

Tetiana HAVLIN*

GESCHLECHTERREPRÄSENTATIONEN IN DER ALLTAGSKULTUR DEUTSCHLANDS: ZWISCHEN TRADITION UND GEGENWART

Головна мета даної статті – порівняльний аналіз прислів'їв і анти-прислів'їв щодо гендерних уявлень. З поміччю поняття герндера як комплексної нормативної матриці можна простежити ряд соціокультурних змін, які визначили перехід з традиційного до сучасного суспільства. У прислів'ях як народної мудрості відбивається традиція і зразки повсякденного мислення в історичному ключі; анти-прислів'я, що з'явилися в другій половині ХХ століття, в свою чергу висміюють, як правило, народну думку і ставлять під сумнів звичні практики поведінки. Такі категорії як гендерні репрезентації і гендерні відмінності послужили одиницями аналізу для німецьких прислів'їв, належали історичного минулого повсякденності, і анти-прислів'їв, що відображають сучасні перетворення в цій справі між статтями в Німеччині.

Результат контент-аналізу емпіричних даних (N = 2500 прислів'їв і анти-прислів'їв) дозволив зробити наступні висновки:

- *Традиційно агресивна маскуліність змінюється сучасними ліберальними маскулітні рiзного штибу;*
- *конвенціональних жіночу пасивність (атрибути: мовчазність, покора і послідовність чоловікові) змінює активна жіноча життєва позиція, за допомогою нараторського голосу, приписуваних лідерських і управлінських здібностей;*
- *Перетворення в обговоренні тем, свазаних з сексуальністю і інтимністю: від табування в прислів'ях до величезного резонансу в анти-прислів'ях;*
- *Політично байдужі прислів'я змінюються політично залученими анти-прислів'ями, що зачіпають фемінізм, емансипацію, гендерна рівність та інші гендерні питання.*

Орієнтація на сім'ю, чоловіче домінування і жіночу об'єктивації все ще залишаються загальними мотивами між прислів'ями та анти-прислів'ями.

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Untersuchung der soziokulturellen Transformationen der Geschlechterrepräsentationen im Rahmen des Volksmundes. Als ein Teil der Erzähl- und Alltagskultur sind die Sprichwörter und Antisprichwörter zeitabhängige minimalisierte Narrationen, die von der öffentlichen Meinung nicht nur beeinflusst und gebildet sind, sondern auch eine gewisse Rolle in der Interpretation und in der Interaktion der Öffentlichkeit der vormodernen und modernen Gesellschaft spielen. Als etablierte sprachliche Phänomene der Kultur befassen sich beide mit den Weltanschauungen und Vorstellungen, die auf den Normen, Werten, Stereotypen und Klischees der gesellschaftlichen Ordnung basieren. Unter anderen Themen, die das soziale Leben berühren, wurde auch die Geschlechtsthematik relativ häufig im Volksmund dargestellt.

Folgende Fragen sollen geklärt werden: Welche Sprichwörter der vormodernen Gesellschaft werden heutzutage noch verwendet und wie spiegelt sich dies im gegenwärtigen Alltagsgebrauch wider, um die Geschlechterdifferenz zu charakterisieren? Inwieweit haben sich die Geschlechtsrepräsentationen im Laufe der Zeit geändert? Wie unterscheidet sich die Thematisierung der Geschlechtskomponente in der sprichwörtlichen Kultur im Vergleich zur antisprichwörtlichen? Um diese Fragen zu beantworten, wurden die deutschen geschlechtsbezogenen Sprichwörter bzw. Antisprichwörter durch komparative Inhaltsanalyse

* Хавлін Т. – викладач, Університет Зігена, Німеччина

empirisch untersucht. Dabei konzentrierte sich der Fokus auf die repräsentativen Beschreibungen von Männern und Frauen, d.h. soziale Porträts und Typologien, Rollenanweisungen und Charaktereigenschaften sowie Vorstellungen über das weibliche und männliche Verhalten. Die sozial konstruierte Matrix der «positiven Wahrnehmung» von Männern versus der «kritischen Haltung» gegenüber Frauen in der sprichwörtlichen Narration bildet einen wichtigen Schwerpunkt.

1. Die Rolle und Bedeutung der Sprichwörter im sozialen Kontext

Sprichwörter als etablierte Komponenten der mündlichen Alltagskultur erhalten große Aufmerksamkeit nicht nur im wissenschaftlichen Diskurs, sondern auch auf mehreren Ebenen der Kultur und der Massenkultur. Mittels dieser Form der kollektiven Weisheit wurden unterschiedliche Aufgaben gelöst. So verbildlichte Pieter Bruegel der Ältere im 16. Jh. ca. 100 Sprichwörter in seinem Gemälde «Die verkehrte Welt», um die allgemeine Vorstellungen über die menschliche Natur, ihre Schwäche und ihre Neigung zum Absurden, ihre Boshaftigkeit und Dummheit zu zeigen¹. Eine andere künstlerische Studie der menschlichen Eigenschaften im Rahmen der Geschlechterbeziehungen wurde kinematographisch von dem französischen Regisseur Éric Rohmer in seinem Kinozyklus «Komödien und Sprichwörter» bearbeitet und vorgestellt². Die Verwendung von Sprichwörtern in der schriftlichen Kultur ist auch mit großer Häufigkeit in der Literatur zu treffen (Kellers Novelle, Alfred Döblin)³. Der Begriff «Sprichwort» im Rahmen des interdisziplinären wissenschaftlichen Diskurses lässt sich folgendermaßen darstellen:

Erstens werden Sprichwörter als *Phänomen der Sprache* betrachtet⁴. Strukturell sind Sprichwörter in «prägnanter, kurzer Form» gefasst, sie entstehen als «festgeprägte Sätze»⁵ oder «in sich geschlossene Sprüche»⁶. Wie ein Stück «Kleinpoesie» besitzen, laut Glenk, Sprichwörter ihren eigenen «Reim, Rhythmus, Parallelismus» so wie Bildlichkeit und Beseelung durch Metaphorisierung. Ironie, Paradoxie oder scharfe Kontraste spielen auch eine bedeutende Rolle in der sprichwörtlichen semantischen Äußerung. Mit der Hilfe von Sprichwörtern werden die «*sprachlichen Strategien der mündlichen Kommunikation*» geschaffen⁷. Daher funktionieren sie als ein «Teil des gesamten Kommunikationssystems in einer gegebenen Gesellschaft»⁸.

Zweitens manifestieren sie das *Verfahren der Denkweise* und des logischen Denkens⁹. Herkömmliche Vorstellungen werden durch Sprichwörter überliefert. Auch gelten sie als Vermittler der konventionellen Weisheit bzw. des konventionellen Verstands des Volksmundes. Sprichwörter gelten als Hilfsmittel zur Bewältigung des Alltags. Das funktioniert deshalb, weil man sprichwörtliche, primitive «Wahrheit» leicht erkennen und wiederholen kann¹⁰. Aus dieser Perspektive kann man ein Sprichwort als eine «*rhetorische Strategie*» bezeichnen, die den Absichten des Sprechers in einer bestimmten Situation entspricht¹¹. Ähnliche situative Klischees erleichtern das Zusammenleben innerhalb einer Gemeinschaft, da die Mitglieder gemeinsame «Regeln für das Denken», formales bzw. logisches, verwenden¹².

Drittens stellen Sprichwörter *Kulturphänomene* dar. In ihrer vereinfachten Form und inhaltlichen Komplexität reflektieren sie den sozialen Kontext. Als kleinstes und einfachstes Genre der Folklore dienen sie offensichtlich sozialen Zwecken¹³, was ein großer Vorteil im

¹ Dundes & Stibbe 1981: 7.

² *Comédies et proverbes* IMDb 2011.

³ Mieder 1983b.

⁴ Пермяков 1988: 14.

⁵ Mieder 2006: 17ff.

⁶ Glenk 2000: 9.

⁷ Mieder 2006: 17ff.

⁸ Seitel 1981: 123.

⁹ Пермяков 1988: 14.

¹⁰ Goodwin & Wenzel 1981: 142.

¹¹ Kirschenblatt-Gimblett 1981: 118.

¹² Goodwin & Wenzel 1981: 142.

¹³ Seitel 1981: 137f.

Gegensatz zu Liedern, Mythen oder Märchen in der Analyse ist¹⁴. Die weit verbreitete und bekannte sprichwörtliche Wahrheit bzw. Weisheit zeigt sich als *normativer Kanon*, als *Bewertungsurteil*, als *Lehre*, als Regel, als Warnung und als Ratschlag. Unter kontextuellen Bedingungen gelten Sprichwörter als gesammelte, aus verschiedenen Situationen verdichtete Erfahrungen¹⁵. Durch Sprichwörter werden unter anderem die Mentalität, die Haltung und die Weltanschauung des Volkes reflektiert¹⁶. Außerdem spiegelt sich darin der nationale Charakter und «ein Teil der Identität... einer Nation, einer Zeit...»¹⁷. Der moralische und ethische Hintergrund einer bestimmten Gesellschaft spielt eine bedeutende Rolle in der Entstehung der Sprichwörter, ihrem Verstehen und ihrer Interpretation¹⁸. Bei der Verwendung eines Sprichwortes versucht man eine persönliche Beteiligung zu vermeiden bzw. «nicht persönlich involviert» zu sein¹⁹. Dennoch hat man die Möglichkeit, das Geschehene zu erklären oder zu kommentieren. Trotz individuellen Gebrauchs in einer bestimmten Situation gehören Sprichwörter als ein Teil der öffentlichen Sprache zur sozialen Qualifikation der Menschen²⁰. Die Verwendung von Sprichwörtern berührt auch die Frage der Autorität, weil sie mit der Macht alter Weisheit und Wissen assoziiert wurden²¹. Dieser *Autoritätsaspekt* ermöglicht es, bestimmte Rollenmuster einer Gesellschaft zu legitimieren und zu konservieren²².

Sprichwörter bilden sich in unterschiedlichen Weisen heraus: (1) Mündlich verbreitete Sprüche, die in mehreren Varianten allgemein existieren, etablieren sich mit der Zeit in festgeprägten Sätzen, nämlich als Sprichwörter; (2) Schriftliche Texte sind auf bestimmte Zitate (z.B. aus der Bibel oder allgemeinen Aphorismen) zurückzuführen. Dabei wandelt sich ein Zitat in ein geflügeltes Wort und wird später zum Sprichwort transformiert. In beiden Fällen spielt die dauernde Wiederholung eine erhebliche Rolle²³.

Der Bedeutungsverlust von Sprichwörtern in der gegenwärtigen mündlichen Kultur und die Inflation der veralteten Bedeutungen führen zur Entstehung von Antisprichwörtern. Die aufkommende Schriftkultur, die beschleunigte Sprachentwicklung durch die Massenmedien sowie die gesellschaftliche Transformationen zusammen mit neuen Wertorientierungen, Normen, Stereotypen (das Verschwinden der älteren und die Entstehung der neuen) bilden den Hintergrund für das Verblässen von Sprichwörtern einerseits und für die Entstehung von neuen «Sprüchen» andererseits.

2. Antisprichwörter als Widerstand zur herkömmlichen Weisheit und Denkweisen

Antisprichwörter demonstrieren Veränderung innerhalb des Volksmundes im 20. bzw. 21. Jahrhundert. Zum Teil erben Antisprichwörter die Haupteigenschaften von Sprichwörtern, z.B. Größe und Satzstruktur, metaphorisches Wesen, übertragbare Bedeutungskomplexität in der vereinfachten Form. Mit Humor und Ironie, mit Spott und Hohn reagieren moderne Menschen anonym auf die autoritäre Weisheit der Vergangenheit. Durch die sarkastischen Ausdrücke wird «Volkswahrheit» spielerisch umgewandelt. Solche Konfrontationen mit herkömmlichen Ansichten, ihre Verspottung, die Herausforderung und Provokation durch aktuelle sozialbedeutsame Themen des modernen Lebens und ihre Interpretation zeichnen die neuen Unterschiede zwischen Sprichwörtern und Antisprichwörtern aus. Mittels des Antisprichwortes wird der Wahrheitsgehalt des Sprichwortes in Frage gestellt. Infolgedessen wird eine ganze Reihe von Sprichwörtern mit veralteter Bedeutung nicht mehr als Tatsache hingenommen, sondern bezweifelt, manipuliert und geändert. Da Sprichwörter stark an moralische

¹⁴ Dundes 1981: 45.

¹⁵ Taylor 1981: 5.

¹⁶ Mieder 2004: 135.

¹⁷ Mieder 2004: 137; Lewandowska 2008: 119; Havlin 2012.

¹⁸ Taylor 1981: 4.

¹⁹ Rittersbacher 2002: 8.

²⁰ Bernstein 1974: 46.

²¹ Schipper 1996: 12.

²² Schipper 2003: 10.

²³ Mieder 2006: 206.

Einstellungen bzw. Haltungen bestimmter Gesellschaftsschichten gebunden sind, wird die gesellschaftliche Autorität und ihre Legitimation durch entstehende Antisprichwörter bezweifelt.

Der Begriff «Antisprichwort» wurde zuerst von Wolfgang Mieder verwendet, um «die absichtliche sprichwörtliche Innovationen» zu benennen²⁴. In der Zusammenarbeit mit anderen Forschern gab er die ersten deutsch- und englischsprachigen antisprichwörtlichen Sammlungen heraus²⁵. Als «Antisprichwort» wurden «jene (Mini-)Texte» bezeichnet, welche «auf Grund einer innovativen Abwandlung traditioneller Sprichwörter entstanden sind und eine Art Reaktion auf die Aussage der vorgegebenen Sprüche darstellen, indem sie überlieferte Werte und Normen in Frage stellen und mehrfach einen ironischen oder humoristischen Effekt hervorrufen»²⁶. Im Vergleich zu den Sprichwörtern sind die soziokulturellen Eigenschaften und die semantische Vielfältigkeit von Antisprichwörtern relativ wenig erforscht²⁷.

Mindestens zwei antisprichwörtliche Entstehungswege lassen sich unterscheiden: (1) Die unabhängig von den Sprichwörtern neuentstehenden Aussagen oder Sprüche, die durch Wiederholungen allgemein anerkannt werden, z.B. «Auf der Suche nach einer Frau haben viele Männer ein Wasch- oder Bügelbrett vor dem Kopf»²⁸, «Eine Frau ohne Mann ist wie ein Fisch ohne Fahrrad»²⁹. (2) Die andere Möglichkeit ist, dass ein Antisprichwort oft in engem Zusammenhang mit einem konkreten Sprichwort erscheint: «Träume sind nicht immer Schäume», «Liebe macht blind und nicht selten ein Kind»³⁰. Ein paar Beispiele von solchen Umwandlungen im Rahmen der Geschlechtsbeziehungen sind: «Irren ist menschlich – Irren ist männlich; Kleider machen Leute – Kleider machen Bräute; Der Mann denkt, der Gott lenkt – Der Mann denkt, die Frau lenkt»; «Selbst ist der Mann – Selbst ist die Frau»³¹. Das parodistische oder satirische sprichwörtliche «Spiel» führt zur Entstehung von neuen «aufschlussreichen Antisprichwörtern». Durch die ständige Benutzung und Wiederholung können sie zu neuen Sprichwörtern werden³².

Da die sprichwörtlichen Verdrehungen als allgemeine Konfrontation und als Widerspruch der traditionellen Weisheit gelten, wird versucht, durch Antisprichwörter die semantischen Inhalte mittels linguistischer und syntaktischer Veränderungen zu verspotten, d.h. durch linguistisches Spiel wurde die soziale Bedeutung geändert³³. Deswegen werden Antisprichwörter auch als symbolischer Wandel der konventionellen Weisheit bezeichnet. Außerdem wird die «Inflation der Wirklichkeiten» in den Antisprichwörtern widergespiegelt, das Falsche und das Richtige werden vermischt. Indem die Widersprüche friedlich nebeneinander koexistieren, sogar in größerer Menge als bei den Sprichwörtern, entspricht das der Idee, dass «...die alte Normierung der Gesellschaft sich aufhebt» und die neue herausgefordert wird³⁴. Dementsprechend befinden sich Antisprichwörter unter einem «Aktualitäts- und Dekonstruierungszwang», sowie auch unter einem Konventionalisierungsdruck, der von gesellschaftlichen Erwartungen hinsichtlich der sozialen Ordnung und Normenbildung abhängig ist.

Im Gegensatz zum klassischen Mittel der sprichwörtlichen Überlieferung (verbale Kommunikation) und Sammlung (Sammlungsexpeditionen «ins Volk») unterscheiden sich die antisprichwörtlichen Quellen nach Art und Weise der Überlieferung. Die meistverbreiteten Quellen sind die modernen Medien wie Internet, Presse (Zeitungsüberschriften), Fernsehen,

²⁴ Litovkina 2007: 3f.

²⁵ Mieder 1983a, Mieder & Litovkina 1999.

²⁶ Hrisztova-Gotthardt et al. 2009: 78.

²⁷ Mehrere Arbeiten umfassen die Unterschiede zwischen den sprichwörtlichen und antisprichwörtlichen Einheiten (Litovkina 2007, Hrisztova-Gotthardt et al. 2009, Komenda-Earle 2009, Boronkai et al. 2007, Prędotą 2007, Reznikov & Mieder 2009, Vargha & Litovkina 2007, Mieder 1998, Mieder 2007, Mieder & Litovkina 1999).

²⁸ Nr. 1675, Mieder 1983a.

²⁹ Mieder 2006: 71.

³⁰ Mieder 2006: 198, Litovkina et al. 2007: 56ff.

³¹ Mieder 2006: 203, 206ff.

³² Mieder 2006: 197.

³³ Hymes 2009: 4.

³⁴ Steingart 2011: 137.

Werbung, Kino, Hörfunk, so wie Nebenbei-Medien wie Graffiti, Plakate, Massendrucksachen, Flyer, Aufkleber, Ansichtskarten, etc.³⁵ Die aus dem Internet bzw. den Medien stammenden antisprichwörtlichen Einheiten werden einseitig verbreitet (indirekte Kommunikation), während Sprichwörter im Prinzip «interaktive oder wechselseitige Kommunikation» bzw. «unmittelbare Kommunikation von Angesicht zu Angesicht» korrespondieren³⁶. Damit wird noch eine Dimension des sprichwörtlichen Wandels fixiert. Und zwar die Veränderung in der zwischenmenschlichen Kommunikation zugunsten der steigenden Rolle der indirekten Kommunikation, die durch solche Medien wie Telefon, SMS, Computer / Internet und soziale Netzwerke realisiert wird³⁷.

Antisprichwörter existieren an der Grenze zwischen *Mündlichkeit, Schriftlichkeit und Bildlichkeit*, ein Prozess, der von Schmitz im Kontext des Sprachwandels durch moderne Medien beschrieben wurde³⁸; zwischen *lokal und global*. Die Verwandlungen sind, die bei Antisprichwörtern stattfinden, kein regionalgebundenes Phänomen. Diese Erkenntnisse stützt sich auf die komparative Analyse in fünf untersuchten Nationen (Deutsch, Ungarisch, Englisch, Französisch und Russisch)³⁹. Dabei gibt es große Differenzen in dem Zustand der Forschung in den jeweiligen nationalen Kontexten. Diese Argumentation stützt die These, dass durch Sprichwörter bzw. Antisprichwörter der soziale Wandel (Normenbildung und Entstehung von Stereotypen) vielfach berührt wird, deswegen sind sie auch für die soziologische Analyse von Nutzen.

3. Epistemologisches Potenzial der Sprichwörter in der Geschlechterforschung

Als «die komplexe Matrix der normativen Grenzen» tritt das Geschlecht ziemlich oft in sprichwörtlichen und antisprichwörtlichen Kontexten auf⁴⁰. Die Geschlechterthematik wird in der umfangreichen Vielfältigkeit mittels mündlicher Kultur eingebracht, repräsentiert und festgelegt⁴¹. Einige Untersuchungen beschäftigten sich mit den Geschlechterverhältnissen im Rahmen des Volksmundes. So befasst sich Mineke Schipper in den Büchern «Eine gute Frau hat keinen Kopf» und «Never Marry a Woman With Big Feet» mit der komparativen Analyse zur Frauenpositionierung in unterschiedlichen europäischen und nicht-europäischen Kulturen⁴². Ihre Schlussfolgerungen lauten: «Die einzige positiv beurteilte Kategorie» in Bezug auf Frauen war die soziale Rolle der Mutter, und zwar als «einzigartig, liebevoll, vertrauenserweckend, hart arbeitend»⁴³. Außerhalb des Kinderkriegens und der Mutterschaft werden die Frauen kritisch repräsentiert und als verdächtig betrachtet. Schipper folgert, dass die Sprichwörter, in denen die Frau im Mittelpunkt steht, «außerordentlich negativ» seien und man bekomme den Eindruck, sie seien «von einem männlichen Standpunkt» beschrieben worden⁴⁴. Überschaubar seien auch die Machtverhältnisse im sprichwörtlichen Kontext, in dem die Frauen den Männern untertänig und untergeordnet dargestellt wurden⁴⁵.

In dem Aufsatz «Die Frau im Spiegel deutscher Sprichwörter» betrachtet Eva Glenk Sprichwörter als die aus der Kultur bzw. Sprache bezogenen Stereotypen, die die Wertungen und Normen einer Gesellschaft nicht nur widerspiegeln, sondern verstärken⁴⁶. Weil das Männliche als Norm galt, wurden Frauen mittels Sprichwörtern von den Normen distanziert und stereotypisiert. Die Thematisierung der Frauenproblematik geschah durch die Beschreibung der

³⁵ Schmitz 2005: 1619; Litovkina 2007: 4.

³⁶ Schmitz 2005: 1615f.

³⁷ Rutkowski 2006: 3.

³⁸ Schmitz 2005: 1617.

³⁹ Hrisztova-Gotthardt et al.: 2009: 91.

⁴⁰ Dow & Wood 2006: 10.

⁴¹ Хавлин (Склярчук) 2005.

⁴² Schipper 1996, 2003.

⁴³ Schipper 1996: 18.

⁴⁴ Schipper 1996: 20.

⁴⁵ Schipper 1996: 27.

⁴⁶ Glenk 1999: 245.

Stellung und der Wertung der Frau in der Gesellschaft, in der festen Verbindung zum gesellschaftlichen Status des Mannes, durch ihre Verhaltensethik, ihre Partizipation und Pflichten in dem Ehe- bzw. Familienleben. Kaum eine andere Rolle war so breit repräsentiert wie die Rolle als Ehefrau oder Hausherrin. Außerdem wurde in den Sprichwörtern, laut Autorin, nur auf schlechte Charaktereigenschaften hingewiesen⁴⁷. Deswegen wurden Männer im Vergleich zu Frauen als «die besseren Menschen» dargestellt, z.B. «Besser des Mannes Bosheit als des Weibes falsche Frömmigkeit»⁴⁸.

Unter anderem äußerte sich auch Wolfgang Mieder zur Misogynie und zum Chauvinismus in Sprichwörtern in dem Buch «Andere Zeiten, andere Lehren». Durch sprichwörtliche Beispiele (wie z.B. «Ein Weib ohne Mann ist ein Leib ohne Seele») wies er nach, dass Frauen als «unselbständige und unvollkommene» Menschen erachtet wurden. Außerdem wurde die Frau in das «Sexualobjekt des Mannes» umgewandelt («Eine Frau ohne Mann ist eine Rebe ohne Pfahl, eine Flasche ohne Stöpsel, ein Schloss ohne Klinke»⁴⁹).

Eine andere Studie «Frau und Mann im Sprichwort» von Christa Rittersbacher befasst sich mit den Geschlechtsanschauungen in den Sprichwörtern aus Großbritannien und den USA. Die Forscherin zerstörte den «Mythos», dass ausschließlich Frauen kritisch in dem sprichwörtlichen Kontext betrachtet werden. Auch Männer wurden mit feindlichen Sprichwörtern konfrontiert. Damit wurde die Vorstellung revidiert, dass die Sprichwörter nur misogyn orientiert waren⁵⁰. Ungeachtet davon sei der überwiegende Teil der Sprichwörter, so Rittersbacher, «im männlich chauvinistischen Schriftstil formuliert»⁵¹: z.B. «Wenn eine Frau so klein wäre, wie sie gut ist, würde eine Erbsenschale ihr als Gewand und Hut reichen» oder «Solange der Markt dauert, müssen sich Ehefrauen verkaufen»⁵².

In diesem Beitrag werden die Differenzen zwischen männlichen und weiblichen Repräsentationen in deutschen Sprichwörtern und Antisprichwörtern verglichen. Damit erweitert diese Arbeit die vorliegende Forschung.

4. Methodologisches Vorgehen und Ergebnisse

4.1. Materialgrundlage und Arbeitsmethoden

Insgesamt bilden 2484 geschlechtsbezogene Einheiten, die aus zwei Teilen zusammengesetzt sind, die Materialgrundlage des empirischen Teils. Das erste Korpus umfasst ca. 2150 ausgewählte Sprichwörter⁵³ aus dem «Deutsche Sprichwörter-Lexikon», das im Zeitraum 1830-1880 von Karl F. W. Wander entstanden ist⁵⁴. Das zweite Korpus ist, im Gegensatz zum ersten, lediglich aus 334 antisprichwörtlichen Einheiten zusammengestellt. Quellen sind entweder veröffentlichte Bücher oder aus Internetsammlungen⁵⁵.

Ausgehend von dem Inhalt der beiden Datenquellen wurde der kategoriale Apparat und dementsprechend das Codebuch in MaxQda gebildet. Die Analyse umfasst drei Schwerpunkte:

- (1) «Männer und Frauen im Vergleich» mit den untergeordneten Kategorien «Mann und Frau» (Gemeinsamkeit) und «Mann versus Frau» (Gegensatz). Die Themen Eheschließung, Eheleben, Untreue, Ehebruch, häusliche Gewalt, Scheidung, Partnerschaft, Zusammenleben, Liebe, Intimität und Sexualität werden hier vor allem behandelt;
- (2) «Vorstellungen über Frauen»;
- (3) «Vorstellungen über Männer».

⁴⁷ Glenk 1999: 246ff.

⁴⁸ Glenk 1999: 253.

⁴⁹ Mieder 2006: 71.

⁵⁰ Rittersbacher 2002: 15.

⁵¹ Rittersbacher 2002: 70.

⁵² Rittersbacher 2002: 94, 160

⁵³ Aus ca. 3000 Sprichwörtern sind 1424 sprichwörtlichen Nennungen zum Stichwort Mann ausgewählt, sowie 726 zum Stichwort Frau.

⁵⁴ Wander 2010.

⁵⁵ Mieder 1983a, Gossler 2005; Näser 2000, Sponti-Sprüche 2011.

Die Vielfältigkeit der geschlechtlichen Aspekte und ihre kategoriale Verteilung wurde systematisch zusammengefasst. Diese zeigt, auf welcher Ebene Geschlechterrepräsentationen in ausgewählten Einheiten dargestellt werden.

4.2. Ergebnisse der Untersuchung zur Sprichwörtern

Männer und Frauen allgemein. Von den 849 Sprichwörtern, in denen Frauen erwähnt wurden, betreffen 566 die Frau «an sich». Von diesen wurden 15% positiv, 32% neutral- und 38% negativ eingeschätzt, 15% ließen sich nicht eindeutig zuordnen. Die Anzahl der Sprichwörter, die Männer insgesamt betreffen, liegt bei 951 von 1454, 29 % sind davon positiv orientiert, 18 % neutral, 22 % negativ und 31% ohne Zuordnung. Die geschlechtlich differenzierten Gruppen lassen sich in folgenden Kriterien unterscheiden: Nach dem Aussehen (schön/hässlich), dem Alter (alg/jung), der Rollenverteilung (Beruf-Familien), dem sozialen Status (reich/arm) und nach der Ethnizität. Am meisten sticht das Kriterium der Rollenverteilung hervor. Die Frau wird als Ehefrau und Hausherrin/Hausfrau repräsentiert («Besser eine geizige, alles verschliessende Ehefrau, als eine zänkische, keifende»), der Mann entsprechend als Ehemann und Hausherr («Der Mann muss seine Frau führen und fassen»)⁵⁶. Der signifikante Unterschied liegt darin, dass Männer bis zu einem bestimmten Grad durch ihre beruflichen Tätigkeiten, Frauen dagegen durch die Arbeit im Haushalt dargestellt wurden. Männer wurden unter Zuhilfenahme ihrer damaligen Berufe beschrieben, wie Bauer, Krämer, Schneider, Fuhrmann, Beamter, Ratsherr, Oberst, Advokat, Finanzier, Exekutor, Bischof, Pastor; Zunftmitarbeiter, Handwerker, Militär (Fähnrich / Soldat). Ein weiterer Unterschied ist, dass Frauen öfter nach ihrem Aussehen (schön oder hässlich) beurteilt wurden, Männer hingegen nach ihrem sozialen oder finanziellen Status. Das bedeutet, dass für Frauen ein schönes äußeres Erscheinungsbild von Vorteil war, für Männer war es der Umstand reich zu sein: «Der schönsten Frau gehört der schönste Kranz» oder «Eine schöne Frau gewinnt jeden Process»; «Reicher Mann, starker (mächtiger) Mann» oder «Was der reiche Mann thut, das gilt für gut».

Das Geschlecht in der Verknüpfung mit dem Alter zeigt die positive Einschätzung des alten Mannes im Gegensatz zur alten Frau, z.B. «Alter Mann, lieber Gott; altes Weib, alter Deiwel». Diese einseitig positive Darstellung manifestierte sich dadurch, dass man einen alten Mann mit Lebenserfahrung, Weisheit und Wissen assoziierte («Alter Mann, guter Rath»). Die Heirat eines alten Mannes mit einer jüngeren Frau wurde vermutlich aus den Fruchtbarkeitsgründen als eine bessere Kombination angesehen, als umgekehrt («Alter Mann und jung Weib ist besser als alt Weib und junger Mann»).

Die Verbindung zwischen der Ethnizität und den Geschlechtern ist relativ selten in Sprichwörtern anzutreffen. Das scheint sich auch im Bezug auf regionale und ethnische Besonderheiten zu zeigen: «Die Frauen der Deutschen lieben mit dem Herzen, die der Franzosen mit dem Verstande, die der Engländer mit dem Geiste, die der Italiener mit dem Leibe, die der Spanier mit Leib und Herz zugleich und die der Russen zum Vergnügen»; «Deutscher Mann, Ehrenmann».

Mann und Frau im Vergleich. Bei dieser Kategorie wurden zwei Sichtweisen betrachtet: «Mann und Frau» (in der dreifachen positiv/neutral/negativ Distribution) und «Mann versus Frau» (Widerstand, Geschlechterwettbewerb im Sinne: Wer etwas besser schafft oder wer und wofür besser geeignet ist). In Sprichwörtern, in denen beide Geschlechter erwähnt sind, wurde die Formel «Mann und Frau» häufiger verwendet als «Mann gegen Frau», 279 zu 77 Treffer. Die positive Wahrnehmung innerhalb der Kategorie «Mann und Frau» überwiegt die neutrale und negative Einschätzung: Eine gute Frau ist «besser als alle Verwandtschaft». Die traditionelle Familienrollenverteilung wie Ehemann – Ehefrau weist auf das Ernährermodell hin, dass durch den Volksmund formuliert und stark geprägt wurde. Ausgehend davon war das Haus für die Frau

⁵⁶ Nr. 367M, Wander 2010. An dieser Stelle, ebenso wie in Paragraf 5.2., erscheinen die Angaben zu den Quellen wie folgt: [Nr. 20F] oder [Nr. 367M]. Die Nummer kennzeichnet dabei die innerliche Nummerierung der Sprichwörterzahl aus der sprichwörtlichen Sammlung von Wander (2010). «F» bzw. «M» definiert, ob der Inhalt auf die Frau oder auf den Mann bezogen ist.

vorgesehen, während dem Mann die äußere Welt offen stand: «Der Mann und der Hund, die müssen hinaus; die Katz' und die Frau, die bleiben zu Haus», «Der Mann bleib' auf der Kanzelei und das Weib treibe die Kocherei», «Die Männer sollen kriegen und reden, die Weiber daheim bleiben und Haushalten». Parallel zu den allgemeinen Darstellungen über das gemeinsame Leben in der Ehe wurden folgende Motive zusätzlich thematisiert: die Liebe, die Gewalt (hauptsächlich die Frauen betreffend: «Ein Mann, der seine Frau einmal schlägt, schlägt sie mehr», «Frauen und Coteletten werden um so besser, je mehr man sie klopft»), die Untreue und der Ehebruch («Ein Mann, der zwei Mäuler küsst, dem stinkt eins»), die Arbeitsverteilung («Der Mann soll ziehen, nähren, zeugen, das Weib gebären und säugen» oder «Der Frauen Müh' ersetzt des Mannes Arbeit nie»). Sprichwörter mit erotischem Hintergrund sind ganz selten, besonders im Vergleich zur Treffhäufigkeit in dem zweiten Korpus: «Es weiss ein jeder Mann gar wohl wie er mit Frauen laichen soll», «Legt der Mann die Karten, wird die Frau der Liebe warten» oder «Mann und Frau sind die nächsten Verwandten, wenn sie zwei Paar Beine übereinander legen».

Wenn es sich um die Gegensätze zwischen Männern und Frauen handelt, überwiegt häufig die negative Einschätzung der Frau. Das Hauptprinzip lautet «egal wie gut die Frau ist, sie wird nie besser sein, als ein schlimmer Mann». Solche Vergleiche wie z.B., dass ein Mann besser als «hundert Leute», als «zehn Frauen» oder als «goldene Frau» ist, zeigen den Wert und die dominierende Positionierung des Mannes («Ein Mann wiegt zehn Weiber auf»)⁵⁷.

Die Metapher des Körpers wurde mehrmals in der Beschreibung der Geschlechterverhältnisse verwendet: «Ein Mann, ein Weib, zwei Seelen und ein Leib». Die *hierarchischen (Macht-) Verhältnisse* zwischen Männern und Frauen wurde dadurch gefestigt, dass der Mann als «das Haupt der Frau» dargestellt wurde: «Der Mann ist das Haupt und die Frau sein Leib». Abweichungen aus diesem hierarchisierten Modell würden zu wirtschaftlichen Schwierigkeiten führen: «Dem Manne die Hosen, der Frau den Rock, sonst schießt die Wirtschaft einen Bock». Trotz klarer Subordination trifft man auch auf Widersprüche: der Mann ist das Haupt, das die Welt regiert, aber die Frau regiert den Mann («Die Männer regieren die Welt und die Weiber die Männer»).

Frauen und Männer im Typologisieren. Die sprichwörtlichen Frauen- und Männertypen werden durch das Polarisieren dargestellt: Die böse Frau versus die gute Frau («Gute Frauen stehen zwischen dem Mann und dem Engel, böse zwischen dem Mann und dem Teufel»); die weise Frau versus die Närrin («Besser keine Frau als eine Närrin»), die Magd versus die Herrin («Besser eine kleine Frau als eine große Magd»), die Hure versus die fromme Frau («Auch eine fromme Frau zeucht wol ein Hürlein»); der arme versus der reiche Mann («Wenn der reiche Mann ausgespielt ist, so bleibt noch ein armer Mann übrig»), der weise / kluge Mann versus der Narr («Auch den weisen Mann ein Narr barbieren kann»), der große Mann versus der kleine Mann («Grosse Männer, grosse Fehler»), der edle Mann versus der Knecht («Der Mann ehrt sich gar schlecht, der ist des Weibes Knecht»), der gute Mann versus der schlechte / böse Mann («Besser bei einem bösen Mann sein als bei einem freundlichen Weibe»), der ehrliche Mann versus der Schalk / Betrüger («Aus einem frommen Mann ein grosser Schalk werden kann»), so wie auch der gemeine Mann (der Bauer oder der Handwerker), der brave Mann, der fromme Mann. Es kommt zum Ausdruck, dass Verhältnisse zwischen Über- und Unterordnung, Männer und Frauen unter allen Umständen gewahrt werden soll.

Realistische und metaphorische Beschreibung. Die Metapher gilt als das wirksamste Gestaltungsprinzip des Genres, weil dadurch eine Bildlichkeit geschaffen wird⁵⁸. Handelnde Personen aus religiösen oder mythologischen Texten, beseelte Gegenstände, Naturkräfte, Tiere, Bäume, Blumen verknüpfen metaphorische Beziehungen zwischen der imaginären, beschreibenden Art der Sprichwörter und dem gebundenen sozialen Kontext⁵⁹. Für die vorliegende Analyse wurde die «durchsichtige Metaphorisierung» übernommen, d.h. diejenigen

⁵⁷ Nr. 805M, Wander 2010.

⁵⁸ Litovkina et al. 2007: 73.

⁵⁹ Seitel 1981: 126.

Metaphern, die durch «semantische Transformation aufgrund metaphorischer Prozesse» nachvollziehbar waren, wurden untersucht⁶⁰.

Für die weibliche Darstellung wurden häufiger metaphorische Figuren verwendet, als für die männliche: Das Prozentverhältnis liegt bei 40% zu 15%. Die sprichwörtlichen Metaphern lassen sich in folgende Gruppen unterteilen: Am häufigsten kommen die Gegenstände aus den relevanten Lebensbereichen, dann die Organe bzw. Körperteile, Objekte aus der Pflanzen- und Tierwelt (aus Flora und Fauna) oder Naturkräfte; die Vergleiche zu den handelnden Personen aus der Bibel schließt die Reihe.

Auch die weibliche Bindung an das Haus und den Haushalt wurde durch die metaphorische Beschreibung gefestigt. Es war allgemein gültig, Frauen mit Dingen zu vergleichen wie Haus und Garten («Frau und Garten lassen sich nur von Einem Herren warten»), Küche («Eine Frau ist leichter zu haben, als eine Küche zu unterhalten»), Haushaltsgeräten, Möbel, Schloss, Rezept, Schüssel, Zeug, Kleidung, Kalender, Kerzen oder einem Seil («Ein Mann ohne Frau ist ein Saumthier ohne Last»). Die weibliche Objektivierung geschieht auch durch den Vergleich mit dem Essen: eine Frau sei wie «Brühe», «versalzene Suppe», «weiches Brot», Nüsse, Coteletten, Eier, Essig, «Zwiebel, welche Zunge und Augen beisst», «blaue Rüben und roter Knoblauch», Wein oder allgemein ein «Gericht» beziehungsweise «Nahrung» («Eine schöne Frau ist eine halbe Nahrung»).

Selten wurde der Mann in Sprichwörtern durch Gegenstände aus dem Haushalt beschrieben: Er wurde als «Lappen», ein «paar Sohlen», «Tücher auf den Treppen», «Schlafmütze» oder als «Töffel» bezeichnet, wenn er der Frau untergeordnet war («Wenn die Männer sich mit Weibern schleppen, so werden sie wie Tücher auf den Treppen»). Wertsachen oder Waffen waren eher typisch in der metaphorischen Darstellung des Mannes, wie z.B. Gold («ein weiser Mann»), Diamant («ein stiller Mann»), Geld («der erste Mann»), Schatz («ein brave Mann»), «ein ehrlicher Mann»), Hort («ein züchtiger Mann»), Juwelen; alte Waffen («Brave Männer und alte Waffen werden nur in der Not gebraucht») oder das Schwert («Der Mann ist an das Schwert gebunden»). Als Golden wurden entweder «fromme» und «gute» oder «schöne» Frauen kategorisiert.

Im Zusammenhang mit Organen und Körperteilen verband man Frauen mit dem Herzen (d.h. die Verantwortlichkeit für Liebe, Gefühle, Emotionen, Irrationales), dem Haar (als die Markierung des Geschlechtes, die kulturelle Bedeutung von Haaren als Schmuck- und Zeichenfunktion) oder dem (oft enthaupteten) Leib, der unfähig war selbständig zu funktionieren. Frauen wurden auch mit Organen der passiven Wahrnehmung symbolisiert, wie z.B. den Augen oder den Ohren, die als Zeichen des Hörens, des Gehorsams und nicht Sprechens galten. Als männliche metaphorische Organe bzw. Körperteile galten Knochen, Haupt oder Seele: Knochen als das körperliche, innere System; Haupt oder Kopf, der perfekt zum enthaupteten Leib der Frau passt, was auch auf den rationalen Teil des Wesens der Männer hinweist und Seele als Inhalt und Sinn des unbeseelten Körpers (Leibes) der Frau.

Der Charakter und die Launen der Frauen wurden mit den Naturkräften verglichen: Eine Frau sei wie der Mond, der mit dem fremden Licht scheint, die Stimmung der Frau sei so veränderlich und unbeständig wie Mondenschein oder Wind / Winterwind / Mittagwind («Frauen, Wind und Mondenschein täglich anderer Laune sein»), deswegen müsse man sie wie «Gewitter» fürchten.

Als typisch männerbezogene Tiere galten vor allem der Hund, wie auch der Löwe, Bock, Saumtiere, Frösche, während typisch frauenbezogene Tiere Katzen, Kühe, Säue/Schweine, Ratten, Ziegen und Maultiere waren. Fraueneigenschaften wurden solchen Vögeln wie Hühner, Gans, Dohlen, Sperling, Nachtigall zu geordnet, während Männer mit Spatz, Rabe, Hahn, Tauber, Lerchen assoziiert wurden.

In der Beschreibung durch eine handelnde Person aus der Bibel wurden die Frauen öfter mit den bösen Kräften verglichen (so wie «Teufel», «Böse», «Deibel», «Hölle») als Männer («Ein böser Mann ist ein Teufel, ein böses Weib eine Hölle»), und weniger mit den Guten (wie

⁶⁰ Palm 1997: 12.

Engel), während ein Mann als Gott oder Paradies («Der Mann ist das Paradies der Frauen») bezeichnet wurde. Die biblischen Figuren «Adam und Eva» galten als Synonyme für Frau und Mann («Alle Männer sind Adam's Söhne, alle Weiber Eva's Töchter»).

Geschlechtsbeschreibung durch Charaktereigenschaften. Die meist repräsentierte Gruppe widmet sich der Vielfältigkeit der Charakterunterschiede von Mann und Frau. Der Volksmund legte fest, was typisch weiblich und was typisch männlich ist. Etwa mehr als 30 weibliche gegenüber 46 männlichen Eigenschaften umfasst die sprichwörtliche Stichprobe in den Tabellen 1 und 2.

Tabelle 1 Charaktereigenschaften der sprichwörtlichen Frauen

--	+ -	++
Geschwätzig, inkonsequent, böse, streitsüchtig, faul, heuchlerisch / lügenhaft, feig / kleinmütig, schlau / listig, verschwenderisch, untreu, geizig, neugierig, starrsinnig, unpünktlich, hassfähig, unberechenbar, eitel / ehrgeizig	Schwach, emotional, heimlich, schamhaft	Edel / züchtig / tugendhaft, zielstrebig, sparsam, fleißig/ arbeitsam, mild, tapfer, <u>verschwiegen</u> , ehrlich, ergeben / treu, fruchtbar, sorgsam, widerstandsfähig, warm

Die Anzahl der kritisch (negativ) eingeschätzten Charaktereigenschaften ist sowohl bei Männern als auch bei Frauen ähnlich. Einige negative Eigenschaften stimmen für beide Geschlechter überein oder können als geschlechtsneutral bezeichnet werden: faul, geizig, betrügerisch, listig, untreu, eitel, ehrgeizig. Die geschlechtsgebundenen negativen Eigenschaften für Frauen sind Geschwätzigkeit, Inkonsequenz, Streitsüchtigkeit, Lügenhaftigkeit, Verschwendung (von Geld, Haushaltgütern), Kleinmutigkeit, und für Männer Zorn und Wut, Gewalt, Hoffart, Schweigen.

Tabelle 2 Charaktereigenschaften der sprichwörtlichen Männer

--	+ -	++
Zornig, faul, geizig, betrügerisch / listig, ehrlos, furchtsam, feig, gewaltig, hoffärtig, untreu, geschwätzig, eitel / ehrgeizig, einfältig, leichtfertig, <u>schweigend</u> , verächtlich	Hastig, wild, wunderlich	Tugendhaft, ehrlich, <u>Spricht wie ein Mann / Wort halten</u> , tapfer, fromm, tätig, selbstbeherrscht, mächtig /stark, geschickt, verständnisvoll, geduldig / ruhig, edel, züchtig / wohlerzogen, fleißig, willensstark, stolz, zeitgemäß, lebendig, ausdauernd / widerstandsfähig, eifernd, entschlossen, zuhörend, vernünftig, witzig, zuverlässig, zwingend

Der signifikante Unterschied liegt in der Vielfältigkeit der positiv eingeschätzten Charakterisierungen der Männer im Gegensatz zu den Frauen: 27 Nennungen gegenüber 13. Positiv übereinstimmende Eigenschaften beider Geschlechter sind Edelmut, Tugend, Fleiß in der Arbeit, Ehrenhaftigkeit, Fähigkeit zum Widerstand. Am häufigsten wurden die Männer durch solchen positiven Eigenschaften beschrieben wie «tugendhaft», «spricht wie ein Mann» bzw. «worthaltend», «tapfer», «fromm», «Tat fähig», «selbstbeherrscht»; während als «typisch» weibliche positive Charaktereigenschaften «edel», «züchtig», «tugendhaft», «zielstrebig», «sparsam», «verschwiegen» galten. Die so genannten Übergangseigenschaften, die zwischen den positiven und negativen Polen lagen, sind «hastig», «wild» und «wunderlich» für die Männer und «schwach», «emotional», «heimlich» und «schamhaft» für die Frauen.

Die offensichtliche Uneinigkeit liegt bei der Einschätzung des Sprechens / Schweigens: Die weibliche Formel lautet Schweigen (+) statt Schwatzen (-), während die männliche Formel vorgibt Sprechen wie ein Mann / Wort halten (+), statt schweigend oder geschwätzig (-). Die mündliche, männliche Äußerung wurde durch «das Sprechen», «das Reden», «das Disputieren» («Wenn die Männer disputieren, sollen die Weiber die Butter rühren») bezeichnet, während die weibliche durch «das Schwatzen», «das Quatschen» oder «das Plaudern» («Eine schwatzende

Frau macht den blauen Himmel grau») definiert war. Im Gegensatz zu den Frauen war das Reden für die Männer eine Identitätsfrage («Den Mann nimmt man beim Wort und den Hund beim Schwanz» oder «Was ist ein Mann, er spräche denn wie ein Mann»). Die Männer wurden nach dem Inhalt ihrer Reden eingeschätzt, gleichzeitig wurden die schweigenden Männer als Gefahr betrachtet («Vor einem schweigenden Mann hüte sich, wer kann»). Dementsprechend sollten die Frauen zum Schweigen fähig sein, besonders dann, wenn ein Mann sprach («Wenn der Mann spricht, muss das Weib schweigen»), während dem Wort des Mannes die Tat folgen müsste («Ein Mann voll Worte ohne That ist ein Garten mit Unrath»).

Ein facettenreicher Charakter der sprichwörtlichen Frau wird dazu eher negativ beschrieben, während die Charaktereigenschaften des sprichwörtlichen Mannes, ungeachtet von kritischen Bemerkungen, allgemein positiv betrachtet werden.

Die Rolle des Äußeres in der Geschlechterrepräsentation. Weniger wurde das Äußere der Geschlechter im Volksmund repräsentiert. Bei den Frauen dominierte zwar schönes Aussehen, aber Details waren kaum beschrieben. Deutlich wurde, dass eine schöne Frau ungeschminkt war. Gegen das Schminken und seine ökonomische Belastung gibt es folgende Aussagen: «Besser eine Frau gefällt mit ihrem Gesicht einem Manne, als geschminkt Tausenden», «Eine gemalte (geschminkte) Frau trägt ein hässlich Bild zur Schau», «Geschminkte Frauen und geschäfelter Himmel sind nicht von langer Dauer» oder «Wenn die Frau sich schminkt's Gesicht, sieht sie nach der Wirtschaft nicht». Als äußere weibliche Attribute wurden das Haar («Die Frauen haben langes Haar und kurzen Verstand»), das Gesicht («Schön Frauengesicht ist ein gefährlich Gericht», «Frauengesicht ist betrügerische Waare») oder die mit der Arbeit verbundenen Hände («Eine Frauenhand findet immer zu thun») bezeichnet. Noch weniger als bei Frauen wurde das Aussehen der Männer betrachtet. Ein paar sprichwörtliche Beispiele zeigen, dass auch bei den Männern die Schönheit eine gewisse Rolle spielte: «Ist schön und wohlgestalt der Mann, so steht ihm Wort und Werk gut an» oder «Schönem Mann steht alles an», obwohl es für einen Mann kein Problem war hässlich zu sein, weil er trotzdem «leicht eine schöne Frau» finden konnte.

4.3. Ergebnisse der Untersuchung zur Antisprichwörtern

Das Leitmotiv der in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts erscheinenden Antisprichwörter lautet, dass «alles schlechter geworden ist. Nur eins ist besser geworden: Die Moral ist schlechter geworden»⁶¹. Die neuen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und dementsprechend das Verständnis und die Repräsentation der Geschlechter wurden flexibler in so genannten verdrehten Weisheiten, Antisprüchen bzw. Antisprichwörtern reflektiert. Mit dem Antisprichwort «Wer behauptet: «Es gibt zwei Geschlechter», kann nicht bis drei zählen» wird darauf hingewiesen, dass außer männlichen und weiblichen noch andere mehr oder weniger sozial akzeptierte Geschlechter existieren⁶². Mit Spott und Hohn werden die herkömmlichen geschlechtsspezifischen Sprichwörter überschüttet, obwohl die starke öffentliche Kritik bezüglich der Geschlechtsverhältnisse im Hintergrund noch vorhanden ist.

Die Verschiedenartigkeit der Meinungen zu bestimmten geschlechtsspezifischen Themen und deren Widersprüche werden vermutlich dadurch verstärkt, dass der männliche sprichwörtliche Erzähler⁶³ durch einen zweigeschlechtlichen (weibliche/ männliche Perspektive) antisprichwörtlichen ersetzt wird, z.B. «Als ein Herr seine weiße Weste zeigte, wurde mir schwarz vor den Augen»⁶⁴. Sehr wahrscheinlich ist auch, dass ein Antisprichwort, welches Frauen kritisiert, ein männliches Pendant erhalten wird, wie «Frauen bellen aber beißen nicht!»⁶⁵ versus «Jungs, die bellen, beißen nicht»⁶⁶.

⁶¹ Sponti-Sprüche 2011: 2.

⁶² Mieder 1983a. Wie nach Bems Konzept der Androgynie oder dem altgriechischen mythischen Hermaphrodit, Bem 1993.

⁶³ Rittersbacher 2002: 72.

⁶⁴ Nr. 2903 in Mieder 1983a.

⁶⁵ Fuchs 2011.

⁶⁶ Margolis 2011.

Ehe, Partnerschaft, modernes Zusammenleben bzw. Überleben: «Die kluge Frau folgt ihrem Mann, wohin sie will»⁶⁷. Die kontrastvollen Geschlechterbeziehungen werden schärfer in den Antisprichwörtern widergespiegelt. Z.B. die beliebte sprichwörtliche Metapher in der Beschreibung Mann-Frau Verbindung «ein Leib und eine Seele» wird in symbolisch ökonomische Verhältnisse verschoben: «Schenken Sie ihr einen Pelzmantel. Dann sind sie bestimmt wieder ein Nerz und eine Seele»⁶⁸.

Die verbreitete sprichwörtliche Formel «Besser ein Mann ohne X (Geld, Haus, Gut) als X ohne Mann» («Besser als nichts ist noch ein Mann, wenn er auch weder sehen noch hören kann») ⁶⁹ fand auch Platz in den Antisprichwörtern: «Besser, sagt sie sich, ein Mann, der im Bett sitzt und hustet – als gar keinen Mann»⁷⁰. Deswegen sei es für die Frauen «eine Lebensaufgabe», einen Mann zu «fangen» und «festzunageln» bzw. zu «behalten»: «Aller Mannfang ist schwer», «Alle Frauen wollen einen Mann festnageln...»⁷¹, «Wo ein Wille ist, ist auch Mann!»⁷². Die weibliche Abhängigkeit von dem Mann, die stark in der sprichwörtlichen Narration präsent war, wird auch in den Antisprichwörtern wiederholt: «Es gibt Frauen, die machen aus der Not am Mann eine Tugend»⁷³, «Manche Frau lässt lieber den Ofen ausgehen als ihren Mann»⁷⁴. Trotzdem gibt es die Motive der weiblichen Selbstständigkeit und Unabhängigkeit durch solche Aussagen wie «Eine Frau ohne Mann ist wie ein Fisch ohne Velo»⁷⁵.

Die Beziehungsmatrix Ehemann – Ehefrau findet wie früher einen dominierenden Platz in der Beziehungsskala («Wenn der Mann das Amt hat und die Frau den Verstand, dann gibt es eine gute Ehe»⁷⁶) aber auch die anderen Formen des Zusammenlebens werden vorgestellt: «Ehelich währt am längsten, doch vorehelich ist spannender»⁷⁷. Im Kontext der Ehe «legalisieren» sich solche Themen wie Ehebruch / Seitensprung («Übrigens: Der Gasmann unter dem Bett erspart den Briefträger im Kleiderschrank», «Viele Ehemänner haben ein Seitensprungbrett vor dem Kopf»⁷⁸), Scheidung: «Die Axt im Haus ersetzt den Scheidungsrichter»⁷⁹).

Obwohl die Frau noch immer die größere Verantwortung für den Haushalt und das Familienleben trägt («Der Mann ist der Herr des Hauses; im Hause aber soll nur die Frau herrschen»⁸⁰), übt der antisprichwörtliche Mann zu Hause Tätigkeiten aus, die früher als untypisch galten, wie z.B. kochen oder aufräumen: «Wo die Frau nicht kocht, da kocht der Mann»⁸¹, «Das Haus eines Mannes ist sein Schloß – lassen Sie ihn es säubern»⁸². Dass die Arbeit im Haushalt kein Prestige verleiht, wird durch solche Sprüche gezeigt wie «Wer sich nicht wehrt, endet am Herd»⁸³ oder «Langweilige Frauen haben blitzsaubere Küchen»⁸⁴.

Sexualität und Intimität im antisprichwörtlichen Kontext. Wenige Hinweise lassen in Sprichwörtern die intimen Beziehungen zwischen den Geschlechtern erkennen. Im Gegensatz dazu stehen die Antisprichwörter, in denen dieser Aspekt mit einer unvergleichlichen Resonanz thematisiert wird, weil laut einer antisprichwörtlichen Aussage Sex die Welt regiert⁸⁵. Intimität

⁶⁷ Näser 2000.

⁶⁸ Nr. 501 in Mieder 1983a.

⁶⁹ Nr. 75, 85, 86, 97M in Wander 2010.

⁷⁰ Nr. 103 in Mieder 1983a.

⁷¹ Sponti-Sprüche 2011: 2.

⁷² Nr. 1422 in Mieder 1983a.

⁷³ Nr. 2450 in Mieder 1983a.

⁷⁴ Nr. 477 in Näser 2000.

⁷⁵ Nr. 1816 in Mieder 1983a, Chiaro & Wermke 2002.

⁷⁶ Nr. 391 in Mieder 1983a.

⁷⁷ Nr. 180 in Näser 2000.

⁷⁸ Nr. 1598 und Nr. 1685 in Mieder 1983a.

⁷⁹ Nr. 1594 in Mieder 1983a.

⁸⁰ Nr. 830 in Mieder 1983a.

⁸¹ Nr. 761 in Näser 2000.

⁸² Anti-Sprichwort 2011.

⁸³ Dohler 2011.29.01.

⁸⁴ Nr. 384 in Näser 2000.

⁸⁵ Litovkina et al. 2007: 57.

und Sexualität stehen besonders im Vordergrund des öffentlichen Diskursrahmens: «Sexualität: Der Geist ist schwach, aber das Fleisch ist willig»⁸⁶. So, nach Hrisztova-Gotthardt et al., wirkt Sexualität (parallel zur ethnischen Zugehörigkeit und Politik) «als Drehbuch der auf Humor basierenden Kommunikation»⁸⁷. Wie z.B. «Gelegenheit macht Liebe» aus «Gelegenheit macht Diebe».

Auch werden die unterschiedlichen sexuellen Praktiken umfangreich in den Antisprichwörtern dargestellt: neben Heterosexualität gibt es Homosexualität («Schwul zu sein bedarf es wenig»), «Nicht die Frau, die ihren Mann steht, vielmehr die Frau, die ihre Frau steht»⁸⁸; erwähnt sind auch Potenz steigernde Mittel («Jedem Fiaker seine Viagra!»), die sexuelle Stimulation («Ein Playboy hat immer was in Petting»⁸⁹), so wie auch Sodomie («Ein narzisstischer Sodomit liebt seinen inneren Schweinehund»⁹⁰), Masochismus («Ein Masochist, der zurückhaut, ist pervers»⁹¹) und Gruppensex («Aller guten Dinge sind drei. Und wenn zwei guter Dinge sind, dann sind sie bald zu dritt»⁹²). Auch das Leben mit gleichzeitig mehreren Sexualpartnern wird problemlos angesprochen: «Heute Sex, morgen ex!», «Das Weib nennt man nach dem Manne / Nach dem Manne heißt das Weib; wie wird dann nur die benennet, die der Männer zwanzig hat, wohl auch derer mehr noch kennet?»⁹³, «Bigamie ist eine unguete Sache. Denn aller guten Dinge sind drei»⁹⁴.

Skizzierte Darstellung von Frauen und Männer in Antisprichwörtern. Ungeachtet der relativ kleinen Anzahl von Antisprichwörtern, die von Männern und Frauen handeln (50 und 64 Einheiten entsprechend), lassen sich im Vergleich zur sprichwörtlichen Stichprobe trotzdem die sozialen Porträts von Männern und Frauen skizzieren. Die antisprichwörtliche Entstehungszeit weist auf eine Ära hin, in der Frauen und Männer in ihren neuen Positionen der gesellschaftlichen Struktur und den dementsprechend geänderten geschlechtlichen Vorbildern erfasst und gefestigt werden.

«Das ewig Weibliche zieht uns hinunter und hält uns frisch, gesund und munter»⁹⁵. Die gestellte Frage «Sind Weiber Menschen?» in einem Buch von Max Funke am Anfang des 20. Jahrhunderts wurde später in die bestätigende «humanistische» Aussage «Weiber sind Menschen» umgewandelt⁹⁶. Das herkömmliche Sprichwort «Selbst ist der Mann» bekommt die «emanzipierte Antwort»: «Selbst ist die Frau»⁹⁷. Als Erklärung, warum Frauen eine Ungleichheit beim Sprechen / Reden / Äußern der Meinung erfahren, wird in einem Antisprichwort humorvoll erläutert: «Warum können die Frauen so häufig kein Blatt vor den Mund nehmen? Weil Eva ein solches an anderer Stelle hatte»⁹⁸.

«Andre Zeiten, andre Drachen... Andre Jugend, andre Männer»⁹⁹. Die antisprichwörtliche Darstellung der Männer lässt sich aus drei Blickwinkeln betrachten: Die Inflation der Männlichkeit («Männer sind wie Zwiebeln: Man pellt Schale für Schale ab und was übrigbleibt ist zum Heulen» oder «Für Männer gelten die Gesetze der Optik nicht. Nimmt man sie unter die Lupe, werden sie kleiner»¹⁰⁰), der Zweifel an der klassischen (starke/ eiserne) Männlichkeit («Männer aus Stahl gehören eines Tages zum alten Eisen»¹⁰¹) und das Verlangen nach echter

⁸⁶ Nr. 1864 in Mieder 1983a.

⁸⁷ Hrisztova-Gotthardt et al. 2009: 78.

⁸⁸ König 2010; Nr. 2347 in Mieder 1983a.

⁸⁹ Nr. 193 in Näser 2000.

⁹⁰ Nr. 2624 in Mieder 1983a.

⁹¹ Nr. 192 in Näser 2000.

⁹² Nr. 1717 in Mieder 1983a.

⁹³ Nr. 2033 und Nr. 1392 in Mieder 1983a.

⁹⁴ Litovkina et al. 2007: 71.

⁹⁵ Sponti-Sprüche 2011: 7.

⁹⁶ Nr. 561 in Mieder 1983a, Funke 1911.

⁹⁷ Mieder 2006: 209.

⁹⁸ Nr. 126 in Mieder 1983a.

⁹⁹ Nr. 2966 in Mieder 1983a.

¹⁰⁰ Sponti-Sprüche 2011: 15, 23.

¹⁰¹ Gossler 2005: 89.

Männlichkeit («Wir wollen Männer, keine Ersatzteile»¹⁰²). Trotzdem finden die veralteten sprichwörtlichen Sinne auch im modernen Kontext einen Platz. Z.B. das auf männliche Verhältnisse bezogene Sprichwort «Wein, Weib und Gesang» («Wer nicht liebt Weib, Wein und Gesang, der bleibt ein Narr sein Leben lang»¹⁰³ wurde auch als passender Lebensstil in dem antisprichwörtlichen Zusammenhang erfasst: «Lieber Wein, Weib und Gesang als Bier, Mann und Gebrüll»¹⁰⁴, «Bist du von Wein, Weib und Gesang lahm, / So rat ich Dir eins: tu langsam!»¹⁰⁵, «Mit Wein, Weib und Gesang wird man garantiert nicht krank»¹⁰⁶.

Die Inhaltskomponenten für den Begriff «Mann» bestehen aus den folgenden Rollenkombinationen: «echter Mann», Hausherr, Ehemann, Vater, Verführer («Wie Mann sich bettet, so liegt die Frau»¹⁰⁷) und Liebhaber («Er war kein Mann für eine Nacht. Er war schon nach ein paar Stunden müde»¹⁰⁸). Das Rollenpaket der Frau enthält die «ewig weibliche» Frau, Braut, Ehefrau, Mutter und Hure.

Sprichwörtliche *polarisierte Frauentypologie* kommt auch in den Antisprichwörtern vor: gute und böse Frau («Gute Mädchen kommen in den Himmel; böse überallhin»¹⁰⁹), Hure und Betschwestern (Huren werden zu Betschwestern: «junge Huren, alte Betschwestern»), Hexe («Früh krümmt sich, was ein Hexchen werden will»¹¹⁰), hübsche und hässliche Frau («Eine hübsche Frau schützt vor Torheit nicht»¹¹¹), «Auch die schönste Frau ist an den Füßen zu Ende»¹¹²), auch als Vorbild der klugen und starken Frau (eine Frau mit einer starken Persönlichkeit). Bei der männlichen Typisierung sind folgende Charaktere zu finden: «Macho», «Tarzan», «Playboy», «Masochist», die ziemlich eng mit der Sexualität verbunden sind («Tarzan auf dem Klosterdach: da wurden selbst die Nonnen wach»¹¹³), der Verführer («Wie Mann sich bettet, so liegt die Frau»), der Gentleman («Gentlemen ziehen Blondinen vor, nehmen aber, was sie bekommen können»¹¹⁴), sowie hierarchisch orientierte Beziehungsmuster Herr (herrschen) – Knecht (dienen). Diese männliche Typologie zeigt, dass der antisprichwörtliche Mann als sexuelles Subjekt betrachtet wird. Im Gegensatz dazu ist «die Hure» das einzige sexbezogene, weibliche Vorbild («Eine Hure macht noch keinen Krieg»¹¹⁵).

Zu den erwähnten *Charaktereigenschaften der Frauen* gehört: Weiblich zu sein (das «ewig Weibliche»), Fähigkeit einen Mann zu beherrschen («Die kluge Frau folgt ihrem Mann, wohin sie will»¹¹⁶) und die Launenhaftigkeit. Nachsicht bezüglich der wechselhaften weiblichen Laune wird dadurch bekundet, dass sie eigentlich zu den Frauen gehört wie die «Kruste dem Brot»: «Eine Frau ohne Grillen ist wie ein Brot ohne Kruste»¹¹⁷. Als kritisch eingeschätzte Eigenschaften gelten Unpünktlichkeit («Das Jüngste Gericht wird sich vertagen müssen, weil sich die Frauen verspäten»¹¹⁸), Verlust des Bezuges zur Realität («Kein Wunder, dass die Frau den Boden unter den Füßen verliert, wenn sie sich auf Händen tragen lässt»¹¹⁹), «Die Phantasie

¹⁰² Nr. 756 in Näser 2000.

¹⁰³ Nr. 1327W in Wander 2010.

¹⁰⁴ Nr. 465 in Näser 2000.

¹⁰⁵ Nr. 1404 in Mieder 1983a.

¹⁰⁶ Nr. 501 in Näser 2000.

¹⁰⁷ Nr. 1648 in Mieder 1983a.

¹⁰⁸ Sponti-Sprüche 2011: 13.

¹⁰⁹ Nr. 274 in Näser 2000.

¹¹⁰ Nr. 437 in Mieder 1983a.

¹¹¹ Litovkina et al. 2007: 59.

¹¹² Sponti-Sprüche 2011: 4.

¹¹³ Nr. 593 in Näser 2000.

¹¹⁴ Nr. 328 in Mieder 1983a.

¹¹⁵ Nr. 1146 in Mieder 1983a.

¹¹⁶ Nr. 154 in Näser 2000.

¹¹⁷ Nr. 1815 in Mieder 1983a.

¹¹⁸ Nr. 74 in Näser 2000.

¹¹⁹ Nr. 1664 in Mieder 1983a.

der Männer reicht bei weitem nicht aus, die Realität der Frauen zu begreifen»¹²⁰) und Streitsucht («bellende Frauen»¹²¹).

Selten erwähnte männliche Eigenschaften sind: Die Wahrnehmung der Schwäche, die Sprachfähigkeit und die Selbstbeherrschung. Frauen gelten als Schwäche der Männer («Ein Ehemann mit einer Schwäche für Frauen ist immer besser als einer mit einer Schwäche bei Frauen»¹²²). Die Wichtigkeit und die Bedeutung solcher Qualitäten wie «Sprechen wie ein Mann» oder «Wort halten» werden im antisprichwörtlichen Kontext reduziert. Dem Sprichwort «Ein Mann ein Wort» wird «Ein Mann – kein Wort», «Ein Mann, zwei Worte»¹²³, «Ein Mann ein Wort – eine Frau ein Wörterbuch»¹²⁴ entgegengesetzt. Die früher so viel bedeutende Selbstbeherrschung der Männer erscheint in einem Antisprichwort wie «die Mutter vieler Versäumnisse»¹²⁵.

Die Erwähnung der Männer in Bezug auf ihre Berufe geschieht auch heute noch häufiger als bei Frauen. Sogar die berufliche Statusbelastung steigt bei: Politiker («Das Hemd hemmt den Politiker weniger als die weiße Weste»), Ingenieur, Philosoph, Mathematiker («Er war Mathematiker, sie war unberechenbar»), Professor, Schönheitschirurg. Der sprichwörtliche Bauer verwandelt sich bei Antisprichwörtern in ein Zeichen der Dummheit und Banalität: «Was der Bauer nicht kennt, vergißt er nicht» oder «Verliert im August der Bauer die Hose, war schon im Juli das Gummiband lose»¹²⁶. Zu der kleineren Anzahl der erwähnten weiblichen Berufe gehört Chefin («Wer die Chefin nicht ehrt, ist die Lohntüte nicht wert!»¹²⁷), Putzfrau («Eine Putzfrauenweisheit: Wischen ist Macht!»¹²⁸) und Fotomodell («Jedes Ding hat Zwei Seiten», sagte das Fotomodell und ließ sich auch von hinten ablichten¹²⁹).

Das Weibliche wird auch im Rahmen des Feminismus und der Emanzipation thematisiert, die in Antisprichwörtern kritisch betrachtet werden («Frauenpower macht uns sauer»¹³⁰): Die Frauen werden den Feministinnen entgegengesetzt («Die Frauen sind viel zu liebenswert, als daß man sie den Feministinnen überlassen sollte»), während die weiblichen Gemeinschaften unter Zweifel und Verdacht stehen («Frauen gemeinsam sind stark geschädigt»). Aber mit der Emanzipation bekommen Frauen eine Stimme, um ihre Meinung zu äußern: «Sie war nun emanzipiert. Endlich konnte sie alle ihre Vorurteile an den Mann bringen»¹³¹). Im Gegensatz zu dem negativ eingeschätzten Feminismus, wird *Empfängnisverhütung bzw. Kontrazeption* positiv in den Antisprichwörtern aufgegriffen: «Die größte Offenbarung ist die Pille» oder «Wo eine Pille ist, das ist auch ein Weg»¹³².

Fazit

Die Relevanz von Sprichwörtern und Antisprichwörtern für die soziologische Analyse. Als mehrstufige Phänomene umfassen Sprichwörter bzw. Antisprichwörter kognitive, sprachliche bzw. semantische (mündlich, schriftlich, visuell), folkloristische (Volkmund), psychologische (emotionale, verhaltensbezogene) und soziale (Identität, Mentalität, Repräsentation) Komponenten. Mittels Sprichwörtern und Antisprichwörtern werden sprachlich präzise Zusammenfassungen über bestimmte Erfahrungen oder Vorstellungen sozialen Lebens ausgedrückt, die durch Zeit und Raum ausgeprägt wurden. Die neue Ära im sprichwörtlichen

¹²⁰ Sponti-Sprüche 2011: 10.

¹²¹ Nr. 8 in Näser 2000.

¹²² Nr. 111 in Mieder 1983a.

¹²³ Nr. 2343 in Mieder 1983a.

¹²⁴ Gossler 2005: 60.

¹²⁵ Nr. 2829 in Mieder 1983a.

¹²⁶ Nr. 73, Nr. 215, Nr. 634, Nr. 617 in Näser 2000.

¹²⁷ Nr. 998 in Mieder 1983a.

¹²⁸ Verdrehte Redewendungen 2011.

¹²⁹ Nr. 1722 in Mieder 1983a.

¹³⁰ Nr. 238 in Näser 2000.

¹³¹ Nr. 123, Nr. 237, Nr. 2344 in Mieder 1983a.

¹³² Näser 2000; Węglińska 2011.

Wandel wurde mit dem Begriff «Antisprichwort» bezeichnet. Dieser Prozess wird durch folgende Aspekte charakterisiert: offensichtliche Steigerung der betonenden Widersprüchlichkeit und Vielfältigkeit der berührten Themen und ihren vielfachen Interpretationen; Erweiterung der Überlieferungswege (zunehmender Zusammenhang zwischen Mündlichkeit, Schriftlichkeit und Bildlichkeit); die geänderte Rolle in dem Kommunikationswesen, d.h. aus dem Mittel der hauptsächlich direkten zwischenmenschlichen Kommunikation (mit sofortiger Rückkopplung) zum Verfahren der indirekten (mit der Fähigkeit die räumlich-zeitlichen Begrenzung zu überwinden); die Verschiebung von autoritärer Weisheit / Wahrheit zu humorvollen und witzigen Hinweisen. Da die Antisprichwörter reduzierend, destruktiv und zerstörend auf die veralteten Sprichwörter wirken, wird durch Antisprichwörter das gegenwärtige Verständnis der sozialen Phänomene konstruiert.

Männliche und Weibliche Repräsentationen im Spiegel des Volksmundes. Das Porträt des sprichwörtlichen Mannes sieht folgendermaßen aus: Er sei ein ehrlicher, tapferer Mann «mit dem hübschen Leib», der sich selbst kennt und sich in bestimmten Situationen anpassen kann. Er sei zur Unterstützung, Recht geben und nehmen geeignet, außerdem sei er zum Regieren, Befehlen so wie auch Gehorchen fähig. Auch dass er zwingen, alles ringen und erwerben könne, spielt eine bedeutende Rolle. Da sein Wille stark sein müsse, könne er Affekte, Mut und Lust bezwingen, Laster überwinden, Zorn, sowie auch das Weib zähmen, sowie nein sagen und viel leiden. Unter anderem spielt die mündliche und schriftliche Äußerung eine signifikante Rolle. Dies alles gilt als Beweis, dass durch den Volksmund die *offensive Maskulinität* mit dem Hintergrund der männlichen Repräsentationen gefestigt wurde.

Die klassische Männlichkeit wird in den Antisprichwörtern in Frage gestellt, Männer können «sich entspannen», Schwächen haben, Fehler machen, müssen nicht immer die Verantwortung tragen. Durch den bezeichneten Wandel des gegenwärtigen Bildes des Mannes, der auch in dem öffentlichen Diskurs zu bemerken ist, wird das Vorbild des antisprichwörtlichen Mannes liberaler konstruiert. D.h., dass die traditionellen, «anstrengenden» Vorstellungen über die Männer, ihre Lebensaufgaben und ihre Verhaltensethik durch die antisprichwörtliche Kritik reduziert werden.

Die sprichwörtliche Frau soll schön ausgeglichen, fürsorgend, schwach und emotional sein. Das passende Verhältnis der sprichwörtlichen Frau zum Mann war zu schweigen anstatt zu sprechen («Wenn der Mann zürnt, so ist Schweigen die beste Antwort des Weibes»). Außerdem sei sie für die Hausarbeit zuständig. Als typisch weibliche Arbeitsfelder waren Kochen, Putzen, Fegen, Spinnen vorgesehen. Die selbstständigen, reichen und ausgebildeten Frauen wurden mit Kritik im Rahmen des Volksmundes bedacht («Hut und Hose passen Frauen nicht, für die Frauen sind Kleider und Frauenröcke»). Sie galten als Gefahr für die männlich dominante, soziale Ordnung, in der die Frau (vor allem Ehefrau) dem Manne untergeordnet war. Die ausgebildeten Frauen galten als schlechte Kombination: «Eine Frau, die lateinisch spricht, ein Kind, das mit Wein erzogen ist, und die Sonne, die am Morgen scheint, nehmen kein gutes Ende» [Nr. 185F] oder «Eine gelehrte Frau und eine versalzene Suppe sind beide ungenießbar» [Nr. 254F] (Wander 2010). Als allgemeines repräsentatives Vorbild erschien *die im Haushalt tätige untergeordnete Frau*.

Im Gegensatz zur sprichwörtlichen erscheint die antisprichwörtliche Frau emanzipiert und mit einer starken Persönlichkeit. Deswegen ist sie fähig, «die Bürde ihrer Erlebnisse» zu tragen¹³³, den Mann zu beeinflussen und zu ändern («Ein Mann wie ein Baum, sie nannte ihn Bonsai»¹³⁴). Sie besitzt das Potenzial zum Beherrschen und Regieren («Jeder Mann hat die Regierung, die er verdient: rot, schwarz, blond oder brünett»¹³⁵), zum «Dirigieren», zum Führen und selbst die Entscheidungen in ihrem Leben zu treffen (durch Verhütung). Insgesamt lässt sich deutlich sagen, dass «die weibliche zugeschriebene Passivität» aus der Öffentlichkeit allmählich

¹³³ Nr. 520 in Mieder 1983a.

¹³⁴ Sponti-Sprüche 2011: 12.

¹³⁵ Nr. 2825 in Mieder 1983a.

verschwindet. Die Subjektivierung der Frauen wird auch dadurch voran getrieben, dass sie eine Erzählerstimme bekommt (durch eine kritische Aussage über die Männer konnte man vermutlich sagen, wem die Meinung gehört).

Mit Witz und Humor geschieht die Politisierung des Volksmundes. Eine ganze Reihe von ernsthaften, sozialpolitischen und sozialkulturellen Problemen werden humorvoll und spielerisch diskutiert, und zwar Feminismus bzw. Emanzipation und ihre Rolle für das öffentliche und Privatleben, die Kontrazeption und ihre soziale Bedeutung in «free choice» der Frauen, Frauen und Bevollmächtigung, Krise der klassischen Maskulinität und die Entstehung der Vielfältigkeit der Mannbilder (von Macho bis Mann mit Schwächen), so wie auch die Politisierung der Intimsphäre, Erscheinung der offensiven Sexualität und die Bedeutung des Vergnügens, so wie Variationen der sexuellen Praktiken. Außerdem verliert das «Tabuisieren» von Themen wie Intimität und Sexualität an Kraft und bekommt Resonanz im antisprichwörtlichen Diskurs.

Die weitere Analyse von Antisprichwörtern könnte zur Begründung der zahlreichen Dimensionen und der vielfältigen Facetten in Bereich der geschlechtlichen Repräsentationen führen. Sie sind wertvolle Indikatoren zur Beobachtung des sozialen Wandels. Deswegen sind die weiteren Untersuchungen in diesem neuen Feld wünschenswert.

References:

- Anti-Sprichwort. <http://www.worldlingo.com/ma/enwiki/de/Anti-proverb> (22.2.2016).
- Antisprichwörter. Ein Mann – kein Wort. http://www.myspace.com/projekt_sprichwort/photos/albums/album/1101755#mssrc=SitesPhotos_PP_Breadcrumbs_AP (21.1.2011).
- Sponti-Sprüche. https://www.fh-muenster.de/fb1/downloads/personal/Sponti-Spr__che.pdf (4.6.2016).
- Verdrehte Redewendungen... <http://www.chefkoch.de/forum/2,22,290611/Verdrehte-Redewendungen.html> (22.2.2017).
- Bem, S.L., 1993: *The Lenses of Gender. Transforming the Debate on Sexual Inequality.* New Haven: Yale Univ. Press.
- Bernstein, B., 1974: *Class, Codes and Control. Theoretical Studies Towards a Sociology of Language.* London: Routledge.
- Boronkai / Dóra / Litovkina, A.T., 2007: *Appreciation of Humor in Hungarian Anti-proverbs.* *Acta ethnographica Hungarica* 1: 105–134. Bourhis, R.Y. / Maass, A., 2005: 155. *Linguistic Prejudice and Stereotypes / Linguistisches Vorurteil und Stereotyp.* S. 1587–1602 in: U. Ammon (Hrsg.), *Sociolinguistics: An International Handbook of the Science of Language and Society.* Berlin: de Gruyter.
- Bruegel, P.: *Netherlandish Proverbs.* <http://www.artchive.com/artchive/B/bruegel/proverbs.jpg.html> (14.9.2010).
- Certeau, M.d., 2008: *The Practice of Everyday Life.* Berkeley, Calif.: Univ. of Calif. Press.
- Chiaro, M.G. / Wermke, M., 2002: *Zitate und Aussprüche. [Herkunft und aktueller Gebrauch].* Mannheim: Dudenverl.
- Dohler, J., 2011.29.01: *Spontisprüche – Blödsinn und Lebensweisheiten.* <http://www.suite101.de/content/spontisprueche---bloedsinn-und-lebensweisheiten-a99508> (21.2.2017).
- Dow, B.J. / Wood, J.T. (Hrsg.), 2006: *The SAGE Handbook of Gender and Communication.* Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Dundes, A., 1981: *On the Structure of the Proverb.* S. 43–64 in: W. Mieder / A. Dundes (Hrsg.), *The Wisdom of Many. Essays on the Proverb.* New York, NY: Garland.
- Dundes, A. / Stibbe, C.A., 1981: *The Art of Mixing Metaphors. A Folkloristic Interpretation of the “Netherlandish Proverbs” by Pieter Bruegel the Elder.* Helsinki: Suomal. Tiedeakat.

- Fuchs, T.: Frauen bellen aber beißen nicht! <http://go-with-us.de/online-promotion/frauen-bellen-aber-bei%20%9Fen-nicht> (22.2.2015).
- Funke, M., 1911: Sind Weiber Menschen? Mulieres homines non sunt. Studien und Darlegungen auf Grund wissenschaftlicher Quellen. Baden-Baden: Spies.
- Glenk, E.M.F., 1999: Die Frau im Spiegel deutscher Sprichwörter. *Pandaemonium Germanicum* 3: 241–257.
- Glenk, E.M.F., 2000: Die Funktion der Sprichwörter im Text. Eine linguistische Untersuchung anhand von Texten aus Elfriede Jelineks Werken. Wien: Ed. Praesens.
- Goodwin, P.D. / Wenzel, J.W., 1981: Proverbs and Practical Reasoning. A Study in Socio-Logic. S. 140–160 in: W.Mieder / A. Dundes (Hrsg.), *The Wisdom of Many. Essays on the Proverb*. New York, NY: Garland.
- Gossler, E., 2005: Besser Arm dran als Bein ab. Anti-Sprichwörter und ihresgleichen. Wien: Ed. Praesens.
- Havlin, Tetiana (2012): Socio-cultural Changes of the Female and Male Representations in the German Proverbial and Anti-proverbial Contexts. In: Rui João Baptista Soares und Outi Lauhakangas (Hg.): *5º Colóquio Interdisciplinar sobre Provérbios*. Tavira: AIP-IAP, S. 295–309.
- Heller, M., 2005: 154. Language and Identity. S. 1582–1587 in: U. Ammon (Hrsg.), *Sociolinguistics: An International Handbook of the Science of Language and Society*. Berlin: de Gruyter.
- Hrisztova-Gotthardt, H. / Litovkina, A.T. / Barta, P. / Vargha, K., 2009: Paronomasie oder wie ein Sprichwort zum Antisprichwort wird. *Acta ethnographica Hungarica* 54: 77–94.
- Hymes, D., 2009: Models of the Interaction of Language and Social Life. S. 1–39 in: N. Coupland / A. Jaworski (Hrsg.), *The Sociolinguistics of Culture. Critical Concepts in Linguistics*. London: Routledge.
- IMDb: Eric Rohmer. Comédies et proverbes. <http://www.imdb.com/name/nm0006445/> (6.12.2015).
- Kirschenblatt-Gimblett, B., 1981: Toward a Theory of Proverb Meaning. S. 111–121 in: W. Mieder / A. Dundes (Hrsg.), *The Wisdom of Many. Essays on the Proverb*. New York, NY: Garland.
- Komenda-Earle, B., 2009: Sprichwörter und Antisprichwörter. Kultur und (Anti)Kultur? *Colloquia Germanica Stetinensia* 16: 169–179.
- König, R., 2010: «Schwul zu sein bedarf es wenig ...». <http://www.freitag.de/community/blogs/sexpover/ralf-koenig-schwul-zu-sein-bedarf-es-wenig-> (1.3.2017).
- Lewandowska, A., 2008: Sprichwort-Gebrauch heute. Ein interkulturell-kontrastiver Vergleich von Sprichwörtern anhand polnischer und deutscher Printmedien. Univ., Diss.--Halle-Wittenberg, 2005. Bern: Lang.
- Litovkina, A.T., 2007: Introduction: Anti-proverbs in Contemporary Societies. *Anti-proverbs in Contemporary Societies. Acta ethnographica Hungarica* 52: 3–16.
- Litovkina, A.T. / Vargha, K. / Barta, P. / Hrisztova-Gotthardt, H., 2007: Most Frequent Types of Alteration in Anglo-American, German, French, Russian and Hungarian Anti-proverbs. *Acta ethnographica Hungarica* 52: 47–103.
- Margolis, L.: Jungs, die bellen, beißen nicht. <http://www.hoerbuecher.com/hoerbuecher/jugend-und-kinder/jungs-die-bellen-beissen-nicht> (22.2.2011).
- Mieder, W., 1983a: *Antisprichwörter*. Wiesbaden: Verl. für deutsche Sprache.
- Mieder, W. (Hrsg.), 1983b: *Deutsche Sprichwörter in Literatur, Politik, Presse und Werbung. Mit zahlreichen Abbildungen*. Hamburg: Buske.
- Mieder, W., 1998: *Verdrehte Weisheiten. Antisprichwörter aus Literatur und Medien*. Wiesbaden: Quelle & Meyer.
- Mieder, W. / Litovkina, A.T., 1999: *Twisted Wisdom: Modern Anti-Proverbs*. Vermont: De Proverbio.

- Mieder, W., 2004: Proverbs. A Handbook. Westport, Conn., London: Greenwood.
- Mieder, W., 2006: «Andere Zeiten, andere Lehren». Sprichwörter zwischen Tradition und Innovation. Baltmannsweiler: Schneider-Verl. Hohengehren.
- Mieder, W., 2007: Anti-Proverbs and Mass Communication. The Interplay of Traditional and Innovative Folklore. Acta ethnographica Hungarica 52: 17–45.
- Mieder, W., 2010: «Spruchschlösser (ab)bauen». Sprichwörter, Antisprichwörter und Lehnspriechwörter in Literatur und Medien. Wien: Praesens-Verl.
- Mieder, W. / Litovkina, A.T., 1999: Twisted Wisdom: Modern Anti-Proverbs: De Proverbio.
- Näser, W., 2000: Allerlei Nonsens-, Anti-, Demo-Sprüche und sonstige Weisheiten. <http://www.staff.uni-marburg.de/~naeser/sponti.htm> (21.1.2017).
- Palm, C., 1997: Phraseologie. Eine Einführung. Tübingen: Narr.
- Prędota, S., 2007: Phonische Mittel Bei Niederländischen Antisprichwörtern Im Internet. Acta ethnographica Hungarica 1: 235–243.
- Reznikov, A /Mieder, W., 2009: Old Wine in New Bottles. Modern Russian Anti-proverbs. Burlington: Uni of Vermont.
- Rittersbacher, C., 2002: Frau und Mann im Sprichwort. Einblicke in die sprichwörtliche Weltanschauung Großbritanniens und Amerikas. Heidelberg: Wunderhorn.
- Rutkowski, N., 2006: Rezension: Sprache in modernen Medien. Eine Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen. Schmitz, Ulrich. http://www.linse.uni-due.de/linse/rezensionen/buecher/Rezension_moderne_Medien.html (28.4.2017).
- Schipper, M., 1996: Eine gute Frau hat keinen Kopf. Europäische Sprichwörter über Frauen. München: Dt. Taschenbuch.
- Schipper, M., 2003: Never Marry a Woman With Big Feet. Women in Proverbs From Around the World. New Haven: Yale University Press.
- Schmitz, U., 2005: 157. Sprache und Massenkommunikation. S. 1615–1627 in: U. Ammon (Hrsg.), Sociolinguistics: An International Handbook of the Science of Language and Society. Berlin: de Gruyter.
- Seitel, P., 1981: Proverbs: A social Use of Metaphor. S. 122–139 in: W. Mieder / A. Dundes (Hrsg.), The Wisdom of Many. Essays on the Proverb. New York, NY: Garland.
- Sponti-Sprüche. https://www.fh-muenster.de/fb1/downloads/personal/Sponti-Spr__che.pdf (4.6.2014).
- Steingart, G., 2011: Das ist doch nicht normal. Wie sich die Verlässlichkeit aus unserem Leben verabschiedet. Der Spiegel 10: 136–137.
- Taylor, A., 1981: The Wisdom of Many and the Wit of One. S. 3–9 in: W. Mieder / A. Dundes (Hrsg.), The Wisdom of Many. Essays on the Proverb. New York, NY: Garland.
- Vargha, K. / Litovkina, A.T., 2007: Proverb is as Poverb Does: A Preliminary Analysis of a Survey on the Use of Hungarian Proverbs and Anti-proverbs. Acta ethnographica Hungarica 52: 135–155.
- Verdrehte Redewendungen... <http://www.chefkoch.de/forum/2,22,290611/Verdrehte-Redewendungen.html> (22.02.2015)
- Wander, K., 2010: Deutsches Sprichwörter-Lexikon. Wander-1867 - Zeno.org. <http://www.zeno.org/Wander-1867> (21.10.2016). Auch Wander, K.F.W. (Hrsg.), 2008: Deutsches Sprichwörter-Lexikon. 250000 Sprichwörter und Redewendungen ; mit Referenzen zu Wendungen in anderen Sprachen; CD-ROM. Berlin: Directmedia Publ.
- Węglika, K.: Deutsche Antisprichwörter. http://www.filo.pl/niemiecki/art/deutsche_antisprichwoerter/4/7/29/333/3 (21.1.2016).
- Пермяков, Г.Л., 1988: Основы структурной паремииологии. Москва: Наука.
- Хавлин (Склярчук), Т.В., 2005: Гендерные роли как символические и знаковые системы социо-культурного развития: методологический подход. *Соціологічні дослідження. Збірник наукових праць* 5, С. 111–119.

Havlin T. Gender Representations in the Everyday Culture of Germany: Between Traditional and Contemporary Images.

The main purpose of the given paper is a comparative analysis of proverbs and anti-proverbs related to gender representations. As a complex normative matrix, the concept of gender demonstrates a range of socio-cultural transformations which have marked the transition from traditional to modern societies. Proverbs stand for tradition and reflect everyday thinking in the historical context; anti-proverbs have appeared in the late 20th century and, as a rule, ridicule a mundane way of thinking depicted in the wisdom of proverbs. Such categories as gender representations and gender differences serve as a lens in the analysis of German historical proverbial and modern anti-proverbial contexts. Based on the empirical corpus of around 2500 proverbs and anti-proverbs, following changes in gender representations can be observed:

- Modification of traditional aggressive and offensive masculinity to modern multi-liberal masculinities;*
- Change from conventional prescribed female passiveness (being silent, to obey and to follow men) to active social positioning of women (attaining narrator voice, being capable to lead and to manage independently);*
- Transition from tabooing such subjects as sexuality and intimacy in the proverbial narrative to the large resonance depicting sexual practices in the anti-proverbs;*
- Evolution from politically indifferent proverbs into anti-proverbs sensitive to political context which involves feminism, emancipation, gender inequality and other gender matters. Family orientation, male dominance, and female objectification could be marked as similarities in respect of proverbs and anti-proverbs.*