



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Genderbias in der Fachkommunikation und die kritische Frage, ob Übersetzerinnen und Übersetzer seiner Reproduktion durch Translation mit Hilfe feministischer Translationsansätze entgegenwirken können“

verfasst von / submitted by

Sophie Müller BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2019 / Vienna 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 070 331 342

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium Translation Deutsch Englisch

Betreut von / Supervisor:

ao. Univ.-Prof. Dr. Michèle Cooke, M.A

Danksagung

„Der Weg ist das Ziel“ war für mich noch nie so wahr wie in den letzten Wochen und Monaten. Mit der Abgabe dieser Arbeit habe ich somit mein persönliches Ziel erreicht und übertroffen. Ich habe trotz aller Umstände nicht auf- und bis zuletzt alles gegeben – auch weil ich mit dieser Arbeit meinen persönlichen Beitrag für eine für Frauen bessere Zukunft leisten möchte.

Doch – und darum soll es in diesen Zeilen eigentlich gehen – ohne die bedingungslose Unterstützung und Liebe zweier bedeutender Menschen in meinem Leben wäre diese Arbeit nicht möglich gewesen. Deshalb geht mein herzlichster Dank an dieser Stelle an meine Eltern Iris und Heribert: In den Momenten, in denen ich selbst nicht mehr an mich und meinen Weg geglaubt habe, wart ihr diejenigen, die mir Mut gemacht und neue Kraft gegeben haben, weiterzumachen. Keine Worte der Welt können beschreiben, wie stolz ich bin, eure Tochter zu sein.

Großer Dank gilt auch meiner Masterbetreuerin, Frau ao. Univ.-Prof. Dr. Michèle Cooke, M.A, für ihren Input und ihre Unterstützung. Ich schätze ihre Art, die Menschen zu eigenständigem und kritischem Denken zu animieren und kann mir für mein Thema kein besseres Vorbild wünschen.

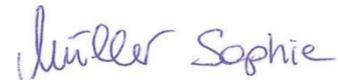
Selbständigkeitserklärung

Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbständig verfasst zu haben. Ich habe keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt. Alle von mir für direkte und indirekte Zitate benutzten Quellen sind nach den Regeln des wissenschaftlichen Zitierens angegeben. Mir ist bekannt, dass beim Verstoß gegen diese Regeln eine positive Beurteilung der Arbeit nicht möglich ist. Ich habe die Arbeit bzw. Teile davon weder im In- noch im Ausland zur Begutachtung als Prüfungsarbeit vorgelegt.

Für die in der vorliegenden Arbeit Verwendung gefundenen Abbildungen/Clip Arts wurde auf die explizite Zustimmung zur Benützung durch die Rechteinhaber und -inhaberinnen verzichtet, da die Arbeit nicht kommerziell genutzt wird, und in den Nutzungsbedingungen der Plattform der zur Analyse gewählten Inhalte das individuelle Recht auf weltweite Benutzung, Speicherung und Darstellung gewährt wird.¹ Der regelkonforme Verweis auf die Rechteinhaber und -inhaberinnen wurde deshalb als ausreichend empfunden.

Wien, im Juli 2019

Sophie Müller



¹ vgl. <https://pickit.com/tos>, 8.2 (10.05.2019)

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	1
2	ERLÄUTERUNG DER HYPOTHESEN	7
2.1	Hypothese 1: Es besteht ein Ungleichgewicht von Frauen und Männern in der Fachkommunikation.....	7
2.2	Hypothese 2: Der Genderbias kann durch feministische Translationsansätze der Übersetzerinnen und Übersetzer verhindert werden.....	9
3	FORSCHUNGSFRAGEN	10
3.1	Forschungsfrage 1: Warum besteht ein Genderbias in der Fachkommunikation?	10
3.1.1	Stereotyp, Vorurteil, Diskriminierung.....	11
3.1.2	Gender, Genderbias, Sex, Sexismus.....	13
3.1.3	Alltagskommunikation vs. Fachkommunikation	18
3.1.3.1	Fach, Fachkultur	21
3.1.3.2	Fachtext, fachliches Bild	21
3.1.3.3	Fachbereich Wirtschaft.....	22
3.2	Forschungsfrage 2: Wie manifestiert sich der Genderbias in der Fachkommunikation? 23	
3.2.1	Genderbias auf fachinhaltlicher Ebene	23
3.2.2	Genderbias auf fachtextlicher Ebene	26
3.2.3	Genderbias auf fachbildlicher Ebene	28
3.3	Forschungsfrage 3: Wie sehen Machtverhältnis und Beziehungsgefüge aller am Übersetzungsmarkt beteiligten Personen im Kontext gesellschaftlicher Erwartungshaltungen aus? 31	
3.3.1	Übersetzen als bewusste Sprachhandlung und Re-Konstruktion der Wirklichkeit der Übersetzerinnen und Übersetzer.....	31
3.3.2	Andere Beteiligte am Übersetzungsmarkt.....	35
3.4	Forschungsfrage 4: Wie werden feministische Translationsansätze definiert und wie können sie konkret aussehen?	39
3.4.1	Feminismus – Gleichwertung statt Höherwertung	40
3.4.2	Feministische Translationsansätze	42
3.4.2.1	Feministische Sprache.....	42
3.4.2.1.1	Gender-gerechtes Formulieren.....	43
3.4.2.1.2	Gender-inkludierendes Formulieren	44
3.4.2.1.3	Gender-neutrales Formulieren.....	45
3.4.2.2	Feministische Inhalte	46
3.4.2.3	Feministische Bilder.....	49
3.4.3	Feminism – say it in English.....	52
4	EMPIRISCHE TEXT- UND DISKURSANALYSE	53
4.1	Diskurs und Gender	53
4.2	Untersuchungsgegenstände	54
4.2.1	Untersuchungsgegenstand 1: Fachtext Leadership-Intelligenz.....	54
4.2.1.1	Analysekriterien zu Untersuchungsgegenstand 1: Leadership-Intelligenz.....	55
4.2.1.2	Analyseergebnisse Untersuchungsgegenstand 1: Leadership-Intelligenz.....	56
4.2.1.2.1	Ergebnisse zur sprachlich-textuellen Darstellung.....	56
4.2.1.2.2	Ergebnisse zur inhaltlichen Darstellung	60

4.2.2	Untersuchungsgegenstand 2: Fachliche Bilder (Pickit Images) in PowerPoint	66
4.2.2.1	Analysekriterien zu Untersuchungsgegenstand 2: Pickit Images.....	66
4.2.2.2	Analyseergebnisse Untersuchungsgegenstand 2: Pickit Images.....	67
4.2.2.2.1	Ergebnisse zur zahlenmäßigen Darstellung.....	67
4.2.2.2.2	Ergebnisse zur inhaltlichen Darstellung	72
5	SCHLUSSFOLGERUNGEN UND AUSBLICK	85
5.1	Gesellschaftliche Relevanz des Themas.....	85
5.2	Relevanz der Ergebnisse für Translationswissenschaft und Übersetzungspraxis.....	88
5.2.1	Austausch zwischen Übersetzenden und Fachleuten	89
5.2.2	Stellung beziehen und ethisch handeln	90
6	BIBLIOGRAPHIE	91
6.1	Literaturverzeichnis.....	91
6.2	Internetquellen	96
6.3	Normenverzeichnis.....	97
ANHANG		98

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Karrierefrau.....	74
Abbildung 2: Zeichnung einer Mitarbeiterin.....	75
Abbildung 3: Frau am Computer	76
Abbildung 4: Vorgesetzter und Untergebene	76
Abbildung 5: Frau und Bezahlung	77
Abbildung 6: Frau im Team	78
Abbildung 7: Vermeintliche fachliche Inkompetenz der Frau.....	79
Abbildung 8: Arzt und Krankenschwester	80
Abbildung 9: Sekretärin	81
Abbildung 10: Tattoo-Künstlerin	82
Abbildung 11: Finanzmanager.....	83
Abbildung 12: Strategische Kompetenz des Mannes	83
Abbildung 13: Mann und Geschäftsstrategie	84

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht der analysierten fachlichen Abbildungen	68
Tabelle 2: Berufe der in den fachlichen Abbildungen dargestellten Frauen	69
Tabelle 3: Berufe der in den fachlichen Abbildungen dargestellten Männer.....	71

1 Einleitung

Das Verletzungsrisiko bei einem Verkehrsunfall ist für Frauen deutlich höher als für Männer (vgl. Volvo Cars 2019). Die Supermarktkette Lidl Deutschland hat im Februar mit dem Slogan „Loch ist Loch“ online für ein Gebäck Werbung betrieben (vgl. Der Standard 2019). Anfang April dieses Jahres hat der britische Rundfunkdienst BBC seinen Gender Pay Gap Report über die letzten 24 Monate veröffentlicht, dem zufolge 78% der britischen Unternehmen einen ihre weiblichen Mitarbeiterinnen benachteiligenden Gender Pay Gap aufweisen (vgl. BBC-1 2019).

Diese Fakten sind Anzeichen dafür, dass eine Gleichstellung von Frauen und Männern in der Gesellschaft, weder im Privat- noch im Berufsleben, im Jahr 2019 de facto nicht gegeben ist. Im Gegenteil: Ein Genderbias manifestiert sich nach wie vor in nahezu allen Bereichen des Lebens, nicht zuletzt oder gerade deshalb, weil er durch die Verwendung einer ihn reproduzierenden Sprache als Mittel zur menschlichen Kommunikation zum Ausdruck kommt.

Die vorliegende Masterarbeit zielt nun darauf ab, diesen Zusammenhang zwischen Sprache im Allgemeinen und Fachsprache beziehungsweise -kommunikation im Detail und die durch sie repräsentierte ‚Wirklichkeit‘ einer Sprachgemeinschaft, die oft eine Frauen benachteiligende ist, sichtbar zu machen.

Die Fachsprache (im Unterschied zur literarischen Sprache) liegt hier deshalb im Fokus, weil ein Genderbias in diesem Forschungsbereich bisher noch wenig untersucht worden ist. Dies ist vermutlich der Annahme geschuldet, Fachsprache sei, ebenso wie fachliche Inhalte, sachlich-objektiv und lasse dadurch keine Ungleichbehandlungen zwischen Frauen und Männern zu. Das dem nicht so ist, wird auf den nachfolgenden Seiten genau erläutert.

Das bedeutet, dass konkret auf die stereotypische und vorurteilsbehaftete Fehldarstellung von Frauen, ihre inhaltliche Nichtdarstellung oder ihre verhältnismäßig ungleiche Darstellung gegenüber Männern in schriftlichen Texten und Bildern beziehungsweise Illustrationen der Fachkommunikation eingegangen wird.

Zum gleichen Teil beschäftigt sich die Arbeit mit den durch genderbenachteiligende (Fach-)Sprache herbeigeführten negativen Auswirkungen auf Frauen und ihre Stellung in der Gesellschaft. Das heißt weiter, es wird kritisch beleuchtet, wie die Reproduktion des Genderbias als vorhandene ‚Norm‘ mit Hilfe von Sprache Strukturen, Ansichten und Wertvorstellungen einer sozialen Gemeinschaft verfestigt.

Wenn Sprache eine solche Macht zuteilwird, kann man berechtigterweise im Umkehrschluss auch davon ausgehen, dass sie ebenso benutzt werden kann, um festgefahrene (patriarchale) Konzepte und Normvorstellungen – wie die der inferioren Posi-

tion der Frau in der Gesellschaft – aufzubrechen, und den Menschen bewusst-reflektierend neue kommunikative Perspektiven aufzuzeigen, die die gleichwertige Positionierung von Frauen und Männern realisierbar machen.

In diesem Zusammenhang behandelt die vorliegende Arbeit die spezielle Frage, ob Übersetzerinnen und Übersetzer unter Zuhilfenahme von feministischen Translationsansätzen bei der Übersetzung von fachsprachlichen Ausgangstexten, die einen Genderbias aufweisen, dessen Reproduktion und Verfestigung in der Zielsprache verhindern können. Diese Herangehensweise an Translation wird aus mehreren Gründen als kritisch erachtet, unabhängig von ihrer theoretisch-sprachlichen Umsetzbarkeit und ihrer großen Bedeutung für Frauen in der Fachkommunikation und den einzelnen Bereichen der Gesellschaft.

Zum einen muss die aktive Rolle der übersetzenden Person, die ihren Wertevorstellungen und Konstrukten der ‚eigenen‘ Realität entsprechend handelt und somit beim Übersetzen bewusst sprachliche Entscheidungen trifft, im Verhältnis zu der ihr tatsächlich zugeschriebenen Handlungsmacht abgesteckt werden. Und in Bezug dazu dürfen die aktuelle Situation am Übersetzungsmarkt, genauer gesagt die realen Bedingungen und Konventionen im Verlagswesen und die Machtverhältnisse beziehungsweise Beziehungen und Dynamik der einzelnen Beteiligten nicht außer Acht gelassen werden, denn:

In kaum einem anderen Beruf dürften die Vorstellungen, Verhältnisse und Arbeitsbedingungen so inhomogen sein wie im Translationswesen. Die auf dem Markt herrschenden Vorstellungen vom Wesen des Übersetzers klaffen bei Auftraggebern, Bestellern, Applikatoren, und Adressaten einerseits und den Herstellern von Übersetzungen, dem Berufsstand andererseits z.T. erheblich auseinander. (Schopp 2008:243)

Übersetzerinnen und Übersetzer haben, von ihrem ethisch agierenden Standpunkt aus gesehen, durchaus Handlungsmacht beim Übersetzen, denn „Modifikationen und Abweichungen vom präsentierten Ausgangstext“ (Prunč 2016:24) können dann vorgenommen werden, wenn es zu einer bewussten oder unbewussten Verletzung von Interessen oder Gefühlen anderer Beteiligter, zu denen auch weibliche Adressatinnen des Zieltextes gehören, kommt – im Sinn der Loyalität zu eben diesen (vgl. Prunč 2016:24). Ein auf Genderungleichheiten beruhender beziehungsweise benachteiligender Ausgangstext „verletzt“ sowohl die wirtschaftlichen und sozio-politischen Interessen von Frauen als auch ihre persönlichen Gefühle durch diskriminierendes Verhalten. Infolgedessen sind übersetzende Personen befugt, mit Hilfe von Änderungen und Anpassungen ihre Übersetzung gendergerecht zu gestalten.

Im Verlauf der Arbeit werden weitere solcher entscheidenden Argumente für Auftraggebende und alle am Translationsprojekt Involvierte vorgebracht, die eine individuelle Ausdrucksweise und Konstruktion von neuen Bedeutungen im Zieltext der übersetzenden Personen bekräftigen. Das bewusste und aktive Umgehen von im Ausgangstext vorgefundenen Genderungleichheiten und die somit feministisch-orientierte Übersetzungshandlung wird außerdem dadurch gestützt, dass die weitreichenden negativen Folgen eines Genderbias in der Fachsprache und somit gesamtgesellschaftlich gesehen für Frauen aufgezeigt werden.

In dieser Hinsicht erscheint es auch von Nutzen und Relevanz, auf die EU-Grundrechtecharta beziehungsweise auf das österreichische Recht zum Thema Diskriminierung einzugehen. Artikel 7 des österreichischen Bundesverfassungsgesetzes, der vor Diskriminierung schützen soll, lautet:

Alle Staatsbürger sind vor dem Gesetz gleich. Vorrechte der Geburt, *des Geschlechtes*, des Standes, der Klasse und des Bekenntnisses sind ausgeschlossen. Niemand darf wegen seiner Behinderung benachteiligt werden. Die Republik (Bund, Länder und Gemeinden) bekennt sich dazu, die *Gleichbehandlung* von behinderten und nichtbehinderten Menschen *in allen Bereichen des täglichen Lebens zu gewährleisten*². (jusline.at 2013)

Eine konkrete Form der Diskriminierung liegt vor, wenn eine Person aufgrund eines Merkmals X „in einer vergleichbaren Situation eine weniger günstige Behandlung als eine andere Person erfährt, erfahren hat oder erfahren würde“ (Holzleithner 2016:217). Für die Behandlung des Genderbias in der Fachsprache bedeutet das, dass einzelne Frauen oder Frauengruppen auf sprachlicher Ebene alleine aufgrund eines Merkmals, ihrer Geschlechterkategorie ‚Frau‘, eine Benachteiligung gegenüber Männern widerfährt.

Gendergerechte Translate, die eine Frauen benachteiligende (Fach-)Sprache bewusst ausschließen, sind somit alleine schon auf Grundlage von rechtlichen Bestimmungen zu begrüßen. So kann es gelingen, vor allem Auftraggeberinnen und Auftraggeber, aber auch die restlichen Institutionen am Übersetzungsmarkt, die Macht und Kapital besitzen, von gendergerechter Sprache und deren positiven Effekten zu überzeugen.

Um die genannten Vorhaben wissenschaftlich bestätigen und umsetzen zu können, ist der folgende, theoretische Teil der Masterarbeit inklusive aller Begrifflichkeiten, Definitionen, Perspektiven und eigener Gedankengänge in den Sprachwissenschaften, den Gender Studies, den Sozial- und Kulturwissenschaften, der Psychologie, den Literaturwissenschaften und natürlich in den Translationswissenschaften verortet.

² *Kursiv*: Sowohl hier als auch in weiterer Folge werden eigene Hervorhebungen *kursiv* dargestellt.

Die Sprachwissenschaften dienen einerseits dazu, die Fachkommunikation und ihre charakteristische Sprache zu beschreiben und sowohl jene sprachlichen Merkmale zu identifizieren, die Fachsprache von Allgemeinsprache klar unterscheiden, als auch die, die beide gemeinsam haben und sie so wiederum ineinander übergehen lassen. Andererseits werden die sprachlichen Äußerungen – stereotype Zuschreibungen in Form von Adjektiven, Verben oder auch ganzen Phrasen und Sätzen, fehlende weibliche Nomina beziehungsweise inhaltliche Auslassung, überwiegende Verwendung des generischen Maskulinums oder Ähnliches – in Bezug auf die Abwertung und Benachteiligung von Frauen und ihr ungleiches Verhältnis zu Männern in der Fachkommunikation und erklärt und analysiert.

Im Zusammenhang mit der pejorativen Verwendung von Fachsprache spricht Epstein von „Stilmitteln der Ironisierung, Trivialisierung und des Lächerlichmachens“ (Epstein 2000:25) zur Beschreibung von Frauen. Ihnen wird, verglichen mit Männern, außerdem sprachlich weniger Autonomie, Aktivität, Aggressivität und Selbständigkeit zugeschrieben. In Bezug auf eine inhaltliche Nichtrepräsentation von Frauen geht sie weiter von einer „vorsozialen Norm“ (Epstein 2000:23) aus, die Männer als Akteure und ‚männliche‘ Themen im Mittelpunkt als selbstverständlich vorgibt, und so „die hegemoniale Position von Männlichkeit im herrschenden Muster der Geschlechterverhältnisse vernebelt und fortsetzt“ (Epstein 2000:23).

Nicht nur sie, sondern auch die Gender Studies und die Sozialwissenschaften sprechen bei ‚Frau‘ und ‚Mann‘ von zwei anhand von patriarchaler Sprache sozial konstruierter Geschlechterkategorien. Diese beiden Konstrukte von ‚Gender‘ werden von der Gesellschaft, die sie als zwei sich entgegenstehende Lebensentwürfe gebildet hat, aktiv beeinflusst und anhand von Normen und Konventionen immer wieder reproduziert. In welchem Ausmaß und wie weit verbreitet festgefahrene Gender-bezogene Wahrnehmungen und Verhaltensweisen tatsächlich sind, wird in den folgenden Kapiteln noch ausführlich erläutert (vgl. Frey 2006).

Eng verbunden mit diesem sozialwissenschaftlichen Ansatz der Konstruiertheit von ‚Mann‘ und ‚Frau‘ als Kategorien und mit den Gender Studies sind auch psychologische Theorien und Forschungsergebnisse, die wichtige Begriffe zu Stereotypen und den „stereotyp and social identity threat“ (Rees/Boege 2019) in Bezug auf Frauen und Männer und deren Gruppenzugehörigkeit zum jeweiligen konstruierten Geschlechts liefern. Da Menschen als soziale Wesen zwangsläufig in Kategorien denken, um ihre Welt zu ordnen und sich selbst von anderen unterscheiden zu können, ist dieser Punkt in Bezug auf Genderkonstruktionen besonders wichtig und wird in Kapitel 3.1.1 Stereotyp, Vorurteil, Diskriminierung genau behandelt.

Gleichzeitig spielt Gruppenzugehörigkeit in den Kulturwissenschaften eine wichtige Rolle, da die jeweilige Sprache einer Kultur durch die vorherrschenden gesellschaftlichen Konventionen und Verhaltensmuster (von sozialen Gruppen) geprägt ist,

und die sprachlichen Äußerungen über die ‚Wirklichkeit‘ wiederum in Wechselwirkung zur Kultur, in der sie getätigt werden, stehen, da sie den jeweiligen kulturellen Besonderheiten mit Hilfe von Sprache ‚einen Namen geben‘.

Das Thema der Masterarbeit „Genderbias in der Fachsprache und die kritische Frage, ob Übersetzerinnen und Übersetzer seiner Reproduktion durch Translation mit Hilfe feministischer Translationsansätze entgegenwirken können“ verlangt neben all diesen Methoden und Möglichkeiten zur Beschreibung der einzelnen Aspekte unweigerlich auch einige wichtige Theorien aus der Translationswissenschaft. Die Miteinbeziehung von unterschiedlichen Ansätzen zur Erklärung und zum vielschichtigen Verständnis von Übersetzungsvorgängen ist hier elementar. Die Gegenüberstellung einzelner und meine für die Arbeit essentielle Definition von Translation wird in Kapitel 3.3 ausführlich erklärt. Diese Argumentation inkludiert die wissenschaftlichen Perspektiven, die die tatsächliche Umsetzbarkeit von feministischen Übersetzungsstrategien bei der (Ziel)Textproduktion im Bereich der Fachkommunikation sprachlich möglich machen.

Da es, wie die Recherchearbeit ergeben hat, aus fachsprachlicher Sicht bislang noch relativ wenig Anhaltspunkte zu feministischen Herangehensweisen in der Translationswissenschaft gibt, wird außerdem auf feministische Strategien aus dem literarischen Übersetzungsbereich Bezug genommen, und die Übernahme dieser in den Bereich der Fachkommunikation – wo es für angemessen und wichtig erscheint – in Erwägung gezogen.

Außerdem gilt es (gemeinsam mit der Translationswissenschaft) anhand der Literaturwissenschaft die weibliche Autorinnenschaft feministischer Literatur und ihre Perspektiven und Bedeutungskonstruktionen als ‚erste Autorinnen‘ von Texten für eine feministische Herangehensweise und Art der Textproduktion auch bei der Übersetzung von Fachsprache und Fachtexten zu nutzen.

Diese eben genannten Theorien und Forschungsperspektiven dienen als Basis für meine individuellen Gedankengänge und Interpretationsansätze, die im zweiten, empirischen Teil der Arbeit in eine darauf aufbauende kritische Text- und Diskursanalyse münden. Mit ausgewählten Analysemethoden wird anhand zweier Beispiele aus dem Bereich der Wirtschaftskommunikation beziehungsweise des Führungsmanagements kritisch aufgezeigt, dass das Phänomen ‚Genderbias‘ in der fachsprachlichen Kommunikation allgegenwärtig ist, und vor allem wie es sich mit Hilfe von expliziten und impliziten (oft unbewussten) Sprachäußerungen manifestiert.

Feminismus, ob in den unterschiedlichsten Bereichen des alltäglichen Lebens oder im Berufsleben, sowie der von der Gesellschaft und den ihr angehörenden Personen sozio-kulturell konstruierte und reproduzierte Genderbegriff und seine Unterscheidung zum biologischen, natürlichen Geschlecht ‚sex‘ von Personen sind nach wie vor umstritten und werden deshalb kontrovers diskutiert. In dieser Hinsicht muss auch

in der empirischen Analyse später gezielt auf „implizite, symbolisch vermittelte gender-Muster in allen Arten von Texten einer Gesellschaft oder Gruppe“ (Heydebrand/Winko 1994:114) eingegangen werden.

Trotz der Kontroversität und der gespaltenen Meinungen zum Thema Gendern in (Fach-)Texten und der teils heftigen Kritik, die Feministinnen und Feministen auch in anderen Bereichen immer wieder erfahren – oder gerade deswegen – ist es mein persönliches Anliegen, diese wissenschaftliche Arbeit aufbauend auf klaren Fakten als ein proaktivistisches Zeichen für die Etablierung von Gleichberechtigung, Gleichstellung, Gleichbehandlung und Gleichwertigkeit von Frauen und Männern im gesamtgesellschaftlichen Kontext zu verfassen.

Und da diese tatsächliche Etablierung auch zu einem großen Teil davon abhängt, wie Sprache – von wem – in welcher spezifischen Situation – und zu welchen Zwecken – als mächtiges Werkzeug – eingesetzt wird, ist es mein vorrangiges Ziel, die patriarchale Sprache, also „the language forged and used by the institutions in society largely ruled by men“ (Flotow 1997:8) aufzudecken.

Im Sinne einer ‚objektiven‘ Forschungsarbeit wurden Perspektiven und Fakten aus allen Bereichen miteinbezogen – und auch die potentielle Widerlegung der ihr zugrundeliegenden Hypothesen nicht kategorisch ausgeschlossen. Nichtsdestotrotz basiert mein Standpunkt wie der einer jeden anderen Wissenschaftlerin und eines jeden anderen Wissenschaftlers auf der subjektiven Wahrnehmung meiner Umwelt, Selektion von Informationen und Konstruktion von Bedeutungen über „meine Wahrheit“. Um es mit Michèle Cookes Worten auszudrücken:

The facts of science are partial truths – yours, mine or somebody else’s. All struggling to be heard, and believed. Accepting the facts means seeing them. And people only see what they want to see. If we want our facts to survive, they have to fit in with other people’s truths. And there is room for more than one winner. (Cooke 2019)

Die Intention dieser Masterarbeit ist es also, einen sinnvollen Beitrag zu leisten, um aus Frauen und Männern, nein, aus allen *Menschen*, Gewinnerinnen und Gewinner zu machen. Die feministischen Denk- und Sichtweisen der vorliegenden Arbeit zielen nicht darauf ab, Frauen als ‚das bessere‘ oder ‚wichtigere‘ Geschlecht darzustellen. Es geht schlicht um die gleichwertige Positionierung und (gegenseitige) Anerkennung in der Gesellschaft.

Daher geht es in den folgenden Kapiteln um zielgerichtete Forschung und realistische Lösungsansätze, die die bewusste Verhinderung der Reproduktion eines Genderbias anstreben – zuerst auf (fach-)sprachlicher, kommunikativer Ebene, und nach und nach auch im gesamtgesellschaftlichen Kontext. Außerdem zeigen die Forschungsergebnisse die Relevanz eines sensiblen Umgangs mit Sprache, ihrer Wir-

kung, sozialen Konstrukten wie Geschlechterkategorien und Vorurteilen. Und schlussendlich dienen sie als erster Anhaltspunkt, um feministische Übersetzungsstrategien, wie sie zum Teil schon im literarischen Bereich des Übersetzens vorhanden sind, auch im Kontext der Fachkommunikation in der translationswissenschaftlichen Lehre und Praxis miteinzubeziehen.

2 Erläuterung der Hypothesen

Die vorliegende Masterarbeit beschäftigt sich mit der Verifizierung folgender Hypothesen:

2.1 Hypothese 1: Es besteht ein Ungleichgewicht von Frauen und Männern in der Fachkommunikation.

Frauen werden aufgrund ihres in der Gesellschaft sozial konstruierten Geschlechtes und den damit verbundenen Zuschreibungen nach wie vor in ihrem Privat- und Berufsleben gegenüber Männern benachteiligt – dieser Genderbias spiegelt sich auch in der (Fach-)Kommunikation wider – und vice versa.

Frauen werden in den alltäglichsten Bereichen wie etwa in den eingangs erwähnten Beispielen der Werbebranche, der Verkehrssicherheit oder auch des Gender Pay Gaps im Berufsleben aufgrund ihrer inferioren Stellung in der Gesellschaft benachteiligt. An dieser Stelle möchte ich genauer auf den Gender Pay Gap Report von Anfang April 2019 eingehen, den ‚Gender Pay Gap‘ genau definieren und zum besseren Verständnis das sich davon unterscheidende Pendant „unequal pay“ (BBC-1 2019) erklären.

Während „unequal pay“ die niedrigere Bezahlung von arbeitenden Frauen für ein und dieselbe geleistete Arbeit im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen bedeutet (vgl. BBC-1 2019) und in Österreich seit 1979 gesetzlich verboten ist (vgl. Gleichbehandlungsanwaltschaft 2018), bezeichnet der Rundfunkdienst BBC den mittleren ‚Gender Pay Gap‘ als „the difference in pay between the middle-ranking woman and the middle-ranking man“ (BBC-1 2019).

Das bedeutet weiter, dass sich der Unterschied beziehungsweise ‚Gap‘ der Bezahlung zwischen allen in einem Unternehmen arbeitenden Frauen und den dort arbeitenden Männern aus dem Vergleich deren durchschnittlicher Bezahlung ergibt.

Im Fall des Anfang April 2019 veröffentlichten Reports bedeutet das für jene Unternehmen Großbritanniens, die 250 oder mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigen, dass 78% von ihnen dem ‚Durchschnittsman‘ mehr bezahlen als der

‚Durchschnittsfrau‘. Das folgende Beispiel des Sprachdienstleisters *RWS TRANSLATIONS LIMITED* dient der konkreten Veranschaulichung: Das Unternehmen berichtete von einem ‚Gender Pay Gap‘ in der Höhe von 19,6 %, was bedeutet, dass die weiblichen Mitarbeiterinnen für jede zehn Pfund, die ein männlicher Mitarbeiter bezahlt bekommt, im Vergleich nur 8,04 Pfund zum Leben zur Verfügung haben (vgl. BBC-2 2019).

Während Frauen zwar für die gleiche Position in einem Unternehmen nicht weniger Geld als Männer bekommen, reflektiert diese hohe Prozentzahl des britischen ‚Gender Pay Gaps‘ trotzdem einige Differenzen in Bezug auf die jeweiligen Arbeitsmuster und Unternehmensstrukturen. So sind es beispielsweise in übermäßiger Zahl Frauen, die schlechter bezahlte Teilzeitstellen ausüben, aber ein Großteil von Männern, die in hochbezahlten oder Führungspositionen arbeiten (vgl. BBC-1 2019).

Wenn es um die (geschlechts-)kategorische Besetzung bestimmter Positionen und somit um die Machtverteilung zwischen Frauen und Männern in einem Unternehmen geht, spielt nun auch die Verwendung von Sprache eine wichtige Rolle, denn „power relations get articulated through language. Language does not merely reflect a pre-existing sexist world; instead, it actively constructs gender asymmetries within specific socio-historical contexts“ (West/Kramarae/Lazar 1997:120).

So zeigen beispielsweise die Analyseergebnisse von Pressemitteilungen des deutschen Frauenministeriums zur Gleichstellungspolitik, dass die Kategorie ‚Frau‘ diskursiv nach wie vor oft nur mit Tätigkeiten in den privaten Lebensbereichen wie im Haushalt oder bei der Pflege von Kindern oder Angehörigen in Verbindung gebracht wird und ihr so die Berufsausübung erschwert, im besten Fall eine Vereinbarkeit mit einer Teilzeitstelle auferlegt wird (vgl. Epstein 2000:78-79).

Im Kontrast dazu bleibt die Kategorie ‚Mann‘ beim Thema Pflege- und Familienarbeiten und deren Abstimmung auf die jeweilige Berufstätigkeit in den Mitteilungen weitestgehend unberührt, „was die Geschlechter in ihren traditionellen sozialen Beziehungsräumen belässt“ (Epstein 2000:79), Asymmetrien und den Genderbias anhand von (Fach-)Sprache weiterhin reproduziert, und das Ziel einer Gleichstellungspolitik somit verfehlt.

Diese immer wieder reproduzierten Ungleichheiten zwischen Frauen und Männern, die sich in allen Bereichen des Lebens manifestieren, entstehen in der gemeinsprachlichen Kommunikation vor allem dadurch, dass sie täglich und zum größten Teil unbewusst das sprachliche Resultat der Stereotypen und Vorurteile beziehungsweise Normen einer Gesellschaft sind, die angewendet werden, um die außersprachliche Welt wahrnehmen, begreifen, ordnen und die jeweils dadurch individuell konstruierte ‚Wirklichkeit‘ verstehen zu können.

Aufgrund dieser Tatsache besteht das inhaltliche und sprachliche Ungleichgewicht zwischen Frauen und Männern, also allgemein eine Benachteiligung der Frauen

gegenüber Männern – auch in der Fachkommunikation. Die konkrete sprachliche, visuelle und inhaltliche Fehl-, Nicht- oder Unterrepräsentation von Frauen in den einzelnen Fachbereichen und ihrer Kommunikation aufgrund von schriftlichen Texten, Bildern, Illustrationen, fehlenden Informationen und so weiter wird im weiteren Verlauf der Arbeit genau behandelt. Außerdem wird auch die Relevanz der Fachkommunikation für die Reproduktion des Genderbias erläutert. Darunter ist zu verstehen, dass beispielsweise stereotypische Berufe zu dessen Verstärkung führen.

Die weiteren Ausführungen und Erläuterungen von Theorien und Perspektiven in den Forschungsfragen 1 und 2 sowie Beispiele der empirischen Text- und Diskursanalyse werden für die erste Verifizierung der Hypothese 1 herangezogen.

2.2 Hypothese 2: Der Genderbias kann durch feministische Translationsansätze der Übersetzerinnen und Übersetzer verhindert werden.

Mit Hilfe feministischer Translationsansätze können Übersetzerinnen und Übersetzer einer Reproduktion des Genderbias bei der Translation von fachsprachlichen Ausgangstexten – und daher auch in der Fachkommunikation – entgegenwirken.

Diese zweite Hypothese, die die mögliche bewusste und aktive Verhinderung von Genderungleichheiten in fachsprachlichen Zieltexten mit Hilfe von feministischen Wahrnehmungs-, Denk-, Lese-, und schließlich Übersetzungsansätzen zur Konstruktion von (neuer) Bedeutung behauptet, beschäftigt sich außerdem mit der Möglichkeit, das Bewusstsein für das allgegenwärtige Vorhandensein des Genderbias in der Fachkommunikation und der Gemeinsprache schärfen und die Akteurinnen und Akteure der Gesellschaft zum Umdenken bewegen zu können.

Wie eingangs erwähnt, verlangt die praktische Umsetzbarkeit beziehungsweise die Bestätigung dieser Annahme eine kritische Betrachtung.

Einerseits sind feministische Perspektiven und Theorien und deren sprachliche und kommunikative Mittel in der Translationswissenschaft, die auch hier interdisziplinär verortet ist, durchaus vorhanden – auch wenn der Fokus der erforschten feministischen Übersetzungsstrategien bislang auf der Translation von ohnehin feministisch-orientierten literarischen Werken beziehungsweise Ausgangstexten gelegen ist.

Dieses Potenzial wird nun auch zur Übersetzung in der Fachkommunikation herangezogen, und zwar als sprachlich wichtiges Instrument ausgehend von aktiv(istisch) übersetzenden Personen mit Handlungs- und Entscheidungsmacht und dem entsprechenden Begriff von Translation als De- und Re-Konstruktion von Bedeutungen: „If the

deconstruction of discourses is indeed necessary to alter social relations, then the material relations that help produce and reproduce the contemporary representations of the world must also be altered in order to diminish their power.” (Millán 2016:9)

Doch andererseits darf die gängige Praxis im Netzwerk aller am Translationsmarkt und -prozess Beteiligten und vor allem deren Machtverhältnisse zueinander und die herrschenden Normvorstellungen nicht außer Acht gelassen werden.

So kann es zu ethischen Konflikten bei der Translation kommen, da das individuelle sozio-politische Empfinden einer übersetzenden Person danach strebt, im Sinne der Gleichberechtigung von Frauen und Männern zu übersetzen – also im Produktionsprozess (der Bedeutung) des neuen Zieltextes feministische Ansätze miteinzubeziehen. Dieses Vorhaben ist aber möglicherweise nicht realisierbar, weil aufgrund von komplexen Interessenskonstellationen und Absichten der Beteiligten bestimmte institutionalisierte Beschränkungen und Konventionen am Übersetzungsmarkt existieren, die diesen Konflikt auslösen (vgl. Prunč 2016:20).

Für die Auflösung des Konfliktpotenzials, das feministische Translationsansätze im Kontext des Beziehungs- und Machtgefüges am Translationsmarkt und der hierarchischen Stellung von Übersetzerinnen und Übersetzern mit sich bringen, müssen handfeste Erklärungen geliefert werden, damit Hypothese 2 verifiziert werden kann.

3 Forschungsfragen

Mit der eben angeschnittenen Komplexität von Hypothese 2 beschäftigen sich konkret und ausführlich die Forschungsfragen 3 bis 5 dieses Kapitels. Die Beantwortung dieser und der restlichen Forschungsfragen dient außerdem der Strukturierung der Argumentationskette der gesamten vorliegenden Arbeit, der adäquaten und schlüssigen Präsentation von gesammelten Forschungsergebnissen und deren Verknüpfung miteinander. Sie stellen den theoretischen Rahmen dar, um erforderliche Begriffe verstehen und definieren zu können, und um sie mit Perspektiven der ‚Wirklichkeit‘ und eigenen Gedankengängen in Relation zu bringen.

3.1 Forschungsfrage 1: Warum besteht ein Genderbias in der Fachkommunikation?

Zur Beantwortung dieser Frage ist es wichtig, auf diese Perspektiven und vor allem darauf einzugehen, dass ‚Wirklichkeit‘ beziehungsweise ‚Wahrheit‘ über ‚die Welt‘ immer relativ ist zur Wahrnehmung von Personen und deren Umwelt, in denen sie verortet sind. Am eigenen Verhalten und den Reaktionen auf Ereignisse und Umstände

der Umwelt eines Individuums lässt sich erkennen, wie die jeweilige Informationsverarbeitung beziehungsweise Verarbeitung von Reizen vonstattengeht. (vgl. Ahrens/Ahrens 2014:4).

Da ein Genderbias eng mit Stereotypen, Vorurteilen und Diskriminierung von Frauen zusammenhängt, und deren Prozesse wiederum – teils automatisch – ablaufen, um die ‚Wirklichkeit‘ von Menschen in einer Gesellschaft und sie selbst darin im Kontextes des Zusammenlebens zu beschreiben, liefert das folgende Kapitel nötige Definitionen dieser Begriffe und deren Unterscheidungen voneinander, um die Kategorisierung der ‚Welt‘ und ihre sprachliche Auswirkungen auf Frauen und Männer (in der Fachkommunikation) besser verstehen zu können.

3.1.1 Stereotyp, Vorurteil, Diskriminierung

Der Stereotyp gründet sich auf die beiden griechischen Wörter „stereos“, was so viel wie starr oder fest, und „typos“, was so viel wie Entwurf oder „charakteristisches Gepräge“ bedeutet (Petersen 2008:21).

Die vorhandene Bereitschaft beziehungsweise eher die Notwendigkeit der Menschen als soziale Wesen, Kategorien zu schaffen, begünstigt nun die Entstehung von Ordnungssystemen – „Entwürfen“ – der ‚Realität‘. Grundsätzlich ist eine solche Kategorisierung sogar notwendig, um sich in der Gesellschaft zurechtfinden zu können. Denn jedes Individuum muss seine Umwelt und ‚die anderen‘ sehen, um auch sich selbst verstehen und in Relation zu ihnen setzen zu können.

Da nun bei der Stereotypisierung „Personen häufig nicht als Individuen, sondern als Teil einer Gruppe“ (Petersen 2008:21) wahrgenommen werden, werden ‚vorgefertigte‘ Meinungen – zum Beispiel über die Kategorie ‚Frau‘ – ohne weiteres Hinterfragen auf jede einzelne der ganzen (Fremd-)Gruppe, also auf alle ihr angehörigen Frauen übertragen, egal ob diese Meinung auf sie zutrifft oder nicht.

Dieser Stereotypisierung, um im Sinne einer Ordnung der ‚Welt‘ komplexe soziale Vorgänge zu vereinfachen, zieht einige Komplikationen mit sich. Abgesehen davon, dass Stereotype nie auf jedes Individuum einer Gruppe zutreffen, weil sie alle jeweils in unterschiedlichen Umwelten sozialisiert worden sind und interagieren, führen festgefahrene Konstrukte von Meinungen über andere Personen zu Erwartungshaltungen an bestimmte Verhaltensweisen (von Frauen), sodass diese tatsächlich oft einem gängigen Stereotyp gemäß automatisch und unbewusst erfüllt werden (vgl. Petersen 2008). Diese Bestätigung der Erwartungen – der sich „selbst erfüllenden Prophezeiungen“ (Petersen 2008:22) – begründet sich auf die vorhergehende bewusste „Befürchtung von Angehörigen einer stigmatisierten sozialen Gruppe“ (Rees/Boege 2019) oder Kategorie, dass sie aufgrund Stereotypen anders behandelt oder beurteilt werden

oder diese in bestimmten Situationen im Endeffekt tatsächlich mit ihren Handlungen bestätigen (vgl. Steele/Spencer/Aronson 2002).

Dieses Phänomen wird in der Psychologie und Soziologie als „stereotype threat“ (Rees/Boege 2019) beziehungsweise als die ‚Bedrohung durch Stereotype‘ bezeichnet. So wurde beispielsweise in durchgeführten Mathematiktests bei Frauen festgestellt, dass ihr bloßes Bewusstsein über ihre Gruppenzugehörigkeit und die ihnen von der Gesellschaft geteilten und von außen zugeschriebenen, vorgefertigten festen Meinungen ausreicht, um eine Minderung ihrer Leistungen hervorzurufen. Es ist wichtig zu betonen, dass der Unterschied zu männlichen Testpersonen tatsächlich nicht allein durch andere Vorbereitung oder verminderte Fähigkeiten der Frauen zustande kommt, sondern durch dieses vorhandene Wissen über bestehende Stereotype und auch durch den zusätzlichen Druck, diese nicht bestätigen zu wollen (vgl. Steele/Spencer/Aronson 2002).

Grundsätzlich stellen Stereotype als Kategorisierungsmethode ‚der Welt‘ (noch) kein Problem dar. Sie werden jedoch trotzdem in den meisten Fällen zu einer Bedrohung, weil sie als in der Gesellschaft weit verbreitete Meinungen über Kategorien oder Gruppen und deren Angehörige „in der Regel eine positive oder negative Bewertung tragen“ (Klauer 2008:27), wie das Beispiel des Mathematiktests und seine Ergebnisse in Bezug auf die Kategorie der Frauen veranschaulicht haben. Das Zuschreiben einer negativen Bewertung auf eine Person der stigmatisierten Gruppe ohne sich vor dieser Urteilsbildung mit ihr als individuellen Menschen befasset zu haben, bezeichnet das Vorurteil.

Da Stereotype und der „stereotype threat“ sowohl im alltäglichen Leben als auch in den einzelnen Fachbereichen wie beispielsweise der Mathematik und in der sprachlichen Kommunikation zur jeweiligen Wissensvermittlung insbesondere auf Frauen als soziale Kategorie starken negativen Einfluss haben, ist kritisches Reflektieren von vorgebildeten negativen Zuschreibungen und Erwartungshaltungen unbedingt erforderlich. Ist dies nicht der Fall, manifestiert sich diese Vorverurteilung einer individuellen Person stellvertretend für alle der Gruppe Zugehörigen in einem benachteiligenden Verhalten, das ihr entgegengebracht wird. Diese Weiterentwicklung von Stereotyp (Kategorisierung) und Vorurteil (negative Bewertung ohne Betrachtung der Einzelperson) auf die aktive Verhaltensebene – zu der ich auch sprachliches Handeln als ‚Verhalten‘ einem Individuum gegenüber zähle – wird Diskriminierung genannt (vgl. Klauer 2008:27). Letztere ist in den EU-Grundrechten und in österreichischem Recht verankert, wie im Einleitungskapitel beschrieben wurde.

Die World Health Organization (WHO) definiert in diesem Zusammenhang die konkrete „Gender-based Discrimination“ folgendermaßen:

Any distinction, exclusion or restriction (such as unfair or unequal treatment) made based on gender norms, roles and relations that prevents women and men of different groups and ages from enjoying their human rights. It perpetuates gender inequality by legitimizing stereotypes about men and women of different ages and groups (World Health Organization 2011).

Anatol Stefanowitsch, Professor für Sprachwissenschaften an der Freien Universität Berlin, erklärt hierzu die Methoden und Auswirkungen von stereotypischer und diskriminierender Sprache auf Frauen im Mai 2019 im Interview mit *Edition F*:

Jede*r, die*der selber regelmäßig Diskriminierung erlebt, weiß aus Erfahrung, dass das Schaden anrichtet. Die Leute, die sagen, sie glauben das nicht, sind meist weiße Menschen, oft sind es Männer. Mal sind es auch weiße Frauen, die die Misogynie, die sie jeden Tag erleben, halb internalisiert, halb abgeblockt haben, sodass sie sie zumindest nicht wahrnehmen. Die Leute, die das nie erleben, oder die nicht verstehen, wie man durch Sprache getroffen werden kann, müssten eigentlich einen Perspektivwechsel vollziehen.

Interessanterweise sind sie es, die ganz empört sind, wenn man die Geschichte einmal umdreht. Weiße Männer zum Beispiel. Wenn ich ‚weißer Mann‘ sage, dann ist das erst mal einfach nur eine Beschreibung. Trotzdem finden sie es unverschämt, wenn man sie als Weiße auf ihre Hautfarbe oder ihr Geschlecht aufmerksam macht. Da merken sie plötzlich, wie es sich anfühlt durch einen Begriff von einem Individuum auf das Mitglied einer Kategorie reduziert zu werden. (Stefanowitsch 2019)

3.1.2 Gender, Genderbias, Sex, Sexismus

Der Begriff ‚Gender‘ stellt nun seit 1963, als er von dem Psychoanalytiker Robert Stoller zum ersten Mal verwendet und somit etabliert wurde, eine soziale Kategorie dar (vgl. Hey 1994). Das bedeutet, dass dieses Konzept der Geschlechtereinteilung in ‚Frau‘ und ‚Mann‘ von Menschen einer Gesellschaft entwickelt wurde und immer wieder neu produziert wird, da es, wie erwähnt, als Ordnungsrahmen der ‚Wirklichkeit‘ dient.

Diese Auffassung der Geschlechtergruppen bezieht sich somit auf deren soziale und kulturelle Konstrukte und manifestiert sich auch anhand der „gesellschaftlichen Codierung von >Weiblichkeit< und >Männlichkeit<“ (Heydebrand/Winko 1994:114). Eine solche Codierung der beiden Gender-Kategorien ‚Frau‘ und ‚Mann‘ kann somit als stereotypisch bezeichnet werden, da sie für die jeweils gesamte Gruppe übernommen wird, und im Fall der Frauen die einzelne als Angehörige nicht mehr als Individuum wahrgenommen wird. Die mit ‚Weiblichkeit‘ einhergehenden negativen Bewertungen der entsprechenden Kategorie gelten als Vorurteil gegenüber allen Frauen und

werden stellvertretend auf eine projiziert. Manifestieren sich Stereotyp beziehungsweise Vorurteil schließlich in der realen Benachteiligung einer oder mehrerer Frauen, beispielsweise im Berufsleben bei der Verteilung von Führungspositionen, wo jede einzelne von ihnen kategorisch als inkompetent vorverurteilt wird, stellt dies diskriminierendes Verhalten dar.

Diese von den einer Gesellschaft angehörenden Menschen geschaffenen sozialen Geschlechterkategorien, die „die Realität nicht zutreffend beschreiben“ (Klauer 2008:27) müssen klar vom biologischen Geschlecht ‚sex‘ unterschieden werden, welches Frauen und Männern von der Natur gegeben – und mit dem ein Mensch somit geboren wird. Wichtig bei der Unterscheidung ist, die Tatsache, dass nur ‚sex‘ natürlich angelegt ist in einem Individuum, ‚Gender‘ jedoch wird kategorisch konstruiert und verwendet, um Frauen und Männern bestimmte Merkmale stereotyp zuzuschreiben.

Leider laufen bei der sozialen Kategorisierung in zwei unterschiedliche Gruppen von Menschen im alltäglichen- oder im Berufsleben aber problematische Denkprozesse ab, die dazu führen, dass Frauen und Männer eben doch auf Grundlage von biologischen Unterschieden wie beispielsweise anatomischen oder hormonellen eingeteilt, behandelt und mit Bewertungen konfrontiert werden, was das Konstrukt ‚Gender‘ daraufhin als ebenso natürlich vorhanden erscheinen lässt (vgl. Heydebrand/Winko: 1994:113).

Frauen werden damit bestimmte Verhaltensweisen als stereotypisch zugeschrieben, mit dem Verweis auf ihr natürliches Geschlecht ‚sex‘ und ihre weiblichen Geschlechtsteile, obwohl ein angebliches Verhalten sozial konstruiert ist und oft nicht der Realität entspricht. Nur weil ich biologisch gesehen eine Frau bin, heißt das beispielsweise noch lange nicht, dass ich mich gemäß der Zuschreibung ‚Frauen gehen gerne shoppen und weinen mehr als Männer‘ verhalte.

Mit Vorsicht zu betrachten ist außerdem die stark ausgeprägte Bipolarität von ‚Gender‘ als Entweder/Oder-Konstrukt, die ebenfalls beim natürlichen Geschlecht ‚sex‘ als ‚Norm‘ praktiziert wird. Doch auch hier ist – biologisch und anatomisch gesehen – die Möglichkeit vorhanden, dass ein Mensch sowohl mit weiblichen als auch mit männlichen Geschlechtsteilen geboren wird, was ihn automatisch als Abweichung von den Normvorstellungen der restlichen Gesellschaft deklariert.

Beim Genderkonstrukt bedeutet eine solche Aufteilung in zwei sich unterscheidende Gegenpole, dass geschlechtsspezifische Sozialisation und die Vermittlung von ‚klassischen‘ Geschlechterrollen und Zuschreibungen über zwei klar voneinander getrennte Kategorien: ‚Mann‘ oder ‚Frau‘ beziehungsweise als Babys, Kinder und Jugendliche über ‚Junge‘ oder ‚Mädchen‘ verläuft (vgl. Heydebrand/Winko 1994). Das bedeutet weiter

dass wir niemals als „Menschen“ in unserer Gesellschaft einen Platz gefunden bzw. zugewiesen bekommen haben, sondern immer als Frauen oder Männer. Jedes Individuum wird geschlechtlich erfasst, niemand kann sich dieser strikt „binären Klassifikation“ entziehen. Die Unterscheidung in gerade zwei Geschlechterkategorien prägt uns und ist identitätsstiftend. Geschlecht ist somit „omnirelevant“, hat „Masterstatus“ und eine Schlüsselfunktion, die über und unter allen anderen Mitgliederkategorien einer Gesellschaft (z. B. Alter, Ethnie, Schicht) liegt (Paseka 2009:19).

Diese komplementäre Ausrichtung drückt sich oft schon vor der Geburt der Menschen aus, indem rosafarbene Kleidung für Mädchen und blaue für Jungen ausgewählt wird. Einige Jahre später wird das Spielzeug so verteilt, dass ‚männlich‘ konnotiertes Spielzeug wie zum Beispiel Feuerwehrautos oder Bagger den Jungen und Spielzeug wie Barbies oder eine Puppenküche, das mit ‚typisch weiblichen‘ Verhaltensweisen oder Wesenszügen assoziiert wird, Mädchen vorbehalten ist. Die Entgegensetzung und mitvermittelte Werthaltungen der sozial konstruierten Geschlechter zeigen sich im Jugendalter dann beispielsweise anhand des folgenden dominanten Inhalts – der romantischen Liebe – in Jugendzeitschriften: „Romantische Gefühle werden ihrem kulturellen Hintergrund enthoben und als persönliche Erfahrung ausgewiesen. In den diskursiv verfügbar gemachten sozialen Beziehungen konstituieren sich die Mädchen als passiv wartend, rivalisierend zu anderen Mädchen und devot gegenüber Jungen.“ (Epstein 2000:39)

Heydebrand/Winko bezeichnen dieses Phänomen als „gender typing“ (Heydebrand/Winko 1994:141), das sich bis ins Erwachsenenalter fortsetzt und als festgefahreneres Konstrukt unbewusst in jeglichen Lebensbereichen der Gesellschaft immer wieder aufs Neue reproduziert wird – in und durch Sprache.

Die Vermittlung von solchen Geschlechterrollen von Frauen und Männern passiert nicht nur über Sozialisation und Interaktion, sondern auch über Systeme, die auf Symbolen beruhen, beispielsweise „Alltagsmythen, die über verschiedene Medien und Textgattungen - von der Werbung über Filme bis hin zu literarischen und philosophischen Texten – die Wahrnehmung und Auffassung der Geschlechter prägen, oder über metaphorische Basiskonzepte in der natürlichen Sprache“ (Heydebrand/Winko 1994:117).

Ein sehr viele Menschen betreffender Bereich des alltäglichen Lebens ist der der Fortbewegung – genauer gesagt die Verkehrssicherheit. Um hier an den ersten Satz der Einleitung anzuknüpfen und somit die Stereotypisierung im Fach der Technik und in der zugehörigen Fachkommunikation sichtbar zu machen: Das Verletzungsrisiko bei einem Verkehrsunfall ist für Frauen deutlich höher als für Männer. Auch dieser Tatsache liegt eine – traditionelle und kulturelle – problematische Normvorstellung und Geschlechterprägung zugrunde, die Frauen nicht als das sozial konstruierte Geschlecht vorsieht, das sich im öffentlichen Bereich beziehungsweise mobil im Straßenverkehr und somit selbständig (ohne die Hilfe eines Mannes) aufhalten kann. Wozu dieses

„Gendering of the public and private spheres in many societies, where the public domain is associated traditionally with men and the domestic sphere with women” (Lazar 2017:375) und entsprechende Fachkommunikation unter anderem führen kann, zeigt folgendes Beispiel.

Seit jeher wird bei Verkehrssicherheitstests und entsprechenden technischen Entwicklungen der Automobilindustrie zur Verbesserung der Sicherheit von Fahrzeugen und fahrenden Personen der Mann als Normvorgabe verwendet. In nahezu allen Fällen solcher Untersuchungen werden somit bislang Crash-Dummies verwendet, die der Anatomie des männlichen biologischen Geschlechts ‚sex‘ nachempfunden sind. Kommt es nun zu einem Unfall, bei dem eine Frau beteiligt ist, dann besteht bei ihr aus genau diesem Grund – um nur ein Beispiel zu nennen – ein zu 50% größeres Risiko, ein Schleudertrauma zu erleiden, da die Innenausstattung von Fahrzeugen nicht auf Frauen und deren Anatomie getestet und abgestimmt worden ist (vgl. Volvo 2019).

Das Phänomen dieser Ungleichheit zwischen den sozial konstruierten Geschlechtern Mann und Frau und der Diskrepanz ihrer Machtverhältnisse wird mit dem Terminus Genderbias bezeichnet. Die WHO spricht von “gender inequality reinforcing unbalanced norms, roles and relations and often leads to one sex enjoying more rights or opportunities than the other” (World Health Organization 2011).

Mit anderen Worten drückt der zweite Teil des Wortes Genderbias – ‚bias‘ – die Voreingenommenheit gegenüber ersterem, also gegenüber – ‚Gender‘ aus. Diese Voreingenommenheit gegenüber dem sozial konstruierten Geschlecht ‚Frau‘ drückt sich, wie beschrieben, in den meisten Fällen negativ aus, obwohl die Gesellschaft, also die dort sozial agierenden Menschen, hier speziell Angehörige eines Faches, vorgeben, immun zu sein (vgl. Assmann 2012:4). Doch wir alle sind immer durch unsere Prägungen „bestimmten Normen und Werten verschrieben“ (Assmann 2012:4) und haben deshalb „niemals Anspruch auf die Tabula rasa“ (Assmann 2012:6).

Ein Genderbias basiert somit einerseits auf „kulturell generierte[n] Bilder[n] des Weiblichen und des Männlichen“ (Nagl-Docekal 1994:5). Er bekräftigt aber andererseits durch sich selbst soziale Eigenschaften und Normvorstellungen, die Frauen und Männern als symbolische Konstrukte zugeschrieben werden, die jedoch Unterschiede des natürlichen, biologischen Geschlechts ‚sex‘, wie zum Beispiel die Körpergröße von Frauen beim Autofahren und eine daraufhin andere benötigte Sicherheitsausstattung von Fahrzeugen in realen Lebenssituationen, nicht berücksichtigen.

Genau anhand solcher, von der Gesellschaft und der in ihr stattfindenden Kommunikation erzeugter Bilder wird der Genderbias fortlaufend reproduziert, weil Sprache als Instrument „bei der Strukturierung von weiblichen und männlichen Geschlechtern die Fortführung seiner Normen und Machtbeziehungen, um eine richtungsweisende Wirkung auf die Gesellschaft auszuüben“ (Nüzket Özen 2017:1621), fungiert.

In diesem Zusammenhang bezieht sich Hey auf eine sogenannte „Patriarchatsursachenforschung“ (Hey 1994:9), die sich ebenso mit Gender im Verhältnis zu Macht, Dominanz von Männern und die dadurch inferiore Stellung der von Frauen in der Gesellschaft befasst (vgl. Hey 1994).

Es lässt sich feststellen, dass Macht und Überlegenheit des einen sozial konstruierten Geschlechts immer in gewisser Weise auf die Minderwertigkeit des anderen angewiesen sind. So hatten Männer früher schon das Recht, anhand von Literatur, die sie über das andere Geschlecht verfasst hatten – also diskursiv – „Frauen zu definieren und zu interpretieren, aber nicht umgekehrt“ (Assmann 2012:22).

Diese Vormachtstellung von Männern in der Gesellschaft kommt auch anhand der Theorie des sogenannten „ambivalenten Sexismus“ (Fiske/Norris 2012:74) zum Ausdruck. Sie beruht auf zwei unterschiedlichen Arten von Sexismus, die gleichzeitig und nebeneinander existieren. Während die eine Art – der „hostile sexism – HS“ (Fiske/Norris 2012:74) als feindseliger Sexismus von Männern gegenüber Frauen zum Tragen kommt, ist die andere – der „benevolent sexism – BS“ (Fiske/Norris 2012:74) noch tückischer, denn sie äußert sich in eigentlich positiven Einstellungen und sozialem Verhalten Frauen gegenüber. Tückisch deshalb, weil diese positive Haltung nur jenen weiblichen Mitmenschen gegenüber gilt,

die sich entsprechend ihrer genau umgrenzten, stereotypen Geschlechterrolle verhalten. Die Vertreter dieser traditionellen Sicht der Geschlechterrollen sind der Auffassung, dass eine Frau in das Haus gehört, wo sie sich um die Kinder kümmert, während der Mann das Geld nach Hause bringt. [...] Ungeachtet der positiven Gefühle, die wohlwollende Sexisten Frauen entgegenbringen, bleibt BS auf der ideologischen Ebene insbesondere deshalb problematisch, weil nach wie vor von Frauen erwartet wird, ihre „häuslichen Pflichten“ zu erfüllen und sich als das schwächere Geschlecht zu gerieren. Während HS Frauen aus verantwortungsvollen Positionen in typisch männlichen Jobs ausschließt, weil man sie für inkompetent hält, schließt BS sie aus, weil von ihnen erwartet wird, weiterhin ihre häusliche Rolle zu erfüllen. (Fiske/Norris 2012:74)

Dieses ungleiche Machtverhältnis zwischen Frauen und Männern, die vorhandene Chancenungleichheit in Bezug auf gut bezahlte Arbeitsstellen oder Positionen in Führungsetagen von Unternehmen im Berufsleben, auf grundlegende Dinge im Alltag wie Sicherheit im Straßenverkehr – all diese unausgeglichene Verhältnisse und Beziehungen in nahezu allen Lebensbereichen liegen nicht zuletzt daran, dass ein Genderbias immer auch durch Sprache, die oft unbewusst, aber trotzdem stereotypisch, vorurteilsbehaftet oder diskriminierend konstruiert und verfestigt wird und somit in der Fachkommunikation perpetuiert wird.

Das bedeutet: „If language does not take into account the existence of women in certain parts of society, it will be difficult for them to move into those areas“ (Fawcett

2010:73-74). Sprache dient nämlich als mächtiges Instrument dazu, Wissen, Ansichten, Werte und Konventionen einer Gesellschaft zu verbreiten und zu etablieren. Und solange eine benachteiligende Sprache und deren Normen zur Benutzung vom dominierenden Geschlecht kontrolliert wird, wird ein Genderbias weiter reproduziert und weiter kommuniziert – in ihr selbst anhand von sprachlichen Ausformungen und durch sie schließlich in den einzelnen Alltags- und Fachbereichen.

3.1.3 Alltagskommunikation vs. Fachkommunikation

Zur genauen Beschreibung von Genderungleichheiten auf der kommunikativen Ebene im Alltag und im Fach beziehungsweise in den Fachbereichen gilt es nun zuallererst zu veranschaulichen, wie genau zwischen Alltagskommunikation und Fachkommunikation unterschieden werden kann, beziehungsweise eher wie Fachkommunikation mit der allgemeinen Kommunikation in einer Gesellschaft zusammenhängt, denn:

Die Sprache einer Sprachgemeinschaft ist eine Gesamtsprache, die aus verschiedenen Varietäten besteht. Die Varietäten sind nicht disjunkt, sondern besitzen in der Gemeinsprache einen gemeinsamen lexikalischen und grammatischen Kern. Die Varietäten werden in bestimmten Bereichen des menschlichen Handelns verwendet. Jene Varietäten, die der Kommunikation bei fachlichem Handeln dienen, sind die Fachsprachen. (Schubert 2007:147)

Eine vollständige Abgrenzung der Fachsprache von der Allgemeinsprache ist folglich nicht möglich, da einzelne Fachsprachen entsprechend ihrer Fachbereiche und -handlungen als Subsprachen ihrer ‚Übersprache‘ zu verstehen sind. Sie weisen somit zwangsläufig immer Gemeinsamkeiten mit dieser auf, nicht nur auf der Ebene der Lexik und Grammatik sondern auch, was kulturell bedingte Werte und Normvorstellungen der Gesellschaft beziehungsweise Kultur betrifft, in der sie gesprochen werden.

Es werden zwar in einem Fach spezielle Informationen und bestimmte Inhalte kommuniziert, die sich von anderen Fächern unterscheiden, und auch andere Termini, stilistische Mittel und mehr oder weniger Kreativität und Sachlichkeit zur sprachlichen Ausformung dieser verwendet. Dennoch bedient sich die jeweilige Fachsprache als einzelne Varietät einer „Gesamtsprache“ somit auch der konventionellen und ‚genormten‘ patriarchalen Sprach- und Wertevorgaben, die in unserer Gesellschaft das Ungleichgewicht von Frauen und Männern ausdrücken, denn „Gender was a product of patriarchal institutions and conventional language was one of these institutions“ (Flotow 1997:11).

Fachsprachen reproduzieren somit einen Genderbias genauso wie er auch allgemeinsprachlich immer neu verfestigt wird, weil auch eine Kommunikation im einzelnen Fach gesellschaftliche Kategorien und Bedeutungskonstrukte als sprachliche Handlung der einzelnen Fachleute realisiert. Denn je nach Zweck und Funktion werden

die Fachsprachen für Kommunikation im Fach, zwischen Fächern oder auch außerhalb des Faches verwendet und erneuern somit festgefahrene Normvorstellungen und Genderungleichheiten einer Gesellschaft über die Fächer hinweg (vgl. Janich 1998:33).

Diese Einbettung der Fachsprache in ihre Allgemeinsprache und die enge Verflechtung beziehungsweise die Übernahme der Werte und Überzeugungen lässt das Nicht-Auftreten eines Genderbias in der Fachkommunikation unmöglich erscheinen, solange bewusstes Gegensteuern im Fach und außerhalb durch bedeutungsändernde Sprach- und Inhaltsproduktion nicht in Frage kommt. Unmöglich auch deshalb, weil sich die vorherrschenden „Wechselbeziehungen zwischen Fachdenken und Fachsprache, das heißt der außersprachlichen Realität des Faches, der vorhandenen Wissensbestände und deren mentaler Repräsentation, der verwendeten Denkstrategien und deren sprachlicher Realisierung in der Fachkommunikation“ (Klammer 2017:15) automatisch auf Stereotypen der Allgemeinsprache beziehen. Als „Denkstrategie“ versteht sich die weiter oben im Text erläuterte Kategorisierung, Ordnung beziehungsweise Einteilung der ‚Welt‘, die unweigerlich auch ‚im Fach‘ abläuft und damit verbundene Stereotype, Vorurteile und Diskriminierung von Frauen hier nun in fachsprachlicher Form äußert. Folgendes Beispiel erläutert den Zusammenhang zwischen „Fachdenken“ und „Fachsprache“ beziehungsweise „Denkstrategien“ und deren fachsprachlicher Umsetzung in Bezug auf ihre negativen, benachteiligenden Auswirkungen:

In much engineering design, men are taken as the norm; women are analysed as an afterthought and often studied from the perspective of how they deviate from the norm. This means that women may be left out of the discovery phase – as a result, many devices are adapted to women retrospectively, if at all. In this case, the three-point seatbelt was designed with no attention to pregnancy. (Schiebinger/Schraudner 2011:160)

Die Nicht-Miteinbeziehung von Frauen generell und schwangeren Frauen im Detail beim Entwickeln von Fahrzeugen ähnelt dem in Kapitel 3.1.2 erläuterten Fall des erhöhten Verletzungsrisikos bei Frauen in Zusammenhang mit Verkehrsunfällen – in beiden Fällen liegt eine Denkweise der Fachleute im Fachbereich des Ingenieurwesens vor, die Frauen als Abweichung der Norm sieht und somit nicht oder zu spät inkludiert.

Da schon hier aufgrund von Vorurteilen kein Platz für Frauen im Fach selbst ist, kann auch in Folge dessen kein fachlicher Austausch, der sie berücksichtigt, also keine Kommunikation von Informationen über sie und mit ihnen stattfinden. Solange also „vorhandene Wissensbestände“ nur über Männer in einem Bereich zur Verfügung stehen, in dem Frauen schon lange im ‚realen Leben‘ vertreten sind, wird sich ein Genderbias im Teufelskreis seiner Reproduktion weiterhin auch in der Fachsprache widerspiegeln.

Eine – positiv wie negativ zu sehende – Gemeinsamkeit der Allgemeinsprache und der Fachsprache ist die Möglichkeit ihrer Instrumentalisierung „zur Identifizierung und zum bewussten Ausdruck eines bestimmten Denkstils“ (Klammer 2017:24). Die negative Form dieser Instrumentalisierung ist zum Beispiel in der Politik anhand zahlreicher, bewusst gewählter Schlagworte, Redewendungen oder diskriminierender Formulierungen zu erkennen. Ein solcher „Denkstil“ im Fach bedeutet weiter, dass Fachleute – ebenso wie alltägliche Kommunikationsbetreibende – aufgrund ihrer speziellen Gruppenzugehörigkeit gezwungen werden, die ‚Welt‘ auf eine spezielle Weise zu sehen, weil sie als Angehörige des Faches dementsprechend sozialisiert worden sind und somit gelernt haben, ein bestimmtes Bild wahrzunehmen – oder eben nicht.

Aus der psychologischen Forschung wissen wir, dass die ständige Überrepräsentation von Männern und dem generischen Maskulinum dazu führt, dass wir die Überrepräsentation in unsere Wahrnehmung mit einberechnen. Die sogenannten Privilegien, die man als Mitglied der Kategorie Männer hat, sehen wir deshalb gar nicht, weil wir die mental schon ausgleichen. (Stefanowitsch 2019)

In Bezug auf einen Genderbias in der Fachkommunikation heißt das weiter, dass Frauen in vielen Fächern und Fachgebieten nicht mitgedacht und leicht ‚übersehen‘ werden, weil die Denkart der sich im Fach befindlichen Experten und Expertinnen die Wahrnehmung stereotypisch und vorurteilsbehaftet beeinflusst und Frauen somit kategorisch ausgeblendet werden – mental, aus deren ‚Realität‘ des Fachbereichs und schließlich auch aus der Fachsprache und anhand der einzelnen Fachtexte. Damit haben auch institutionelle Strukturen, kulturelle Stereotype und die kategorische Verteilung von Arbeit die Benachteiligung von Frauen durch Nicht-Miteinbeziehung zur Folge.

Ein Beispiel aus der Didaktik zeigt, dass schon im Kindesalter beim Prozess der Sozialisation Denkstile ausgebildet werden, die in eine bestimmte Fachrichtung gehen. Schon früh ist bei Kindern zu erkennen, dass bei der Vermittlung von Lehrinhalten naturwissenschaftliches Interesse und Technikorientierung eher der Kategorie ‚Mann‘ beziehungsweise ‚Junge‘ stereotypisch zugeteilt wird (vgl. Buchmayr 2008:9). Nicht verwunderlich also, dass im Fachbereich der Technik oder in den Naturwissenschaften folglich im Erwachsenenalter der Denkstil über fachliche Inhalte aber auch über adäquate Fachleute zur Kommunikation dieser Wissensbestände von der Kategorie ‚Mann‘ als sprachliche und oft auch Kompetenznorm geprägt ist. Denn „Träger des Denkstils sind Personen, die in sozialen Strukturen leben und von einer gemeinsamen Kultur geprägt werden und diese ihrerseits prägen“ (Klammer 2017:45).

3.1.3.1 Fach, Fachkultur

Für ein komplettes Bild der Fachkommunikation sind passende Definitionen von Fach und (Fach-)Kultur von Vorteil, um sie in den Kontext der in einer Gesellschaft agierenden Personen in Verbindung setzen zu können. (Fach-)Kultur wird in der vorliegenden Arbeit also bezeichnet als

ein System von Konzepten, Überzeugungen, Einstellungen, Wertorientierungen, die sowohl im Verhalten und Handeln der Menschen als auch in ihren geistigen und materiellen Produkten sichtbar werden. Ganz vereinfacht kann man sagen: Kultur ist die Art und Weise, was die Menschen leben und was sie aus sich selbst und ihrer Welt machen (Maletzke 1996:16).

Die Fachsprache von Personen als Angehörige eines Faches, vor allem aber einer Gesellschaft, ist somit als Instrument sowie als aktive Handlung zur Produktion von „geistigen und materiellen Produkten“ der kommunikative Ausdruck von Kultur und von Vorstellungen der in einer (Fach-)Welt lebenden und sich verhaltenden Menschen.

Das Fach selbst dient hierbei als „soziale Orientierungsgröße, in der die Arbeit als ‚fachliches Handeln‘, nämlich ein systematisches, bereichsspezifisches, methodisches, sozial transparentes und reflektiertes Handeln, eine fachliche Qualifikation, also Expertenwissen voraussetzt“ (Stolze 2013:22).

3.1.3.2 Fachtext, fachliches Bild

Bereichsspezifische Handlungen im Fach manifestieren sich immer auch anhand von fachsprachlichen Äußerungen, die fachbezogene Sachverhalte kommunizieren. Dies geschieht über Fachtexte in schriftlicher Form, denen Einstellungen und Konventionen der Fachkultur anhaften, ebenso wie über visuelle Komponenten, die fachlichen Bilder, die diese kulturellen Besonderheiten in sich tragen. In Kombination spielen sowohl Fachtexte als auch fachliche Bilder eine große Rolle.

Das heißt, „in der Fachkommunikation ist neben der formalen Sprache eine Kombination aus Verbaltext und Bild anzutreffen“ (Klammer 2017:313), wobei je nach Fachbereich und Wissenschaft teilweise mehr und teilweise weniger fachliche Bilder eingesetzt werden. Deren Einsatz in den Natur- und Technikwissenschaften, insbesondere im Bereich der Medizin, ist zu betonen, was sich auch anhand der ausgewählten Theoriebeispiele feststellen lässt. Da beim Schreiben von Fachtexten die Entscheidungsprozesse für alle Ausdrucksformen gleichermaßen ablaufen, ist auch die Entscheidung für die visuelle Präsentation von Fachinhalten beziehungsweise Wissensbeständen wichtig und somit ein relevantes Merkmal für Analysezwecke (vgl. Klammer 2017:313).

Fachliche Bilder können nämlich einerseits wie der Fachtext fachliche Informationen kommunizieren und Sachverhalte nachweisen, aber andererseits auch die Aufmerksamkeit der rezipierenden Personen erregen und somit zum Lesen des Textes animieren (vgl. Klammer 2017:325). Als „mehr oder weniger komplexes, visuelles, überwiegend nicht-sprachliches Zeichen, das gegenständliche und/oder nicht-gegenständliche fachbezogene Sachverhalte darstellt, in einem fachlichen Kontext steht und in der Regel in einen Fachtext eingebettet ist beziehungsweise von diesem begleitet wird“ (Klammer 2017:320) ist das fachliche Bild ebenso wie der Fachtext dafür prädestiniert, Genderungleichheiten ausdrücken. Dies beruht auf der Tatsache, dass auch solche nonverbalen Darstellungen eine ‚Wirklichkeit‘ abbilden, die aufgrund von Kategorisierung und bestehenden Machtverhältnissen im jeweiligen Fach gedacht und gelebt wird.

Als solche Abbildungen der ‚Wirklichkeit‘ und deren ‚genormter‘ Wissensbestände stellen Fachbilder eine ganz bestimmte Form der kommunikativen Handlung dar, wie es auch Fachtexte tun. Das heißt, bei der „Bildkommunikation kann, statt von Sprechakten, von Bildzeigeakten gesprochen werden“ (Sachs-Hombach 2003:163). Dies hebt das bewusste Handeln beim Darstellen von Sachverhalten auch anhand von Fachbildern hervor und stützt die These, dass Übersetzen mit Hilfe feministischer Translationsstrategien einem Genderbias entgegenwirken kann und zwar durch aktive „Sprech- und Bildzeigeakte“, die sich der Ungleichbehandlung von Frauen und Männern und der Gefahren, die sie mit sich bringt, bewusst sind.

3.1.3.3 Fachbereich Wirtschaft

Da sich die empirische Text- und Diskursanalyse mit Fachkommunikation im Bereich der Wirtschaft beschäftigt, ist die zusätzliche Definition einer ‚Wirtschaftssprache‘ unabdingbar. Hier stellt sich erneut die Frage, ob und wie eine Verschränkung mit der Gemeinsprache vorliegt.

Buhlmann bezeichnet in dieser Hinsicht die Wirtschaftssprache als „die Gesamtheit aller Fachsprachen und damit aller sprachlichen Mittel, die in einem fachlich begrenzten Kommunikationsbereich, nämlich der Wirtschaft, verwendet werden, um die Verständigung der in diesem Bereich tätigen Menschen zu gewährleisten“ (Buhlmann 2000:307).

Da nun aber die Wirtschaft stark mit dem alltäglichen Leben in Verbindung steht, repräsentiert sie sich anhand einer großen Bandbreite von Arbeitsfeldern und für sie relevanten Berufe. Die Abgrenzung von anderen Fächern ist somit nicht zur Gänze möglich, was die vielfältige Verwendung der Wirtschaftssprache bestätigt. Fachsprachliche Kompetenz in einem der unterschiedlichen Wirtschaftsbereiche ist somit

nicht mit den Varietäten aus anderen Fächern zu vergleichen (vgl. Mushchinina 2016:189).

Diese Verbindung zum Alltagsleben in einer Gesellschaft bedeutet in Folge, dass speziell im Wirtschaftsbereich eine noch größere Wahrscheinlichkeit für das Vorkommen und Verfestigen von Genderungleichheiten und benachteiligenden ‚Wirklichkeitsvorstellungen‘ besteht. Denn diese drücken sich zuerst in der Gemeinsprache aus und gehen in die Wirtschaftssprache als Subsprache über, die gemeinsame stereotype Normen und Kategoriezuschreibungen teilt beziehungsweise sich diese automatisch aneignet.

3.2 Forschungsfrage 2: Wie manifestiert sich der Genderbias in der Fachkommunikation?

Nachdem nun schon an verschiedenen Stellen Beispiele zu einem in der Alltags- sowie Fachsprache eminenten Genderbias gegeben und erklärt wurden, dienen die folgenden Kapitel einer groben Einteilung in textuelle, visuelle oder inhaltliche Formen des Genderbias und deren Besonderheiten in der deutschen (Fach-)Kommunikation, auch im Vergleich mit der englischen Sprachgemeinschaft. Eine genaue Abgrenzung ist deshalb nicht möglich, weil beispielsweise das generische Maskulinum einerseits auf fachtextueller Ebene seine sprachlich-schriftliche Äußerung findet, diese Form andererseits auch auf fachinhaltlicher Ebene in Bezug auf das Mitmeinen oder Auslassen von Frauen seine Kreise zieht.

Umgekehrt werden sie an manchen Stellen auf fachinhaltlich-informativer Ebene nicht behandelt, weil ein fachlicher Denkstil dies nicht erlaubt, was sich letztendlich wieder durch die Fachsprache bemerkbar machen muss. Außerdem manifestieren alle Formen des Genderbias stereotypische Überzeugungen, Normvorstellungen und Erwartungshaltungen an Frauen und Männer, die sowohl schriftlich-textuell, visuell, als auch vor allem vordergründig inhaltlich-informativ zum Tragen kommen, und somit alles miteinander über den bedeutungskonstruierenden Charakter von Kommunikation verknüpft ist.

3.2.1 Genderbias auf fachinhaltlicher Ebene

Die inhaltlich-informative Nicht-Repräsentation von Frauen als soziales Gender-Konstrukt‘ in Fachtexten wird „gender-blindness“ (Dijkstra/Verdonk/Lagro-Janssen 2008:1021) genannt. Das drückt aus, wie schon in früheren Kapiteln erläutert, dass Frauen aufgrund von stereotypen Zuschreibungen im Fach nicht wahrgenommen und somit aus Denk- und Sprachprozessen ausgeschlossen werden, was zur Folge hat,

dass die damit produzierten fachlichen Inhalte Frauen ausschließen und Männer die vorherrschende Norm sind.

Besonders kritisch und problematisch für die Gesundheit von Frauen stellt ein Genderbias in medizinischen Fachbüchern dar. Beispielsweise werden in medizinischen Lehrbüchern genderbezogene Aspekte von verschiedenen Krankheiten wie CHD, Depression oder Alkoholmissbrauch nicht vollständig miteinbezogen beziehungsweise werden unterschiedliche Krankheitsbedingungen und -verläufe, Risiken, und so weiter von Frauen und Männern nicht thematisiert. Wichtige Informationen basieren auf der biologischen und sozial konstruierten ‚männlichen‘ Kategorie, und Frauen werden sowohl was ‚sex‘ als auch was ‚Gender‘ betrifft, ausgelassen. Diese Unsichtbarkeit geht weit über eine fachkommunikative Nicht-Repräsentation hinaus – sie gefährdet Heilungschancen von Frauen und somit deren Gesundheit.

Wenn nun doch Informationen über Frauen in medizinischen Fachtexten vorhanden sind, so handelt es sich dabei hauptsächlich um Daten bezüglich Entstehung und Verbreitung von Krankheiten und um Themen der Reproduktion, die wohl oder übel den weiblichen Körper miteinbeziehen (müssen), da Frauen jene biologischen Geschlechtssteile besitzen, die für das Gebären von Kindern von der Natur ausgebildet worden sind (vgl. Dijkstra/Verdonk/Lagro-Janssen 2008:1025). Auch in diesem Zusammenhang wird somit ersichtlich, dass die gesellschaftliche Relevanz für das Sichtbarmachen von Frauen nur solche Fachbereiche (der Medizin) abdeckt, für die sie ‚von der Natur geschaffen‘ sind. Gesellschaftliche Wert- und Normvorstellungen beziehungsweise starre Konstrukte werden einmal mehr von ‚sex‘ auf ‚Gender‘ übertragen, indem die Stellung von Frauen in der Gesellschaft auf die Ebene der Mütter (und Hausfrauen) reduziert wird.

Wenn Frauen nun doch bei der fachinhaltlichen Thematisierung anderer als für sie ‚typische‘ Bereiche der Medizin explizit mitgedacht und miteinbezogen werden, dann wird alleine layout-technisch in Fachtexten klar, dass sie die Abweichung von einer ‚männlichen‘ Norm darstellen. „Gender-related information is either hidden in single notes or in separate chapters on women’s health.“ (Dijkstra/Verdonk/Lagro-Janssen 2008:1025)

Eine US-amerikanische, sprachwissenschaftliche Studie, ebenfalls aus dem Bereich der Medizin, zeigt anhand ihrer Ergebnisse, dass Frauen, wenn sie in der Fachkommunikation miteingeschlossen werden, auch anhand ihres Verhaltens bei der Kommunikation von Beschwerden als die ‚abnormale‘ Abweichung von der Kategorie ‚Mann‘ gelten. Die Studie hat sich unter anderem damit beschäftigt, wie weibliche Patientinnen dabei im Unterschied zu männlichen Patienten von der behandelnden Person wahrgenommen werden. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass auch bei dieser mündlichen Form von Fachkommunikation ein Genderbias vorliegt, denn Beschwerden von Frauen werden eher emotional als tatsächlich organisch wahrgenommen, was

die Zuschreibung von „overanxiousness“ (Tingen/Kim/Wu/Woodruff 2010:513) an die Kategorie ‚Frau‘ deutlich zeigt.

Diese stereotypische Erwartungshaltung beziehungsweise das bewertende Verhalten im Umgang mit Frauen, das behandelnde Ärztinnen und Ärzte aufweisen, zeigt auch der Vergleich mit der Kommunikation der Beschwerden von Männern. Diese Beschwerden werden als ‚normal‘ angesehen. Solche Ungleichheiten im medizinischen Bereich führen zu einer weitreichenden Benachteiligung von Frauen, da diese dadurch möglicherweise eine nicht ausreichende Behandlung erfahren (vgl. Tingen/Kim/Wu/Woodruff 2010).

Schiebinger und Schraudner sagen zur Fachkommunikation in Bezug auf den Genderbias, dass es im Bereich der medizinischen Forschung allgemeine „gendered innovations“ geben muss, die ‚sex‘ als biologisches und ‚Gender‘ als sozial konstruiertes Geschlecht jeweils in allen Phasen der Grundlagen- und der angewandten Forschung miteinbeziehen, um letztendlich erstklassige Qualität im Fach bezüglich Fachwissen, Kompetenz und Fachpersonal gewährleisten zu können (vgl. Schiebinger/Schraudner 2011:154).

Das folgende Beispiel zur ‚Herrschaft der weißen, privilegierten, Männer‘ in der Politik muss hier seinen Platz finden, weil es den Genderbias auf fachlicher Ebene, aber vor allem im realen Leben von Frauen zum Vorschein bringt. Der Warnruf ‚Men shouldn’t be making laws about women’s bodies‘ vieler Aktivistinnen und Aktivisten bezieht sich auf das aktuelle politische Geschehen zur Thematik der Abtreibungsgesetze, nicht nur, aber vor allem im US-Staat Alabama.

„The legislation makes abortion a crime at any stage of pregnancy, with the only exception for a serious threat to the health of the woman.“ (Benwell/Durkin 2019). Denn es sind neue Gesetzesentwürfe zu den Reproduktionsrechten von Frauen beziehungsweise den damit zusammenhängenden *Straftatbeständen* bei Abtreibung vorgelegt worden, die von zahlreichen Senatoren [sic!] im Mai unterzeichnet worden sind (vgl. Brockes 2019).

Dieser „abortion ban“ (Brockes 2019) stellt auf fachinhaltlicher und diskursiver Ebene eine Diskriminierung von Frauen und ein Eingreifen in ihre Grundrechte als Mensch dar, die aus moralisch-ethischer Sicht und in Hinblick auf patriarchalische Normen, Ideologien und soziale Strukturen analysiert werden müssen.

Emma Brockes schreibt hierzu in einem Artikel des *Guardian* im Mai 2019:

For the 25 white, male state senators voting for it, this is not about the foetus but about maintaining the social order. [...] No one at this point in the US abortion debate can believe that the foetus is the focus. It’s not about the foetus, it’s about the woman. An abortion ban as radical as the one voted for in Alabama is about the elimination of women – particularly poor women – as a threat to the social order; it is a measure designed to ensure that poor people stay poor, and women stay home. (Brockes 2019)

Und dieser "abortion ban" verdeutlicht einmal mehr, dass Frauen die Auswirkungen und Konsequenzen von sexuellem Kontakt mit Männern alleine ‚austragen‘ müssen. Darüber hinaus wird dies von außenstehenden Männern, die über sie und ihre Körper bestimmen, gesellschaftlich praktiziert, um ihre inferiore Stellung und die eigene Überlegenheit zu verfestigen.

Es sind die Inhalte solcher Fachtexte, die immer wieder ohnehin schon prädominierende Gender-Stereotypen und das Konstrukt ‚Gender‘ als solches als „common sense“ institutionell reproduzieren und in der alltäglichen Umsetzung – hier anhand von Gesetzen und durch deren Auswirkungen auf das Leben der Frauen – erneuern (vgl. Lazar 2017:373).

Folgendes Beispiel zeigt auf, wie automatisch Gender-Stereotype als Normvorstellungen in den Köpfen der Menschen einer sozialen Gesellschaft aktiviert werden und diese Erneuerung dadurch ebenso unbewusst immer wieder durch sprachliches und wie hier auch durch nicht-sprachliches Verhalten zum Ausdruck kommt:

Nehmen wir an, dass ein Personalbeauftragter Bewerbungsdossiers für eine Führungsposition vorsortiert. Er legt dabei die Bewerbungen von Frauen eher auf den Stapel der Bewerber, die nicht zum Vorstellungsgespräch eingeladen werden – ganz gemäß dem Stereotyp, das besagt, dass Männer eher für Führungspositionen geeignet sind als Frauen (Schmid Mast/Krings 2008:40).

Es wird ganz deutlich sichtbar, dass der Personalbeauftragte nicht absichtlich so handelt, wie beschrieben wird. Und doch hat sein Handeln die Konsequenz, dass Frauen nicht dieselbe Möglichkeit bekommen, zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen zu werden – und erst gar keine Chance auf die freie Stelle im Unternehmen.

Dieser abwertende Denkstil in Bezug auf Frauen – auch wenn er sich teilweise unbewusst manifestiert – führt also in weiterer Folge zwangsläufig auch zu einer Überpräsenz des Mannes in der Fachsprache, die Frauen ebenso kategorisch und stereotyp ausschließt.

3.2.2 Genderbias auf fachtextlicher Ebene

Für eine Frauen ausschließende – eine sich auf männliche Dominanz beschränkende – deutsche Sprache und deren Fachtexte sind Pronomen wie „man“ oder „jeder“ oder auch Nomen wie „Mannschaft“ oder „Mittelmann“ beispielhaft. Sie schließen Frauen auf textuelle, schriftliche Art und Weise aus beziehungsweise lassen so zumindest das unbewusste Gefühl einer Exklusion bei Frauen entstehen, da die so vorhandene Sprache sie im besten Fall implizit mitmeint. Dasselbe Phänomen tritt ganz besonders beim

generischen Maskulinum zu Tage, denn Frauen können nie explizit wissen, ob sie in einem Fachtext tatsächlich mitgedacht und mitgemeint sind oder nicht.

Sprachwissenschaftliche Forschung der letzten 20 Jahre hat zu den Erkenntnissen geführt, dass das grammatikalische Maskulinum „as an ‚unmarked‘ form, the simple form of the word, a form which can be used generically, and with relative neutrality of meaning“ (Simon 1996:18) eben doch weder als ‚unmarkiert‘ noch als bedeutungsneutral gewertet werden kann und darf. Das generische Maskulinum wird schlicht männlich interpretiert und selbst wenn nicht, bleibt häufig eine gewisse Zweideutigkeit bestehen, die den generischen Aspekt kritisch in Frage stellt (vgl. Stefanowitsch 2019).

Das hat zur Folge, dass Frauen immer eine erhöhte Aufmerksamkeit beim Rezipieren von Texten aufbringen müssen und führt schlussendlich doch dazu, dass sie sich sehr oft bewusst oder unbewusst nicht mitbedacht fühlen – ganz unabhängig von der ursprünglichen Intention eines Textes. Eine deutsche Studie hat hierzu festgestellt, dass sich Mädchen für bestimmte Berufe als weniger kompetent empfinden, solange die entsprechenden Berufsbezeichnungen im generischen Maskulinum ausgedrückt werden – obwohl ihnen in diesem Fall ihre Logik sagt, dass sie prinzipiell mitgemeint sind (vgl. Stefanowitsch 2019).

Dies zeigt, dass ein ‚Mitmeinen‘ in Fachtexten, ohne explizit das grammatikalische Femininum und andere Frauen miteinschließende Formen zu verwenden, weit entfernt von tatsächlicher kommunikativer und gesamtgesellschaftlicher Inklusion liegt, denn erst „making the feminine visible in language means making women seen and heard in the real world“ (Flotow 1997:29).

Das generische Maskulinum verhindert dieses Sichtbarmachen von Frauen sowohl in Texten als auch in weiterer Folge in der Gesellschaft, was solange zu fortwährenden Genderungleichheiten führt, solange diese männlich-dominierende Norm und damit verbundene Vorstellungen der ‚Wirklichkeit‘ nicht aufgebrochen werden.

Obwohl immer wieder angenommen wird, im Fall der englischen Fachsprache könnte von ‚genderneutralen‘ sprachlich-textuellen Mitteln ausgegangen werden, da sie nur das natürliche Geschlecht und kein grammatikalisches Geschlecht wie beispielsweise die deutsche Sprache besitzt, spielen Gender-Ungleichheiten sehr wohl auch hier eine große Rolle. Denn “each society has a range of normative gendered speech styles, held in place by powerful gender ideologies, including the discourse of gender difference, which govern how professionals evaluate one another on the basis of gender“ (Mullany 2012:513).

Und da sowohl die deutsche als auch die englische Fachsprache als in westlichen Kulturen verortet gelten, beinhalten auch beide Genderkonstrukte, die auf Erwartungshaltungen in und durch Sprache basieren und sich ebenso in dieser Form ausdrücken. „English, too, is a ‘he/man’ language, that is, it too uses the masculine pronoun ‘he’ and generic ‘man’ as universal signifiers“ (Simon 1996:26). Somit präsentiert

sich auch die ‚Wirklichkeit‘ der englischen Sprachgemeinschaft – und deren Werte, Normvorstellungen, Überzeugungen und Konventionen – anhand einer männlich-überlegenen Sprache, die genauso patriarchalisch und stereotyp ist.

Folgendes Beispiel von Simon 1996 veranschaulicht, dass eine Überpräsenz der Kategorie ‚Mann‘ oft sogar widersinnig („illogical“) erscheint: Warum ist es logisch, “Everyone please take off his boots” anzuordnen, wenn 300 Frauen und nur ein einziger Mann in einem Raum vorzufinden sind? Das unbestimmte Pronomen ‚their‘ ist damals wie heute eine „more just and logical formation“, auch im Singular (Simon 1996:26). Positiv ist in diesem Kontext allerdings anzumerken, dass sich die sprachliche Praxis seit 1996 weiterentwickelt hat, sodass heute viele Menschen eher ‚their boots‘ und ‚they‘ sagen würden.

Zittleman und Sadker sprechen bei diesen sprachlich-textuellen Auslassungen von Frauen im Englischen von „restrictive nouns and pronouns“ (Zittleman/Sadker 2002:170) und beziehen sich bei der kritischen Feststellung von Genderbias in der Fachsprache von Lehrbüchern für zukünftige Lehrkörper auf eine „syntax of sexism so elusive that most teachers and students were completely unaware of its influence“ (Zittleman/Sadker 2002:168). Hier zeichnet sich das Gefährliche am – scheinbar – generischen Maskulinum ab, nämlich seine subtile Form, mit der ein Genderbias und seine immanenten Bedeutungen konstruiert werden.

Hierzu sagt auch Lazar: „Ways of doing gender within and across the private and public spheres of life can show up ideological assumptions that entrench asymmetrical relations of power. These meanings expressed in discourse can be overt, subtle, unequivocal or ambivalent.“ (Lazar 2017:374)

Und doch ist diese Form von Sprache die Norm, die sehr häufig in Fachtexten implizit die Bedeutung reproduziert, dass Frauen nicht dazugehören. Die fehlende Verwendung von Substantiven im Femininum lässt in jedem Sachverhalt den ‚Mann‘ als ‚Übermacht‘ präsent sein – oft gepaart mit stereotypischen Adjektiven, die ihn als den ‚kompetenten Arzt‘, ‚selbstbewussten Unternehmer‘ oder ‚redegewandten Politiker‘ beschreiben. Weiter bedeutet das, dass natürlich auch der Richtigkeit der Grammatik wegen im Deutschen die entsprechenden Pronomen in der männlichen Form angewendet werden, zum Beispiel ‚der Arzt und sein Stethoskop, das ihm die Krankenschwester (Achtung Stereotyp!) um den Hals legt.

3.2.3 Genderbias auf fachbildlicher Ebene

Ungleichheiten zwischen Frauen und Männern, die sich in Form von fachlichen Bildern manifestieren, sind eng mit dem Genderbias auf fachtextueller Ebene und den inhaltlich-informativen Ungleichheiten verbunden, da sie unter anderem die bildliche Fehlrepräsentation von „passive poses, stereotypic appearances, and stereotypic activities

of each figure“ (Zittleman/Sadker 2002:170) als Abbild der Menschen einer Kultur und Sprachgemeinschaft darstellen.

Das heißt, die Stereotypen und diskriminierenden Verhaltensweisen Frauen gegenüber, die sich anhand von schriftlich-textueller Sprache und bestimmten (Fach-)Inhalten konstruierte Bedeutungen im Fach ausdrücken, werden unweigerlich auch durch deren visuelle Darstellungen deutlich.

Diese Fehl- beziehungsweise Falschrepräsentation von Frauen und Männern in fachlichen Bildern, bei denen beide Geschlechter als soziale Kategorie mit Zuschreibungen bestückt und bewertet werden, wird vor allem auch im Fachbereich der Wirtschaft und deren Fachtexte und fachliche Bilder zur Darstellung unterschiedlicher Berufe deutlich.

So wird das ‚klassische‘ Berufsbild der Lehrerin beispielsweise stereotypisch von weiblichen Personen in Illustrationen in wirtschaftlichen Fachbüchern dargestellt, während männliche Personen mehr als doppelt so häufig als Frauen in Illustrationen mit Technologie und Computern in Verbindung gebracht werden. Außerdem werden in den Illustrationen nur männliche Personen abgebildet, um Berufe spezieller Fachbereiche, zum Beispiel den des Astronauts aus den Naturwissenschaften, darzustellen. Frauen kommen in diesen Kontexten nicht oder kaum vor (vgl. Zittleman/Sadker 2002:178). Das Problem hierbei ist

that the image of the male-dominated business organization is so deeply entrenched in the minds of both men and women that it is difficult to see the subtle messages pictures portray. Biased language and stereotyped photos are so common that they may seem natural. But the subtle message that the people who matter are male, [...] is offensive and distancing (Pomerence/Varner/Mallar 1996:37).

Anhand der empirischen Analyse in Kapitel 4.2.2 zur Thematik der ‚Business People‘ in der Wirtschaft wird dieses Phänomen und auch das zahlenmäßige Ungleichgewicht zwischen illustrierten Frauen und Männern ausführlich eruiert. Es wird aufgezeigt, wie häufig Männer fachbildlich in bestimmten Berufspositionen und wie selten bis gar nicht Frauen in denselben illustriert werden.

Die Unsichtbarkeit von Frauen in einigen Bereichen lässt sich auch anhand weiterer Fachtexte wie zum Beispiel der im Jahr 2015 veröffentlichten Ergebnisse der folgenden, groß angelegten Studie zur fachbildlichen Repräsentation von Frauen und Männern in medizinischen Fachtexten veranschaulichen. Die Daten beziehen sich auf Illustrationen aus 15 für die Medizinausbildung bedeutenden Lehrbüchern zu den Fachbereichen „general medicine“ und „general surgery“, die 2013 in „Doody’s Core Titles list“ angegeben waren (Murciano-Goroff 2015:124).

Obwohl es sich um fachliche Bilder beziehungsweise Illustrationen aus dem Bereich der Medizin handelt, definiert diese Studie die Kategorie ‚Gender‘ „as embracing

both the biological and social aspects of being male or female“ (Murciano-Goroff 2015:125). Es wird also das biologische Geschlecht zur Darstellung von Frauen und Männern zusammen mit den sozialen Gesichtspunkten behandelt. Dies repräsentiert die schon erläuterte Wechselwirkung von biologischem und sozial konstruiertem Geschlecht, was sich somit auch gesamtgesellschaftlich auf die inferiore Stellung von Frauen im Vergleich zu Männern auswirkt, da diese nach wie vor in jeglicher Hinsicht als Norm präsentiert werden.

Eine solche Art der Fachkommunikation beziehungsweise, wie im empirischen Teil der Arbeit später gezeigt wird, auch einige aktuell in der medizinischen Ausbildung vorzufindenden Fachtexte und Fachbilder “lack somatic and psychosocial information relevant to good medical practice. As a consequence, future doctors will be unaware of relevant differences between men and women in the presentation, diagnosis and treatment of illnesses” (Dijkstra/Verdonk/Lagro-Janssen 2008:1021).

Somit manifestiert sich die Benachteiligung von Frauen häufig auch in Form ihrer inhaltlichen Abwesenheit in medizinischen Fachtexten und -bildern. Wenn die Kategorie ‚Frau‘ doch auch visuell dargestellt wird, dann meist nur in solchen Fachbüchern, in denen es um die schon angesprochene medizinische Thematik der Reproduktion als Mutter oder um ‚klassische‘ Frauenkrankheiten geht (vgl. Dijkstra/Verdonk/Lagro-Janssen 2008:1021), was die Konstruktion von Gender und dessen Rollenzuschreibungen einmal mehr unter dem Deckmantel des biologischen Geschlechts ‚sex‘ sichtbar macht.

Es muss also eine bewusste, regelmäßige und institutionell weitverbreitete und vielschichtig verortete, Frauen miteinschließende und gleichwertende Kommunikation stattfinden, um einem Genderbias entgegenwirken zu können. Die geistigen und materiellen Produkte – fachsprachliches und -bildliches Material – die eine patriarchale Norm vorgeben, müssen vor allem von „gesellschaftlich relevante[n] Akteur*innen“ (Stefanowitsch 2019) neu gedacht und neu konstruiert werden, um als erster Schritt dazu beizutragen zu können, ein Umdenken in einer (Fach-)Kultur und in den Köpfen ihrer Angehörigen zu bewirken, denn “every act of signification through language and other forms of semiosis contributes to the reproduction and maintenance of social identities, relations and orders as well as to contesting and transforming them” (Lazar 2017:374). Um letzteres mit Translation erreichen zu können, ist es besonders wichtig, dass Übersetzerinnen und Übersetzern dieser gesellschaftliche Status als „relevante Akteur*innen“ (Stefanowitsch 2019) zugestanden wird.

3.3 Forschungsfrage 3: Wie sehen Machtverhältnis und Beziehungsgefüge aller am Übersetzungsmarkt beteiligten Personen im Kontext gesellschaftlicher Erwartungshaltungen aus?

Um nun die „sozialen Identitäten“ von Frauen und Männern als Gender-Kategorien und die damit verbundenen Machtverhältnisse, Normvorstellungen und patriarchalen Konventionen der Sprache tatsächlich anzukratzen und im besten Fall verändern zu können, müssen die limitierenden sprachlichen Mittel, die Frauen einschränken in und aus der (Fach-)Kommunikation und der Gesellschaft ausgrenzen, durch andere ersetzt werden.

Diese neuen ‚feministischen‘ Ansätze, die Sprache gezielt als Instrument einsetzen, haben sprachliche und inhaltliche Inklusion, Gleichbehandlung und Gleichberechtigung von Frauen zum Ziel, um die starren, aktuell vorherrschenden Gender-Konstrukte aufzuweichen und neue Perspektiven von Frauen und Männern als individuelle Menschen zu etablieren.

Die folgenden Kapitel zeigen die Chance auf, dass bewusst handelnde Übersetzerinnen und Übersetzer mit Hilfe ihrer Übersetzungsleistungen dies im Kontext der Fachkommunikation realisieren können, denn „languages are tools as well as power apparatuses; they are barriers that make borders, but they are also the means for crossing borders“ (Millán 2016:19).

3.3.1 Übersetzen als bewusste Sprachhandlung und Re-Konstruktion der Wirklichkeit der Übersetzerinnen und Übersetzer

Hierfür ist zuallererst wichtig, dass die übersetzende Person beim kritischen Lesen des Ausgangstextes bestehende Genderungleichheiten beziehungsweise diskriminierende Sprache und Inhalte als solche empfindet – sie konstruiert sozusagen diese Bedeutung als Leserin.

Denn wie jede andere Handlung einer übersetzenden Person ist auch das Lesen als soziale Aktivität zu verstehen, die von sozialen Kräften und Umständen beeinflusst ist. Die Übersetzerinnen und Übersetzer selbst sind soziale Wesen, verortet in einer Kultur, haben dadurch den Zugang zu bestimmten Wissensressourcen und vor allem auch eigene Interessen und Bestrebungen, die sie beim Translationsprozess umsetzen wollen (vgl. Sela-Sheffy 2005:6).

Schon zu Beginn des Übersetzungsprojekts – beim ersten Lesen des Ausgangstextes – sind sie von ihren sozialen Prägungen, Erfahrungen und Absichten, von ihrer eigenen ‚Realität‘ geleitet, sodass sie einen Genderbias entweder ‚sehen können‘ oder eben nicht. „Accepting the facts means seeing them. And people only see what they

want to see“ (Cooke 2019)– je nachdem wie sie sich selbst als Individuum verstehen, fühlen und (er)leben.

Wir alle glauben an unsere ganz persönliche ‚Wahrheit‘, die wir in Texten vorfinden oder nicht. Wenn nun ein Ausgangstext, aus welchen Gründen auch immer, nicht ‚meiner Wahrheit‘ entspricht (als Übersetzerin, als Kommunikationsexpertin, als Frau, als Mensch mit Ansprüchen an Ethik und Moral), dann werde ich diese Ungereimtheiten durch kontrollierte Informationsverarbeitung beim Lesevorgang sofort aufspüren. Mehr noch, ich habe die Absicht als Übersetzerin, die für mich ‚richtige‘ Version der Informationen in die Zielsprache zu übertragen (vgl. Cooke 2012:3-4).

Schon im Jahr 1985 wurde aus translationswissenschaftlicher Sicht die Meinung vertreten, dass Entwicklungen und Fortschritte im Fach den Status der Übersetzerin beziehungsweise des Übersetzers in eine selbstbewusstere Richtung gelenkt hatten und die übersetzende Person als

an agent (subject, person) whose receptive disposition to the act of reading is the act of writing, and whose discursive production will be a new chain of significations and responses in the RT [receptor text] that perhaps does not belong to the original response (Díaz-Diocaretz 1985:8-9).

gesehen hatten.

Somit steht fest, dass es immer viele verschiedene Arten zu lesen, zu schreiben und schlussendlich Arten der Bedeutungskonstruktion und somit Übersetzungslösungen geben wird. Das bedeutet eine den Genderbias bewusst umgehende Translation, weil er nicht der Auffassung der ‚Welt‘ entspricht, in denen Frauen als gleichwertig angesehen werden, ist eine Variante unter vielen möglichen. Translation wird also als *eine* kritische Form des Lesens und *eine* mögliche Realisation dieser dem Text von der übersetzenden Person verliehenen Bedeutung bezeichnet (vgl. Fisher 2010:79).

„The recognition of translation as a form of écriture, as a production rather than a mere recovery of someone else’s meaning [...] is a key factor for politically active, feminist translators“ (Arrojo 1994:149). Nicht nur das, denn „mere recovery of someone else’s meaning“ ist somit gar nicht möglich, weil eine übersetzende Person nie zu hundert Prozent wissen kann, welche Bedeutungsinhalte vom Autor oder von der Autorin dem Ausgangstext zugeschrieben worden sind, und weil eben jede Person ihre eigene Bedeutung in den Text legt. Daher wird Translation immer einen neuen Text in der Zielsprache, ein neues Original hervorbringen – das weggeht von der Sicht der unsichtbaren Übersetzerin oder des unsichtbaren Übersetzers und sie oder ihn zur individuellen Autorin oder zum individuellen Autor macht.

Sicher ist jedenfalls, dass, “when a revolutionary ideology is massively promoted, translation is often a channel of introducing new cultural models into varied areas of life, including language and literature” (Sela-Sheffy 2005:5-6).

Die übersetzende Person kann also als sichtbares Individuum Translation als ihren Kommunikationskanal für neue Sprach- und Kulturansätze, die ihrer ideologischen Weltanschauung entsprechen, in der Fachkommunikation und in weiterer Hinsicht für ein soziales Miteinander in einer Gesellschaft nutzen, in der sie verortet ist und eine Veränderung bewirken möchte.

Zu beachten ist bei der Förderung neuer Übersetzungsansätze jedoch, dass die gesellschaftliche beziehungsweise professionelle Fremdwahrnehmung im Fach der Translation und damit verbundene Anforderungen an die übersetzenden Personen oft noch im Kontrast zum Selbstbild, selbstbewussten Verhalten und zu den ethischen Ansprüchen an die eigene Übersetzungsleistung der einzelnen Übersetzerinnen und Übersetzer steht. „Noch immer gelten übersetzte Texte in der öffentlichen Meinung ausschließlich als das Werk des Autors/der Autorin“ (Hofer/Messner 2004:43).

Die Bereitschaft, den Translatorinnen und Translatoren bei der Kommunikation eine aktiv(er)e Position durch selbstverantwortetes Neu- oder Umschreiben und somit Fürsprechen für Frauen im Text anzuerkennen, ist in den meisten „europäischen Translationskulturen“ (Prunč 2016:30) derzeit so gut wie gar nicht oder nur spärlich vorhanden. Dies beruht auf der nach wie vor verankerten Ansicht einiger in der Fachwelt, dass einem Ausgangstext Sinn schon ursprünglich anhaftend ist, der von der Übersetzerin oder dem Übersetzer nur stillschweigend nachgeahmt werden soll – entgegen der Überzeugung, dass Bedeutung erst beim Lesen und Schreiben selbstverantwortlich geschaffen wird (vgl. Prunč 2016:30-31).

Prunč spricht bei diesem Vorgang des selbstbewussten eigenen Miteinbringens der übersetzenden Person in die Sprachhandlung vom „trialogischen Interaktionstyp“ bei der Dolmetsch-Handlung, der auch beim Übersetzen in Betracht gezogen werden kann: „Ein trialogischer Interaktionstyp liegt dann vor, wenn Translatoren [sic!] aktiv und als identifizierbare Partner [sic!] an der transkulturellen Kommunikation mitwirken und sie verantwortlich mitgestalten“ (Prunč 2016:29).

Der identifizierbare Charakter kann somit mit der Sichtbarkeit der übersetzenden Person beim Übersetzen verglichen werden, die klar – im Sinne vor allem einer Loyalität der weiblichen Leserinnen und der Leser des Zieltextes gegenüber – dem Mythos der oft geforderten Unparteilichkeit entgegensteht.

Wie das Wort ‚Mythos‘ schon sagt, plädieren „selbst empirische Untersuchungen [dafür], diesen Rubikon der Fremd- und Selbstwahrnehmung der Translatoren [sic!] zu überschreiten. Dies würde es auch gestatten, realitätsnähere Translationsnormen zuzulassen und ein realistischeres Bild der transkulturellen Diskurse zu zeichnen“ (Prunč 2016:31).

Deshalb ist es umso wichtiger, dass sich Übersetzerinnen und Übersetzer mit jedem ihrer Translate klar positionieren, ihre individuelle ‚Wirklichkeit‘ und ‚Wahrheit‘ kommunizieren und Translations- sowie Gender-Normen laufend in Frage stellen.

Dass dieses Vorhaben nicht immer unproblematisch ist, liegt zu einem großen Teil auch daran, welche Art von Übersetzung von den anderen am Translationsprozess Beteiligten in einem bestimmten sozialen Kontext und Netzwerk erwartet wird. Das Verständnis von Translation als entweder konservative oder aber innovative Handlung wird von vielen Faktoren bestimmt: „from general political and market forces to the internal dynamics of the specific field of translation, its institutions and established repertoire, demography and personal competitions between individual agents“ (Sela-Sheffy 2005:6).

Will die Übersetzerin oder der Übersetzer nun mit Hilfe von genderneutraler beziehungsweise -gerechter Sprache im Zieltext neue Bedeutungsinhalte konstruieren, so bedeutet das besonders beim Fachübersetzen, dass die damit verbundene unkonventionelle, innovative Sprache auf Gegenwehr stoßen könnte, weil sie nicht den Vorstellungen und Erwartungen der anderen am Übersetzungsprojekt beteiligten Personen entspricht.

Diese sind hierarchisch eindeutig höher als Übersetzerinnen und Übersetzer positioniert, da sie letztendlich über mehr Macht verfügen und entscheiden können, den Auftrag an jemand anderes zu erteilen, der oder die nach den entsprechenden Vorstellungen von Translation und der patriarchalen Sprache der Autorin oder des Autors konform – weil es sich dabei um die Norm handelt – übersetzt. Eine nicht unerhebliche Rolle spielt hierbei auch die befürchtete Unwirtschaftlichkeit unkonventioneller Übersetzungen, die das Machtverhältnis zwischen Auftraggebenden und Übersetzenden beeinflussen.

If the choice of author is determined by these factors, the choice of translator is likely to be constrained in similar ways, so that an overtly feminist translator might not be employed in order to ensure that the book remains marketable in the target language as it is in the source language. (Fisher 2010:76)

Weil offensichtliche „feministische Übersetzerinnen und Übersetzer“ als ‚Bedrohung‘ für Verkaufszahlen gesehen werden, bedeutet das, der übersetzenden Person, die selbst- und verantwortungsbewusst eine sprachliche Entscheidung treffen und Handlung vollziehen will, um innovativ mit vorhandenen gendergerechten Ressourcen neue Bedeutung zu konstruieren, wird dieses Vorhaben in den häufigsten Fällen auch gerade deshalb verwehrt. Sie werden von vornherein nicht als mögliche Übersetzerinnen oder Übersetzer in Betracht gezogen und es wird ihnen somit individuelle Handlungsmacht abgesprochen.

Auch aufgrund dieser wichtigen wirtschaftlichen Komponente des Übersetzungsprojekts bleiben Übersetzende zumindest solange im hierarchischen Machtgefüge aller Beteiligten auf einer inferioren Ebene und im Hintergrund, bis die übersetzende

Person mit wichtigen Argumenten zur Gleichbehandlung und zu inkludierender Sprache das Zugeständnis von Macht und die Verschiebung des Machtverhältnisses verhandeln kann. Auch die althergebrachte Sicht auf Übersetzerinnen und Übersetzer muss hierbei neu etabliert werden, wenn ein feministischer Übersetzungsansatz als verantwortungsbewusste Tätigkeit und neue ‚Norm‘ durchgesetzt und legimitiert werden soll.

3.3.2 Andere Beteiligte am Übersetzungsmarkt

Um dieses Zugestehen von Macht an die Translation betreibende Person zu legitimieren, ist es wichtig zu wissen, wer bei dieser potentiellen Machtverschiebung am Übersetzungsmarkt mit wem wie genau in Beziehung steht, wer davon wieviel Macht besitzt und Teile davon abgeben sollte oder muss, um eine Veränderung herbeizuführen.

Am Übersetzungsmarkt vertreten sind neben den Übersetzerinnen und Übersetzern zum einen Auftraggeberinnen und Auftraggeber, Verlage, Fachagenturen, gegebenenfalls Subventionsstellen, Herausgeber und Herausgeberinnen von Publikationsreihen, Lektorinnen und Lektoren, Korrekturleserinnen und -Leser, zum anderen aber auch Kritikerinnen und Kritiker, Massenmedien, Buchhändlerinnen und -Händler, Bibliotheken und das Lesepublikum, also Zielpublikum (vgl. Wolf 2008:63). Diese sind alle an Konventionen und Normen gebunden und beeinflussen sich auch gegenseitig beziehungsweise sind voneinander abhängig, damit eine Übersetzung erst umsetzbar wird.

Teilweise befinden sich auf dem Markt auch solche „Translationsagenturen, denen es in erster Linie auf optimale Gewinnerträge und weniger auf fachmännische Beratung und Bedienung des Kunden [sic!] ankommt“ (Schopp 2008:238), was gendergerechte Sprache nicht begünstigt, weil hier wieder wirtschaftliche Aspekte im Vordergrund und das In-Kennntnis-setzen der Kundinnen oder Kunden über die zahlreichen positiven Auswirkungen von gendergerechter Kommunikation (im Fach) im Hintergrund stehen.

Solche Übersetzungsagenturen unterhalten außerdem meist ein Netz aus Freiberuflerinnen und Freiberuflern, die schlecht bezahlt werden. „Damit entsteht eine Situation auf dem Translationsmarkt, die über kurz oder lang viele Übersetzer [sic!] zu (unterbezahlten) Handlangern [sic!] der globalen Translations-Industrie machen wird.“ (Schopp 2008:238) Dies bedeutet, dass Übersetzungsagenturen dann mehr Macht als Übersetzerinnen und Übersetzer besitzen, wenn sich die freiberuflich arbeitenden Übersetzerinnen und Übersetzer nicht klar positionieren, nicht auf ihre Sichtbarkeit aufgrund von Fachwissen und Fachkönnen und ihre Verantwortung als Autor eines neuen Textes berufen und vor allem nicht auf ihre Kooperationsverweigerung verweisen.

Dieses Lossagen von großen Agenturen kann ein Vorteil gegenüber den dort fix Beschäftigten sein, weil bewusst Aufträge von Kundinnen oder Kunden abgelehnt werden können, die nicht offen für gendergerechte Sprache in ihren Übersetzungen sind, und die „Verantwortung für die ethisch fundierte Kooperationsverweigerung mit den jeweiligen Machthabern [sic!]“ (Prunč 2016:31) bei der übersetzenden Person alleine liegt.

Somit verkörpert diese Handlungsverweigerung in gewisser Weise den ersten Schritt einer Machtaneignung, weil sie, ebenso wie gendergerechtes Übersetzen selbst, als aktivistisches Statement der Übersetzenden für Gleichberechtigung und Gleichbehandlung in und durch (Fach-)Sprache zu sehen ist, indem eben nicht übersetzt wird – ganz nach dem selbstbewussten Motto: Nicht-Translation als Widerspruch zu patriarchaler Sprache als gängiges Sprachmodell.

Widerspruch als bewusste Handlung der Übersetzerinnen und Übersetzer, um eine Veränderung herbeizuführen, dient nun als eine Möglichkeit dazu, die anderen am Übersetzungsmarkt Beteiligten dazu zu bringen, Normen und Konventionen im Beziehungsgefüge zu überdenken – auf die Position in der Hierarchie, aber auch auf die Sprachverwendung einer genderunsensiblen und benachteiligenden Sprache beim Übersetzen selbst bezogen.

Vorschläge dazu kommen von den ÜbersetzerInnen [sic!] selbst. So fordern sie etwa von allen beteiligten Akteuren und Akteurinnen eine größere Bereitschaft zum Verhandeln als zentrales Instrument zur Verbesserung ihrer Situation ebenso wie den Mut, Geringschätzung und Unsichtbarkeit in verstärktem Maß offen an- bzw. auszusprechen (Wolf 2006:137).

Dafür ist für freiberuflich agierende Übersetzerinnen und Übersetzer auch die Ausbildung sogenannter „Kompetenznetzwerke“ (Schopp 2008:248) wichtig. Hier teilen sie ihre Fähigkeiten zur Anwendung des erarbeiteten Wissens, vor allem aber ihre sozialen Erfahrungen und kommunikativen Fertigkeiten, um dann beabsichtigte Ergebnisse beim Übersetzen zu erzielen (vgl. DIN EN ISO 17000:2016-05:6). Das bedeutet, miteinander für ein innovatives Ziel zu kämpfen und die Möglichkeit zu bekommen, am Translationsmarkt ihre ethisch-qualitativen Übersetzungen zu liefern, wo sie schlussendlich also ihre Fachkompetenz unter Beweis stellen und sichtbar agieren können (vgl. Schopp 2008:248).

Aus diesen Merkmalen des Berufsbildes heraus entsteht außerdem ein „Know-how-Gefälle“ (Schopp 2008:249) zwischen übersetzender Person und Kundin oder Kunde, woraus sich laut Schopp ein spezielles Verhältnis zwischen beiden ableiten lässt, welches damit verbunden die Chance auf Machtaneignung im Sinne eines verantwortungsvollen Umgangs mit Sprache plausibel macht.

Darauf aufbauend kann, wenn der Wissensunterschied vom Kunden oder von der Kundin als solcher (an)erkannt wird, die Übersetzerin oder der Übersetzer dieser auftraggebenden Person durchaus glaubhaft vermitteln, dass ein gendergerechter Translationsansatz beziehungsweise die damit verbundene feministisch-orientierte Übersetzung ein wichtiger und unbedingt erforderlicher Schritt ist, um Frauen und Männer gleichwertig in der Fachkommunikation und auf längere Sicht in der Gesellschaft etablieren zu können.

Echtes (berufliches) Handeln ist des Weiteren von Reflexion und Intuition geleitet (vgl. Schopp 2008:255), was den schon angesprochenen Aspekt der Konstruktion von individueller Bedeutung und das damit verbundene Sich-in-Relation-zur-eigenen-Umwelt-setzen meint. Die übersetzende Person handelt demnach intuitiv und bezieht sich dabei auf ihre berufliche sowie private Situation, in der sie verortet ist und in der sie sich selbstbewusst reflektiert und entscheidet, wie und aus welcher Motivation heraus übersetzt werden soll.

Ich beziehe mich in dieser Arbeit auf den Standpunkt, dass beim komplexen Vorgang des Übersetzens die Qualität einer Übersetzung durch das Abstimmen von Fachkompetenz und Realitätskonstruktion der übersetzenden Person auf der einen und Know-how von Experten aus den jeweiligen Fachbereichen der zu übersetzenden Ausgangstexte auf der anderen Seite erzeugt wird (vgl. Schopp 2008:256).

Dies soll dazu führen, dass bei der Kooperation mit Auftraggebenden deren Bewusstsein für eklatante Unterschiede und Diskriminierung von Frauen in Bereichen wie Medizin, Wirtschaft, Verkehrssicherheit, etc. – ausgelöst auch durch benachteiligende Fachkommunikation – geweckt und dadurch ein weiteres Argument für die dringend notwendige Neuverteilung der Macht am Übersetzungsmarkt geschaffen wird. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass in jüngster Zeit das Bewusstsein für Sexismus in der Gesellschaft sowie die Bereitschaft, Frauen ‚sichtbar‘ zu machen zumindest in ersten Ansätzen entstanden ist, vor allem durch den öffentlichen Diskurs der ‚metoo‘-Debatte.

Diese genannten Faktoren befähigen eine übersetzende Person, die so erlangte Macht zielführend einzusetzen und ihren Beitrag zur Verringerung des Genderbias in der Gesellschaft zu leisten. Damit ist gemeint, dass ein Zugestehen von Macht an die translationsbetreibende Person und qualitativ hochwertige Übersetzungsleistungen, die Inklusion und Gleichbehandlung aller Geschlechter gewährleisten, durch die Kooperation mit entsprechenden Fachleuten umsetzbar sind, weil hierbei neue Forschungsergebnisse und Wissensbestände thematisiert, kritisch miteinander diskutiert und danach sprachlich ausgedrückt werden. Die neuen (Bedeutungs-)Inhalte, die sich dabei ergeben, zielen auf die Reduzierung und Vermeidung eines Genderbias ab, der sich hauptsächlich auf inhaltlich-informativer Ebene manifestiert, aber natürlich über die sprachlich-textuelle und bildliche Darstellung seine kommunikative Form erlangt.

Die bisher teils schwerwiegenden Konsequenzen einer benachteiligenden Fachsprache werden somit offengelegt und die Auftraggebenden durch doppelte Expertise (Kompetenz der Fachleute in den Fächern und Kompetenz der übersetzenden Person) auf die dringende Vermeidung einer patriarchalen ‚Norm‘-Sprache aufmerksam gemacht.

Ein Beispiel dafür ist das der medizinischen Forschung, Versorgung und der entsprechenden Informationsbereitstellung durch Fachkommunikation.

Cardiovascular disease has long been defined as a male disease, and clinical standards and treatments have been developed for men. [...] Myocardial infarction or heart attack symptoms were modelled in men and the results generalized to the entire population. [...] Including women as research subjects has led to the discovery of important sex differences in myocardial infarction symptoms, diagnostic testing, and preventative therapies (Schiebinger/Schraudner 2011:162).

Eine solche Innovation der Inklusion von Frauen in der Forschung ist noch relativ neu und nicht weit verbreitet, weshalb sie als zentral in der Europe 2020 strategy (European Commission 2010a)“ gilt (Schiebinger/Schraudner 2011:164).

Fakt ist deshalb, dass vor allem die differenzierte Forschung weiter vorangetrieben werden muss. Das Ziel muss es sein, dass – wie auch im erwähnten Beispiel der Verkehrs- und Fahrzeugsicherheit – Frauen in Bezug auf ihr biologisches und soziales Geschlecht (‚sex‘ und Gender) vorurteilsfrei in jedem Bereich der Wissenschaft zu den gleichen Bedingungen und gleichwertig wie Männer angesehen, erforscht und behandelt werden.

Des Weiteren müssen jedenfalls alle bislang vorliegenden und zukünftigen Ergebnisse einer solchen inkludierenden Forschung, die etwaige Unterschiede und vielleicht auch Gemeinsamkeiten zwischen Frauen und Männern aufzeigen, unbedingt innerhalb, zwischen und genauso außerhalb der einzelnen Fächer und Fachgebiete angemessen kommuniziert werden.

Und hierfür braucht es die Translation als Hilfestellung, die durch die Zusammenarbeit mit Expertinnen und Experten des Fachs Gendergleichbehandlung etablieren kann.

Für den in Kapitel 3.2.1 angesprochenen Fall der Medizin bedeutet das, dass in einem Fachtext biologische und soziale Besonderheiten der Frau auf gleiche Art und Weise aufbereitet und bildlich, sprachlich sowie inhaltlich dargestellt werden wie das vorhandene Wissen über den männlichen Counterpart. Die gleichwertigen Informationen zu beiden Geschlechtern sollen auch in gleichem Ausmaß angeführt werden, so dass weder ‚der Mann‘ durch generische Sprache die Norm darstellt noch ‚die Frau‘ anhand von kurzen Fußnoten, zusätzlichen Absätzen oder mit als ‚Frauenkrankheiten‘ betitelten Kapiteln in der Fachliteratur die Abweichung darstellt.

Übersetzerinnen und Übersetzer als Kommunikationsexpertinnen und -experten sind sensibilisiert dafür, beim Übersetzen auf genau diese Aspekte von Sprache und Kommunikation zu achten. Es ist somit ihre Aufgabe, Ausgangstexte, die einer Gleichbehandlung von Frauen und Männern entbehren und die einem Zielpublikum – bewusst oder unbewusst – wichtige Fachinhalte beziehungsweise Wissensbestände zu Frauen als Geschlechterkategorie vorenthalten, soweit in einer Zielsprache neu zusammenzusetzen, dass sie mit ihren Übersetzungen hier als Hilfestellung und Instrument einen aktiven Beitrag zur Bekämpfung des Genderbias in der Fachkommunikation leisten.

Hierzu möchte ich noch einmal auf den wichtigen Punkt der Translation als „recomposition“ der übersetzenden Personen ohne Verzerrung oder Verfälschung von Fakten eingehen:

Scientists can be poets. We can adopt the artistic mode without sacrificing validity or truth, without telling non-truths or distorting the facts. There is a difference between distortion and re-composition. The one presents something which is not, or cannot be, while the other presents what is in a new way. (Cooke 2012:5)

Die angestrebten gegenderten Innovationen in den einzelnen Wissenschaftsbereichen und auch schon vorhandene gender-inkludierende fachliche Inhalte bieten offensichtliche Möglichkeiten, das Leben von Frauen und Männern (nicht nur medizinisch gesehen) zu verbessern und so auch eine wirtschaftliche und gesamtgesellschaftliche Entwicklung voranzutreiben. Solange nun anhand von Übersetzung keine Fakten verzerrt, die „Gültigkeit oder Wahrheit“ nicht geopfert und keine „Unwahrheiten“ kommuniziert werden, solange hat Translation die Legitimation und habe ich als kritisch denkendes, gendersensibel handelndes und vor allem im Bereich der Kommunikation ausgebildetes Individuum die Pflicht, mit Hilfe feministischer Kommunikations- und Translationsansätze dies aktiv zu argumentieren und voranzutreiben, vor allem auch weil für eine Reproduktion von Macht und ihre Neuverteilung unter allen am Übersetzungsmarkt beteiligten Dimensionen wie Kultur und Bildung einen immer höheren Stellenwert aufweisen (vgl. Wolf 2008:61).

3.4 Forschungsfrage 4: Wie werden feministische Translationsansätze definiert und wie können sie konkret aussehen?

Im Zusammenhang mit dieser Neuzusammensetzung im Gegensatz zur Verfälschung von vorhandenen ausgangssprachlichen und ausgangskulturellen Wissensbeständen, Fakten und Bedeutungen (vgl. Cooke 2012:6) durch beziehungsweise *a/s* feministische Translationsansätze ist wichtig zu betonen, worum es also bei einem solchen –

meinem – Verständnis von ‚feministischer‘ Übersetzung nicht geht. Für diese Erklärung liefert das folgende Kapitel zudem die dafür aussagekräftige Definition von Feminismus.

Im Anschluss daran stellt dieses Kapitel ganz konkrete feministische Translations- beziehungsweise Kommunikationsansätze der deutschen Sprache vor, die als aktive Handlung von Übersetzerinnen und Übersetzern sprachlich, visuell und inhaltlich neue Bedeutungen in die (Fach-)Kommunikation einbringen sollen.

3.4.1 Feminismus – Gleichwertung statt Höherwertung

Die in der vorliegenden Arbeit behandelten feministischen Perspektiven zielen nicht darauf ab, Texte von männlichen Autoren beziehungsweise Männer im Allgemeinen im sozialen Zusammenleben abzuwerten. Es geht hier nicht um die Ansicht des „Gynozentrismus“ (Heydebrand/Winko 1994:120), bei dem die bipolare Stellung von Frauen und Männern als zwei sich gegenüberstehende Geschlechter aufrechterhalten und gefördert wird, und die sozialen Bewertungen und Privilegien nur umgeschichtet und von einem Gender (‚Mann‘) auf das andere (‚Frau‘) übertragen werden.

Die Arbeit bezieht sich nun nicht darauf, die Kategorie ‚Frau‘ oder Texte beziehungsweise „Lesarten“ von Frauen als höher zu werten und als privilegierter als den Mann darzustellen (vgl. Heydebrand/Winko 1994:120). Die hier geteilten feministischen Kommunikations- und Translationsperspektiven sehen es nicht vor, Männer in irgendeiner Weise in der und mit Hilfe von Fachkommunikation auf eine inferiore und abgewertete Position zu verweisen, um Frauen dadurch höher zu stellen. Ebenso wenig geht es in der vorliegenden Arbeit darum, Vorschläge für die Übersetzung von ohnehin schon ‚weiblichen‘ Ausgangstexten zu liefern, und noch weniger geht es darum, Männer und Informationen über sie aus der Kommunikation, Sprache oder Gesellschaft auszugrenzen, um Frauen als etwas ‚Besseres‘ darstellen zu können, um Feminismus-Kritikerinnen und Kritiker zu zitieren. Im Gegensatz zu dieser nicht intendierten *Höherwertung* und -positionierung von Frauen beschäftigt sich der vorliegende kommunikative und übersetzerische – feministische – Ansatz mit der *Gleichstellung* beider Geschlechter beziehungsweise mit der *Aufwertung* von Frauen, mit ihrer „gesellschaftliche[n] Befreiung“ (Heydebrand/Winko 1994:120), um auf das Niveau einer *Gleichwertung* und in die Lage der *Gleichberechtigung* von Frauen und Männern zu kommen.

Diese beschriebene Sichtweise gilt als eine mögliche Perspektive von Feminismus, in Bezug auf

‘the feminisms’ as a space of high reflectivity within capitalist modernity. With my emphasis on the plural sense of this definition (the ‘s’ at the end of the word feminism), I want to point out that

feminist critical theory has opened itself to the plurality of the subject, refusing to become an 'ism', that is, a monolithic and homogeneous theory (Millán 2016:19-20).

Mit diesem Bewusstsein über einige verschiedene Ansichten und Herangehensweisen der feministischen Theorie und deren hoher Heterogenität geht die in dieser Arbeit vertretene Vorstellung von Feminismus auf eine der wichtigsten Frauen in dieser Hinsicht – Simone de Beauvoir – zurück. Dieses Modell von Feminismus hat die klare Absicht aufzudecken, dass „>das Subjekt< der abendländischen Kultur tatsächlich ein männliches ist und hinter den scheinbar allgemeinmenschlichen, humanistischen Idealen männliche Perspektiven und Interessen verborgen sind“ (Heydebrand/Winko 1994:120).

Damit verbunden geht es also schon beim ersten Lesen des Ausgangstextes um einen bewussten Leseprozess und in weiterer Folge um einen ebenso bewussten Übersetzungsvorgang, dem die Intention (der aktivistisch handelnden übersetzenden Person) zugrunde liegt, männlich-dominierende Sichtweisen, Inhalte und sprachliche Ausformungen zu verhindern und dafür eine weiblich-gleichgestellte Sicht und Versprachlichung der Dinge im Zieltext zu liefern.

Bei feministischen Translationsansätzen geht es daher immer um den Aspekt einer gendergerechten Übersetzung, bei der beide Geschlechter in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander präsentiert werden. Die bewusste übersetzerische Entscheidung, mit feministischen Ansätzen eine Miteinbeziehung von Frauen und somit eine Gleichbehandlung von Frauen und Männern zu schaffen, wird somit schon beim Lesevorgang getroffen, der Ungleichheiten und Missstände in der Fachkommunikation und damit auch in gesellschaftlicher Hinsicht offenlegt.

Weiters bedeutet das, dass die Aufdeckung von vorurteilsbehafteten, diskriminierenden Inhalten im Ausgangstext die Umformulierung beziehungsweise „Re-Konstruktion“ dieser zu nicht-stereotypischen, vorurteilsfreien und nicht-diskriminierenden Informationsangeboten im Zieltext durch Übersetzung nach sich zieht. Diese können nur mit Hilfe von adäquater Sprache und Bildern realisiert werden und erst dann ein Umdenken in der Gesellschaft bewirken.

Durch die einzelnen Methoden der Sprachwissenschaft, Literaturwissenschaft und der Translationswissenschaft besteht nun die Möglichkeit, mit inkludierender und sensibler Sprache dieses ebenbürtige und gleichwertige Verhältnis zwischen Frauen und Männern zu schaffen, weil Normen und Konventionen nicht nur des sozialen Zusammenlebens in der Gesellschaft, sondern auch dieser Disziplinen aufgebrochen werden können.

Diese Normen und Konventionen stellen zwar „das statische Grundgerüst“ (Prunč 2008:28) einer jeden Übersetzungshandlung dar, das durch mit ihm überein-

stimmende Übersetzung stabiler wird, aber es kann genauso gut „durch jeden Normenbruch erschüttert“ (Prunč 2008:28) werden und hat „demnach nur so lange Bestand, als der zugrundeliegende Konsens von allen Beteiligten implizit oder explizit mitgetragen wird“ (Prunč 2008:28).

3.4.2 Feministische Translationsansätze

Da der Konsens einer patriarchalen Sprache, den es aufzuweichen gilt, nun von feministisch agierenden Übersetzerinnen und Übersetzern nicht geteilt wird, wird beim „Normenbruch“ zuallererst darauf geachtet, dass patriarchale Sprachstrukturen von Grund auf und konstant vermieden werden. Die wohl bedeutendste Ausformung dieser männlichen Dominanz anhand von Sprache zeigt sich im Deutschen im generischen Maskulinum, das es beim Übersetzungsvorgang im Ausgangstext zu identifizieren und im Translat unbedingt zu umgehen gilt, denn „using patriarchal elements such as the generic masculine in a German-language text means translating in a way which supports and confirms patriarchal linguistic structures and also, possibly, societal structures“ (Fisher 2010:78).

3.4.2.1. Feministische Sprache

Eine erste, drastische Maßnahme, die hier zwar kurz angesprochen, aber beim Übersetzen in der Fachkommunikation und im Sinne dieser Arbeit nicht als potentielle Lösung gelten oder in Frage kommen wird, ist die feministisch-gynozentrische Herangehensweise, die Frauen als das neue privilegierte und höhergestellte Geschlecht in Form des generischen Femininums darstellt.

Dieses steht im absoluten Gegensatz zur etablierten männlichen ‚Norm‘, was zwar bedeutet, „that the text is not using patriarchal elements – and not supporting patriarchal structures and societal structures“ (Fisher 2010:78). Trotzdem würde eine solche Vorgehensweise wie schon besprochen genau das hervorrufen, was mit Hilfe gendergerechter Übersetzung und Sprache eben nicht wieder entstehen darf – eine Umverteilung der sozialen Bewertungen und Privilegien und somit die ausdrückliche Überpräsenz eines Geschlechtes – der Frau – und die dadurch entstehende Abwertung und Exklusion des anderen.

Genauso wie aktuell Frauen durch das generische Maskulinum nur, wenn überhaupt, mitgedacht oder mitgemeint werden, und sie sich trotzdem ausgeschlossen fühlen und dieser Erwartungshaltung wegen den Genderbias in einigen Bereichen des Lebens stereotyp-konform mit ihrem Verhalten (unbewusst) bestätigen, würden sich mit großer Wahrscheinlichkeit Männer vom generischen Femininum ausgeschlossen und nicht mitgemeint fühlen. Außerdem würden bestimmte Inhalte und Fakten ebenso

wenig der ‚Wahrheit‘ und ‚Realität‘ entsprechen, die aber durch eine gendergerechte Übersetzung vermittelt werden soll.

Fisher spricht vom generischen Femininum in der Übersetzung als klare „Übertreibung“, die zwar im Grunde genommen ein „löbliches Ziel“ zum Hintergrund hat – nämlich die Frauen sichtbar zu machen – aber trotzdem:

Generic feminine might still surprise readers as it is not widely used but rather the polar opposite of the previously accepted usage of the generic masculine. In fact, the generic feminine was never seen as a serious suggestion for reform as such a change would clearly be an exaggeration, though not without a laudable objective (Fisher 2010:78).

3.4.2.1.1 Gender-gerechtes Formulieren

Ein feministischer Translationsansatz beziehungsweise Kommunikationsansatz, der dafür umso besser für die aktive und bewusste Konstruktion von neuen Bedeutungsinhalten in (Ziel-)Texten geeignet ist, und gendergerechte Sprache zum Ziel hat, ist jener der „Paarform“ (Pretenthaler-Ziegerhofer/Scherke/Schustaczek 2019:2).

Wie die deutsche Bezeichnung schon sagt, werden explizit beide Geschlechterkategorien – sowohl beim Bezug auf das biologische als auch auf das sozial konstruierte Geschlecht – als Paar im Text durch die fachsprachliche Äußerung in der männlichen und weiblichen Form eines Substantives miteinbezogen.

So wird beispielsweise ‚the patient‘ aus einem englischen Ausgangstext, der sich im weiteren Verlauf aufgrund von verwendeten Pronomen wie ‚his‘ oder ‚him‘ als patriarchal-sprachlich herausstellt, mit ‚die Patientin und/oder der Patient‘ und den zugehörigen deutschen, weiblichen und männlichen Pronomen ‚ihre‘ oder ‚sein‘ beziehungsweise ‚ihr‘ und ‚ihm‘ in den deutschsprachigen Zieltext übersetzt. Auf diese Weise wird auch der Bezug zu Frauen und Männern gleichermaßen hergestellt.

Der erste Schritt, um einen Genderbias in der Berufswelt zu reduzieren, kann somit leicht durch die Benutzung von weiblichen und männlichen Substantiven in der Paarform in Stellenausschreibungen getätigt werden. Da sich Frauen so nicht länger (unterbewusst) durch das in diesen Anzeigen bisher verwendete generische Maskulinum ausgeschlossen fühlen, steigert dies auch ihre Motivation zur Bewerbung, ihr Selbstwertgefühl und in weiterer Folge möglicherweise den Frauenanteil in bestimmten Berufen.

Die nächste Herangehensweise, die gendergerechte und inkludierende Sprache beziehungsweise Translation darstellt, setzt sich aus einer Reihe von unterschiedlichen Varianten zusammen, wird von feministischen Sprachwissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern oft vorgeschlagen und mittlerweile auch weitestgehend in den deutschsprachigen Ländern akzeptiert (vgl. Fisher 2010:78).

Bei der ersten dieser Möglichkeiten zur Sichtbarmachung der Frauen in Fachtexten handelt es sich um die Binnen-I-Schreibvariante, bei der der „erste Buchstabe der weiblichen Endung, das „I“, groß geschrieben [wird], um sichtbar zu machen, dass sich das Wort auf Frauen und Männer bezieht“ (Prettenthaler-Ziegerhofer/Scherke/Schustaczek 2019:2), wie es beispielsweise bei den Wörtern ‚PatientIn‘ oder ‚ManagerIn‘ der Fall ist.

Die zweite Möglichkeit ist jene des Schrägstrichs, bei der „die männliche und weibliche Endung eines Wortes durch einen Schrägstrich gesplittet“ werden, und „ein grammatikalisch richtiges Wort“ entstehen muss (Prettenthaler-Ziegerhofer/Scherke/Schustaczek 2019:3), was Fisher deshalb auch „splitting“ nennt (Fisher 2010:78). Ein Beispiel hierfür ist ‚ein/e Patient/in‘ oder auch ‚ein/e ambitionierte/r Manager/in‘.

3.4.2.1.2 Gender-inkludierendes Formulieren

Die dritte Art, Inklusion in der und durch Sprache zu betreiben, hat zum Ziel, neben Männern und Frauen als Gender-Kategorien auch noch andere soziale Geschlechter klar und offensichtlich miteinzubeziehen. Dieser Vorgang der textuellen Sichtbarmachung nennt sich „Performing the Gap“, „Gender Gap“ oder schlicht „Gap“ (Prettenthaler-Ziegerhofer/Scherke/Schustaczek 2019:3), und steht für die Aufweichung von traditionellen Gender-Rollen und der damit verbundenen Bipolarität der Geschlechter ‚Frau‘ und ‚Mann‘ als Entweder/Oder-Konstrukt, das keine anderen Formen oder Kontinuitäten dazwischen erlaubt beziehungsweise anerkennt. Die beiden nachstehenden Formen berücksichtigen daher auch „Intersexuelle, Transgender oder Transsexuelle“ (Prettenthaler-Ziegerhofer/Scherke/Schustaczek 2019:3).

„Performing the Gap“ steht für eine aktive Sprachhandlung, indem ‚die Lücke‘ als der Kontinuitätsraum der Gender-Möglichkeiten deutlich sichtbar gemacht wird – durch das Einfügen eines Unterstrichs zwischen der weiblichen und der männlichen Form (vgl. Prettenthaler-Ziegerhofer/Scherke/Schustaczek 2019:3). Jede_r Patient_in ist ein Beispiel für diese Variante des „Gaps“.

Die zweite Variante, die alle genannten Gender in der Sprache zum Ausdruck bringt, ist jene des Gender-Sternchens, wie zum Beispiel ein*e vorbildliche*r Patient*in oder auch der*die Bundesminister*in beziehungsweise im Plural die Mediziner*innen.

Außerdem ist es möglich, den „Gender Gap“ in einer mündlichen Kommunikation anhand von Sprechen und Gestik auszudrücken. Hier macht einerseits eine kurze Pause hörbar, was in schriftlichen Texten der Unterstrich oder das Sternchen sichtbar machen (Gender-Inklusion durch Aufzeigen der ‚Lücke‘), und andererseits wird dies gleichzeitig mit einer Handbewegung von außen nach innen demonstriert (vgl. Prettenthaler-Ziegerhofer/Scherke/Schustaczek 2019:3).

Leider werden diese Möglichkeiten der Gender-Inklusion aber noch zu selten tatsächlich umgesetzt. Einige Autorinnen und Autoren von (Fach-)Texten führen letztendlich nur „Generalklauseln“ (Prettenthaler-Ziegerhofer/Scherke/Schustaczek 2019:1) am Anfang oder Ende, meist in einer Fußzeile, an, in denen sie ausdrücken, dass Frauen und Männer gleichermaßen mitgemeint sind, und denken, sie hätten damit ihre Pflicht erfüllt. Die angebliche ‚bessere Lesbarkeit‘ ihrer Texte oder Ähnliches ist hier oft als Grund angegeben, um anhand von patriarchaler Sprache Genderungleichheiten weiter zu reproduzieren.

3.4.2.1.3 Gender-neutrales Formulieren

Diese angebliche ‚bessere Lesbarkeit‘ kann jedoch auch mit Hilfe genderneutraler Ausdrücke beziehungsweise Sprache erzielt werden, speziell wenn es um wissenschaftliche Texte der Naturwissenschaften oder um Formulare aus der Wirtschaft geht. Geschlechtsneutrale Bezeichnungen für einzelne Menschen einer Gruppe sind zum Beispiel Individuum, Mensch, Mitglied und Person (vgl. Prettenthaler-Ziegerhofer/Scherke/Schustaczek 2019:3-4).

Beim geschlechtsneutralen Formulieren bezieht sich die Autorin oder der Autor beziehungsweise im Falle der Übersetzung die Übersetzerin beziehungsweise der Übersetzer bewusst auf keines der beiden Geschlechter, mit der Überlegung, dass sich niemand ausgeschlossen fühlen soll. Dennoch ist die Benutzung dieser sprachlichen Variante in jedem einzelnen Ausgangstext und in jeder Übersetzung extra als gute oder weniger gute Lösung zu überlegen, da damit weder die Kategorie ‚Frau‘ noch die Kategorie ‚Mann‘ explizit angesprochen wird, und so wiederum das Mitgemeintsein aller Beteiligten in Frage steht und der Text außerdem schnell distanziert wirkt. Diesbezüglich wird von der Universität Graz empfohlen, „geschlechterneutrales Formulieren nur mit jenen Schreibweisen zu verwenden, die eine eindeutige Zuordnung zu einem Geschlecht, zu beiden Geschlechtern oder zu einer konkreten Person erlauben“ (Prettenthaler-Ziegerhofer/Scherke/Schustaczek 2019:3).

Damit ein konkreter Bezug und Inklusion gewährleistet werden können, werden im Singular beide entsprechenden Artikel (weiblicher und männlicher) in Kombination mit einer geschlechtsneutralen Formulierung gewählt, wie beispielsweise ‚die oder der Beteiligte‘, um die Inklusion beider Geschlechter darzustellen, was durch ‚die beteiligte Person‘ ersetzt werden könnte (ohne Bezug). Hinsichtlich einer Übersetzung bedeutet das, dass aus ‚the party‘ oder ‚the participant‘ eben ‚die oder der Beteiligte‘ wird, auf keinen Fall sollte ‚participant‘ mit ‚der Teilnehmer‘ übersetzt werden.

Die geschlechtsneutrale Pluralbildung stellt keinen Bezug zu einem bestimmten Geschlecht her, wie das eben angeführte Beispiel ‚die Beteiligten‘ zeigt: Sowohl nur

Frauen als auch nur Männer beziehungsweise beide Geschlechter gemeinsam können gemeint sein.

Eine weitere Form der genderneutralen Formulierung im Plural stellen Partizipien dar. So werden beim Partizip I beispielsweise mit ‚der oder die Studierende‘ im Singular wieder Frauen und Männer gleichzeitig angesprochen, im Plural verschmelzen die beiden Geschlechter erneut und werden zu ‚die Studierenden‘. Für die übersetzerische Herangehensweise ist hier ‚the student‘ der Ausgangspunkt, der wie gesagt mit ‚die oder der Studierende‘ übersetzt werden soll, nicht mit ‚der Student‘.

Außerdem können beim Übersetzen statt der weiblichen beziehungsweise männlichen Form eines Wortes dessen Funktions-, Amts- oder auch Gruppenbezeichnungen genutzt werden, um genderneutral bleiben zu können (vgl. Fischer/Wolf 2009:6). So wird aus dem englischen ‚the director/manager‘ die deutsche ‚Direktion‘ beziehungsweise ‚das Management‘ oder aus ‚the staff representative‘ im Deutschen ‚die Personalvertretung‘, um bewusst einer patriarchalischen Sprache entgegenzuwirken, was gerade bei Berufsbezeichnungen in Stellenausschreibungen unbedingt erforderlich ist, um einen Genderbias nicht zu fördern.

Ein weiterer gendergerechter beziehungsweise -neutraler (Translations-)Ansatz ist jener der Umformulierung und Veränderung von Sätzen mit Hilfe von Adjektiven oder Passivformen. So kann bei der gendersensiblen Übersetzung aus dem ‚medical secrecy‘ (Arztgeheimnis) die ‚ärztliche Schweigepflicht‘ werden, oder aus der englischen Aktiv-Form des Satzes ‚The applicants have to complete an application only.‘ die passive, deutsche Variante ‚Für die Bewerbung muss nur ein Antrag ausgefüllt werden.‘ (vgl. Fischer/Wolf 2009:6).

Auf die Weise des Umformulierens kann außerdem das Indefinitpronomen ‚man‘ ersetzt werden, was folgendes Beispiel veranschaulicht: Aus „Zur positiven Absolvierung der Übung muss man eine Hausarbeit abgeben“ wird ganz leicht „Zur positiven Absolvierung der Übung muss eine Hausarbeit abgegeben werden.“ (Fischer/Wolf 2009:7).

3.4.2.2 Feministische Inhalte

Bei der Translation von Fachkommunikation, die auf feministische Herangehensweisen beruht, geht es neben den sprachlich-textuellen Aspekten des gendergerechten Formulierens nun auch um die inhaltliche Komponente und um deren beiden enge Verflochtenheit, denn „[I]inguistic expressions need to be changed in order to accommodate feminine idioms which reflect women’s experiences – especially expressions which equate masculinity with strength and femininity with weakness“ (Fisher 2010:74).

Vor allem solche Redewendungen und fachsprachlichen Ausdrücke, die Frauen generell negieren und ihnen ihre individuellen Erfahrungen in der realen Welt absprechen, müssen daher in Übersetzungen umformuliert werden, um sie auch auf inhaltlicher Ebene miteinzubeziehen. Dies geht Hand in Hand mit den angesprochenen stereotypischen Zuschreibungen und Codierungen der ‚Männlichkeit‘ und ‚Weiblichkeit‘, die nicht selten pejorativ gemeint sind, negative Auswirkungen auf Frauen haben und deren Benachteiligung im Beruf oder im alltäglichen Leben mit sich bringen.

Vor dem Hintergrund der feministischen Herangehensweise bei der Translation wird beim Lesen des Ausgangstextes auf diese negativen und unvorsichtigen Codierungen genau geachtet, um sie in der Übersetzung bewusst mit anderen, nicht wertenden kreativen Inhalten zu ersetzen und im Zieltext neue Bedeutungsinhalte zu schaffen, die nicht stereotypisch sind, sich nicht auf unüberlegte Vorurteile beziehen und auch kein diskriminierendes Gedankengut reproduzieren.

Sprachliche Äußerungen wie „das schwache Geschlecht, Heulsuse, Fräulein“ die eine Abwertung der Frau auslösen, werden durch feministische Sprachhandlungen ebenso umgangen wie die ‚normalisierte‘ Verwendung von Redewendungen beziehungsweise die inhaltliche Dominanz des Mannes durch Aussagen wie „das starke Geschlecht, Otto Normalverbraucher, seinen Mann stehen“ (Prettenthaler-Ziegerhofer/Scherke/Schustaczek 2019:5). Das bedeutet, dass abwertende Eigenschaften, die mit der Kategorie ‚Frau‘ assoziiert werden, durch positiv belegte geschlechtsspezifische Zuschreibungen ersetzt werden, mit denen sich Frauen auch identifizieren und angesprochen fühlen.

Für die Praxis bewusst formulierter gendergerechter Stellenausschreibungen ist dies beispielsweise die Forderung nach sozialen Kompetenzen wie „Teamfähigkeit, Selbstständigkeit, Kommunikationsfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein“ (Fischer/Wolf 2009:8).

In keinem Fall dürfen hier Eigenschaften zur Beschreibung der passenden weiblichen Mitarbeiterin aufgezählt werden, die auf stereotype Geschlechterrollen oder das Äußere von Frauen abzielen, wie zum Beispiel „anpassungsfähig, tüchtig, elegant“ (Fischer/Wolf 2009:8) oder auch ‚gepflegtes Äußeres, sportliches Auftreten, und so weiter.

Ebenso gilt es zu beachten, das kreative Anpassen der Fachinhalte so zu gestalten, dass in der Ausschreibung den potentiellen Bewerberinnen und Bewerbern suggeriert wird, dass beide Geschlechter gleichermaßen für den Beruf geeignet sind und ein männlicher Kandidat keine bevorzugten Chancen auf die Stelle haben könnte. Deshalb ist es wichtig, auf Eigenschaften zu verzichten, die eher Männern zugeschrieben werden.

Es geht im Sinne der feministischen Perspektive auf der fachinhaltlichen Ebene darüber hinaus einerseits darum, kritisch auf Missverhältnisse der Inhalte in Ausgangstexten aufmerksam zu machen, und andererseits um die bewusste Inkludierung von vollständigen und fortschrittlichen Forschungsergebnissen der unterschiedlichsten Wissenschaften und Fächern beziehungsweise Disziplinen wie der Medizin, der Technik, der Didaktik, der Wirtschaft oder auch der Translationswissenschaft in übersetzten Zieltexten. Frauen soll mit den Informationen und Wissensbeständen, die schon vorhanden sind, dieselbe sichere, gesunde und wirtschaftlich gut etablierte Lage ermöglicht werden, in der Männer sich schon lange privilegierter Weise befinden.

Frauen werden beim Übersetzen bewusst in medizinischen Texten als ‚Patientin‘ miteinbezogen, sie werden aktiv als ‚Geschäftsführerin‘ in wirtschaftlichen Texten präsentiert, sie werden in Zeitschriften ebenso wie Männer als ‚schlagfertig‘, ‚kompetent‘, ‚unabhängig‘, ‚stark‘ und ‚ehrgeizig‘ beschrieben und sie werden in translationswissenschaftlichen Publikationen als ‚verantwortungs- und selbstbewusste Übersetzerin‘ anerkannt.

Zur fachsprachlichen Aufbereitung von medizinischen Forschungsergebnissen und -inhalten, die gendergerecht abläuft, sagen Tingen et. al:

If an outcome is measured in a single sex, that outcome should be designated and communicated as such. A simple change in how we present preclinical and clinical research findings in journals will enhance the sex-specific scientific literacy of practitioners and ensure that the general public is informed regarding the limits of our knowledge. (Tingen/Kim/Wu/Woodruff 2010:514)

Im Sinne einer feministischen Perspektive von Fachkommunikation und Translation verstehe ich unter Gleichbehandlung und Gleichberechtigung in diesem Kontext auch zumindest das explizite Verständlichmachen an eine bestimmte Zielgruppe, dass vorhandenes Wissen und ermittelte Forschungsinhalte nur auf einem – dem männlichen – Geschlecht beruhen, wenngleich die Frau bei der Forschung nicht miteinbezogen wurde. So wissen zu behandelnde Frauen aufgrund der „literacy of practitioners“ immerhin Bescheid darüber, dass gewisses medizinisches Know-how nur auf den männlichen Körper bezogen ist und über sie beziehungsweise den weiblichen Körper in manchen Belangen (noch) keine entsprechenden Daten vorliegen.

Dieses Hinweisen auf ungleiche Inhalte über Frauen und Männern, sofern in der Tat keine Informationen und Wissensbestände zu Frauen vorliegen, ist das Mindestmaß an gendergerechter Fachkommunikation, das in einer Übersetzung vermittelt werden kann und muss.

3.4.2.3 Feministische Bilder

Wie schon in den feministischen Ansätzen der fachtextuellen und fachinhaltlichen Kommunikation und Übersetzung geht es auch bei der feministisch-orientierten Translation und Aufbereitung von fachlichen Bildern darum, Frauen als gleichwertig und gleichgestellt zu etablieren, da Wertehandlungen oft auch in nicht-sprachlicher Form, zum Beispiel wie in der Literaturwissenschaft durch bewusstes Aussparen bestimmter Figuren vollzogen werden (vgl. Heydebrand/Winko 1994:127).

Mit feministischen Translationsansätzen wird nun auch bei diesem Phänomen der bildlichen Nicht- oder Fehlrepräsentation in Ausgangstexten eine Übersetzungslösung angeboten, die Frauen gendergerecht miteinbezieht und als gleichwertig etabliert. Das heißt, es werden konkret dort Bilder mit Frauen oder beispielsweise in medizinischen Fachtexten Körperteilen von Frauen in den Fachtext inkludiert, wo im Ausgangstext nur Bilder mit Männern oder ihren Körperteilen zu finden waren, um ein zahlenmäßiges Gleichgewicht zu schaffen und Frauen sichtbar zu machen.

Das können zum Beispiel in medizinischen Fachbüchern Abbildungen von Frauen in Kombination mit männlichen Personen sein oder in der Wirtschaftskommunikation Abbildungen, Illustrationen, Cartoons und so weiter von Frauen in einem ausgeglichenen Verhältnis zu dem männlichen Gegenstück.

Die Aufwertung von Frauen wird nun aber noch nicht durch das bloße Begleichen eines zahlenmäßigen Unterschiedes zwischen den Geschlechtern gewährleistet. Die vorhandenen Bilder müssen in jedem Fall gendersensibel und mit Bedacht ausgewählt werden, um auch hier Stereotypisierung und Diskriminierung beziehungsweise vor allem bei Bildern eine sexistische Wirkung zu verhindern. Damit werden die fachlichen Bilder, die bei der Übersetzung eingebunden werden, von Übersetzerinnen und Übersetzern bewusst anhand einiger Kriterien ausgewählt.

Ein wichtiger Punkt ist die vielfältige Inklusion von Bildern mit Frauen, die keinem Stereotyp folgt. Beispielsweise tragen Frauen keinen Vorteil davon, wenn sie zwar übermäßig in fachlichen Bildern zur Beschreibung von Berufen präsentiert werden, dabei jedoch nur anhand solcher Abbildungen dargestellt werden, die ohnehin schon mit stereotypischen Zuschreibungen belegt sind, und somit trotzdem einen Genderbias auf beruflicher Ebene reproduzieren. Abbildungen, die Frauen in Berufen wie ‚Lehrerin‘, ‚Kindergärtnerin‘, ‚Krankenschwester‘, ‚Frisörin‘ oder ‚Sekretärin‘ darstellen, sind dann nicht gendergerecht, wenn Männer im Gegenzug in Abbildungen die Berufe ausüben, die ihnen als ‚typische Männerberufe‘ zugeschrieben werden. Gendersensibles und gendergerechtes Übersetzen anhand von fachlichen Bildern bedeutet also die Darstellung der Kategorie ‚Frau‘ in jedem erdenklichen Beruf – als Handwerkerin, als Vorsitzende bei einem Meeting, als Physikerin und so weiter.

Ein weiteres wichtiges Kriterium beim Auswählen von gendersensiblen fachlichen Bildern ist die Bekleidung von Frauen und Männern, beispielsweise in der Didaktik und Pädagogik die Kleidung der abgebildeten Kinder und Jugendlichen, „die oft traditionellen Vorstellungen von weiblicher bzw. männlicher Turnbekleidung und den darin eingebetteten Normen folgt“ (Paseka 2009:27). So werden bei gendersensibler Einbindung von Bildern in Translate in diesem Kontext Mädchen nicht in körperbetonten Outfits in rosa oder anderen hellen Farben und Buben nicht in weiten Fußballtrikots, mit Boxhandschuhen oder in Kleidung dunkler Farben dargestellt. Hinzu kommt hier auch die Stereotypisierung der Sportarten, die auf beide Geschlechter anhand von Bildern normalerweise übertragen wird, und auf die beim Übersetzungsvorgang geachtet wird: Gymnastik, Yoga oder auch Reitsport werden als ‚typische‘ Frauensportarten angesehen, während Fußball, Kampfsport oder Krafttraining eher mit Männersport assoziiert werden – diese bildlichen Assoziationen gilt es in der Übersetzung neu zu gestalten und umzuprogrammieren.

Bei feministischen Fachbildern wird auf „doing gender“ beziehungsweise „doing femininity“ und „doing masculinity“ (Paseka 2009:27) als aktive ‚Nicht-Handlung‘ verzichtet und daher stereotype Bekleidung und Sportarten als kulturelle Artefakte nicht für die Reproduktion einer sozial geschaffenen Weiblichkeit und Männlichkeit – also für Gender als gesellschaftliches Konstrukt verwendet (vgl. Paseka 2009:28).

Weiters beachten Übersetzerinnen und Übersetzer in fachlichen Bildern auch die Körperhaltung einer Frau beziehungsweise, wenn mehrere Personen auf einem Bild zu sehen sind, die Körperhaltung der Frau(en) gegenüber der eines Mannes oder mehrerer Männer. Da soziales Geschlecht in den Körper geschrieben ist, also ein gewisser „body genderlect“ (Paseka 2009:28) Männlichkeit und Weiblichkeit ausdrücken kann, wird auch auf diese Tatsache bei der Benutzung von fachlichen Bildern geachtet.

Es werden keine Bilder ausgewählt, bei denen Männer viel Raum beanspruchen, mit ausgestreckten Beinen oder einer breiten Beinstellung sitzen, ihre Arme über mehrere Sessel legen oder sonst irgendwie viel Raum ausfüllen, vor allem dann nicht, wenn Frauen mit auf den Bildern zu sehen sind und dabei ‚traditionell‘ und im Kontrast wenig Platz einnehmen, ihre Beine überkreuzen, Oberschenkel zusammenpressen und in einer ‚untergeordneten‘, schmalen Sitzhaltung körperlich ihre inferiore Stellung signalisieren: beispielsweise beim Sitzen an einem PC, während ein Mann nahe hinter ihnen steht und ihnen über die Schulter blickt, vielleicht noch mit einem Arm auf der Schulter, umso mehr Wichtigkeit und Dominanz auszudrücken (vgl. Paseka 2009: 29-30).

Feministische Bilder drücken in fachlichen Illustrationen daher im besten Fall eine genderneutrale Position und Körperhaltung von Frauen und Männern aus und fungieren als gendergerechte Darstellung, indem kein Geschlecht als dem anderen überlegen repräsentiert wird.

Um Sexismus beziehungsweise Diskriminierung von Frauen in Bildern anhand von feministischen Translationsansätzen keinen Platz zu bieten, ist es wichtig, auch das Zusammenspiel von Fachtext und fachlichem Bild zu beachten, denn es spielt beim Auslösen von bestimmten Vorstellungen in den Köpfen der rezipierenden Personen eine entscheidende Rolle. Feministische Übersetzungsperspektiven versuchen nun, "to move beyond the conventions of [...] patriarchal language detrimental to women's well-being" (Fisher 2010:74).

Feministische Translationsansätze sollten somit kreative Lösungsvorschläge bieten, die diese Kombination gendergerecht ermöglichen – wie es beispielsweise in der Werbebranche unbedingt nötig ist, auch wenn häufig gerade mit Sexismus absichtlich gespielt wird, um Aufmerksamkeit zu erregen. Doch dann ist die übersetzende Person erst recht dafür verantwortlich, sich klar zu positionieren und von den Vorteilen einer gendergerecht(er)en Übersetzungslösung zu überzeugen. Hier kann durchaus damit argumentiert werden, dass das Ansehen der entsprechenden Marke oder des Unternehmens einen beträchtlichen Schaden davontragen kann, da in Zeiten der sozialen Medien die öffentliche Verurteilung solchen Verhaltens schnell viral gehen kann.

Konkret bedeutet das, keine bildlichen Anspielungen auf weibliche Geschlechtsteile in Kombination mit sexistischen Kommentaren bei der Übersetzung zu übernehmen, wie es eingangs das Beispiel der Supermarktkette Lidl zeigte. Um ein diskriminierendes, sexistisches Frauenbild in den Köpfen des Zielpublikums zu schaffen, reichen schon solche stereotypen Verknüpfungen, wie es bei besagter Werbung der Fall gewesen ist. „Loch ist Loch“ ist eine sexistische Be- und vor allem Abwertung der Frauen und ihrer Sexualität, drückt Gedanken über sie aus, die in keiner Weise zu tolerieren sind und in Kombination mit den Bildern eines Bagels und eines Donuts, die wie gesagt auf die weiblichen Geschlechtsteile anspielen, ist eine solche Botschaft aus feministisch-ethischer Sicht nicht zu tolerieren.

Übersetzerinnen beziehungsweise Übersetzer können und müssen hier nun mit Hilfe feministischer Translationsansätze den Bedeutungsinhalt völlig rekonstruieren und eine wertungsfreie, nicht-sexistische Übersetzung schaffen. Dies ist durchaus möglich, da gerade die Werbesprache zahlreiche andere Möglichkeiten bietet, die ursprüngliche Kernaussage kreativ zu gestalten – egal, welches Gebäckstück, beide schmecken gleich gut.

Übersetzerinnen und Übersetzer können gemeinsam mit den Fachleuten neue Konzepte entwickeln, um so auch ganz ohne die Diskriminierung eines der beiden Geschlechter die tatsächliche Qualität des Übersetzungsproduktes in der Zielsprache zu gewährleisten.

3.4.3 Feminism – say it in English

An dieser Stelle der feministischen Sprache möchte ich ebenso kurz auf die Möglichkeiten der englischen Sprache als wichtige Lingua franca eingehen, um gendergerechte Kommunikation mit Hilfe feministischer Perspektiven umzusetzen und auch hier ein Umdenken zu etablieren.

Wie im Deutschen herrschen auch im Englischen – wie bereits erläutert wurde – patriarchale Strukturen, obwohl kein grammatikalisches Geschlecht vorhanden ist. Deshalb ist auch hier ein bewusster und sensibler Umgang mit Sprache wichtig, um diese dominante männliche Präsenz und stereotype Sprache in einer Übersetzung und auch sonst zu verhindern.

Auch die englische Sprache bietet genügend sprachliche Formulierungen, die genderneutral und gendergerecht sind und zu keiner Verfälschung der Fakten führen, wie der erste Vorschlag für eine genderneutrale Sprache zeigt: Die Verwendung von „people, humanity, human beings, humankind, the human species, we, human achievements, achievements of our ancestors“ wird beispielsweise den Varianten „man, mankind, man’s achievements“ (Fischer/Wolf 2009: 9) vorgezogen, um den Mann als Norm nicht zu reproduzieren, sondern auf alle Menschen einzugehen ohne jemanden zu bevorzugen. Des Weiteren wird darauf geachtet, dass auch für Redewendungen wie ‚Otto Normalverbraucher‘, der in einem deutschen Ausgangstext in dieser sprachlichen Äußerungsform einen klaren Bezug auf eine männliche Norm des ‚Durchschnittsbürgers‘ herstellt, im englischen Zieltext eine adäquate Übersetzungslösung gefunden wird, die Neutralität schafft. So werden hier zum Beispiel statt „the average man, the man in the street“ Formen wie „the average person/individual, people in general“ (Fischer/Wolf 2009:9) genutzt. Dasselbe gilt natürlich auch vice versa von der englischen in die deutsche Sprache.

Außerdem wird auch bei problematischen Berufsbezeichnung darauf geachtet, dass ‚der Vorstand‘ beziehungsweise ‚der Vorsitzende‘ nicht mit ‚chairman‘ übersetzt wird, sondern mit ‚chairperson‘ – umgekehrt sollte hier „der oder die Vorsitzende“ als passendste Lösung gewählt werden, wenn nicht bekannt ist, ob im Fachtext eine Frau oder ein Mann gemeint ist, um genderneutral zu übersetzen.

Genderneutralität ist außerdem im wichtigen alltäglichen Bereich der Kinderpflege beziehungsweise -erziehung, der auch in Fachkreisen wichtige Diskussionen mit sich bringt, unbedingt erforderlich, was es umso wichtiger macht, ‚maternity leave‘ und ‚paternity leave‘ im selben Atemzug zu nennen, ebenso wie auf „mothering“ zu verzichten und sich stattdessen auf „parenting“ (Fischer/Wolf 2009:9) im Sinne der ‚Elternschaft‘ zu beziehen, da auch das Modell der ‚Eltern‘ heutzutage praktisch ein flexibles ist, und damit alle möglichen Konstellationen offen gelassen werden.

Beim gendergerechten Explizitmachen beider Geschlechter im Englischen ist es von Bedeutung, aufgrund des einzigen Artikels ‚the‘ für alle Personen auf jeden Fall immer durch die Pronomen beider Geschlechter den Bezug – wie im deutschen die Paarform – zu Frauen und Männern herzustellen. Beispielsweise wird bei der Übersetzung des genderbenachteiligenden deutschen Ausgangstextes ‚Morgen werde ich meinen neuen Arzt kennenlernen‘ in der englischen Version mit Hilfe der Verwendung beider Pronomen ‚her‘ und ‚his‘ aufgezeigt, dass sowohl eine Frau als auch ein Mann die Behandlung vollziehen könnte. Die Übersetzerin oder der Übersetzer entscheidet sich also für die Übersetzungslösung „Tomorrow I will meet my new doctor; I hope she or he is friendly“ (Fischer/Wolf 2009: 9), oder, wie in Kapitel 3.2.2 beschrieben, für den relativ neuen Trend der Verwendung des Personalpronomens ‚they‘ in Fällen wie diesen.

4 Empirische Text- und Diskursanalyse

In diesem zweiten Teil der Arbeit werden die im ersten Teil theoretisch beschriebenen und argumentierten Forschungsfragen und deren auf wissenschaftlich Erkenntnissen, verschiedenen Theorien und Perspektiven und (m)einer individuellen sozialen Wahrnehmung und Bedeutungskonstruktion basierenden Antworten anhand praktischer Beispiele des realen Lebens dargestellt.

Konkret geht die hier präsentierte empirische Untersuchung einem Genderbias auf den Grund und analysiert diesen Genderbias, der sich auf zwei unterschiedliche Arten in der Fachkommunikation (der deutschen Sprache) manifestiert. Dafür werden einerseits ein deutscher Fachtext, der von einem Autor und einer Autorin gemeinsam geschrieben wurde, und andererseits fachliche Bilder beziehungsweise ClipArts aus einem Add-In in Microsoft PowerPoint bezüglich Genderungleichheiten untersucht.

4.1 Diskurs und Gender

Die Konstruktion des sozialen Geschlechts Gender und die damit verbundene Voreingenommenheit basieren auf dem Grundverständnis von Diskurs als „Widerspiegelung der sozialen Praxis. Diese Praxis gibt nicht nur soziale Verhältnisse wieder, sondern sie baut sie auf und organisiert sie gemäß dem herrschenden Diskurs“ (Nüzket Özen 2017:1624).

Das heißt, es besteht eine Wechselwirkung zwischen gesellschaftlicher Praxis und der Sprache, mit der über sie gesprochen wird, also dem Diskurs. Das empirisch-analytische Vorhaben der Untersuchung in den folgenden Kapiteln dieser Arbeit stützt sich nun auf die Ansätze der Linguistischen Diskursanalyse von Nüzket Özen 2017,

die in Bezug auf das Gender-Konstrukt und seine benachteiligende Wirkung auf Frauen in der Gesellschaft sagt: „Der Diskurs beabsichtigt bei der Strukturierung von weiblichen und männlichen Geschlechtern die Fortführung seiner Normen und Machtbeziehungen, um eine richtungsweisende Wirkung auf die Gesellschaft auszuüben. Die Geschlechter und der Diskurs werden mit Hilfe von sprachlichen Elementen aufgebaut.“ (Nüzket Özen 2017:1621)

Diese „sprachlichen Elemente“ werden nun analysiert und kritisch bewertet, um implizit geschaffene Machtverhältnisse zwischen Frauen und Männern hervorzuheben und den Menschen bewusst zu machen, wie sich gesellschaftliche ‚Realitäten‘ im Umkehrschluss auf Sprache auswirken, und dass somit Bedeutungen – die erwünschten Bedeutungen des herrschenden Diskurses – mit sprachlichen Ressourcen konstruiert werden (vgl. Nüzket Özen 2017:1623).

Nach dem Sichtbarmachen des Genderbias und seiner unterschiedlichen kommunikativen Manifestationen werden außerdem sprachliche Lösungsvorschläge beziehungsweise Übersetzungslösungen geliefert, um der Reproduktion der Gender-Missverhältnisse und Diskriminierung anhand von Sprache in der Fachkommunikation entgegenzuwirken und um somit auch die Bedeutungen zu verändern und die Machtverhältnisse in der Gesellschaft – auch zwischen Frauen und Männern – in ein Gleichgewicht zu bringen.

Jäger sagt hierzu in seinen Ansätzen zu einer kritischen Diskursanalyse, dass es das Ziel einer solchen ist, als erstes aufzuzeigen, mit welchen sprachlich-kommunikativen Mitteln – also wie Diskurse – gesellschaftliche Konventionen, Wertevorstellungen und Normen herstellen, und im Anschluss „eine Haltungsänderung bei den Menschen zu veranlassen und den Kampf gegen die Macht, sowie gegen die herrschenden Diskurse zu ermöglichen. Denn nur in diskursiven Kämpfen und Auseinandersetzungen kann etwas in Bewegung gebracht und verändert werden“ (Jäger 2009:222).

4.2 Untersuchungsgegenstände

Die beiden ‚Autragungsorte‘ für den vorliegenden „diskursiven Kampf“ sind Untersuchungsgegenstand 1 und 2. Beide sind im Fach der Wirtschaft verortet und somit prädestiniert für Genderungleichheiten und benachteiligende Zustände – Stichwort Gendergap im Berufsleben allgemein, in Führungspositionen oder bei der Bezahlung.

4.2.1 Untersuchungsgegenstand 1: Fachtext *Leadership-Intelligenz*

Beim ersten empirischen Analysegegenstand handelt es sich um den deutschen Fachtext *Leadership-Intelligenz – Zehn Gebote für souveräne und sozial kompetente Führung* aus dem Fachbereich des Führungsmanagements. Die darin enthaltene Sprache

ist dementsprechend im Bereich der Wirtschaftskommunikation verortet und bezieht sich auf dort herrschende diskursive Zustände. Der Fachtext umfasst 180 Seiten schriftlichen Text, enthält keine fachlichen Bilder und wurde im Jahr 2014 in der zweiten Auflage von Cynthia und Leif Ahrens bei Springer Gabler in Wiesbaden publiziert.

4.2.1.1 Analysekriterien zu Untersuchungsgegenstand 1: Leadership-Intelligenz

Die kritische Text- und Diskursanalyse des Untersuchungsgegenstandes 1 dient ebenso wie der nachstehende Untersuchungsgegenstand 2 der Verifizierung der ersten Hypothese, die besagt, dass ein Genderbias in der Fachkommunikation aufgrund von patriarchalen Normvorstellungen und dadurch konstruierten ‚Wahrheiten‘ besteht – und vice versa.

Die dafür benötigten sprachlichen Kriterien setzen sich bei der Analyse des Fachtextes aus textuellen und inhaltlichen Merkmalen zusammen. Das bedeutet, es werden „Überschriften, Themenangaben, bestimmte Leitbegriffe, implizite Bedeutungen und explizite Satzaussagen“ (Nüzket Özen 2017:1628) untersucht und in einen kritischen Zusammenhang mit der sozialen Konstruktion von Geschlecht gebracht. Des Weiteren werden den Geschlechtern zugeschriebene Stereotype und Verhaltensweisen aufgezeigt und kritisch beleuchtet.

Vor allem aber werden einzelne Wörter wie Substantive, Adjektive, Pronomen und Artikel, die die konstruierten Bedeutungen und Normvorstellungen beziehungsweise die herrschenden Machtverhältnisse der Gesellschaft zeigen, hervorgehoben. Diese sind vor allem das generische Maskulinum und die entsprechenden Artikel und Pronomen im Vergleich zu genderneutralen oder gendergerechten Substantiven.

Damit verbunden werden Fragen wie: Wie gestaltet der Text Geschlechterverhältnisse? Wie werden Motive, Figuren und Handlungen im Text sprachlich gestaltet? Rekonstruiert, kritisiert oder reflektiert der Text die patriarchalische Norm und Ordnung der Gesellschaft? Wird auf andere Texte, die Ähnlichkeiten aufweisen, Bezug genommen? Wie wird weibliche und männliche Identität inszeniert? Welche Geschlechterrollen, welche Verhaltensnormen werden präsentiert? (vgl. Nüzket Özen 2017:1628) gestellt.

Die ermittelten Analyseergebnisse liefern die Antworten und zeigen auf, wie stark sich ein Genderbias in diesem Fachtext manifestiert, der seinerseits symptomatisch für alle aus dem Fachbereich gesehen wird.

4.2.1.2 Analyseergebnisse Untersuchungsgegenstand 1: Leadership-Intelligenz

Die kritische Text- und Diskursanalyse des Fachtextes *Leadership-Intelligenz – Zehn Gebote für souveräne und sozial kompetente Führung* hat folgende Ergebnisse hervorgebracht:

Der gesamte Fachtext zum Thema Führungsmanagement ist ein Paradebeispiel unter vielen für die kategorische Exklusion und dadurch schwerwiegende Benachteiligung von Frauen. Das starke Ungleichgewicht zwischen Frauen und Männern manifestiert sich klar im Fachdiskurs durch die Benutzung von das weibliche Geschlecht systematisch ausschließenden fachsprachlichen Mitteln, die sich, wie angenommen, in der Form von stereotypischen Formulierungen oder des generischen Maskulinums äußern.

Diese lassen somit nur in Ausnahmefällen die Vorstellung und das Bild von Frauen im Führungsmanagement oder in Führungspositionen beziehungsweise der Wirtschaft generell zu. Im Umkehrschluss besagt das wiederum, dass offensichtlich sehr wenig bis keine Inhalte und Bedeutungskonstruktionen zur Kategorie ‚Frau‘ im Führungsmanagement vorhanden sind, die durch fachsprachliche Ressourcen ausgedrückt werden könnten.

Das Endergebnis der Analyse bestätigt also die Annahme, dass ein Genderbias stark und offensichtlich in diesem Fachtext vorhanden ist – sowohl textuell als auch inhaltlich, und dass Sprache als Machtinstrument diskursiv die in der Gesellschaft herrschenden Stereotype, Vorurteile und patriarchalen Normvorstellungen über Frauen im Fachbereich immer wieder reproduziert.

4.2.1.2.1 Ergebnisse zur sprachlich-textuellen Darstellung

Die kritische Textanalyse hat ergeben, dass bis auf wenige genderneutrale Ausnahmen wie beispielsweise ‚Führungskraft‘ und zwei kurze Absätze, die die weibliche Form verlangen (müssen), alle Substantive des Fachtextes im generischen Maskulinum ausgedrückt werden.

4.2.1.2.1.1 Substantive im Femininum

Nur im einzigen Absatz, der gezielt auf eine Frau als ‚Führungspersönlichkeit‘ abzielt, werden weibliche Formen statt der männlichen (generischen) Form fachsprachlich ausgedrückt beziehungsweise müssen zwangsläufig verwendet werden. Jene Textpassage handelt von Angela Merkel und bezieht sich auf das behandelte Thema „große Wirtschafts- und Politiklenker“.

Die sie in diesem Absatz beschreibenden weiblichen Substantive sind: „Bundeskanzlerin“, „zunächst unterschätzte Politikerin“, „CDU-Generalsekretärin“ und „CDU-Bundesvorsitzende“, die allesamt nur Berufsbezeichnungen sind und nicht auf besondere Eigenschaften schließen lassen, wie dies bei den unzähligen generischen Maskulinum-Formen der Fall ist.

Die Phrase „zunächst unterschätzte Politikerin“ spiegelt außerdem das gesellschaftliche beziehungsweise fachinterne Bild der Wirtschaft wider, dass Frauen sich in einer Führungsposition erst einmal behaupten und – den männlichen Kollegen – ihr Können beweisen müssen, um als voll- und gleichwertige ‚Leaderin‘ angesehen und geschätzt zu werden.

Das generische Femininum wird somit drei Mal verwendet und zwar mit den Wörtern ‚Bundeskanzlerin‘, ‚CDU-Generalsekretärin‘ und ‚Politikerin‘. Einmal kommt die Partizipialform ‚CDU-Bundesvorsitzende‘ mit dem weiblichen Artikel ‚die‘ zum Einsatz, um den Bezug zu Merkel herzustellen.

In einem zweiten kurzen Absatz werden Frauen als die Ausnahme zur üblichen ‚männlichen Norm‘ – der ursprünglich reinen Männervereinigung der Rotarier – mit Rotarierinnen deklariert.

Damit stellen insgesamt gerade einmal fünf Substantive des gesamten Fachtextes, der sich über 180 Seiten erstreckt, einen sprachlich-textuellen Bezug zu Frauen her. In allen anderen Absätzen, Sätzen, Formulierungen, Beschreibungen und Erläuterungen der Sachverhalte zum Thema ‚Führungsmanagement‘ sind sie sprachlich explizit nicht vorhanden.

4.2.1.2.1.2 *Substantive im Maskulinum*

Im Vergleich dazu werden 216 Substantive einmal oder zum Teil auch mehrmals verwendet, die sich alle grammatikalisch in männlicher Form manifestieren. Das zeigt sich dadurch, dass die Wörter ‚Beschenkte‘, ‚Angerufene‘, ‚Befragte‘, ‚Einzige‘, ‚Bedachte‘, ‚Helfende‘, ‚Antwortende‘, ‚Verhandelnde‘, ‚Gefragte‘, ‚Betroffene‘, ‚Untergebene‘, ‚Lesende‘, ‚Sprechende‘, ‚Vortragende‘, ‚Hilfeleistende‘, ‚Gewissenhafte‘, ‚Schweigende‘, ‚Stetige‘, ‚Dominante‘, ‚Beschuldigte‘, ‚Initiative‘, ‚Angestellte‘, ‚Angesprochene‘, ‚Angegriffene‘, ‚Verbündete‘, ‚Zweite‘ und ‚Dritte‘ sind in ihrer zum Substantiv gemachten Form als solche ohne Artikel zwar grundsätzlich genderneutral, werden im analysierten Fachtext jedoch alle mit dem männlichen Artikel ‚der‘ in Kombination benutzt, wodurch sie klar zu männlichen Substantiven werden.

Das generische Maskulinum kommt explizit 189 Mal zum Einsatz. Folgende Wörter werden verwendet: ‚Netzwerker‘, ‚Langweiler‘, ‚Krisenhelfer‘, ‚Zuschauer‘, ‚Nachahmer‘, ‚Auftraggeber‘, ‚Unterhalter‘, ‚Brückenbauer‘, ‚Unterstützer‘, ‚Botschafter‘, ‚Mei-

nungsführer', ,Mentor', ,Vorstandskollege', ,Geschäftsführungskollege', ,Initiator', ,Vertrauter', ,Klient', ,Funktionär', ,Besucher', ,Vertreter', ,Messebesucher', ,Bewerber', ,Gastgeber', ,Winzer', ,Besitzer', ,Sitznachbar', ,Schüler', ,Student', ,Arbeitnehmer', ,Aspirant', ,Rotarier', ,Bürge', ,Gastreferent', ,Berufseinsteiger', ,Anbieter', ,Führer', ,Podiumsteilnehmer', ,Trainer', ,Coachee', ,Fachkollege', ,Sparringspartner', ,Coaching-Kollege', ,Seminarleiter', ,Top Speaker', ,Schulkamerade', ,Studienkamerade', ,Kontakt-Detektiv', ,Geheimdienstler', ,Befürworter', ,Zulieferer', ,Vertriebspartner', ,Zugehöriger', ,Moslem', ,Christ', ,Skiläufer', ,Athlet', ,Adressat', ,Lieferant', ,Vegetarier', ,Geschäftsfreund', ,Inspirator', ,Impulsgeber', ,Anhänger', ,Entscheidungsträger', ,Multiplikator', ,Käufer', ,Journalist', ,Branchenanalyst', ,Trendsetter', ,Zukunftsforscher', ,Lehrer', ,Blender', ,Pfadfinder', ,Spielführer', ,Wirtschaftslenker', ,Politiklenker', ,Widersacher', ,Feind', ,Gründer', ,Krisenmanager', ,Vordenker', ,Mitherausgeber', ,Unternehmenschef', ,Aufsichtsrat', ,Magnat', ,Leader', ,Manager', ,Spezialist', ,Eisbrecher', ,Experte', ,Motivator', ,Emotionalisierer', ,Kunde', ,Partner', ,Kollege', ,Autor', ,Mitschüler', ,Vereinsfreund', ,Mitbewerber', ,Mitarbeiter', ,Psychoanalytiker', ,Sozialphilosoph', ,Meister', ,Psychologe', ,Absolvent', ,Feminist', ,Zeitgenosse', ,Erfinder', ,Gesprächspartner', ,Freund', ,Chef', ,Sportler', ,Macher', ,Politiker', ,Vorgesetzter', ,Assistent', ,Funktionsträger', ,Marktführer', ,Teamleiter', ,Redner', ,Kommunikator', ,Harmoniebringer', ,Mediator', ,Ansprechpartner', ,Erneuerer', ,Bewahrer', ,Coach', ,Visionär', ,Gedankenspinner', ,Zweifler', ,Zuhörer', ,Arbeitgeber', ,Teilnehmer', ,Moderator', ,Leiter', ,Gesprächsleiter', ,Diskussionsteilnehmer', ,Mobilitätsforscher', ,Vereinskumpel', ,Futurist', ,Hauptdarsteller', ,Sender', ,Empfänger', ,MP3-Hersteller', ,User', ,Mittvierziger', ,Arbeiter', ,Ghostwriter', ,Sprecher', ,Schauspieler', ,Treiber', ,Projektteilnehmer', ,Hauptmotivator', ,Unternehmer', ,Verkäufer', ,Nachbar', ,Ehepartner', ,Analytiker', ,Sieger', ,Gewinner', ,Betrachter', ,Kontrahent', ,Projektleiter', ,Projektmitarbeiter', ,Dienstleister', ,Arzt', ,Vielredner', ,Fachmann', ,Fragesteller', ,Angreifer', ,Diskutant', ,Provokateur', ,Rentner', ,Anfänger', ,Schulkollege', ,Studienkollege', ,Kommilitone', ,Mitsstreiter', ,Vermittler', ,Einzelkämpfer', ,Förderer', ,Mäzen', und ,Keynote-Speaker'.

Die Tatsache, dass das generische Maskulinum in einem Fachtext verwendet wird, der ein solches wirtschaftliches Thema wie das des Führungsmanagements beschreibt, ist als kritisch zu erachten Einerseits, weil mit den Substantiven sehr viele Eigenschaften und Kompetenzen ausgedrückt werden, die stereotypisch ohnehin eher Männern zugeschrieben werden und nicht die ,klassische' Frauenbeschreibung liefern, und andererseits weil beim Lesen des Textes durch die Benutzung der männlichen Schreibweise noch weniger das Gefühl aufkommt beziehungsweise aufkommen kann, dass Frauen zumindest mitgedacht und mitgemeint sind.

Sowohl die übermäßige Verwendung der Formen des generischen Maskulinums als auch die gesellschaftlich-stereotypen Zuschreibungen, die sie beinhalten und Frauen nicht als Führungskraft miteinbeziehen, verhärten diese Voreingenommenheit um ein Vielfaches.

4.2.1.2.1.3 Pronomen im Maskulinum

Da wie erwähnt die meisten Substantive des Fachtextes im (generischen) Maskulinum verwendet werden, sind logischerweise auch die dazugehörigen Artikel und Pronomen dementsprechend grammatikalisch angepasst. Darüber hinaus manifestieren sich jedoch noch weitere Pronomen im Verlauf des Textes, die Frauen textuell ausschließen, und zwar „der eine“, „ein anderer“, „derjenige“ oder auch „jeder“.

4.2.1.2.1.4 Genderneutrale Substantive

Der Genderbias äußert sich auch dadurch, dass im Fachtext kaum Substantive zur Verwendung kommen, die tatsächlich genderneutral sind.

Diese neun Wörter ‚Führungsperson‘, ‚Führungskraft‘, ‚Führungsfigur‘, ‚Führungspersönlichkeit‘, ‚Marionette‘, ‚Person‘, ‚Fachkraft‘, ‚Nachwuchskraft‘, und ‚Belegschaft‘ drücken die Möglichkeit aus, dass Frauen theoretisch im Fachtext ebenso mitgedacht werden.

Das interessante beziehungsweise bedenkliche Phänomen hierbei ist jedoch, dass im Text immer wieder Sätze vorkommen, die gemäß der deutschen Sprache grammatikalisch nicht richtig sind, wie zum Beispiel: „Wenn ein Vorgesetzter einer Nachwuchskraft behilflich ist, *seinen* Einfluss zu mehren und sich beruflich zu entwickeln, [...]“ (S.111), „Dies ist auch völlig überflüssig, wenn sich eine Führungskraft *seiner* Fähigkeiten bewusst ist.“ (S.163), „Wichtig ist hierbei, dass das Umfeld eine Führungskraft für *seine* Entscheidungen respektiert und weder [...] noch mit Angstgefühlen auf die Begegnung mit dem Chef reagiert.“ (S.9), „Wenn sich eine Person einredet, es seien bestimmte Umstände oder Menschen, die *ihn* zu Handlungen zwingen, so ist dies eine grundsätzliche Lebenseinstellung, [...]“ (S10.) oder auch „Eine Führungskraft kann ihr Netzwerk auch dadurch fördern, dass *er* einzelnen Mitarbeitern als Mentor dient.“ (S.121).

Die häufige falsche Verwendung des in den unterschiedlichen Fällen deklinierten Possessivpronomens ‚sein‘ sowie des Personalpronomens ‚er‘ und seine Verwendung im vierten Fall ‚ihn‘ statt der grammatikalisch richtigen Formen der weiblichen Pronomen ‚ihr‘ und ‚sie‘, die sich auf ‚*die* Führungskraft‘, ‚*die* Nachwuchskraft‘ und ‚*die* Person‘ beziehen, lässt unweigerlich die kritische Frage aufkommen, ob die männlichen Pronomen bewusst gewählt wurden, um explizit auf Männer als Führungskräfte Bezug

zu nehmen und somit das ‚klassische‘ Bild des Mannes an der Spitze eines Unternehmens darzustellen.

Doch auch wenn die falsche Benutzung der männlichen grammatikalischen Formen nicht intendiert war, was wahrscheinlicher ist, lässt die Häufigkeit dieses sprachlichen Vorkommnisses darauf schließen, dass der Schreibprozess der Autorin und des Autors unbewusst von dem ihnen innewohnenden fachlichen Denkstil und ihren Denkmustern beeinflusst war. Und diese scheinen wiederum selbst von stereotypischen Gendervorstellungen, Wertungen und Normen geprägt zu sein, was sich in der eben analysierten Art des Fachtextes manifestiert hat.

4.2.1.2.2 Ergebnisse zur inhaltlichen Darstellung

Dass sich der Fachtext zum Thema Führungsmanagement auch inhaltlich auf (fachliche) Denkmuster bezieht, denen der Mann als Norm zugrunde liegt, lässt sich anhand einiger weiterer Textpassagen feststellen.

4.2.1.2.2.1 Stereotype, Vorurteile und Bewertungen

So wird auf Seite 163 in Bezug auf Möglichkeiten eines guten Gesprächseinstiegs, um auf eigene Ideen der Mitarbeitenden in einem Unternehmen aufmerksam zu machen, folgendes Beispiel genannt:

Beispielsweise kann als Aufhänger ein aktuelles Thema gefunden werden, mit dem sich ein Vorstandsmitglied, Aufsichtsrat oder Unternehmenschef in einem Konzern gerade befasst. „Wie ich gerade dem Newsletter (der Tagespresse, dem internen Memo...) entnommen habe, sind Sie mit Herrn X im Gespräch, ob die Firma Y übernommen wird (Ahrens/Ahrens 2014:163).

Die fachsprachliche Äußerung über den Unternehmenschef oder Aufsichtsrat eines Konzerns und dessen Gespräch mit einem *Herrn X* über die Übernahme eines weiteren Unternehmens stellt die Assoziation her, dass erstens im Aufsichtsrat oder in der Führungsetage eines Unternehmens Männer vertreten sind und dass zweitens dadurch sie diejenigen sind, die wichtige Entscheidungen wie eine Firmenübernahme beschließen, keine geschäftsführenden Frauen.

Es zeigt sich deutlich, dass hier als diskursive Praxis eine stereotypische Sprachhandlung vollzogen wird, die das herrschende Machtverhältnis widerspiegelt, ansonsten könnte das Beispiel auch „... sind Sie mit *Frau X* im Gespräch ...“ lauten, ganz abgesehen vom generischen Maskulinum, das verwendet wird.

Weitere stereotypische Gesellschaftsmuster beziehungsweise Normvorstellungen, die im Fachtext zum Ausdruck kommen, sind die der ‚klassischen‘ Familienkonstellation und der darin bestehenden Rollenverteilung von Frau und Mann. Die folgende

Textpassage demonstriert dies: „Auch wenn familiäre Ereignisse des Vorstandskollegen oder Geschäftspartners bekannt sind, können diese kommentiert werden. Macht z. B. der Sohn gerade sein Abitur, so können hierzu Grüße versendet werden“ (Ahrens/Ahrens 2014:147).

Die Bezugnahme auf den Sohn als männlicher Nachkomme, der gerade sein Abitur abgeschlossen hat, suggeriert in diesem Fachkontext, dass er mit dem Erfolg in seiner Ausbildung den nächsten Schritt getan hat, um als Mann in der nachfolgenden Generation die Geschäfte eines (Familien-)Unternehmens zu leiten und somit die nächste potentielle – männliche – Führungspersönlichkeit sein wird.

Damit verbunden ist auch die ‚typische‘ Vorstellung der Frau des Geschäftspartners, die sich zuhause um den Haushalt und die Kindererziehung kümmert, während ihr Mann für die Geschäfte zuständig ist. Denn auch diese Passage, die keinen Bezug zum weiblichen Geschlecht herstellt, suggeriert, dass Frauen ‚normalerweise‘ nicht in einer Führungsposition vertreten sind – auch deshalb nicht, weil anhand des ‚Sohnes‘, der Abitur und damit im übertragenen Sinn Karriere macht, dem männlichen Geschlecht diese Aufgabe zugeschrieben wird. Die Verwendung einer ‚Tochter‘ im Beispiel, für die Glückwünsche versendet werden, hätte dieses starre, generierte Rollenbild auflösen oder zumindest lockern können.

Das auf Seite 139 mit der Pflege von Geschäftsbeziehungen in Relation gesetzte Zitat von Wilhelm Busch „Vater werden ist nicht schwer, Vater sein dagegen sehr“ ruft außerdem ein weiteres Mal die Assoziation von Arbeits- und Familienleben hervor. Es präsentiert den Mann als das Oberhaupt – sowohl einer Familie als auch eines Unternehmens in der Führungsposition, der für die Führung beider Bereiche zuständig ist und die Verantwortung seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beziehungsweise seiner Angehörigen trägt, während die Frauen im Unternehmen beziehungsweise seine Frau zuhause mit den ‚untergebenen‘ Aufgaben betraut und auf ihn angewiesen sind.

Außerdem manifestieren sich stereotypische Zuschreibungen zur Kategorie ‚Mann‘ in Form von Adjektiv-Substantiv-Kombinationen, wie zum Beispiel ‚tatkräftiger Visionär‘ oder ‚theoretischer Gedankenspinner‘ oder anhand anderer Eigenschaften, die Menschen zu einer ‚klassischen Führungspersönlichkeit‘ einfallen.

Genannt werden unter anderem Wörter wie ‚Stärke‘ – Paradebeispiel Nummer eins für eine Charaktereigenschaft des Mannes – oder auch ‚Großzügigkeit‘, ‚Geradlinigkeit‘, ‚Rückgrat‘, ‚Kontrolle‘ und ‚Macht‘. Gerade die letzten beiden zeigen hervorragend, dass die Normvorstellungen der Menschen der westlichen Gesellschaft von Führungsqualitäten mit Eigenschaften zusammenhängen, die stereotypisch und historisch-kulturell geprägt dem männlichen Geschlecht zugeschrieben werden. Erst recht, wenn im Text im selben Moment von historischen Führungsfiguren die Rede ist (Ludwig XIV., Niccolo Machiavelli oder Napoleon), die allesamt Männer sind.

Dieses Kommunizieren von Werten und Vorstellungen des Mannes als Leader innerhalb des Fachbereiches lässt durch ihre immerwährende Reproduktion im Text kaum die Möglichkeit für eine veränderte Perspektive – eine Perspektive, die auch dem weiblichen Geschlecht die genannten und beschriebenen Führungsqualitäten zugesteht, indem Frauen wie beispielsweise Maria Theresia als wichtige Führungspersonen genannt oder anhand der Fachsprache mit Eigenschaften wie „mächtig“ oder „stark“ assoziiert werden.

Ebenso stereotypisch wie die Zuschreibung dieser Eigenschaften zum männlichen Geschlecht ist das folgende Beispiel auf Seite 132 zum Thema Gastgeschenke: „Auch das Gastgeschenk sollte auf den jeweiligen Anlass und den Gastgeber abgestimmt sein. Wenn man ihn noch nicht gut kennt, sind ein persönlich ausgewählter Wein oder ein zur Saison passender Blumenstrauß angemessen“ (Ahrens/Ahrens 2014:132).

Hier lässt sich erkennen, dass zumindest in diesem Satz Frauen gedanklich mit einbezogen worden sind, was jedoch an der Tatsache liegt, dass eine Szene dargestellt wird, die sich im Privatleben und somit stereotypischen Zuständigkeitsbereich der Frauen abspielt – im Vergleich zum Mann und seine ‚Zuständigkeit‘ im Berufsleben. Das heißt, obwohl – wie im beinahe ganzen restlichen Fachtext – das generische Maskulinum eingesetzt wird, veranschaulichen die beiden Stereotype ‚Männer mögen Wein‘ und ‚Frauen mögen Blumen‘ im zweiten Satz des Beispiels, dass Frauen inhaltlich als Gastgeberinnen eigentlich mitgemeint sind. Und das, obwohl die rein sprachlich-textuelle Beschreibung Frauen durch die Verwendung von ‚der Gastgeber‘ und ‚ihn‘ ausschließt.

Es treffen somit zwei Komponenten, die einen Genderbias in der Fachkommunikation reproduzieren, zusammen: die allgemeine Exklusion beziehungsweise Nichtrepräsentation von Frauen im Diskurs über Ereignisse, bei denen sie eigentlich mitgemeint sind, und die stereotypische Beschreibung von angeblichen Vorlieben der beiden Geschlechterkategorien ‚Mann‘ und ‚Frau‘.

Auf Seite 62 des Fachtextes tritt im Textabschnitt „In Gesprächen Gefühle einfließen lassen und den Bauch ansprechen“ eine weitere stereotypische Zuschreibung zutage, die erneut die schon angesprochene Vermutung zum fachlichen Denkstil der Autorin und des Autors zulässt. „Wenn beispielsweise die schnell und gut arbeitenden Mitarbeiter gelobt werden, so kommt Freude und sicherlich auch ein wenig Stolz auf. Die etwas langsamer Wirkenden werden mit der Aussicht auf eine Belohnung (wie Freibier) gelockt [...]“ (Ahrens/Ahrens 2014:62)

Diese Aussage enthält also einerseits implizit das Vorurteil ‚Alle männlichen Mitarbeiter trinken gerne Bier‘ und reagieren deshalb mit positiven Gefühlen auf die „Belohnung“. Andererseits lässt das Beispiel darauf schließen, dass das fachliche Denkschema der Autorin und des Autors – wie schon kritisch vermutet – doch primär von

Gedanken geprägt ist, die hauptsächlich Männer im Wirtschaftsbereich und in höheren Positionen eines Unternehmens verorten, ansonsten hätte auch ein anderes, gender-neutrales oder gendergerechtes Beispiel gebracht werden können. In dieser Textpassage werden Frauen somit nicht nur sprachlich-textuell, sondern auch inhaltlich ausgeschlossen.

Eine besondere Auffälligkeit in Bezug auf vorurteilsbehaftete Äußerungen im Fachtext liefert eine Textpassage im Kapitel „Umgang mit Killerphrasen“ auf Seite 92. Wie bisher erläutert, werden Frauen im Fachtext an manchen Stellen implizit, an anderen Stellen explizit ausgeschlossen – im Fall der Beschreibung von sogenannten „Killerphrasen“ werden sie plötzlich miteinbezogen – unterschwellig in Form einer Abwertung. Denn mit der Formulierung „Typisch Mann!“, die in einem Gespräch die „konstruktive Gesprächsatmosphäre“ zerstört und „anmaßend und beleidigend“ wirkt und offensichtlich die Wortmeldung einer Frau darstellt, wird Bezug auf die gesamte Gruppe der Frauen genommen und ihnen somit unterstellt, sie würden in einer Gesprächssituation die Diskussion erhitzen und zusätzlich unprofessionell und nicht konstruktiv agieren und reagieren.

Dies bestätigt wiederum die Normvorstellung eines professionell(er)en Verhaltens des Mannes in einer solchen Situation im Vergleich zur emotional reagierenden Frau und die dadurch entstehende Vorverurteilung, sie sei nicht oder zumindest weniger gut geeignet für eine Arbeit wie diese.

Ähnlich unterschwellig zeichnen sich im selben Kapitel auf der nachfolgenden Seite 93 auch die Gründe für „kommunikative Gegenschläge“ wie „Typisch Mann!“ ab, die im Fachtext als „wunde Punkte“ bezeichnet werden.

Sind wir selbstbewusst und mit unserer Geschlechterrolle, unserem Aussehen, unserer Position oder unserer Art zu sprechen im Reinen, kann uns wenig wirklich hart treffen. Gibt es jedoch Dinge, die wir an uns selbst nicht ausstehen können, wird ein gewiefter Gesprächspartner, der es auf eine Verunsicherung oder Verletzung abgesehen hat, diese finden und nutzen (Ahrens/Ahrens 2014:93).

Interessant hierbei ist, dass in diesem Absatz die erste Person Plural zum Erzählen des Sachverhalts verwendet wird, die die Thematik persönlich macht. Dadurch werden gerade hier Frauen sprachlich-textuell nicht ausgeschlossen, und es erscheint noch plausibler, dass die inhaltliche Anspielung auf Selbstbewusstsein hinsichtlich des Geschlechtes, der Position im Unternehmen, der Art zu sprechen und vor allem des Aussehens auf Frauen bezogen ist (weil sie sich in der Minderheit im Fachbereich befinden und alleine deshalb anders als Männer wahrgenommen werden). Außerdem wird dieses Nicht-im-Reinen-sein mit den genannten Charaktereigenschaften ‚Verletzlichkeit‘ und ‚Verunsicherung‘ in Zusammenhang gebracht, die einmal mehr stereotypisch auf

Frauen zugeschrieben sind und insbesondere im Kontrast zu den weiter oben beschriebenen Führungsqualitäten ‚Macht‘ und ‚Stärke‘ stehen.

Auf Seite 161 des Fachtextes wird mit dem Satz „Dies wird in heutiger Fachliteratur für Geschäftsführer, Vorstände und Unternehmer häufig verkannt, wenn es um Karriere-Strategien fürs Management oder Konzepte zur Führung geht“ auf weitere aktuelle Fachliteratur zum Thema Führungsmanagement verwiesen. Durch den intertextuellen Bezug, der mit Hilfe des generischen Maskulinums hergestellt wird, entsteht beim kritischen Lesen der Eindruck, dass auch weitere Fachliteratur in der Regel nur für männliche ‚Geschäftsführer, Vorstände und Unternehmer‘ publiziert wird, und diese das Zielpublikum eines solchen fachlichen Lesestoffs sind. Dadurch wird ein Genderbias im Fach der Wirtschaft und im Diskurs darüber weiter reproduziert.

4.2.1.2.2 Explizite Exklusion

Es treten jedoch auch einige Substantive im Maskulinum beziehungsweise eine Redewendung auf, die Frauen ausdrücklich ausschließen, weil das jeweilige Nomen an sich nur einen inhaltlichen Bezug zu Männern herstellen kann. Die dabei vorkommenden Wörter „Mittelmann“, „Fachmann“ und „Vereinskumpel“ sowie die die Metapher „seinen Mann stehen“ schließen Frauen von vornherein aus, weil (die Endungen) ‚Mann‘ und ‚Kumpel‘ nicht weiblich sein können – weder als grammatikalisches noch als biologisches und/oder soziales Geschlecht. Und auch das auf Seite 106 in einem offensichtlichen Kontext verwendete Wort „Mäzen“ bezieht sich hier auf einen „vermögende[n] Privatmann, der [einen] Künstler oder Sportler bzw. Kunst, Kultur oder Sport mit finanziellen Mitteln fördert“³, und nicht auf eine Frau.

Die Metapher „seinen Mann stehen“ drückt des Weiteren eine starke Konnotation zum männlichen Geschlecht aus, weil auch sie sich auf die stereotypisch männlich-behafteten Eigenschaften ‚Stärke‘ und ‚Rückgrat‘ bezieht, was auch der Beispielsatz auf Seite 20 des Fachtextes zum Thema „Durchsetzungsvermögen“ veranschaulicht: „Diese Mitarbeiter sind perfekt dafür geeignet, auch bei Konflikten innerhalb des Unternehmens ‚ihren Mann zu stehen‘ oder auch bei Wettbewerbspräsentationen in vorderster Linie zu agieren.“

Das Substantiv „Vereinskumpel“ schließt Frauen einerseits schon wie beschrieben aus, doch es wirkt zusätzlich noch in einem stereotypischen Kontext anhand des Beispiels des „Motivators“ zum Thema „Gesprächseinstieg bei Reden“ auf den Seiten 49 und 50: „Mit einem Satz wie ‚Es gibt keine Alternative zu Autos‘ ziehen wir die Zuhörer mit Sicherheit in unseren Bann. [...] Sprechen Sie mit Freunden, Vereinskumpeln oder Kollegen über das Thema Umwelt“ (Ahrens/Ahrens 2014:49-50).

³ Definition Duden: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Maezen>;

Durch die Bezugnahme auf die „Vereinskumpeln“ entstehen zwar unterschiedliche Bilder bei Rezipientinnen und Rezipienten des Fachtextes – die Grundvorstellung, dass es sich dabei um Männer in einem Verein handelt, bleibt aber gleich. In Kombination mit dem stereotypisch eingesetzten Thema des ‚Autos‘ suggeriert der Fachtext als diskursives Verhalten seiner Autorin und seines Autors einmal mehr, dass sie (vordergründig) Männer in der rezipierenden Rolle und auch im Fachbereich selbst sehen, was stellvertretend für die gesamte Fachkommunikation steht.

Dieses Phänomen wird gleich schon auf der ersten Seite in der Einleitung klar, wenn Angela Merkel die ‚Quotenfrau‘ beziehungsweise die in der vorliegenden Arbeit schon so oft erwähnte ‚Ausnahme‘ oder ‚Abweichung von der Norm‘ im Fachbereich und speziell in einer Führungsposition darstellt. Es fällt sofort auf, dass sie als amtierende deutsche Bundeskanzlerin unter den 13 Männern – „Steve Jobs, Warren Buffet, Bill Gates, Mahatma Ghandi, Otto von Bismarck, Martin Luther sowie derjenige mit Zusatz King jr., Jack Welch, Hasso Plattner, Konrad Adenauer, Nelson Mandela, Willy Brandt, Kofi Annan“ – in Hinblick auf wichtige Führungspersönlichkeiten der Vergangenheit und der Gegenwart als einzige Frau genannt wird.

Beim Lesen des gesamten Textes hat man im folgenden, kurzen Textausschnitt zum Thema „Nachhaltiges Networking“ auf Seite 131 das einzige Mal das Gefühl, dass Frauen mitgedacht und -gemeint sind:

Nachdem alle Gäste sich ein wenig entspannt haben, können die Gespräche am Tisch weitergeführt werden. Hierbei ist die Sitzordnung im Vorfeld zu überlegen – eine bunte Reihe aus Frauen im Wechsel mit Herren, die sich untereinander nicht kennen, ist meist die interessanteste Variante (Ahrens/Ahrens 2014:131).

Bei der Überlegung der passenden Sitzordnung der eingeladenen Gäste bei einem privaten Dinner von Geschäftsleuten eines Unternehmens werden zum einzigen Mal ausdrücklich Frauen und Männer im Zusammenspiel erwähnt, was darauf schließen lässt, dass der fachliche Denkstil von Autorin und Autor des Fachtextes Frauen zumindest an manchen, seltenen Stellen des Textes bewusst miteinschließt.

Dies spiegelt auch den kritischen Gesamteindruck des Fachtextes wider: Das explizite Miteinbeziehen von Frauen in einigen wenigen Sätzen des Gesamttextes, das implizite Bezugnehmen auf sie in pejorativen Anspielungen, das (wenn überhaupt) Mitmeinen und Mitdenken im restlichen Text – all das reicht nicht annähernd aus, um Frauen als gleichwertig und gleichberechtigt im Fachtext darzustellen und im Fachbereich zu positionieren.

Gut (mit)gemeint ist nicht gut gemacht, im Gegenteil. Wie erwähnt ist der implizite Bezug auf sie oft abwertend stereotypisch, der explizite Bezug stellt Frauen als die Abweichung von der männlichen Norm dar, daran ändert auch ein einziges Beispiel in

180 Seiten Text nichts, denn die Ausnahme bestätigt somit auch hier die vorurteilsbehaftete Regel.

4.2.2 Untersuchungsgegenstand 2: Fachliche Bilder (*Pickit Images*) in PowerPoint

Beim zweiten empirischen Analysegegenstand handelt es sich um das Programm beziehungsweise Add-In *Pickit Images* für Microsoft PowerPoint, das unterschiedlichste ClipArts zur Gestaltung von Präsentationen in den unterschiedlichsten Fachbereichen zur Verfügung stellt.

Für die vorliegende Analyse wurde spezifisch nach Illustrationen als fachliches Bildmaterial aus dem Bereich der Wirtschaftskommunikation gesucht – und zwar mit Hilfe des Suchbegriffs ‚business people‘.

Von den 779⁴ angezeigten Illustrationen zum gewählten Suchbegriff können 592 verwertet und zur Analyse genutzt werden. Das ergibt sich dadurch, dass im Zusammenhang mit der Arbeit nur die Illustrationen miteinbezogen werden, die identifizierbare Personen enthalten und bei denen darüber hinaus deutlich feststellbar ist, ob ein oder mehrere Männer beziehungsweise eine oder mehrere Frauen abgebildet sind. Des Weiteren werden sich wiederholende Illustrationen nur einmal in der Analyse berücksichtigt.

4.2.2.1 Analysekriterien zu Untersuchungsgegenstand 2: *Pickit Images*

Auch dieser zweite Untersuchungsgegenstand beschäftigt sich mit den Fragen: Wie gestalten – in diesem Fall – die fachlichen Bilder Geschlechterverhältnisse? Rekonstruieren, kritisieren oder reflektieren sie die patriarchalische Norm und Ordnung der Gesellschaft? Wird auf andere Texte oder Bilder, die Ähnlichkeiten aufweisen, Bezug genommen? Wie wird weibliche und männliche Identität in den Illustrationen inszeniert? Welche Geschlechterrollen, welche Verhaltensnormen werden präsentiert? Und wie werden Motive, Figuren und Handlungen in den Bildern auch in Kombination mit Sprache diskursiv gestaltet? (vgl. Nüzket Özen 2017:1628)

Außerdem steht mit diesem zweiten Analyseteil auch das Kriterium der zahlenmäßigen Darstellung von Frauen im Verhältnis zu Männern anhand fachlicher Bilder im Fokus. In Kombination damit besonders wichtige Kriterien sind die der stereotypischen Zuschreibungen bei der alleinigen Präsentation von Frauen beziehungsweise bei derjenigen, die sie in Kombination mit einem oder mehreren Männern zeigt.

⁴ Stand 23.04.2019

Die Analyse konzentriert sich daher insbesondere auf Aspekte wie ihre Darstellung in einzelnen Berufen, ihre Nicht-Darstellung in anderen und dabei auf ihre Kleidung, Make-up, Körperhaltungen oder Positionen im Bild. Einen zusätzlich wichtigen Anhaltspunkt der Analyse stellen dabei – auch im Zusammenhang mit männlichen Personen, wenn diese im Bild vorhanden sind – etwaige sprachliche Äußerungen dar, die es kritisch zu beleuchten gilt.

Für die im Anschluss erläuterten Analyseergebnisse bedeutet das, dass die zahlenmäßige Präsentation von Frauen in den untersuchten fachlichen Bildern zwar einerseits einen großen Stellenwert hat, doch abgesehen davon das ‚Wie‘ ihrer Darstellung mindestens genauso wichtig ist.

Auch die im zweiten Analyseteil ermittelten Ergebnisse der Arbeit zeigen auf, ob und in welcher Form sich ein Genderbias im Fachbereich der ‚business people‘ anhand von fachlichem Bildmaterial manifestiert.

4.2.2.2 Analyseergebnisse Untersuchungsgegenstand 2: *Pickit Images*

Die kritische Text- und Diskursanalyse des Add-Ins *Pickit Images* und darin die enthaltenen Illustrationen zum Thema ‚business people‘ der Wirtschaft hat folgendes Ergebnis hervorgebracht:

Sowohl die Auswertung der Zahlen als auch die stereotypischen Zuschreibungen von Frauen und auch Männern in den ausgewählten fachlichen Bildern zeigen deutlich, dass auch visuelle Darstellungen im Fachbereich nicht frei von einem Genderbias und den damit verbundenen Benachteiligungen von Frauen sind. Das Gegenteil ist der Fall, denn – wie auch im Fachtext zur *Leadership-Intelligenz* – zeigen sich offensichtliche (zahlenmäßige) Unterschiede zwischen und Stereotype zu den beiden Geschlechterkategorien ‚Frau‘ und ‚Mann‘ im Zusammenhang mit einzelnen Berufspositionen.

4.2.2.2.1 Ergebnisse zur zahlenmäßigen Darstellung

Von den 592 für die Analyse geeigneten Illustrationen bilden 308 (52%) nur eine Person ab. Davon zeigen 82 eine Frau alleine, was einem Prozentsatz von 26,6% entspricht. Im Vergleich dazu wird ein Mann in 226 Fällen alleine abgebildet, was einem Prozentsatz von 73,4% entspricht. Ein einzelner Mann wird demzufolge fast dreimal so häufig in den analysierten Fachbildern dargestellt als eine einzelne Frau.

Die restlichen 284 Bildern (48%) bestehen aus Illustrationen mit zwei oder mehreren abgebildeten Personen. Von diesen 284 Bildern zeigen 143 zwei oder mehrere Männer, was einem Prozentsatz von 50,4% entspricht. Das bedeutet einerseits, dass die Hälfte aller Gruppenbilder rein aus männlichen Personen besteht. Und andererseits, dass im Vergleich zu diesen Zahlen zwei Frauen – mehr als zwei Frauen ge-

meinsam kommen in keiner einzigen Illustration vor – gerade einmal sieben Mal zusammen abgebildet werden, was 2,5% entspricht. Das wiederum heißt, dass 20 Mal öfter zwei oder mehrere Männer zusammen dargestellt werden als zwei Frauen.

Des Weiteren präsentieren 51 Illustrationen mindestens zwei Männer und eine Frau, was 18% der Gruppenbilder entspricht – im Vergleich zu vier Illustrationen, die mindestens zwei Frauen und einen Mann abbilden, was einem Wert von 1,4% entspricht. Bilder mit mindestens zwei Frauen und einem Mann kommen also 13 Mal weniger vor als Bilder mit umgekehrter Konstellation.

Die restlichen Illustrationen teilen sich auf in Gruppenbilder mit mindestens zwei Frauen und mindestens zwei Männern (27 Bilder, die 9,5% entsprechen) und in ‚Paarbilder‘ mit einer Frau und einem Mann (52 Bilder, die 18,3% entsprechen).

Diese erste Auswertung der fachlichen Bilder, die als Übersicht auch in Tabelle 1 dargestellt ist, zeigt deutlich, dass sich ein Genderbias zumindest rein zahlenmäßig stark anhand von Bildern im Fachbereich der ‚Business People‘ erkennen lässt, was erste Schlüsse auf den zu analysierenden Bildinhalt und die Präsentation der Frauen in einzelnen Berufen zulässt.

Tabelle 1: Übersicht der analysierten fachlichen Abbildungen

Art der fachlichen Abbildung	Anzahl der Abbildungen	Anteil [%]
Übersicht der analysierten Abbildungen		
Abbildungen von Einzelpersonen	308	52,0
Abbildungen von Personengruppen	284	48,0
Summen	592	100,0
Abbildungen von Einzelpersonen		
Eine Frau alleine	82	26,6
Ein Mann alleine	226	73,4
Summen	308	100,0
Abbildungen von Personengruppen		
Zwei Frauen (<i>keine Abbildung zeigt mehr als zwei Frauen</i>)	7	2,5
Zwei oder mehr Männer	143	50,4
mindestens zwei Frauen und ein Mann	4	1,4
mindestens zwei Männer und eine Frau	51	18,0
mindestens zwei Frauen und zwei Männer	27	9,5
eine Frau und ein Mann	52	18,3
Summen	284	100,0
<i>Quelle: Eigene Darstellung</i>		

Die Annahme einer ebenso ungleichen Darstellung von Frauen und Männern in den einzelnen Berufen kann mit folgenden Zahlen bestätigt werden: Während Männer anhand der Illustrationen insgesamt in 40 verschiedenen Berufen abgebildet sind, werden weibliche Personen in nur 27 verschiedenen Berufen präsentiert.

Am häufigsten wird ‚die Frau‘ als Sekretärin abgebildet, nämlich sechsmal, gefolgt vom Beruf der Flugbegleiterin und der Hausfrau und Mutter, jeweils viermal. Als Psychologin und Servicekraft wird eine Frau in jeweils drei Illustrationen dargestellt. Zweimal kommt das Berufsbild der Krankenschwester und der Buchhalterin zum Einsatz. Alle anderen Berufe, die sich in den fachlichen Bildern manifestieren, sind nur einmal vorhanden: die Lehrerin, Kindergärtnerin, Frisörin, Verkäuferin, Kassiererin, Empfangsdame, Tätowiererin, Tänzerin, Zeichnerin, Wahrsagerin, Model, Gärtnerin, Mathematikerin, Chemikerin, Bäuerin, Telefonistin, Reiterin und Projektmanagerin (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Berufe der in den fachlichen Abbildungen dargestellten Frauen

Dargestellter Beruf	Anzahl der Darstellungen	Anteil [%]
Sekretärin	6	11,54
Führungsperson bzw. Vorgesetzte	4	7,69
Flugbegleiterin	4	7,69
Hausfrau	4	7,69
Mutter	4	7,69
Psychologin	3	5,77
Servicekraft	3	5,77
Ärztin	2	3,85
Krankenschwester	2	3,85
Buchhalterin	2	3,85
Lehrerin	1	1,92
Kindergärtnerin	1	1,92
Frisörin	1	1,92
Verkäuferin	1	1,92
Kassiererin	1	1,92
Empfangsdame	1	1,92
Tätowiererin	1	1,92
Tänzerin	1	1,92
Zeichnerin	1	1,92
Wahrsagerin	1	1,92
Model	1	1,92
Gärtnerin	1	1,92
Mathematikerin	1	1,92

Dargestellter Beruf	Anzahl der Darstellungen	Anteil [%]
Chemikerin	1	1,92
Bäuerin	1	1,92
Telefonistin	1	1,92
Reiterin	1	1,92
Projektmanagerin	1	1,92
Summen	52	100,00

Quelle: Eigene Darstellung

Kritisch festzustellen ist hierbei, dass die meisten der Berufe Charaktereigenschaften wie beispielsweise Kreativität oder Kommunikationsstärke erfordern, die eher dem weiblichen Geschlecht zugeschrieben werden, und auch sonst einige der Berufe stereotypisch eher Frauen zugeschrieben werden als Männern.

Illustrationen mit Frauen als Ärztinnen oder als Vorgesetzte beziehungsweise Chefinnen werden ebenso in Pickit angezeigt, doch deren Zahlen haben nur relative Aussagekraft. Denn gerade bei den Darstellungen dieser beiden Berufe ist auffällig, dass eine Frau als Ärztin zweimal, aber mit einem zweiten männlichen Arzt, beziehungsweise eine Frau in einer offensichtlichen Führungsrolle zwar viermal, aber immer nur mit mindestens einem weiteren Mann in der gleichen Position abgebildet wird und nicht alleine. Nur ein einziges Mal ist eine Frau alleine als Vorgesetzte vor Zuhörerinnen und Zuhörern zu sehen. Warum sie mit keiner zweiten Frau in diesen Kontexten zusammen dargestellt wird, erläutert das nächste Kapitel noch genauer.

Die Situation beim männlichen Geschlecht ist hingegen eine ganz andere (vgl. Tabelle 3): Ein Mann alleine oder auch mehrere Männer gemeinsam werden unzählige Male in einer leitenden Position dargestellt, was ebenso wie das generelle zahlenmäßige Ungleichgewicht zwischen Mann und Frau auch in den anderen Berufen, die dargestellt werden, bezeichnend für den Genderbias in diesem Fachbereich der Wirtschaft ist.

Das veranschaulichen die 39 anderen verschiedenen Berufsmöglichkeiten, die Männern mit Hilfe der Illustrationen zugeschrieben werden. Einmal dargestellt werden die Berufe Rugby-Spieler, Oberkellner, Informatiker, Programmierer, Hacker, Hochschulabsolvent, Grafiker, Stadtplaner, Call-Center-Mitarbeiter, Coach, Bauer, Lehrer, Anwalt, Feuerwehrmann, Astronaut, Politiker, Monarch, Börsenhändler, Hausmann und Office-Manager. Zweimal kommen Männer in den Berufen Kellner, Analytiker, Matrose, Handwerker mit Werkzeug, Richter, Pilot und ‚Sales‘-Zauberer. Der Chirurg, Business-Coach, Professor und Finanzberater wird dreimal fachbildlich präsentiert. Viermal ist anhand der Bilder ein IT-Manager dargestellt, jeweils fünfmal ein Koch, ein

Naturwissenschaftler und ein Bauarbeiter auf der Baustelle. Es wird außerdem jeweils sechsmal der Beruf des Bauleiters und des Polizisten und jeweils elfmal der des Arztes und des Angestellten dargestellt.

Der 40. Beruf ist, wie gesagt, jener der ‚Führungsperson‘ beziehungsweise des ‚Vorgesetzten‘, der 35 Mal in Erscheinung tritt. In Kombination mit der Darstellung des männlichen Geschlechts werden in den fachlichen Bildern zusätzlich auch ganz oft Geldscheine, Euro-Zeichen, Schlagworte wie „Competition“, „Plans“, „Vision“ oder „Goals“ oder ganze Phrasen wie „You are hired“ mitabgebildet. Mit all diesen Symbolen werden wiederum Vorstellungen von Macht, Kompetenz und Wichtigkeit assoziiert, die anhand der Illustrationen stereotypisch Männern zugeschrieben werden und somit ihren großen Stellenwert im Geschäftsleben beziehungsweise in der Wirtschaft verfestigen. Im Umkehrschluss untergraben solche fachlichen Bilder dadurch unterschwellig die Kompetenz von Frauen in einer solchen Position, weil sie nicht in einem solchen Zusammenhang präsentiert und ihnen folglich auch nicht diese Zuschreibungen zugestanden werden.

Tabelle 3: Berufe der in den fachlichen Abbildungen dargestellten Männer

Dargestellter Beruf	Anzahl der Darstellungen	Anteil [%]
Führungsperson bzw. Vorgesetzter	35	26,12
Arzt	11	8,21
Angestellter	11	8,21
Bauleiter	6	4,48
Polizist	6	4,48
Koch	5	3,73
Naturwissenschaftler	5	3,73
Bauarbeiter	5	3,73
IT-Manager	4	2,99
Chirurg	3	2,24
Business-Coach	3	2,24
Professor	3	2,24
Finanzberater	3	2,24
Kellner	2	1,49
Analytiker	2	1,49
Matrose	2	1,49
Arbeiter	2	1,49
Richter	2	1,49
Pilot	2	1,49
‚Sales‘-Zauberer	2	1,49
Rugby-Spieler	1	0,75

Dargestellter Beruf	Anzahl der Darstellungen	Anteil [%]
Oberkellner	1	0,75
Informatiker	1	0,75
Programmierer	1	0,75
Hacker	1	0,75
Hochschulabsolvent	1	0,75
Grafiker	1	0,75
Stadtplaner	1	0,75
Call-Center-Mitarbeiter	1	0,75
Coach	1	0,75
Bauer	1	0,75
Lehrer	1	0,75
Anwalt	1	0,75
Feuerwehrmann	1	0,75
Astronaut	1	0,75
Politiker	1	0,75
Monarch	1	0,75
Börsenhändler	1	0,75
Hausmann	1	0,75
Office-Manager	1	0,75
Summen	134	100,00
<i>Quelle:</i> Eigene Darstellung		

4.2.2.2.2 Ergebnisse zur inhaltlichen Darstellung

Nicht nur das zahlenmäßige Ungleichgewicht zwischen Frauen und Männern bei ihrer fachbildlichen Darstellung ist als kritisch zu erachten, sondern auch die genannten Situationen und Berufe, in denen vor allem weibliche Personen illustriert werden – beziehungsweise in denen sie wie eben erläutert unterrepräsentiert oder sogar ganz vernachlässigt werden und gar nicht vertreten sind. Die damit zusammenhängenden Stereotype, Bewertungen und Charaktereigenschaften, die dem jeweiligen Geschlecht in einer Gesellschaft als soziale Kategorie zugeschrieben werden, werden in diesem Kapitel kritisch analysiert.

4.2.2.2.2.1 Stereotype, Vorurteile, Bewertungen

Als erste Veranschaulichung der stereotypischen Illustrationen dienen jene sieben, in denen zwei Frauen gemeinsam abgebildet sind. Im Vergleich zu den Gruppenbildern

mit zwei oder mehreren Männern drücken sie nicht nur Berufskonstellationen aus, sondern auch Bereiche des Privatlebens (von Frauen), die klar mit der gesellschaftlichen Codierung ‚Weiblichkeit‘ zusammenhängen.

So werden anhand eines Bildes zwei Frauen im Wellness-Bereich mit Gesichtsmasken und Badetuch um ihre Körper gewickelt dargestellt, eine weitere Illustration zeigt sie beim Shopping mit Einkaufstüten vor einem Schaufenster, eine zeigt zwei Frauen vor einem rosa Tortenladen, eine zeigt eine Frau sitzend vor dem Spiegel, während eine zweite ihr die Haare kämmt, und das fünfte Bild dieser Sorte zeigt zwei Frauen in der Sauna.

Nicht nur, dass hier ‚typische‘ Frauenthemen und stereotypische Verhaltensweisen wie ‚Frauen gehen gerne shoppen, in die Sauna, kümmern sich nur (viel) um ihr Äußeres, essen aber auch gerne Torte und lieben die Farbe rosa‘ präsentiert werden, es bleiben somit auch nur zwei wirklich fachliche Bilder, die zwei Frauen in einem bestimmten Arbeitsbereich darstellen. Eines davon repräsentiert eine Psychologin in ihrem Behandlungszimmer beim Gespräch mit ihrer Patientin und das zweite stellt eine Sekretärin und ihre Chefin im Büro dar.

Im Vergleich zu den Illustrationen mit zwei oder mehreren Männern wird also deutlich, dass das Add-in bei der Suche nach ‚business people‘ zum einen keine Bilder mit einer Gruppe von mehreren Frauen anzeigt, die beispielsweise ‚klassische Geschäftsfrauen‘ oder weitere Berufe, in denen sie zusammenarbeiten, repräsentieren, wie dies bei den zahlreichen Bildern mit mehreren Männern der Fall ist, und zum anderen hauptsächlich Bilder zur Verfügung stellt, die Frauen anhand privater Unternehmungen zeigen.

Eine ähnliche Kategorisierung ist auch schon in der Fachtext-Analyse zum Vorschein gekommen, die hier nun einmal mehr das Vorurteil reproduziert, dass Männer im Berufs-, und ihre Frauen im Privatleben verortet sind. Dies bestätigen jene Illustrationen, die einzelne Frauen entweder im Haushalt beim Putzen, als Hausfrau beim Einkaufen oder als Mutter präsentieren, während kein einziger Mann beim Einkaufen oder Putzen dargestellt wird.

Das einzige fachliche Bild (Abbildung 1), das ihn als Hausmann und Familienvater und seine Frau als ‚Karrierefrau‘ zeigt, macht deutlich, dass die ‚Normalsituation‘ beziehungsweise ‚klassische Rollenverteilung‘ eine umkehrte ist, insbesondere durch die Aussage „You missed a spot“ der Frau, die nach getaner Arbeit nach Hause kommt und augenscheinlich mit den häuslichen Fähigkeiten ihres Mannes unzufrieden ist (beziehungsweise sein darf).



“You missed a spot.”

Abbildung 1: Karrierefrau

Solche Darstellungen unterstellen Männern nun eine gewisse Inkompetenz in diesen Belangen, die es Frauen umso schwieriger machen, sich währenddessen ernsthaft im Berufsleben zu etablieren. Sie gelten aufgrund solcher Anspielungen nach wie vor als das ‚geeignete‘ Geschlecht für Haushalt und Kinderpflege, was sich auf ihre Möglichkeiten, eine passende Arbeitsstelle zu finden, und somit auf die Frauen selbst benachteiligend auswirkt.

Die folgenden Beispiele zum Untersuchungsgegenstand 2 untermauern zusätzlich die patriarchalen Normvorstellungen davon, dass Frauen ‚ohnehin‘ besser im Privatbereich aufgehoben sind. Im ersten Cartoon (Abbildung 2) findet der Vorgesetzte die Zeichnung seiner Mitarbeiterin schlecht beziehungsweise sogar unbrauchbar, was er ihr sarkastisch kommuniziert.



“The client loves your work.
Cut everything except their logo.”

Abbildung 2: Zeichnung einer Mitarbeiterin

Im zweiten Cartoon ist die am Computer arbeitende Frau für die Verhältnisse ihres Vorgesetzten offensichtlich zu langsam. Beide fachlichen Bilder sprechen der Frau eine gewisse Fachkompetenz ab.

Auch in der dritten Illustration (Abbildung 3) spielt der Faktor des vom Vorgesetzten kommenden Zeitdrucks eine große Rolle. Dieser kommt anhand der Redewendung „Don't mind me breathing down your neck“ zum Ausdruck. Zusätzlich muss hier die räumliche Position der Mitarbeiterin und ihres Vorgesetzten beachtet werden, denn durch das Sitzen der Frau und das Stehen des Mannes hinter ihr entsteht eine Situation, in der er auf sie ‚herabblickt‘. Im übertragenen Sinn können das Atmen des Vorgesetzten ins Genick der Mitarbeiterin beziehungsweise die fehlende körperliche Distanz als sexistische Anspielung und daher übergriffig empfunden werden. Dass eine solche Abbildung den Genderbias in der Fachkommunikation, im Fach und die Benachteiligung von Frauen fördert, steht außer Frage.



“Take your time. Don’t mind me breathing down your neck.”

Abbildung 3: Frau am Computer

Illustrationen wie die oben besprochenen Cartoons, die sich aus Fachbild und -text zusammensetzen und eine männliche und eine weibliche Person im Berufsleben abbilden, suggerieren ganz deutlich eine Inkompetenz von Frauen in unterschiedlichen Arbeitsbereichen – im Gegensatz zu der Fachkompetenz des Mannes, der sie als Vorgesetzter ‚freundlich und gerne‘ darauf hinweist – und veranschaulichen damit die Benachteiligung des weiblichen Geschlechts.

Ein weiteres Beispiel, das das Machtverhältnis zwischen Frauen und Männern beziehungsweise zwischen Vorgesetzten und oder Kollegen und ihren weiblichen Untergebenen oder Kolleginnen ausdrückt, ist der folgende Cartoon (Abbildung 4).

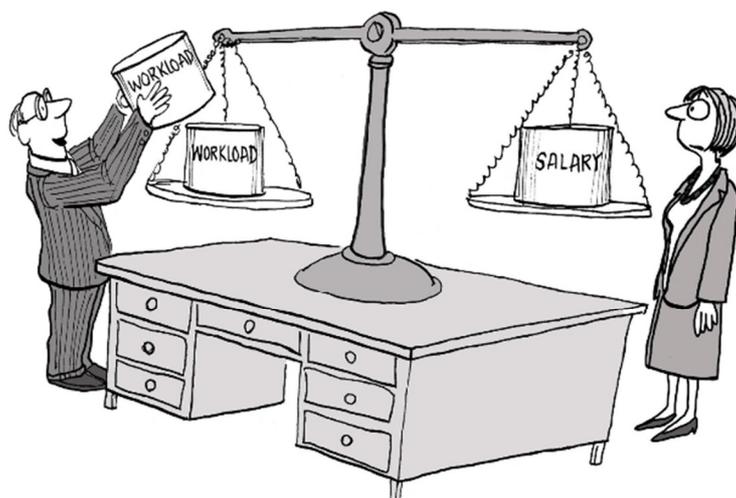


“I have some specific, unknown objectives for you to achieve.”

Abbildung 4: Vorgesetzter und Untergebene

Mit der Äußerung „I have some specific, unknown objectives for you to achieve“ zeigt dieses fachliche Bild einmal mehr, dass es Frauen im Berufsleben schwergemacht wird, ihre Fachkompetenz überhaupt adäquat präsentieren zu können – die Kompetenz, die Männern im Vergleich automatisch zugesprochen wird und die sie als das weibliche Geschlecht erst unter Beweis stellen müssen. Auf ein unbekanntes Ziel hinzuarbeiten und somit unrealistische Vorstellungen (eines Mannes) erfüllen zu müssen, mündet jedoch zwangsläufig wieder in Unzufriedenheit des Vorgesetzten, führt zu seiner dominierenden Überlegenheit und damit gleichzeitig zur Abwertung der Frauen und ihrer Fähigkeiten.

Diese männliche Dominanz und das vorherrschende Überlegenheitsverhältnis werden durch einen weiteren Cartoon (Abbildung 5) zum Thema Bezahlung für die Arbeitsleistung veranschaulicht.



“Now that we’ve hired you, we would like to ‘expand’ your workload.”

Abbildung 5: Frau und Bezahlung

Wie die Illustration zeigt, hat die darin abgebildete Frau plötzlich mehr Arbeitspensum zu leisten, als davor im Bewerbungsgespräch mit ihrem Vorgesetzten scheinbar vereinbart worden ist – und das bei gleich (niedrig) bleibendem Gehalt.

Dieses fachliche Bild spiegelt außerdem die Machtlosigkeit der Frauen wider, indem die weibliche Person neben der Waage steht und zusieht, wie im wahrsten Sinne des Wortes Ungleichgewicht in ihrem Leben geschaffen wird – von einem Mann, der in gewisser Weise über sie bestimmen kann.

In diesem Zusammenhang demonstriert eine weitere solcher Illustrationen (Abbildung 6), die Frauen inhaltlich diskriminieren, dass sie sich dieses Verhalten von Vorgesetzten gefallen lassen (müssen).



“I love the way the team always bounces back.”

Abbildung 6: Frau im Team

Was sofort auffällt, ist, dass „das Team“ durch eine einzige Frau dargestellt wird, die stellvertretend für alle weiblichen Mitarbeiterinnen gesehen werden kann. Die sprachliche Äußerung „I love the way the team always bounces back“ des einen Vorgesetzten zum anderen drückt als erstes deren Selbstgefälligkeit und Überlegenheit aus, da sie wissen, dass ihre weibliche Mitarbeiterin auf sie angewiesen ist, weil sie ihre Arbeit braucht.

In Kombination mit dem Trampolin, auf dem die Frau sich befindet, suggeriert der Satz somit weiter, dass eine Frau sich einiges gefallen lassen muss und trotzdem nicht ihre Arbeit hinschmeißt. Die verschränkten Arme des einen Mannes und die Aussage unter dem Bild vermitteln dabei gemeinsam den Eindruck, dass die beiden Vorgesetzten genau wissen, wie viel mehr sie ihrer Mitarbeiterin zumuten, und trotzdem nichts gegen diese Ungerechtigkeit unternehmen (wollen).

Der Gedankengang „What if we don't change at all...“ des nächsten Cartoons (Abbildung 7) kann als beispielhaft für die Ursache und immerwährende Produktion des Genderbias in der Fachkommunikation gesehen werden.



Abbildung 7: Vermeintliche fachliche Inkompetenz der Frau

Männer wollen oft wie gerade erläutert nichts an den benachteiligenden Zuständen von Frauen im Arbeitsleben (und überall sonst) ändern, allein aus dem banalen Grund, weil sie ihre übermächtige und dominierende Vormachtstellung gegenüber Frauen im Fach, in der Sprache und folglich in der Gesellschaft als ihr gesamter sozialer Handlungsraum als bedroht sehen.

Um eine Machtverschiebung und die gleichwertige Etablierung von Frauen zu verhindern, sind ihnen alle diskursiven Mittel nützlich, die wie diese Illustration Frauen in ein schlechtes Licht rücken. Denn die im Bild geäußerte Überlegung „What if we don't change at all... and something magical just happens?“ stammt von der einzigen präsentierten Frau und drückt unterschwellig zum wiederholten Male das aus, was auch als Vorurteil immer wieder reproduziert wird, um eine überlegene Position der Männer zu legitimieren – die fachliche Inkompetenz von Frauen.

Der Cartoon dient des Weiteren auch als Paradebeispiel für die schon angesprochene zahlenmäßig unterproportionale Darstellung von Frauen in den hier analysierten Illustrationen und damit stellvertretend für die berufliche Situation im Wirtschaftsbereich selbst. In diesem Kontext sind immer mindestens zwei oder mehr Männer gemeinsam mit einer Frau alleine abgebildet, die wiederum das ebenso schon häufig in der Arbeit angesprochene Phänomen der ‚Ausnahme‘ von der männlichen Norm repräsentiert.

Die Normvorstellung, die im medizinischen Bereich herrscht, manifestiert sich anhand des nächsten fachlichen Bildes in Abbildung 8.



Abbildung 8: Arzt und Krankenschwester

Denn der Arzt, der das Vertrauen seiner Patientinnen und Patienten genießt, wird in Begleitung einer Frau als Krankenschwester dargestellt. Keine einzige Illustration im analysierten Programm zeigt eine Ärztin in Begleitung eines Krankenpflegers. Die ‚klassische‘ Rollenverteilung im Fach wird somit bestätigt. Der Mann ist auch hier derjenige, der ‚anleitet‘ und einer Frau Anweisungen gibt – und sie ist diejenige, die diese entgegennehmen und erfüllen muss.

4.2.2.2.2 Visuelle Erscheinung der Personen

Aber nicht nur die Geschlechterrollen wirken stereotypisch. Kritisch zu betrachten ist außerdem die visuelle Präsentation der Frau. Nicht nur in diesem sondern auch in einigen der anderen analysierten fachlichen Bildern werden Frauen auf ihr Äußeres reduziert, indem sie kurze Kleider, hohe Schuhe und viel Schminke tragen. Auch die Körperhaltung des Arztes und der Krankenschwester in Abbildung 8 suggeriert, dass die Frau nur das hübsche Beiwerk des Mannes ist, indem sie ein Bein verlegen ein-knickt, und er seinen Arm vor sie hält und so präsenter wirkt. Gerade in diesem medi-zinischen Kontext entspricht eine solche Aufmachung aber einer klaren Fehlrepräsen-tation der Frau, denn der körperlich und mental anstrengende Beruf der Krankschwes-ter/des Krankenpflegers ist nicht mit High-Heels und Minikleid zu bewerkstelligen, weil sie in der fachlichen Praxis so gekleidet weder effektiv und schnell noch sicher arbeiten kann. Diese Reduzierung der Frau auf ihr Äußeres, die hier besonders unrealistisch

erscheint, repräsentiert fachbildlich nicht die Professionalität und Ernsthaftigkeit, die in diesem Beruf nötig und bei Frauen durchaus vorhanden ist.

Auch die in den analysierten Illustrationen dargestellten Sekretärinnen, die Lehrerin, die Kindergärtnerin, die Frisörin, die Verkäuferin, und so weiter werden allein anhand ihrer Bekleidung schon stereotypisch abgebildet, was bedeutet, dass die Frauen alle mit Rock oder Kleid, Bluse, mit großem Ausschnitt, Schmuck, Pumps, großer Brille, knalligen Lippen und langen Haaren repräsentiert werden. Das erste fachliche Bild dazu (Abbildung 9) zeigt eine solche Sekretärin bei ihrer Arbeit.



Abbildung 9: Sekretärin

Sofort sticht die große Kaugummiblase, die vor ihrem Mund zu sehen ist, ins Auge. Oftmals wird genau durch solche Darstellungen, auch in Szenen in Film und Fernsehen, die Klischees immer wieder aufgreifen, bei Rezipientinnen und Rezipienten die Vorstellung ausgelöst, dass Frauen am Empfang oder im Sekretariat unprofessionell agieren und ihre Arbeit nicht ernst genug nehmen, weil ihnen andere Dinge wie ihr Aussehen wichtiger sind. Denn nicht selten werden sie auch beim Nägel lackieren, sich schminken oder am Telefon Privatgespräche führen dargestellt.

Eine einzige Illustration demonstriert das Berufsbild des Tattoo-Künstlers beziehungsweise der Tattoo-Künstlerin (Abbildung 10). Interessant ist, dass nur eine Frau in diesem Beruf abgebildet wird – vor allem aber ist zu beachten, wie sie in ihrem Tattoo-Studio präsentiert wird. Ihre Körperhaltung beziehungsweise Pose – also der eine, in die Hüfte gestemmte Arm und der andere, die Tätowiermaschine in die Höhe haltende Arm wirken wie eine Aufforderung an das männliche Geschlecht, sich von der Tätowiererinnen Schmerzen zufügen zu lassen. Diese offensive Wirkung bestärkt zu-

sätzlich ihre sehr knappe Bekleidung: Die Frau trägt eine kurze Hose und ein Bikinioberteil, was viel nackte Haut und ihre zahlreichen Tattoos zu Schau stellt. Des Weiteren ist diese Illustration die einzige aus allen 592 analysierten, die eine Person mit Piercings im Gesicht darstellt. Durch diese Fehrepräsentation und Reduzierung der Frau auf ihre Optik wird auch in diesem Beruf einerseits die Professionalität und Fachkompetenz der Künstlerin untergraben und andererseits wird das Berufsbild des Tätowierers/der Tätowiererin allgemein in ein falsches Licht gerückt. Es entsteht eine stereotypische Zuschreibung, die so der gesamten Berufsgruppe anhaftet, aber schlussendlich den realen Begebenheiten nicht entspricht.

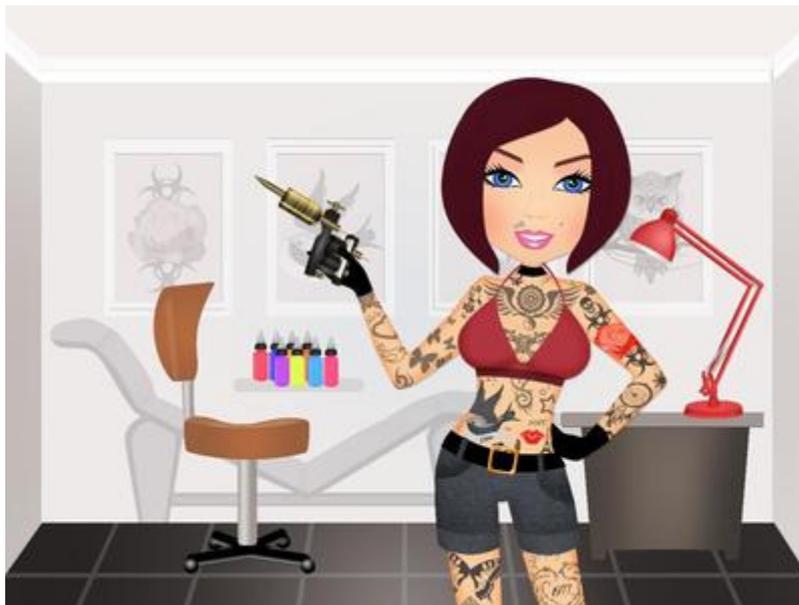


Abbildung 10: Tattoo-Künstlerin

Im Kontrast zu einer solchen optischen Repräsentation von Frauen in den unterschiedlichsten Fachbereichen (in denen sie stereotypisch überhaupt vorkommen), lassen die Abbildungen ‚des Mannes‘ bei der Analyse den Eindruck entstehen, als spiele bei ihm der Aspekt der Kleidung vordergründig keine Rolle, weil andere ihm zugeschriebene Eigenschaften wie beispielsweise sein Fachkönnen und -wissen wichtiger sind.

So sind Illustrationen wie die folgende die Norm der männlichen ‚business people‘ in Pickit: Hose, Hemd, Krawatte und häufig zusätzlich ein Sakko und eine Aktentasche. Wie diese Beispiele zeigen, ist der Mann sehr oft mit dem ‚Accessoire‘ ‚Geld‘ oder auch ‚Glühbirne‘ dargestellt. Im ersten fachlichen Bild (Abbildung 11) drückt das Einfangen der Geldscheine seine wichtige Aufgabe – das Managen von Geldangelegenheiten und Finanzen in einem Unternehmen – aus.



Abbildung 11: Finanzmanager

In der zweiten Illustration (Abbildung 12) stellt die große Glühbirne, nach der der Mann im Anzug auf einem Weg aus Zahnrädern nach oben greift, die Erkenntnis dar, die es in strategischen Bereichen eines Unternehmens zu erlangen gilt – eine Kompetenz, die stereotypisch dem Mann zugeschrieben wird. Seine Optik ist hierbei nebensächlich, weil der Fokus des Bildes auf der Konstruktion des strategischen Denkers liegt.



Abbildung 12: Strategische Kompetenz des Mannes

Auch das dritte Beispiel in diesem Kontext produziert denselben Bedeutungsinhalt. Das Wort „BANKRUPT“ in Abbildung 13 drückt zusätzlich aus, dass der Mann dafür verantwortlich ist, die Finanzgeschäfte eines Unternehmens mit Hilfe seiner Geschäftsstrategie so zu leiten, dass das Unternehmen den richtigen Weg einschlägt und

nicht in die gefährliche Lage eines Konkurses kommt. In keinem dieser drei fachlichen Bilder wird eine Frau in einer solchen strategisch und finanziell wichtigen Position dargestellt.



Abbildung 13: Mann und Geschäftsstrategie

Das männliche Geschlecht wird in den Berufen, die auch im ‚realen‘ Berufsleben eine spezielle ‚Uniform‘ erfordern, dementsprechend präsentiert, damit die rezipierenden Personen diese anhand der Illustrationen als solche begreifen und erkennen können. Die Kleidung der Männer – abgesehen von den vielen Bildern mit Anzügen – reicht daher von Feuerwehruniform mit Helm über Bauarbeiter mit Warnweste, Helm und Werkzeug, Koch mit Kochbekleidung, Kochlöffel und Haube bis hin zu Arzt mit Arztkittel, Arztkoffer und Stethoskop.

Die weiblichen Personen sind – wie schon erläutert – zu großen Teilen in Röcken und Kleidern statt in Hosen abgebildet, egal in welchem Bereich, zum Beispiel auch im Beruf der Flugbegleiterin. Sie trägt einen Rock, eine Bluse, ein Halstuch und den typischen Hut. Wie auch anhand des Beispiels zur Rollenverteilung der Berufe ‚Arzt‘ und Krankenschwester‘ beschrieben, sind ebenso die Berufe ‚Pilot‘ und ‚Flugbegleiterin‘ stereotypisch jeweils einmal dem männlichen und einmal dem weiblichen Geschlecht zugeschrieben, was sich in Form der Nichtpräsentation des Mannes als Flugbegleiter und der Frau als Pilotin auswirkt und somit die Normvorstellungen und Werte der Gesellschaft verfestigt.

5 Schlussfolgerungen und Ausblick

Die Ergebnisse der kritischen Diskurs- und Textanalyse der Untersuchungsgegenstände 1 und 2 zeigen deutlich, dass ein Genderbias in der Fachkommunikation und darüber hinaus vorhanden ist.

5.1 Gesellschaftliche Relevanz des Themas

Sowohl im schriftlichen Fachtext der Wirtschaftssprache als auch in den fachlichen Bildern, die im Kontext unterschiedlichster Bereiche des Wirtschafts- und Arbeitslebens stehen, ist Gleichbehandlung von Frauen und Männern nicht gegeben. Weder auf sprachlich-textueller noch auf inhaltlich-informativer Fachebene bestehen Strukturen, die Frauen als gleichwertig oder gleichberechtigt behandeln, ebenso wenig auf bildlicher.

Die abwertende Darstellung von Frauen manifestiert sich nicht nur in den Bereichen des Führungsmanagements – also in Spitzenpositionen von Unternehmen –, wie die konkrete Analyse des Untersuchungsgegenstandes 1 ergeben hat, sondern auch und vor allem anhand der Präsentation, Fehlpräsentation und Nichtpräsentation von Menschen in unterschiedlichen Positionen und Arbeitsstellen des Berufslebens – wie das Ergebnis des Untersuchungsgegenstandes 2 deutlich macht.

Die ermittelte Nichtrepräsentation von Frauen in vielen und von Männern in einigen anderen Berufen, die vor allem auf Fachkompetenz und Weiblichkeit bezogene stereotypische Zuschreibung und Abwertung und insbesondere das auffällige zahlenmäßige Ungleichgewicht von Frauen und Männern in den analysierten fachlichen Bildern zum Thema Wirtschaft und Führungspositionen in einem Unternehmen – all dies veranschaulicht einen Genderbias und repräsentiert damit den Denkstil, den alle Fächer über Grenzen hinweg gemeinsam haben: den einer ‚genormten‘ Gesellschaft mit dominierend männlichen Strukturen und Werten.

Das heißt, die Benutzung des generischen Maskulinums in Fachtexten, das Miteinbeziehen aber nicht aktive Miteinbeziehen, zahlenmäßiges Ungleichgewicht bei bildlichen Darstellungen und allgemein zahlreiche Zuschreibungen und Inhalte, die auf lange bestehenden Vorurteilen beruhen, bestätigen in Texten und Bildern wie die der Analysearbeit fortwährend durch Fachsprache patriarchale Strukturen und reproduzieren diese ungehindert weiter. Sprache drückt somit als mächtiges Instrument zur Konstruktion von Bedeutungen die Vorstellungen einer Gesellschaft aus – durch (oft unbewusste) Kategorisierung, Stereotypisierung und schließlich durch vorurteilsbehaftete und diskriminierende Inhalte, die die ‚Realität‘ ihrer Benutzerinnen und Benutzer widerspiegelt.

Da Fachkommunikation und Alltagskommunikation nicht trennbar sind, die eine in die andere eingebettet und mit ihr dicht verwoben ist, wirkt sich dieser Genderbias durch die Übernahmen von Denkstil, alltäglichen Normvorstellungen und Kategorisierung der Geschlechter zwangsläufig auch auf die unterschiedlichsten Fachbereiche aus und umgekehrt.

Es konnte auch anhand einiger anderer ermittelter und aufbereiteter Beispiele aus dem Medizinbereich, der Technik, der Didaktik oder auch der Verkehrssicherheit veranschaulicht werden, dass sich Genderungleichheiten – die zum Teil gesundheitsgefährdend sind und die Rechte von Frauen massiv einschränken – nicht auf einen bestimmten fachsprachlichen Bereich beschränken (können). Auch Fachleute existieren in keinem ‚Prägungs-Vakuum‘, in dem sie unbeeinflusst vom Rest der (Fach)Welt abgeschirmt sind. Sie sind mit den vorgelebten und (unbewusst) übernommenen Normen und Wertvorstellungen im größeren Kontext des – kategorisierten – Alltags- und Berufslebens als soziale Wesen verankert und verhalten sich in der Fachsprache und innerhalb und außerhalb des Fachs dementsprechend. Eine bewusste und unbewusste Exklusion und Abwertung von Frauen in nahezu allen Fächern, Fachbereichen und den dort gesprochenen Fachsprachen ist aus diesen Gründen ebenso anzunehmen.

Wir haben gesehen, dass so – für unsere westliche Kultur – selbstverständliche Dinge wie Autofahren oder die medizinische Versorgung Nachteile und sogar eklatant höhere Verletzungs- und Gesundheitsrisiken für Frauen bergen können. Sexismus ist am Arbeitsplatz sowie im privaten Leben alleine schon aus dem Grund immer noch ein großes Thema, dass ‚der Mann‘ in einem und ‚die Frau‘ im anderen Bereich traditionell verortet ist und Vermischungen auch heute noch auf Abwehr und Inakzeptanz stoßen. An der Oberfläche oft als ‚heldenhaft‘ getarnt, wird Sexismus in der Werbesprache als ‚Gag‘ heruntergespielt. Und wer solche Sprachhandlungen zu kritisieren wagt, der hat den ‚Witz‘ an der Sache nicht verstanden, keinen Humor und gilt als ‚Feministin‘.

Feminismus wird also im Jahr 2019 mehr denn je als etwas Negatives, als eine Bedrohung der bislang gültigen Werte gesehen. Dieses Phänomen bestätigt einmal mehr, wie viel Aufklärungs- und Handlungsbedarf nach wie vor besteht. Denn wenn Frauen dafür kritisiert werden, dass sie für die Rechte, Behandlung und Anerkennung in einer Gesellschaft eintreten und kämpfen, die Männern seit jeher als privilegiertes Geschlecht zugestanden werden, ist noch einiges zu tun.

Und auch wenn der Weg steinig erscheint, der Kreislauf des Genderbias kann durch Bewusstseinsbildung und gezielte Sprachverwendung durchbrochen werden, wenn diese diskursiven Kämpfe als Chance gesehen werden.

Solange Sprache als Werkzeug ihrer Sprachbenutzerinnen und Sprachbenutzer die Macht hat, sowohl negativ als aber auch positiv große Dinge zu bewirken, kann und muss die Möglichkeit der positiven Veränderung und Neukonstruktion der ‚Welt‘ wahrgenommen werden. Sie muss genutzt werden, um das Bild über Feminismus nachhaltig in ein positiv konnotiertes umzuwandeln. Des Weiteren muss Bewusstsein über das ungleiche und ungerechte Verhältnis von Frauen und Männern in allen Bereichen des Lebens geschaffen werden. Erst wenn die Menschen einer Gesellschaft erkennen können, welche Ausmaße bestehende Normen und Vorstellungen in Sprache und über Frauen und Männern haben, kann aktiv eine Veränderung der Wertehaltungen und ein Umdenken stattfinden. Und erst dann, nach diesen essentiellen Schritten, ist es möglich, Genderungleichheiten aufzulösen und Genderinklusion und -gleichwertigkeit als neue Verhaltens- und Lebensweise zu etablieren.

Abgesehen davon, dass eine Übersetzerin oder ein Übersetzer aktiv zur Veränderung von und durch Sprache beitragen kann, muss auf nationaler und internationaler Ebene die Forschung in den einzelnen Fachgebieten und -bereichen ebenso so ausgerichtet werden, dass Genderinklusion stattfindet. Daher müssen biologische und soziale Faktoren der Geschlechter – besonders der Frauen – dort, wo es erforderlich ist, getrennt beziehungsweise zusammen berücksichtigt werden. Volvo hat mit seiner Unfallforschung in der Automobilbranche gezeigt, dass Inklusion möglich ist, und auch die Medizin holt wie erläutert mit der Umsetzung erster Strategien langsam auf, um Frauen besser miteinzubeziehen. Jedoch stellen diese Beispiele erst einen Anfang dar.

Da jede Benachteiligung von Frauen in der Sprache und die damit verbundenen Folgen eine Form von Diskriminierung darstellen und diese gegen österreichisches und EU-Recht verstößt, ist die Verhinderung eines Genderbias durch diesen gesetzlichen Hintergrund wichtig. Institutionen wie Werberäte sind dadurch in der Pflicht, noch genauer hinzusehen und immer einzugreifen, wenn eine Diskriminierung stattfindet. Damit zusammenhängend müssen Strafen bei Verstößen gegen das Gleichbehandlungsgesetz in allen Bereichen des alltäglichen Lebens härter ausfallen. Frauen müssen sich darauf verlassen können, dass ihnen die zugesicherte Unterstützung, die sie brauchen, zuteilwird, um ihr Recht einklagen zu können, und dürfen sich nicht einschüchtern lassen.

Vor allem müssen aber jegliche (Bildungs-)Einrichtungen selbst in Bezug auf den Umgang mit Gender und Genderthemen einerseits sensibilisiert werden und andererseits bewusst und aktiv das gelernte Wissen und aktivierte Bewusstsein umsetzen. Je früher ein Mensch einer Gesellschaft als soziales Wesen gendergerechtes Verhalten und gendergerechte Sprache erlernen und verinnerlichen kann, umso größer sind die Chancen, dass er ohne unterbewussten ‚Gender-Stempel‘ agiert und dass auf lange Sicht so in der Gesellschaft neue Werte und Normvorstellungen etabliert werden. In

diesem Zusammenhang muss schon in Kindergärten damit begonnen werden, keine stereotypischen Muster vorzuleben und das individuelle Kind als Mensch zu sehen – nicht als ‚typisches‘ Mädchen oder als ‚typischen‘ Jungen. Dieser Ansatz muss dann in Schulen und Universitäten sowie Ausbildungsstätten fortgeführt werden, um durch die Förderung des bewussten Umgangs mit Sprache das Vermeiden von Genderungleichheiten als diskriminierendes Sprachverhalten zu ermöglichen und neues, gendergerechtes Verhalten zu etablieren.

5.2 Relevanz der Ergebnisse für Translationswissenschaft und Übersetzungspraxis

Translation als eine von vielen Disziplinen, die an Universitäten gelehrt werden, stellt nun einen unsagbar wichtigen Aspekt dar, wenn es um diese Konstruktion von neuen Bedeutungen, (fachlichen) Informationen, Werthaltungen und Normen geht. Um als Übersetzerinnen und Übersetzer patriarchale Strukturen einer Sprachgemeinschaft und Sprache nicht zu reproduzieren, ist es also auch hier unabdingbar, sich dieser Strukturen bewusst zu sein, noch bevor die tatsächliche Übersetzungshandlung vollzogen wird. Nur wenn wir uns des ungleichen Machtverhältnisses zwischen Männern und Frauen in einer Gesellschaft bewusst sind und dieses Bewusstsein schon beim Rezipieren eines Ausgangstextes aktiv verwenden, um kritisch Ungleichheiten und benachteiligende Aspekte der Kommunikation aufzuspüren und zu benennen, können wir auch im nächsten Schritt Entscheidungen treffen, die Gerechtigkeit, Gleichstellung und Gleichwertigkeit von Frauen und Männern ausdrücken, und diese in der Übersetzung umsetzen.

Dieses über den Weg der Bildung neu geschaffene Bewusstsein für die Allgegenwärtigkeit eines Genderbias muss dazu führen, sich an Zentren für Translationswissenschaft und an anderen übersetzerischen Ausbildungsstätten für Übersetzung gezielt mit ihm in Kommunikation und Sprache auseinandersetzen und den Umgang damit zu üben – in und über Kultur- und Sprachgrenzen hinweg. Es ist unabdingbar, das Verständnis darüber, wie Gender und Genderbias sozial in und durch Sprache konstruiert wird, von Grund auf und ab Beginn der Ausbildung zu lehren. In diesem Zusammenhang muss außerdem darauf aufmerksam gemacht werden, dass Stereotype, Vorurteile und damit verbunden sprachliche Exklusion von Frauen häufig unbewusst entstehen und durch ständige Reproduktion verfestigt werden.

Wenn angehende Übersetzerinnen und Übersetzer nun im Laufe ihrer Ausbildung außerdem darauf aufmerksam gemacht werden, dass sie sich als Akteurinnen und Akteure in einer Gesellschaft bewusst positionieren können und müssen, kann ein

solcher Kreislauf jedoch mit Hilfe von Translation als aktiv(istisch)e Sprachhandlung durchbrochen werden.

Sie müssen lernen, dass keine Übersetzerin und kein Übersetzer der Welt sich beim Übersetzen ‚neutral‘ verhalten kann. Sobald jedoch trotzdem unter dem Deckmantel der Neutralität agiert und ein Ausgangstext inklusive Genderungerechtigkeiten übersetzt wird, weil eine übersetzende Person unparteiisch bleiben und ‚bloß ihre Arbeit machen‘ will, verfestigt sie die im Text verankerten patriarchalen Strukturen ungewollt aber doch. In weiterer Folge leiden darunter nicht nur die Sichtbarkeit, Gleichwertigkeit, Gleichberechtigung und Gleichstellung der Frauen im Text sowie in der Gesellschaft, sondern auch die Wahrnehmung und Rolle der Übersetzerinnen und Übersetzer. Ein solcher Akt der Sprachhandlung ist somit im doppelten Sinn nicht neutral – im Gegenteil.

Wir haben gesehen, dass es seit Entwicklungsbeginn der Translationswissenschaft nach wie vor viele und vielschichtige Ansätze, Theorien und Perspektiven zur Position und Sichtbarkeit und zum Machtverhältnis der übersetzenden Personen im Übersetzungsprojekt gibt. Und auch, dass es sein kann, dass Übersetzerinnen und Übersetzer im realen Leben der translatorischen Praxis nicht beauftragt werden, weil sie mit ‚ungewöhnlichen‘ Übersetzungsmethoden die Wirtschaftlichkeit als den für die meisten Translationsagenturen wichtigsten Faktor am Übersetzungsmarkt gefährden könnten. Umso wichtiger sind aus meiner Sicht die beiden in den folgenden Kapiteln besprochenen Themen.

5.2.1 Austausch zwischen Übersetzenden und Fachleuten

Das erste wichtige Thema ist, dass wir uns mit Fachleuten in den Austausch begeben und uns Wissen zur Fachthematik in Bezug auf Gender aneignen.

Gibt es aktuelle Erkenntnisse aus der Forschung oder Wissenschaft, die im Ausgangstext nicht berücksichtigt werden und als Frauen benachteiligend determiniert werden, dann muss dies nun den Auftraggebenden sachlich argumentiert werden und ebenso müssen die negativen Auswirkungen eines in der Zielsprache weiterproduzierten Genderbias – auf die gesamte Gesellschaft sowie auch auf die Auftraggebenden selbst durch einen möglichen Gesetzesverstoß – begründet werden.

Gibt es keine neueren Forschungsergebnisse zum Inhalt eines Ausgangstextes (beispielsweise in der Medizin), aber ‚der Mann‘ wird durch die Sprachverwendung kategorisch als Norm deklariert, so sind Auftraggebende auch darauf aufmerksam zu machen. In Zusammenhang damit sind ihnen auch hier die negativen Konsequenzen der fachlichen Fehlinformationen für Frauen konkret mitzuteilen.

In beiden Fällen dient dieses offensive Kommunizieren von Missständen im Ausgangstext als Basis, um im nächsten Schritt die feministische Vorgehensweise beim

Übersetzen vorschlagen und legitimieren zu können. Sollte es trotz allem nicht gelingen, die auftraggebende Instanz zu überzeugen, bleibt der aktiv handelnden, übersetzenden Person als letzte Möglichkeit immer noch die Translationsverweigerung als persönlicher Widerspruch zu patriarchalen Strukturen.

5.2.2 Stellung beziehen und ethisch handeln

Wir können und müssen in Bezug auf den Genderbias klar Stellung beziehen und unsere Werte und ethischen Handlungen, wie auch die Nicht-Übersetzung eine solche ist, selbstbewusst und selbstreflektiert vertreten – als Übersetzerinnen und Übersetzer und vor allem als soziale Individuen der Gesellschaft, in der wir leben.

Translation ist und wird immer ein aktiver Prozess der Entscheidungsfindung und -umsetzung bleiben, der es uns erlaubt, unsere persönliche ‚Wirklichkeit‘ – eine im Bewusstsein gesellschaftlicher Strukturen feministische – zu konstruieren.

Jede so verwirklichte, gendergerechte und Frauen als gleichwertig etablierende Übersetzung trägt Stück für Stück dazu bei, sie – uns – stärker und bewusster in Sprache und Kommunikation zu etablieren. Jede dieser kommunikativen Handlungen sorgt für die kleinen Schritte, die Frauen schon seit Jahrzehnten und Jahrhunderten gehen, um ihre Benachteiligung gegenüber Männern in den unterschiedlichsten Lebensbereichen abzubauen. Ich wünsche mir an dieser Stelle, dass auch die vorliegende wissenschaftliche Arbeit einer davon ist.

6 Bibliographie

6.1 Literaturverzeichnis

Ahrens, Cynthia/Ahrens, Leif. 2014. *Leadership-Intelligenz. Zehn Gebote für souveräne und sozial kompetente Führung aus dem Fachbereich der Wirtschaft*, 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler

Arrojo, Rosemary. 1994. Fidelity and The Gendered Translation. In: *TTR: traduction, terminologie, redaction*, Vol.7(2), pp.147-163

Assmann, Aleida. 2012. Einführung. In: Pelinka, Anton (Hg.). *Vorurteile. Ursprünge, Formen, Bedeutung*. Berlin: de Gruyter, pp.1-30

Buchmayr, Maria (Hg.). 2008. *Geschlecht lernen. Gendersensible Didaktik und Pädagogik*. Innsbruck: Studienverlag

Buhlmann, Rosmarie/Fearns, Anneliese. 2000. *Handbuch des Fachsprachenunterrichts. Unter besonderer Berücksichtigung naturwissenschaftlich-technischer Fachsprachen*, 6. überarbeitete und erweiterte Auflage. Tübingen: Gunter Narr Verlag

Díaz-Diocaretz, Myriam. 1985. Translating Poetic Discourse. Questions of feminist strategies in Adrienne Rich. In: *Critical Theory*, Vol.2, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company

Dijkstra, Anja F/Verdonk, Petra/Lagro-Janssen, Antoinette L M. 2008. Gender bias in medical textbooks: Examples from coronary heart disease, depression, alcohol abuse and pharmacology. In: *Medical Education*, Vol.42(10), pp.1021-28

Epstein, Margit K. 2000. *Sprache macht Geschlecht: Die Kategorien "Mann" und "Frau" in Texten zur Gleichstellungspolitik*. Frankfurt/New York: Campus Verlag

Fawcett, Antoinette/Guadarrama García, Karla L/Parker, Rebecca Hyde/Boase-Beier, Jean (Hg.). 2010. *Translation: Theory and Practice in Dialogue*. London/New York: Continuum

Fisher, Lina. 2010. Theory and Practice of Feminist Translation in the 21st Century. In: Fawcett, Antoinette/Guadarrama García, Karla L/Parker, Rebecca Hyde/Boase-Beier,

Jean (Hg.). In: *Translation: Theory and Practice in Dialogue*. London/New York: Continuum, pp.67-84

Fiske, Susan T./Norris, Alyssa L. 2012. Sexismus und Heterosexismus. In: Pelinka, Anton (Hg.). *Vorurteile. Ursprünge, Formen, Bedeutung*. Berlin: de Gruyter, pp.69-114

Flotow, Luise von. 1997. *Translation and Gender: Translating in the "era of Feminism"*. Ottawa: University of Ottawa Press

Hey, Barbara. 1994. Die Entwicklung des gender-Konzepts vor dem Hintergrund post-strukturalistischen Denkens. In: Nagl-Docekal, Herta (Hg.). *Körper. L'HOMME. Europäische Zeitschrift für Feministische Geschichtswissenschaft*, Vol.5(1). Wien: Böhlau Verlag, pp.7-27

Heydebrand, Renate von/Winko, Simone. 1994. Geschlechterdifferenz und literarischer Kanon. Historische Beobachtungen und systematische Überlegungen. In: *Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur*, Vol.19(2), pp. 96-172

Hofer, Martina/Messner, Sabine. 2004. FRAU MACHT BUCH. Ein Blick auf die aktuelle Situation von Übersetzerinnen und Verlegerinnen. In: *Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur*, Vol.29(2), pp.41-51

Holzleithner, Elisabeth. 2016. EU-rechtliche Bestimmungen zum Diskriminierungsverbot. Grundlagen und Anwendung. In: Scherr, Albert/EI-Mafaalani, Aladin/Yüksel, Gökçen (Hg.). *Handbuch Diskriminierung*, Wiesbaden: Springer Fachmedien, pp.211-237

Janich, Nina. 1998. *Fachliche Information und inszenierte Wissenschaft: Fachlichkeitskonzepte in der Wirtschaftswerbung*. Tübingen: Narr

Jäger, Siegfried. 2009. *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung*. Münster: Unrast Verlag

Klammer, Katja. 2017. Denkstile in der Fachkommunikation der Technik- und Sozialwissenschaften. Fakten und Kontraste im Deutschen und Englischen. In: *Forum für Fachsprachen-Forschung: FFF*, Vol.135. Berlin: Frank & Timme

Klauer, Karl Christoph. 2008. Soziale Kategorisierung und Stereotypisierung. In: Petersen, Lars-Eric/Six, Bernd (Hg.). *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung: Theorien, Befunde und Interventionen*. Weinheim/Basel: Beltz Verlag, pp.23-32

Lazar, Michelle M. 2017. Feminist critical discourse analysis. In: Flowerdew, John/ Richardson, John E (Hg.). In: *The Routledge Handbook Of Critical Discourse Studies*. London/New York: Routledge, pp. 372-387

Maletzke, Gerhard. 1996. *Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen*. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH

Millán, Margara. 2016. The traveling of 'gender' and its accompanying baggage: Thoughts on the translation of feminism(s), the globalization of discourses, and representational divides. In: *European Journal of Women's Studies*, Vol. 23(1). Mexico: UNAM, pp.6 –27

Mullany, Louise. 2012. Discourse, gender and professional communication. In: *Routledge Handbook of Discourse Analysis*, pp.509-522

Murciano-Goroff, Yonina R. 2015. Differences in the Percentage of Illustrations Showing Males Versus Females in General Medicine and General Surgery Textbooks. In: *International Association of Medical Science Educators*, Vol. 25(2), pp.123-126

Mushchinina, Maria. 2016. Sprachverwendung und Normvorstellung in der Fachkommunikation. In: *Forum für Fachsprachen-Forschung: FFF*, Vol.132. Berlin: Frank & Timme

Nagl-Docekal, Herta (Hg.) 1994. *Körper. L'HOMME*. Europäische Zeitschrift für Feministische Geschichtswissenschaft, Vol.5(1), Wien: Böhlau Verlag

Nüzket Özen, Neriman. 2017. Linguistische Diskursanalyse und Gender Studies: Berührungspunkte beider Ansätze im Rahmen literarischer Geschlechterkonstruktionen. In: *Journal of Human Sciences*, Vol. 14(2), pp.1621-1631

Paseka, Angelika. 2009. Geschlecht lernen rekonstruieren — dekonstruieren — konstruieren. Einige Anregungen für eine geschlechtssensible Pädagogik und Didaktik. In: Schweiger, Teresa/Hascher, Tina (Hg.). *Geschlecht, Bildung und Kunst: Chancengleichheit in Unterricht und Schule*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, pp.15-39

Pelinka, Anton (Hg.). 2012. Vorurteile. Ursprünge, Formen, Bedeutung. Berlin: de Gruyter,

Petersen, Lars-Eric/Six, Bernd (Hg.). 2008. *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung: Theorien, Befunde und Interventionen*. Weinheim/Basel: Beltz Verlag

Pomerenke, Paul/Varner, Iris I/Mallar, Suzanne. 1996. The depiction of female and male professionals in textbooks of business communication. In: *Business Communication Quarterly*, Vol. 59(4), pp.36-46

Prunč, Erich. 2008. Zur Konstruktion von Translationskulturen. In: Schippel, Larissa (Hg.). *Translationskultur - ein innovatives und produktives Konzept*. Berlin: Frank & Timme, pp.19-42

Prunč, Erich. 2016. „Nachsprechen – Neusprechen – Fürsprechen – Widersprechen“. In: Richter, Julia/Zwischenberger, Cornelia/Kremmel, Stefanie/Spitzl, Karlheinz. (Hg.). *(Neue-)Kompositionen: Aspekte transkultureller Translationswissenschaft. Liber amicorum für Larisa Schippel*. Berlin: Frank & Timme, pp.17-35

Sachs-Hombach, Klaus. 2003. *Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft*. Köln: Halem

Schiebinger, Londa/Schraudner, Martina. 2011. Interdisciplinary Approaches to Achieving Gendered Innovations in Science, Medicine, and Engineering 1. In: *Interdisciplinary Science Reviews*, Vol.36(2). London: Taylor & Francis, pp.154-167

Schippel, Larissa (Hg.). 2008. *Translationskultur - ein innovatives und produktives Konzept*. Berlin: Frank & Timme

Schmid Mast/Marianne/Krings, Francisca. 2008. Stereotype und Informationsverarbeitung. In: Petersen, Lars-Eric/Six, Bernd (Hg.). *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung: Theorien, Befunde und Interventionen*. Weinheim/Basel: Beltz Verlag, pp.33-44

Schopp, Jürgen F. 2008. Qualitätssicherung im Übersetzungsprozess durch translativische Netzwerke. In: Schippel, Larissa (Hg.). *Translationskultur - ein innovatives und produktives Konzept*. Berlin: Frank & Timme, pp.237-270

Schubert, Klaus. 2007. Wissen, Sprache, Medium, Arbeit. Ein integratives Modell der ein- und mehrsprachigen Fachkommunikation. In: *FFF. Forum für Fachsprachenforschung*, Vol.76. Tübingen: Gunter Narr Verlag

Schweiger, Teresa/Hascher, Tina (Hg.). 2009. *Geschlecht, Bildung und Kunst: Chancengleichheit in Unterricht und Schule*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

Sela-Sheffy, Rakefet. 2005. How to Be a (Recognized) Translator: Rethinking Habitus, Norms, and the Field of Translation. In: *Target: International Journal of Translation Studies*, Vol.17(1), pp.1-26

Simon, Sherry. 1996. *Gender in Translation: Cultural Identity and the Politics Of Transmission*. London/New York: Routledge

Steele, Claude M./Spencer, Steven. J./Aronson, Joshua. 2002. Contending with group image: The psychology of stereotype and social identity threat. In: Zanna, M.P. (Hg.). *Advances in experimental social psychology*, Vol.34, San Diego: Academic Press, pp. 379–440

Stolze, Radegundis. 2013. Fachübersetzen – Ein Lehrbuch für Theorie und Praxis. In: *Forum für Fachsprachen-Forschung: FFF*, Vol.89. Berlin: Frank & Timme

Tingen, Candace M/Kim, Alison, M/Wu, Pei-Hsuan/Woodruff, Teresa K. 2010. Sex and Sensitivity: The Continued Need for Sex-Based Biomedical Research and Implementation. In: *Women's Health*, Vol.6(4), pp.511–16

West, Candace/Lazar, Michelle/Kramarae, Cheris. 1997. Gender in discourse. In: Dijk, Teun Adrianus van (Hg.). *Discourse as Social Interaction*. London: Sage, pp.119–143

Wolf, Michaela. 2006. Übersetzen – Translating – Traduire: Towards a "Social Turn"?. Wien/Münster: LIT

Wolf, Michaela. 2008. „Dem Publikum neue Werte aufdrängen ...“. Macht und Ohnmacht von literarischen ÜbersetzerInnen in übersetzungssoziologischer Sicht. In: *Lebende Sprachen*. Vol. 53(2). Berlin: de Gruyter, pp.61-66

Zittleman, Karen/Sadker, David. 2002. Gender bias in teacher education texts: New (and old) lessons. In: *Journal of Teacher Education*, Vol. 53(2), pp.168-180

6.2 Internetquellen

BBC-1. 2019. Gender Pay Gap. In: <https://www.bbc.com/news/business-47723950> (Stand 31.05.2019)

BBC-2. 2019. Gender Pay Gap. RWS Translations Limited. In: <https://www.bbc.com/news/business-47754005> (Stand 31.05.2019)

Benwell, Max/Durkin, Erin. 2019. Abortion Ban Alabama. In: The Guardian. <https://www.theguardian.com/us-news/2019/may/14/alabama-abortion-ban-white-men-republicans> (Stand 30.05.2019)

Brockes, Emma. 2019. Abortion Ban Alabama. Facts. In: The Guardian. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/may/16/alabama-abortion-ban-us-women-state-senate> (Stand 30.05.2019)

Cooke, Michèle. 2012. Preview. Tell It Like It Is? Science, Society and the Ivory Tower. In: <http://www.michelecooke.com/book-previews/BookPreview-TellItLikel-tls.pdf> (Stand 05.07.2019)

Cooke, Michèle. Publications. In: <http://www.michelecooke.com/publications-books.html> (Stand 05.07.2019)

Der Standard. 2019. "Loch ist Loch": Lidl löscht sexistische Werbung nach Shitstorm. In: <https://www.derstandard.de/story/2000097489205/loch-ist-loch-lidl-loescht-sexistische-werbung-nach-shitstorm> (Stand: 30.05.2019)

Duden. Mäzen: Definition. In: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Maezen> (Stand 30.05.2019)

Fischer, Beatrice/Wolf, Michaela. 2009. Leitfaden zum geschlechtergerechten Sprachgebrauch: Zur Verwendung in Lehrveranstaltungen und in wissenschaftlichen Arbeiten. In: https://transvienna.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/z_translation-swiss/Studium/Wissenschaftliches_Arbeiten/Geschlechtergerechtes_Formulieren_FischerWolf.pdf (Stand: 30.05.2019)

Frey, Regina et al. 2006. *Gender-Manifest*. Plädoyer für eine kritisch reflektierende Praxis in der *genderorientierten* Bildung und Beratung. In: <http://www.genderwerk.de/dokus/gender-manifest2006.pdf> (Stand 30.05.2019)

Gleichbehandlungsanwaltschaft. 2018. Gleichbehandlungsrecht in Österreich. In: https://www.gleichbehandlungsanwaltschaft.gv.at/gleichbehandlungsrecht-in-osterreich#Weitere_rechtliche_Grundlagen_der_Gleichbehandlung (Stand 03.06.2019)

Jusline.at. 2013. Österreichisches Bundesverfassungsgesetz. Artikel 7. In: <https://www.jusline.at/gesetz/b-vg/paragraf/artikel7> (Stand 30.05.2019)

Pickit Images. 2016. Terms of Use: Unterpunkt 8.2. In: <https://pickit.com/tos> (Stand: 30.05.2019)

Prettenthaler-Ziegerhofer, Anita/Scherke, Katharina/Schustaczek, Ulrike. Gendergerechtes Formulieren: Ein Leitfaden – Informationen, Tipps und Empfehlungen. In: https://static.uni-graz.at/fileadmin/Akgl/4_Fuer_MitarbeiterInnen/LEITFADEN_Gendergerechtes_Formulieren_APZ.pdf (Stand 31.05.2019)

Rees, J./Boege, R. 2019. Stereotype threat. In: Wirtz, M.A. (Hg). Dorsch – Lexikon der Psychologie. In: <https://m.portal.hogrefe.com/dorsch/stereotype-threat/> (Stand 30.05.2019)

Stefanowitsch, Anatol. 2019. Interview mit Edition F: Eine Frage der Moral. In: <https://editionf.com/anatol-stefanowitsch-eine-frage-der-moral-politsch-korrekte-gendergerechte-sprache> (Stand 30.05.2019)

Volvo Cars. Die E.V.A. Initiative. In: <https://www.volvocars.com/at/warum-volvo/unsere-innovationen/zukunft-des-fahrens/sicherheit/eva> (Stand: 30.05.2019)

World Health Organization. 2011. Gender mainstreaming for health managers: a practical approach. In: <https://www.who.int/gender-equity-rights/knowledge/glossary/en/> (Stand 30.05.2019)

6.3 Normenverzeichnis

DIN EN ISO 17100:2016-05. Übersetzungsdienstleistungen – Anforderungen an Übersetzungsdienstleistungen (ISO 17100:2015)

Anhang

Abstract

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Phänomen des Genderbias in der Fachkommunikation, genauer gesagt mit der Nicht- oder Fehldarstellung von Frauen im Zusammenhang mit den sozialen Abläufen der Stereotypisierung, Vorurteilsbildung und Diskriminierung auf den Ebenen der fachsprachlichen, fachinhaltlichen und fachbildlichen Repräsentation. Die damit in Relation stehende erste Hypothese, die diesen Bias behauptet, ist durch zahlreiche wissenschaftliche Belege und gesellschaftlich relevante Beispiele sowie vor allem durch die Ergebnisse der empirischen Analyse eines Fachtextes und einiger fachlicher Bilder aus dem Bereich der Wirtschaftskommunikation verifiziert worden. Die zweite Hypothese bezieht sich auf die Fragen, ob und wie Übersetzerinnen und Übersetzer am Übersetzungsmarkt eine reelle Chance haben, mit Hilfe von feministischen Translationsansätzen einer Reproduktion des Genderbias durch Translation entgegenzuwirken.

Die Studie einschlägiger Literatur hat ergeben, dass es nach wie vor divergierende Meinungen über die Eigen- aber vor allem auch über die Fremdperspektive der übersetzenden Person gibt, was zur Folge hat, dass ihnen die dafür nötige Macht erst bewusst zugeschrieben werden muss. Des Weiteren haben die Ergebnisse gezeigt, dass Kommunikations-Expertise der übersetzenden Personen gemeinsam mit Kenntnissen und Wissen der Fachleute aus den jeweiligen Domänen für eine gendergerechte Übersetzung und gesellschaftliche Gleichstellung von Frauen und Männern dringend erforderlich ist. Eine Veränderung der gesamtgesellschaftlichen Situation und eine Frauen inkludierende Sprache kann nur erreicht werden, wenn Auftraggebende von den ethisch und sozial handelnden Übersetzerinnen und Übersetzern mit den vorhandenen Fakten zur genderungleichen fachspezifischen Forschung konfrontiert werden und auf alle Vorteile einer gendergerechten sowie insbesondere auf die Nachteile einer diskriminierenden Sprache aufmerksam gemacht werden. Diese positiven wie auch negativen Aspekte werden in der Arbeit ebenso beschrieben wie erste feministisch-aktive Übersetzungsansätze.