

„Positiv denkende, natur- und kulturbegeisterte NR sucht passende SIE“

Partizip I und II in Kontaktanzeigen

Abstract

Partizipien und Adjektive gehören zu Sprachmitteln, die bei der Personendarstellung zur Beschreibung des Äußeren, der Interessen und der geistigen Welt in spezifischen Textsorten (hier: in Kontaktanzeigen lesbischer Frauen im Alter über 50 Jahre) verwendet werden. Im Vergleich zum Adjektiv kann das Partizip die zeitliche Dimension einer Eigenschaft oder der Lebenserfahrung ausdrücken; auf diese Weise können Sprechende den Wert der jeweiligen Eigenschaft oder Lebenserfahrung hervorheben. Das Partizip wird in bestimmten Kontexten bevorzugt, denn es kann die persuasive und appellative Funktion des Textes intensivieren. Die Autorin dieses Beitrags analysiert Motive und Strategien des Partizip-Usus¹ aus pragmalinguistischer Perspektive in 100 Kontaktanzeigen in der deutschen Frauenzeitschrift ‚EMMA‘.

Schlüsselwörter

Textsorte Kontaktanzeige, Lesbe, Partizip, pragmalinguistische Analyse, EMMA (Frauenzeitschrift)

1 Einleitung

Die Kontaktanzeigen (weiter auch KA) sind Anzeigen, in denen Inserierende nach Partnerinnen oder Partnern suchen. Schindler bezeichnet Kontaktanzeigen als „das Enkelkind der Heiratsanzeige“ (Schindler 2002, S. 154). Die Bezeichnung *Kontaktanzeige* verweist zwar „auf die Diversifizierung der Zielsetzung“ (ebenda), allerdings sind „Liebes- oder Lebensgemeinschaften oder auch Hochzeiten ausdrücklich nicht ausgeschlossen, sondern sogar erwünscht“, stellt Jo Reichertz in seiner Studie über Kontaktanzeigen in Stadtmagazinen fest (Reichertz 1991, S. 251).

Im Laufe der letzten Jahrzehnte wurde die ursprüngliche Bezeichnung *Heiratsanzeige* zum sprachlichen Historismus – der aktuelle Sprachgebrauch spiegelt die veränderten Stellungen zur Ehe als einer zweckorientierten Institution wider. In dem vorliegenden Text werden Kontaktanzeigen von Frauen suchenden Frauen analysiert; trotz der aufgelockerten gesetzlichen Lage, die gleichgeschlechtliche Ehen heute möglich macht, wurde im 100 Kontaktanzeigen umfassenden Korpus kein Heiratswunsch direkt oder indirekt geäußert.¹

Der Stil und die Lexik der Kontaktanzeigen wird durch die Kontakt- und Appellfunktion geprägt. Wie erfolgreich die KA sind, wurde noch in den 1970-80er Jahren nach der Anzahl der Reaktionen gemessen. Dabei sollte die (methodisch schwierig erfassbare) „Originalität“ der Kontaktanzeigen eine entscheidende Rolle spielen (vgl. den Terminus „Originalität“ in Stolt/Trost 1976, zitiert in Beckmann/König 1995, Rutkowski 2003, Pallová 2007, Peštová 2010 u. a.). Hierzu bemerkt Reichertz, dass die Bemühung um Originalität und Unterschied-

¹ Die standesamtliche Verbindung gleichgeschlechtlicher Paare wurde in Tschechien im Jahre 2006, in Deutschland im Jahre 2010 legitimiert.

lichkeit aus dem auf die Individualität ausgerichteten öffentlich-politischen Diskurs der 1960er Jahre entspringe (Reichertz (1991, S. 252).

Jedenfalls tritt dieser Trend in den gedruckten Medien zugunsten von Präzisierungen der Selbst- und Partnerdarstellungen in den letzten Jahrzehnten wieder stark zurück. Meiner Ansicht nach sind Faktoren wie die zunehmende Vermarktung der Partnersuche durch Vermittlungsbüros, ihr Einfluss auf die Formulierungsstandards in den gedruckten Medien und nicht zuletzt die steigenden Preise der gedruckten Kontaktanzeigen daran beteiligt. So gab es auch in meinem Korpus lediglich zwei KA, die als originell bezeichnet werden können:

- *Frau (43) quadratisch praktisch gut sucht Schokoladenfabrikantin ;-)* (1)
- *Ich würde mich nehmen! Und du?* (2)

In der Anzeige Nr. 1 wird die Personendarstellung mit Hilfe eines bekannten Slogans der Ritter-Schokolade vermittelt. Der übertragene Sinn der Anzeige könnte mit den Worten *praktisch denkend und handelnd, mit Sinn für Realität und du wirst mich mögen* ausgedrückt werden. In der Anzeige Nr. 2 liegt die Originalität in der Verletzung der Subjekt-Objekt-Valenz des Idioms *etw. nehmen* in der Bedeutung ‘etwas akzeptieren’, ‘etwas annehmen’. Überraschenderweise wird die Tätigkeit auf das Subjekt zurückbezogen. Die Autorin teilt eigentlich nichts anderes über sich mit, außer dass sie eine selbstbewusste Person sei.

Die anderen 98 KA enthalten mehr oder weniger genaue Informationen über die Inserentinnen bzw. ihre Vorstellungen von der Partnerin und Partnerschaften; die Sprache ist durch Expressivität und Emotivität gekennzeichnet. Nach Schwarz-Friesel beeinflussen die Emotionen die Produktion und Rezeption aller Texte (Schwarz-Friesel 2007, S. 2), und eine „Textanalyse enthält immer eine Interpretation“ in Hinsicht auf Emotionen (Vaňková/Wolf 2010, S. 16). Emotionen können z. B. aus der Änderung von Satzzeichen wie in der KA Nr. 1 (oben) abgelesen werden. Im Unterschied zu der bekannten Ritter-Werbung löscht die Inserentin die Punkte zwischen *Praktisch. Quadratisch. Gut*. Das kann das Lesen beschleunigen und ein Bild einer Autorin evozieren, die – über die genannten Qualitäten hinaus – auch noch *Schwung hat, zügig handelt* und eventuelle *Probleme an der Wurzel anpackt*.

Pragmatisch-linguistische Analysen der Kontaktanzeigen wären nur schwierig durchführbar, wenn Analysierende ihr kulturspezifisches kognitives Wissen nicht zur Geltung bringen könnten. Den wissenschaftlich relevanten Kategorien wie Alter, Aussehen, Hobbys etc. liegen orts-, kultur- und zeitbedingte Konzeptualisierungen zu Grunde. Diese Konzepte reflektieren und prägen gleichzeitig unsere Wahrnehmungsperspektiven und folglich unser Verhalten (Vaňková et al. 2005, S. 97f.). Auch Wertvorstellungen werden von konkreten Kulturen geprägt (vgl. Schwarz-Friesel 2007, S. 231 zum Konzept *schön*, Zhang 2007 zum Konzept *gesund* u. a.). Bei Überlegungen zur Rolle des Partizips in den Kontaktanzeigen kann mithin gefragt werden, ob bzw. inwieweit auch Partizipien zu den Sprachmitteln der Konzeptualisierungen gehören.

2 Das ‚EMMA‘-Korpus

Die Zeitschrift ‚EMMA‘ hat den Untertitel ‚Das politische Magazin von Frauen‘ und enthält Artikel, Berichte und Analysen zu Politik, Gesellschaft, Kultur, Sport etc. Im Internet ist ‚EMMA‘ unter www.emma.de abrufbar. Bei der Bearbeitung der Themen ist man meistens um Objektivität bemüht; es wird gründlich recherchiert und analysiert. So könnte ‚EMMA‘ als eine Art „Spiegel für emanzipierte Frauen“ angesehen werden. In Tschechien gibt es seit

2010 eine stark intellektuell ausgerichtete Zeitschrift ‚FEMA‘, die leider aus finanziellen Gründen eine viel kleinere Lesergemeinde beliefert.²

‚EMMA‘ wird seit 1977 herausgegeben. Im Jahre 2012 sind es sechs Exemplare pro Jahr; ein ‚EMMA‘-Heft kostete im Jahre 2012 9,80 Euro. Die Seite ‚Kleinanzeigen‘ ist auf die Rubriken ‚Reisen‘, ‚Dies und das‘, ‚Schöner wohnen‘, ‚Praktikum‘, ‚Freundschaft‘, ‚Kunterbunt‘, ‚Frau sucht Frau‘ und (ganz selten) ‚Frau sucht Mann‘ aufgeteilt. In den deutschsprachigen Ländern war ‚EMMA‘ überhaupt die erste Zeitschrift, die die Integrierung von Lesben öffentlich und systematisch unterstützte. Bei den KA in der Rubrik ‚Frau sucht Frau‘ ist die lesbische orientierte Inserentin erwartbar; diese Kategorie wird jedoch selten, und wenn, dann indirekt versprachlicht. Der Ausdruck *Lesbe/lesbisch* tritt lediglich in sechs von den 100 fokussierten Anzeigen auf.

Die vorliegende Probe bestand aus 100 Anzeigen in der Rubrik ‚Frau sucht Frau‘. Nach dem Zufallsprinzip (durch Verlosung) wurde unter den Jahrgängen 2002–2012 der Jahrgang 2009 gewählt. Sieben ‚EMMA‘-Exemplare des Jahrgangs 2009 und eines vom Frühling 2010 ergaben die geplante Anzahl von 100 kontinuierlich nacheinander folgenden KA, ein kleines Korpus mit entsprechenden Parametern, wie sie bei Kratochvílová/Wolf (2010) zusammengefasst sind.

3 Partizipien aus der Sicht der Wortbildung

Die Suche in dem 2009-Korpus mit 100 Kontaktanzeigen lieferte 110 Partizipien Präsens und Perfekt, die bei der Personendarstellung verwendet wurden. Es kamen einfache Formen sowie Wortbildungen vor. Dazu einige Beispiele (ohne Flexion und Kontext):

1. Einfache Formen (Verbstamm mit Zirkumfix *ge-... -t/-en* bzw. Flexionssuffix *-end*): *geschult, geöffnet, denkend, lebend, leitend* etc.
2. Partizipialkomposita mit nominalem Erst- und partizipialem Zweitglied: *junggeblieben* (neben der Getrennschreibung *jung geblieben*)³, *breitgefächert, gleichgesinnt, selbstbestimmt, wertschätzend, freischaffend, lebensbejahend, ortsgebunden, naturverbunden* etc.
3. Präfigierungen wie *ungebunden, verpartnert, aufgeschlossen*. Ein Sonderfall ist *beherzt*: von der Wortbildung her trägt diese Lexikalisierung Merkmale eines Partizips (vgl. *bestuhlt*), wobei die verbale Basis **beherzen* fehlt.
4. An der Grenze zwischen Zusammensetzungen und Suffigierungen sind m. E. Wortbildungen wie *kunst-/musik-/tanzbegeistert* zu positionieren. Im Vergleich zu Partizipkomposita sind diese doch anders als im Punkt 2 aufzufassen; das Partizip übernimmt eine suffixähnliche Funktion und wird wortfähig. Ein abgesonderter Wörterbuchartikel *-begeistert*, ähnlich wie *-bedingt, -bezogen, -orientiert*, wäre gut vorstellbar; vgl. aber die Eingliederung in Komposita bei Fleischer/Barz (2012, S. 321 und 325f).

Zur Auffassung der Partizipien als Lexikon-Artikel sei noch bemerkt, dass sie in verschiedenen Quellen sehr uneinheitlich erscheint. Aufgrund ihrer Tragweite verdient die Problematik eine spezifizierte Abhandlung mit einer Systematisierung der Merkmale, nach denen Wörterbuchartikel gebildet werden (zur Fragestellung vgl. Wellmann 2012). Eine Kontrollprüfung im ‚Langenscheidt Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache‘ (2008) ergab die Eintragungen *-bedingt, -bezogen, -orientiert* als Halbsuffixe mit Angaben über die Produktivität und

² Siehe <http://femamagazin.wordpress.com> [letzter Zugriff am 10. 7. 2012].

³ Je nach dem, welche Perspektive bevorzugt wird, kann diese Wortbildung als Kompositum oder Zusammenrückung/Konversion betrachtet werden.

mit Beispielen. Im ‚PONS-Wörterbuch‘ (2004) hingegen steht das Wörterbuchartikel *bedingt* nur als Adjektiv; für *-bezogen* gibt es keine Angaben. Drei Beispiele für *-orientiert* stehen in ‚PONS‘ am Ende der Eintragung *orientieren*.

4 Das Partizip in Konkurrenz zum Adjektiv

Die Partizipien traten im Korpus in folgenden Satzgliedstellungen auf:

- als Adjektivierungen in attributiver Position: *mit meinen 6 gelebten Jahrzehnten; menschlich gereifte Frau; wo steckt die sich selbst mögende, lachende Lesbe; freischaffende Künstlerin; [ich suche] Freundin mit etwa passender Statik* etc.;
- in adverbialer und prädikativer Position, auch elliptisch ohne Hilfsverb: *studiert; vielseitig interessiert; ungebunden; gepflegt; bin gespannt; (als Lesbe) verdeckt lebend* (das Partizip Perfekt steht hier vor einem Partizip Präsens); *wenn du dich angesprochen fühlst; (...) die der Seele der anderen verbunden bleibt* etc.⁴
- als infinite Verbform im Prädikat mit Hilfsverb: *zwei Langzeitbeziehungen haben meinen Verstand geschult und mein Herz geöffnet; wie (...) schon besungen hat; (...) die wie ich viel durchgemacht hat; ein Miteinander, in dem Vertrauen, Interesse und Achtsamkeit gelebt werden* etc.

Das Partizip im adjektivischen Gebrauch konkurriert in den Kontaktanzeigen mit dem Adjektiv. Eisenbergs Stellungnahme „Es liegt nahe, das Partizip 1 aus dem verbalen Paradigma herauszunehmen und es als deverbales Adjektiv anzusehen“ vertreten mehrere Forschende (Eisenberg 2000, S. 193f.; vgl. Zifonun/Hoffmann/Strecker et al. 1997, S. 2205f.; Hentschel/Weydt 1994, S. 129; Weber 2000, S. 118f. etc.). Einige stark lexikalisierte Partizipien finden kein entsprechendes adjektivisches Äquivalent, wie weiter unten auch gezeigt wird (dazu Dixon in Handwerker/Madlener/Möller 2004, S. 89).

5 Zur Semantik der Partizipien in ‚EMMA‘-Kontaktanzeigen

Der Semantik eines Partizips liegt die des jeweiligen Verbs zu Grunde; bei der Erläuterung der Bedeutung kann das Partizip als eine (für die Textsorte KA typische) syntaktische Konstruktion angesehen werden und die Gesamtbedeutung aus der Bedeutung der Teile, d. h. des Kopulaverbs und Partizips, z. B. *ist + gleichgesinnt*, erklärt werden (Weber 2000, S. 119). Dabei ist interessant zu verfolgen, warum das Partizip in der jeweiligen Position vorgezogen wurde und was es über ein Adjektiv hinaus ausdrücken kann. Aus dieser Perspektive können folgende Fälle betrachtet werden:

- Das Partizip ist als stark lexikalisierte oder terminologisierte Bezeichnung des gg. Zustands in Gebrauch: *erwachsen, pensioniert, freischaffende (Künstlerin)* etc. Eventuelle Umformulierungen würden vage oder gar schwerfällig klingen, z. B. müsste *nie verheiratet* durch die umständliche Umschreibung *ich hatte nie einen Ehemann/eine eingetragene Partnerin*⁵ ersetzt werden.

⁴ Je nach syntaktischer Auflösung der Partizipien sind die beiden letztgenannten Konstruktionen auch zur nachfolgenden Gruppe zu zählen.

⁵ Betr. die ‚EMMA‘-Anzeigen – eine Frau kann entweder heiraten oder – im Falle einer gleichgeschlechtlichen Beziehung – eine eingetragene Partnerschaft schließen.

- Das Partizip wird bevorzugt, denn es verstärkt die Wirkung der Äußerung. Die Charakteristik *naturverbunden* signalisiert eine enge Beziehung zu der Natur; durch eine eventuelle Paraphrase, etwa *ich mag/liebe die Natur*, wird die wörtliche Verbundenheit ausgeblendet. *Kulturell und sozial engagiert* kann für Interessierte überzeugender klingen als evtl. *kulturell und sozial tätig*, weil das Engagement mit mehr emotionaler Teilnahme assoziiert werden kann.
- Das Partizip wird bevorzugt, da es im Unterschied zum Adjektiv eine Zeit-Dimension bzw. Aspektualität impliziert, die einmal den prozessualen Charakter, ein anderes Mal die Perfektivität, die Einmaligkeit, zeitliche Unbegrenztheit des Merkmals etc. hervorheben kann. So kann aus der Sicht der Inserentin die Wahl des Partizips in der Wortverbindung *menschlich gereift* den Prozess des Reifens und dessen Vollendung transparenter als *menschlich reif* vermitteln. Weitere Belege werden unten behandelt.
- Das Partizip wird bevorzugt, weil es der angestrebten Sprachökonomie der KA entspricht: *[bin] musik- und kunstbegeistert*. Das vereinfacht auch die Aneinanderreihung von Eigenschaften.

86 von insgesamt 110 Partizipien in dem vorliegenden Korpus sind Partizipien Perfekt (P II). Bei Überlegungen zum Aspekt und Tempus bei Partizipien gehen wir vom ‚Duden‘ aus: das Partizip I „kennzeichnet das mit dem Verb genannte Geschehen oder Sein als ablaufend (...), dauernd, unvollendet“; mit dem Partizip II „wird im Allgemeinen angegeben, dass ein Geschehen oder Sein vollendet ist, dass aber das Ergebnis als Zustand in der vom Finitum genannten Zeit andauert und nachwirkt“ (Duden 4, 1998, S. 191–192). Weber zitiert Marilier, die „zum Ergebnis [kommt], dass zwischen den Partizipien keine Tempusopposition besteht, sondern dass ‚beide Partizipien [...] mit der Aspektopposition Imperfekt/Perfekt verbunden zu sein [scheinen]“ (Weber 2000, S. 121).

Die letztgenannte perfektive Funktion des P II spielt in den Kontaktanzeigen eine wesentliche Rolle. Etwas zugespitzt formuliert: Ohne P II wären einige KA nicht zustande gekommen. Einer der Gründe liegt auf der Hand: in Bezug auf das Durchschnittsalter der Inserentinnen (54,3 Jahre) werden mit P II Aspekte und Umstände ausgedrückt, die Inserierende als vollzogen, stabilisiert, zu ihrem Leben fest gehörig wahrnehmen: *diszipliniert, studiert, selbstbestimmt*, aber auch *ungebunden, den weltlichen Genüssen zugetan, mit Ängsten und Nöten existenzieller Fragen vertraut*. Die Verwendung des P II kann signalisieren, dass die Inserentin in der jeweiligen Hinsicht eher *nicht* auf Kompromisse eingehen würde: *an den Raum x gebunden* klingt sehr einschränkend und wäre als Beschreibung des Zustands ohne Partizip II nur schwierig paraphrasierbar.

Partizipien I werden vor allem dort verwendet, wo die aktuelle Situation mit Nachdruck vermittelt wird: *[als Lesbe] verdeckt lebend, Reisende zwischen Ost und West, mit meiner 54-jährigen silbernen Mähne sehe ich gerade umwerfend aus*. Prägnanter als andere Sprachmittel drücken die Partizipien I die Dauerhaftigkeit, zeitliche Unbeschränktheit einer Lebenseinstellung oder einer Charaktereigenschaft aus: *positiv und sozial denkend und handelnd, lebensbejahend*.

Mit Partizipialkonstruktionen werden in den ‚EMMA‘-Anzeigen folgende Wortfelder versprachlicht:

1. Alter, Familienstand, Beruf, Ausbildung, soziale Lage. Hier kommen insbesondere stark lexikalisierte P II und P I (wie oben angeführt) vor.
2. Aussehen, Temperament, Vitalität. In den Schilderungen des Äußeren bilden die Adjektive *jung/jünger* mit Partizipien I *aussehend* oder *wirkend* einen „milderer“ Gegenpol zum Partizipialkompositum II *junggeblieben*. Mit Partizip Präsens schildern die Inserentinnen, wie

sie gerade jetzt aussehen. Ob es dabei bleibt oder nicht, machen sie nicht zum Thema. Andere Inserentinnen versuchen mit Hilfe des Partizips Perfekt *junggeblieben*, auch durch die Adverbialbestimmung *innen + außen* (6 Auftritte) verstärkt, die Naturgesetze zu entkräften; denn es bleibt bekanntlicherweise nichts in der Welt jung. Eine solche Ausdrucksweise stimmt mit den Regeln des heutigen Schönheitsdiskurses überein: das Älterwerden ist quasi keine natürliche Erscheinung mehr, sondern eine Bedrohung, und die Aktivitäten in dieser Richtung werden als ein fortdauernder *anti-aging*-Kampf dargestellt. Diese Inserentinnen sehen sich als Siegerinnen; sie berichten über den erwünschten, erreichten und einmal für immer konservierten Zustand ihres Äußeren. In ihrer Auffassung geht es um keine „Ausstrahlung“ (etwa wie bei *jung wirkend*), keine Scheinsache, sondern – wie sie davon überzeugt sind – „es ist die Realität!“ Das Partizip II kann sich viel resoluter und endgültiger anhören, und es könnte wohl auch ziemlich überzeugend wirken.

3. Eigenschaften, die die Inserentin von ihrem Gegenüber mehr oder weniger strikt, bzw. umfassend erwartet: *diszipliniert, gepflegt, kultiviert*. Adjektivische Synonyme wären etwa *ordentlich, sauber, vornehm, stilvoll*, allerdings auch hier bieten sich Partizipien an, wie *ordnungsliebend, (wohl)geordnet, gesittet, beherrscht, distinguiert, ausgewogen* u. v. a.⁶
4. Im Wortfeld „Hobbys“ erscheinen Adjektive wie *sozial, kulturell, musisch, (sehr) vielseitig* in Wortgruppen mit den Partizipien *interessiert, engagiert, orientiert*. Die Partizipien *begeistert* und *verbunden* werden entweder in Wortbildungen wie *kunst-/tanz-/musik-begeistert* oder *naturverbunden* verwendet.
5. Einstellung oder (Lebens-)Erfahrung, die die Persönlichkeit, ihr Handeln und die Wahl der Partnerin geprägt hat. So projizieren sich Frauen in den KA als *selbstbestimmt*; das Gegenüber sollte *aufgeschlossen, gleichgesinnt, unkompliziert* sein. Es wird nach einer *ebenfalls beherzten Partnerin* und *einer Partnerschaft mit zugewandter Nähe* gesucht.

6 Fazit und Ausblick auf weitere Forschungen

Die Partizipien I und II stellen ein wesentliches, zum Teil unersetzliches sprachliches Instrument der Selbst- und Partnerdarstellung in der Textsorte Kontaktanzeige dar. Außer lexikalisierten Partizipien wie *verheiratet, erwachsen* oder *freischaffend* treten in den KA Partizipien als Konkurrenzformen der Adjektive vor allem dort auf, wo der Aspekt der Vollendung, Dauerhaftigkeit, zeitlicher Unbegrenztheit etc. bei jeweiliger Eigenschaft, Einstellung, Aktivität oder Erfahrung zur Geltung kommen soll. So kann z. B. der Ausdruck *kultiviert* prägnanter als *stilvoll* den vorangegangenen Prozess der Kultivierung andeuten und seinen Wert hervorheben; die Information *an Raum x gebunden* teilt prägnanter als jede andere Formulierung mit, dass die Inserentin nicht beabsichtigt ihren Wohnort zu wechseln.

Die Inserierenden präsentieren sich – logischerweise – mehr oder weniger positiv. Sie sehen sich gerne als aktiv, lebenslustig, voller Tatendrang. Zu ihrem Image gehört, dass sie *sehr vielseitig interessiert, kulturell und sozial engagiert* sind, sich *innen + außen junggeblieben* fühlen, mit der Freundin/Partnerin *noch viel erleben* möchten; eine der Inserentinnen ist *DER Frau noch nicht begegnet*. Die am meisten verwendeten Partizipien sind (*vielseitig/kulturell*) *interessiert* (12 Treffer), *naturverbunden* (7 Treffer), *gebildet* (5 Treffer), (*innen + außen*) *junggeblieben* (5 Treffer). Inserentinnen drücken ihre Beziehung zu Personen oder Tätigkeiten mit dem Partizip von *binden* aus: *-verbunden, verbunden, gebunden* und *ungebunden* ergaben 14 Verwendungen.

⁶ In <http://www.synonymwoerterbuch.de> [letzter Zugriff am 10. 7. 2012].

Es wären umfangreichere sozial-, alters- und ländervergleichende Studien notwendig, um eine Schlussfolgerung hinsichtlich des Profilbildes der Inserentin ziehen zu können. Ein flüchtiger Blick auf die tschechischen Kontaktanzeigen (z. B. in <http://www.seznamka.cz/seznameni/ona-hleda-ji>, www.lesba.cz etc.) wirft noch einige zu prüfende Hypothesen auf:

- viel öfter als Deutsche verwenden tschechische Lesben abschwächende sprachliche Strategien und Instrumente wie Humor, „Smileys“, umgangssprachliche Ausdrücke, Satzzeichen (drei Punkte am Satzende) etc., um ihre sexuelle Veranlagung gegenüber der Öffentlichkeit zu rechtfertigen;
- einige stilistische Merkmale lassen vermuten, dass tschechische Lesben sich einsamer fühlen und ihr Vertrauen in feste Beziehung deutlich bescheidener ist – unter anderem auch weil es in Tschechien kein Medium mit Kontaktanzeigen-Rubrik und vor allem mit Tradition wie ‚EMMA‘ gibt, um diese Zielgruppe zusammenzubringen.

Es fehlen uns tschechisch-deutsche vergleichende pragmlinguistische Studien auf diesem Forschungsfeld. Sie sind als ein wichtiger Beitrag der tschechischen Sprachwissenschaft zu unserem Wissen über die tschechische Gesellschaft und die Lebensqualität dieser Minderheit aufzufassen.

Quelle

EMMA Frauenverlag GmbH, Köln, www.emma.de: EMMA Januar/Februar 2009, S. 109, März/April 2009, S. 106, Mai/Juni 2009, S. 106, Juli/August 2009, S. 106, September/Oktober 2009, S. 106, November/Dezember 2009, S. 105, Januar/Februar 2010, S. 154.

Literatur

BECKMANN, Susanne/KÖNIG, Peter-Paul: Wie ein Textmuster entsteht. In Grazer Linguistische Studien 44, 1995, S. 1-14. http://www.uni-graz.at/ling2www_gls44_beckmann.pdf [letzter Zugriff am 7. 7. 2013].

BRESSON, Daniel/DALMAS, Martine (Hrsg.): Partizip und Partizipialgruppen im Deutschen. Tübingen: Gunter Narr 1994.

DIXON, Robert Malcom Ward: Adjective classes in typological perspective. In: DIXON, Robert Malcom Ward/AIKHENVALD, Alexandra Yurievna (Hrsg.): Adjective classes. A cross-linguistic typology. Oxford: Oxford University Press 2004, S. 1–49.

Duden. Die Grammatik. Band 4. Mannheim – Leipzig – Wien – Zürich: Dudenverlag 1998.

EISENBERG, Peter: Grundriss der deutschen Grammatik. Das Wort. Stuttgart: Metzler 2000.

FLEISCHER, Wolfgang/BARZ, Ingrid: Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Berlin – New York: de Gruyter 2012.

Langenscheidt Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache. Berlin – München: Langenscheidt 2008.

HANDWERKER, Brigitte/MADLENER, Karin/MÖLLER, Max: Wortbedeutung und Konstruktionsbedeutung. Die Adjektiv-Partizip-Opposition aus der Perspektive des Deutschen als Fremdsprache. In: Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung, Sonderheft 7, 2004, S. 85–120.

- HENTSCHEL, Elke/WEYDT, Harald: Handbuch der deutschen Grammatik. Berlin – New York: de Gruyter 1994.
- KRATOCHVÍLOVÁ, Iva/WOLF, Norbert Richard (Hrsg.): Kompendium Korpuslinguistik. Eine Bestandsaufnahme aus deutsch-tschechischer Perspektive. Heidelberg: Winter 2010.
- MEYER, Christine: Er sucht sie – Sie sucht ihn. Bekanntschaft, Freundschaft oder Liebe – Kontaktesuche älterer Menschen und ihre Sehnsucht nach sozialen Beziehungen. In: Neue Praxis 2011, S. 103–124.
- PALLOVÁ, Marta: Funktion und Intention der Textsorte Kontaktanzeige. In: ONDRÁKOVÁ, Jana/VANKOVÁ, Lenka (Hrsg.): Germanistik an tschechischen Universitäten: Gegenwart und Zukunft. Ostrava: Univerzita Ostrava 2007, S. 111–114.
- PEŠTOVÁ, Alžběta (2010): Linguistische Analyse der Kontaktanzeigen in österreichischen Zeitungen. Magisterská diplomová práce. Manuskript. Olomouc 2010.
- PONS Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache. Stuttgart: Klett Verlag 2004.
- REICHERTZ, Jo: Kontaktanzeigen in Stadtmagazinen oder die Suche nach dem anderen, den man nicht treffen will. In: MÜLLER-DOOHM, Stefan/NEUMANN-BRAUN, Klaus (Hrsg.): Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation: Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie. Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Universität 1991, S. 251–266.
- SCHINDLER, Franz: On hledá jeho: Kontaktanzeigen tschechischer Homosexueller. In: VAN LEEUWEN-TURNOVCOVÁ, Jifina et al. (Hrsg.): Gender-Forschung in der Slawistik: Beiträge der Konferenz Gender – Sprache – Kommunikation – Kultur, 28. April bis 1. Mai 2001, Institut für Slawistik, Friedrich Schiller-Universität Jena. Wien: Gesellschaft zur Förderung slawischer Studien 2002, S. 153–175.
- SCHWARZ-FRIESEL, Monika: Sprache und Emotion. Tübingen – Basel: Francke 2007.
- VANKOVÁ, Irena et al. (Hrsg.): Co na srdci, to na jazyku. Kapitoly z kognitivní lingvistiky. Praha: Karolinum 2005.
- WEBER, Heinrich: Partizip Präsens und Partizip Perfekt im Deutschen – eine Aspektopposition? In: KATNY, Andrzej (Hrsg.): Aktualität in germanischen und slawischen Sprachen. Poznań: Wydawnictwo Naukowe 2000, S. 109–124.
- WELLMANN, Hans: Muster der Adjektivdeklinaton in alten und neuen Korpora und ihre Reflexe im Wörterbuch. In: Korpuslinguistik Deutsch-Tschechisch kontrastiv: Grundlagen einer sprachwissenschaftlichen Quellenkunde. Heidelberg 2012 (im Druck).
- ZHANG, Wei: Die Bedeutung scheinbar unbedeutender Kategorien in Kontaktanzeigen. In: FRIES, Norbert (Hrsg.): Linguistik im Schloss III. Linguistischer Workshop. Berlin 2007, S. 120–130. <http://www2.hu-berlin.de/linguistik/institut/syntax/liwo/2007/beitraege/zhang2007.pdf> [letzter Zugriff am 30. 12. 2012].
- ZIFONUN, Gisela/HOFFMANN, Ludger/STRECKER, Bruno et al.: Grammatik der deutschen Sprache. Berlin – New York: de Gruyter 1997.

Anhang

Partizip Präsens (I) und Perfekt (II) in den Selbst- und Partnerinnendarstellungen

Partizip I und II in den Selbst- und Partnerinnendarstellungen		
Kategorie	Partizip Perfekt	Partizip Präsens
Alter	<i>mit meinen 6 gelebten Jahrzehnten</i>	
Familie, Familienstand	<i>2 erwachsene Kinder; nie verheiratet/verpartnert; pensioniert</i>	
Ausbildung, Beruf, Religion	<i>gebildet (5);⁷ studiert (3); christl.-ökumen. beheimatet</i>	<i>freischaffende Künstlerin; in leitender Position tätig</i>
Ort	<i>nicht ortsgebunden (3); an den Raum XYZ gebunden</i>	<i>in Porto Allegre lebend; Reisende zwischen Ost und West</i>
Aussehen,	<i>(innen + außen) junggeblieben (5); gepflegt</i>	<i>mit (...) sehe ich umwerfend aus; gut aussehend (2); jünger aussehend; jünger wirkend</i>
Ausstrahlung, Lebensweise, Einstellungen	<i>mit Ängsten und Nöten existentieller Fragen vertraut; kultiviert (3); selbstbestimmt; zwei Langzeitbeziehungen haben meinen Verstand geschult und mein Herz geöffnet; „erschöpfte Sehnsucht“; beherzt;⁸ [als Lesbe] verdeckt (lebend); ungebunden; diszipliniert; motiviert mit Energie</i>	<i>positiv denkend; [als Lesbe] (verdeckt) lebend; positiv + sozial denkend und handelnd</i>
Hobbys in Selbst- u. Partnerinnendarstellung	<i>musisch orientiert (2); naturverbunden (7); meine Interessen sind breitgefächert; (auch kulturell/vielseitig) (sehr) interessiert (12); (kulturell und sozial) engagiert (2); musik- und kunstbegeistert; begnadete Tänzerin; tanzbegeistert</i>	<i>naturliebend; tierliebend</i>
Erwartungen von der Partnerschaft/ Partnerin	<i>die der Seele der anderen (...) verbunden bleibt; die wie ich auch viel durchgemacht hat; gleichgesinnt (3); unkompliziert; geliebte (Freundin/Frau/Geliebte) (3); liebevolles Füreinander und Gespräche, verbunden mit Toleranz gegenüber den Interessen der Partnerin; bin ich DER Frau noch nicht begegnet; gereift/gereifte Frau (2); nicht verheiratet (3); Vertrauen (...) und Achtsamkeit füreinander wichtig sind und gelebt werden; den weltlichen Genüssen zugetan; von „gestandenen“ Gegenüber [gesucht]; aufgeschlossen; kultivierte Sie; Partnerschaft mit zugewandter Nähe</i>	<i>passende Sie; [die] mich auf faszinierende Wege führt; wertschätzendes Miteinander; passendes Gegenstück mit Humor; wo steckt die (...) nichtrauchende, sich selbst mögende, lachende Lesbe; Freundin mit etwa passender Statik; lebensbejahend</i>
Insgesamt	86	24

“Positive thinking, nature and culture enthusiast NS (no-smoker) looking for matching SHE”

Participle I and II in Personals

Abstract

One of basic linguistic devices of describing persons, their appearance, hobbies and intellectual world in certain text types (in this case: the lonely hearts ads of lesbian women at the age of 50 plus) are participles and adjectives. In comparison to adjectives are participles able to express the dimensions of time when the speakers wish to emphasise the value of the respective quality or life experience. Thus,

⁷ Die Ziffer hinter dem Partizip gibt die jeweilige Anzahl der Treffer im Korpus an.

⁸ Siehe den Kommentar im Text.

advertisers prefer the participles in some contexts because these linguistic devices can strengthen a persuasive and appellative text function better than adjectives. The author of this paper is analysing the motives and strategies of the use of participles from the pragma-linguistic perspective in 100 ads from German women magazine Emma.

Key words

Text type lonely hearts ads, lesbian, participle, pragma-linguistic analysis, Emma (magazine)