit*. Köln 1971.
- Liewehr, M.: *Internationalisierungspotenziale im Zeitschriftenmarkt: Ein Bewertungsmodell für das Verlagsmarketing*. Wiesbaden 2002.
- Madelska, L.: *Praxis-Grammatik Polnisch*. Poznań 2008.
- Mauch, C.: *Die 101 wichtigsten Fragen. Amerikanische Geschichte*. München 2008.
- Miemietz, B.: *Motivation zur Motion. Zur Bezeichnung von Frauen durch Feminina und*

- Maskulina im Polnischen*. Frankfurt am Main 1993.
- Miemietz, B.: *Ein marginales Phänomen? Zum Ausdruck des Sexus im Polnischen*. In: Koschmal, W. [Hrsg.]: *Die Frau in der polnischen Gegenwartskultur*. Köln, Weimar, Wien 1996, S. 125–183.
- Müller, K.: *Frauenzeitschriften aus der Sicht ihrer Leserinnen. Die Rezeption von »Brigitte« im Kontext von Biografie, Alltag und Doing Gender*. Bielefeld 2010.
- Nalibow, K.: *Genus Versus Sexus. Professional Titles, Working Titles and Surnames for Women in Contemporary Standard Polish*. Frankfurt am Main 1973.
- Nitsch, K.: *Uwagi o nazwiskach kobiet zamnych i panien*. In: *Język polski*. 31. 1951, S. 62–68.
- Nowak, S.: *Bądź Cosmo! Kolorowa prasa kobieca, popkultura i seksualność*. In: Baluchová B.; Matúšová J.; Slobodova B. [Hrsg.]: *Budúcnosť Médii*. Piestany 2012, S. 252–272.
- Nowosad-Bakalarczyk, M.: *Czy język polski dyskryminuje kobiety?* In: *Etnolingwistyka*. Tom 15. Lublin 2003, S. 250–253.
- Pawłowski, E.: *Baran mówi o Kowal. O tworzeniu i odmianie nazwisk i tytułów żeńskich*. In: *Język Polski*. 31. 1951, S. 49–62.
- Pusch, L. F.: *Der Mensch ist ein Gewohnheitstier, doch weiter kommt man ohne ihr – Eine Antwort auf Kalverkämpers Kritik an Trömel-Plötz' Artikel: über „Linguistik und Frauensprache“*. In: *Linguistische Berichte*. 63. 1979, S. 84-102.
- Pusch, L. F.: *Zur Einleitung: Feminismus und Frauenbewegung – Versuch einer Begriffsklärung*. In: Pusch, L. [Hrsg.]: *Feminismus. Inspektion der Herrenkultur*. Frankfurt am Main 1983, S. 9–18.
- Röhrich, L.: *Drache, Drachenkampf, Drachentöter*. In: Brednich, R.; Ranke, K. [Hrsg.]: *Enzyklopädie des Märchens, 3: Chronikliteratur - Engel und Eremit. Handwörterbuch zur historischen und vergleichenden Erzählforschung*. Berlin, New York 1981, S. 788–820.
- Röser, J.: *Frauenzeitschriften und weiblicher Lebenszusammenhang. Themen, Konzepte und Leitbilder im sozialen Wandel*. Opladen 1992.
- Röser, J.: *Frauen-Medien-Forschung: graue Literatur 1980–1993: eine kommentierte Bibliographie*. Münster 1993.
- Samel, I.: *Einführung in die feministische Sprachwissenschaft*. Berlin 2000.
- Schlieben-Lange, B.: *Soziolinguistik – Eine Einführung*. Stuttgart 1978.
- Schmerl, C.: *In die Presse geraten. Darstellung von Frauen in der Presse und Frauenarbeiten in den Medien*. Köln, Wien 1985.
- Sokół, Z.: *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945-1999*. Rzeszów 1998.

- Stępnia, K.; Podórzec, Z.: *Słownik tajemnych gwar przestępczych*. Londyn 1993.
- Stötz, G.; Wengeler, M.: *Kontroverse Begriffe. Geschichte des öffentlichen Sprachgebrauchs in der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin, New York 1995.
- Strutyński, J.: *Gramatyka polska*. Kraków 2009.
- Szober, S.: *Gramatyka języka polskiego*. Warszawa 1968.
- Tacke, Ulrich: *Anforderungen an ein Marketing-Konzept für osteuropäische Märkte. Darstellung am Beispiel des Konsumgütermarktes in Polen*. Hamburg 1995.
- Trömel-Plötz, S.: *Frauensprache – Sprache der Veränderung*. Frankfurt am Main 1982.
- Trömel-Plötz, S.: *Frauensprache: Unterschied und Unterdrückung*. In: *Jahrbuch für internationale Germanistik*. 14, 2. 1982a, S. 79-97.
- Trömel-Plötz, S.: *Frauensprache: Sprache der Veränderung*. München 2007.
- Ueding, G.: *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*. Tübingen 1996.
- Ulff, C.: *Sprachliche Asymmetrien zwischen Mann und Frau – eine gesamtgesellschaftliche Resultante. Eine Bearbeitung auf Basis französischer Materialien*. Wien 1996.
- Ulze, H.: *Die Frauenzeitschrift und Frauenrollen*. Berlin 1977.
- Wiśniewska, H.: *Ekspansja nazw kobiet jako przejaw zmian społecznych i obyczajowych*. In: *Język Polski w Szkole Średniej*. 4. 1998/1999, S. 71–78.
- Wiśniewska, P. M.: *Wizerunek kobiety w mediach. Analiza porównawcza tematyki poświęconej kobietom w prasie polskiej i niemieckiej u schyłku pierwszej dekady XXI wieku*. Poznań 2014.
- Wodak, R.; Moosmüller, S.: *Sprachliche Gleichbehandlung von Frau und Mann*. Wien 1987.
- Wójcik, A.; Ziebart, H.: *Słownik przysłów. Niemiecko-Polski. Polsko-Niemiecki*. Warszawa 1997.
- (1): http://diepresse.com/home/leben/mensch/4706651/Shlomit-Malka_Aus-dem-Leben-eines-Models, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (2): http://film.wp.pl/id,68702,name,Julia-Pietrucha,osoba_biografia.html?ticaid=115399, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (3): http://lamode.info/osobowosci-86/articles/ola_rudnicka_wywiad_z_modelka_model_plus.html, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (4): <http://prasa.info/artukul/url,896/>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (5): <http://stopklatka.pl/ludzie-filmu/-/10669717,katarzyna-zielinska>, letzter Zugriff am 20.10.2015.

- (6): <http://thesocietypages.org/socimages/2010/04/26/guest-post-the-evolution-of-cosmopolitan-magazine/>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (7): <http://www.ampya.com/Ellie-Goulding/>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (8): <http://www.annamucha.pl/>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (9): <http://www.bauermedia.com/unternehmen/weltweit/>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (10): <http://www.britannica.com/topic/Cosmopolitan-magazine>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (11): <http://www.burdamedia.pl/assets/media-kits/14a9762595d25580155971134870169eeee10895.pdf>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (12): <http://www.burdamedia.pl/assets/media-kits/7a4ebd0abb0c97e46e2fa96b5136cc0ede3a2beb.pdf>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (13): <http://www.burdamedia.pl/assets/media-kits/7bfbec90016a4c353728a3c3a97c69447784d50.pdf>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (14): <http://www.burdamedia.pl/strona/1/>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (15): <http://www.eventim.de/shakira-biografie.html?affiliate=EVE&doc=artistPages/biography&fun=artist&action=biography&kuid=805>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (16): <http://www.fembio.org/biographie.php/frau/biographie/senta-troemel-ploetz/>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (17): <http://www.fhm.com/covergirls/emilia-clarke>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (18): <http://www.filmpolski.pl/fp/index.php?osoba=1132949>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (19): <http://www.filmstarts.de/personen/382-Keira-Knightley/biografie/>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (20): <http://www.guj.de/presse/pressemitteilungen/gruner-jahr-polska-und-condeacute-nast-international-bringen-glamour-auf-den-polnischen-markt/>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (21): <http://www.hearst.com/magazines/cosmopolitan>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (22): <http://www.imdb.com/name/nm1486188/>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (23): <http://www.marquard.pl/magazyny/cosmopolitan/>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (24): <http://www.medientage.org/a109,presse.html>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (25): http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20070629_OTS0200/marquard-media-uebernimmt-die-frauenzeitschriften-von-axel-springer-in-polen, letzter Zugriff am 20.10.2015.

- (26): <http://www.pbc.pl/tytuly.html>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (27): <http://www.press.pl/newsy/prasa/pokaz/45689,Zmieni-sie-wydawca-i-redaktor-naczelnia-Wysokich-Obcasow>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (28): <http://www.press.pl/newsy/prasa/pokaz/45952,Czytelnictwo-miesiecznikow>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (29): <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-69065825.html>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (30): <http://www.wirtualnemedi.pl/artikul/burda-international-przejmuje-gruner-jahr-polska>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (31): <http://www.wirtualnemedi.pl/artikul/dobre-rady-obchodza-10-urodziny-konkurs-i-kampania>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (32): <http://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/51,96856,15742062.html?i=1>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (33): http://wyborcza.pl/centrumpomocygw/1,135907,8290204,Nowe_wydanie_magazynu__Wysokie_Obcasy_Extra_.html, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (34): <http://wyborcza.pl/reklamaGW/0,125838,11328227.html>, letzter Zugriff am 20.10.2015.
- (35): https://www.netfan.pl/news/33350/maja_koman_na_ratunek_kobietom__zobacz_nowy_teledysk_wokalistki.html, letzter Zugriff am 20.10.2015.

13 Anhang

13.1 Abstract

13.1.1 Abstract Deutsch

Viele Menschen bemerken nicht auf den ersten Blick, dass Frauen und Männer in vielen Bereichen des Sprachsystems ungleich behandelt werden. Die Diskriminierung der Frau bleibt oft unbemerkt. Deshalb war das Ziel der Arbeit, anhand aktueller Ausgaben der polnischen Frauenzeitschriften *Cosmopolitan*, *Dobre Rady*, *Wysokie Obcasz Extra* und *Glamour* einen emanzipatorischen Diskurs in der Sprache zu machen. Es wurde untersucht, welches Frauenbild die Herausgeber/innen vermitteln wollen, auf welche Themen eingegangen wird und in welcher Intensität sprachliche Diskriminierung feststellbar ist. Die empirische Analyse ergab, dass es sehr wohl Unterschiede zwischen den ausgewählten Zeitschriften gibt. Der erste Blick richtet sich auf die Titelbilder – *Cosmopolitan* und *Glamour* bilden die Covermodels ähnlich ab. Sie sind international bekannt, hübsch und verkörpern die neuste Mode. Auf den Titelbildern von *Dobre Rady* sind polnische Promis abgelichtet, die jedoch nicht auffällig in Szene gestellt werden, sie strahlen Sympathie aus und wirken wie eine Freundin. Auffallend waren die Covers von *Wysokie Obcasz Extra*. Auf ihnen sind polnische als auch internationale Stars vorzufinden, die eine Botschaft vermitteln und Frauenstärke repräsentieren. In dieser Zeitschrift sind auch die meisten emanzipatorischen Themen vorzufinden. Die sprachliche Analyse ergab, dass es noch immer im Polnischen bei zu vielen Personenbezeichnungen keine feminine Entsprechung gibt. *Cosmopolitan* und *Glamour* bemühen sich jedoch am meisten die Frauen sprachlich nicht zu diskriminieren. Es ist festzuhalten, dass es noch viel Arbeit ist die Frauen in der Sprache sichtbar zu machen.

Schlagwörter: Polen, Androzentrismus, Sexismus, Frauendiskriminierung, Feminismus, Feministische Linguistik, Frauenzeitschrift, Polnisch, Personenbezeichnungen

13.1.2 Abstract Polnisch

Praca pod tytułem *Dyskurs emancypacyjny w polskich czasopismach. Badanie czasopism Cosmopolitan, Dobre Rady, Glamour oraz Wysokie Obcasy Extra* zajmuje się problematyką, która w języku polskim nie została jeszcze dobrze zbadana. Występowanie nierówności językowej jest przez wielu ludzi niezauważane, ponieważ normy językowych uważane są za oczywistość, przez co nie zostają one poddane refleksji. W niniejszej pracy analizie poddany został jeden egzemplarz czterech różnych magazynów kobiecych (*Cosmopolitan, Dobre Rady, Wysokie Obcasy Extra, Glamour*). Można dostrzec w nich pewne różnice w zakresie prezentacji oraz nazewnictwa kobiet, niemniejszym mają one wspólny cel: zwracać się do kobiety w sposób nie dyskryminujący ze względu na płeć.

Hasła: Polska, asymetryczność, seksizm, androcentryzm, językowa nierówność, nierównouprawniecie, maskulinizacja, seksistowska tendencyjność, waporyzacja kobiet, czasopismo kobiece, język polski, feminizm

13.2 Lebenslauf

Persönliche Daten

Name: Karin Polak, BA
Geburtsort: Wien
Staatsbürgerschaft: Österreich

Sprachkompetenzen

- Deutsch (Muttersprache)
- Polnisch
- Englisch
- Französisch
- Tschechisch
- Slowakisch
- Latein
- Altkirchenslawisch

Akademische Ausbildung

10.2012 – 11. 2015 Universität Wien – Masterstudium
MA Polnisch
Spezialisierungen:
- Polnisch, Tschechisch, Altkirchenslawisch

10.2008 – 06. 2012 Universität Wien – Bachelorstudium
BA Slawistik Polnisch
Spezialisierungen:
- Polnisch, Slowakisch