

Johann Wolfgang Goethe-Universität

Fachbereich 10: Neuere Philologien
Institut für Romanische Sprachen und Literaturen
Sommersemester 2017

Die Feminisierung von Berufsbezeichnungen in Stellenanzeigen im Internet – Eine Untersuchung der frankophonen Berufsportale *monster.fr* und *leboncoin.fr*

vorgelegt von: Dominik Andreas Kosok
Studiengang: L3 Französisch, Spanisch
Semester: 7. Fachsemester

eingereicht bei: Dr.‘in Anna-Christine Weirich
Seminar: Le genre grammatical en français (L3 FR 2008 Q-S: 2)
Semester: Sommersemester 2017

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	3
2. Genus im Französischen	4
2.1. Genusphänomene des Französischen	4
2.2. Das generische Maskulinum.....	6
3. Feminisierung von Berufsbezeichnungen in Frankreich	9
3.1. Historischer Abriss	9
3.2. Regeln zur Bildung femininer Nomen (<i>Femme, j'écris ton nom</i> (1999))	11
3.3. Positionen der Gegner*innen der Feminisierung	11
3.4. Positionen der Befürworter*innen der Feminisierung.....	13
4. Untersuchung zur Feminisierungspraxis in Stellenanzeigen	13
4.1. Lipovskys Studie (2014).....	13
4.2. Methodik.....	14
4.3. Ergebnisse.....	17
4.3.1. Geschlechterspezifische Stellenanzeigen	19
4.3.2. Gemischtgeschlechtliche Stellenanzeigen.....	21
4.3.3. Geschlechterinklusive Stellenanzeigen	23
4.4. Diskussion	24
5. Fazit.....	26
6. Zusammenfassung auf französischer Sprache/ Résumé en langue française	28
7. Literaturverzeichnis	30
8. Rechtsverbindliche Erklärung.....	33

1. Einleitung

Im Rahmen einer Sitzung der *Assemblée nationale* sprach der republikanische Abgeordnete Julien Aubert die sozialistische Präsidentin mit den Worten „Madame le président“ an, woraufhin diese ihn zunächst ermahnte und abschließend ihrerseits folgendes festhielt: „Monsieur la députée, vous étiez la dernière oratrice inscrite [...]“ (Huffington Post France 2014: 1). Diese lustig wirkende Konversation macht auf eine Debatte aufmerksam, die in Frankreich schon seit über dreißig Jahren immer wieder heftig diskutiert wird: die Feminisierung von Berufsbezeichnungen und die damit einhergehende Sichtbarkeit der Frauen in der Sprache (vgl. Compennolle 2009: 35). Die mittlerweile sehr bekannte Geschichte des *chirurgien* verdeutlicht den Sinn der Sichtbarkeit der Frau noch mehr:

Un homme et son fils roulent, un soir d'automne, sur une route de campagne jonchée de feuilles mortes. Un violent orage éclate. La voiture dérape et s'écrase contre un arbre. Le père est tué sur le coup; le fils est emmené aux urgences de l'hôpital le plus proche. Le chirurgien entre dans le bloc opératoire, s'approche du blessé et s'exclame: «C'est mon fils, je ne peux pas l'opérer.» Comment est-ce possible? (Dister & Moreau 2009: 28)

Dass es sich beim *chirurgien* um die Mutter des Kindes handelt, ist einer der letzten Gedanken, der zu dieser Geschichte geäußert wird, während vorher die absurdesten Ideen verlautbart werden (vgl. Dister & Moreau 2009: 28). Die Tatsache, dass die im Maskulinum stehende Berufsbezeichnung derart verwirrend zu sein scheint, bestätigt Houdebine-Gravauds (1992) Erkenntnis, dass das Genus bei belebten Substantiven durchaus eine sexuelle Komponente besitzt, da 80% der von ihr Befragten eine im Maskulinum stehende Berufsbezeichnung mit einem Mann, der ebenjenen Beruf ausübt, assoziieren (vgl. Houdebine-Gravaud 1992). Dies geht einher mit Hellingers und Pauwels (2009: 660-661) Feststellung, dass maskuline Nomen signifikant mehr männliche Bilder evozieren. Bem und Bem (1973) stellten darüber hinaus fest, dass das jeweils andere Geschlecht von geschlechterspezifischen Stellenanzeigen ‚abgeschreckt‘ wird, selbst wenn die betroffene Person die geforderten Qualifikationen nachweisen kann. Stericker (1981) konnte zudem zeigen, dass sich Frauen lieber bewerben, wenn das generische Maskulinum oder maskuline Pronomen nicht verwendet werden. Damit ist die Frage nach Feminisierungspraxen gerade im Bereich der Stellenanzeigen relevant, bedenkt man doch, dass immer mehr Frauen arbeiten gehen und dementsprechend eine direkte Ansprache des weiblichen Geschlechts sinnvoll erscheint (vgl. Trudeau 1988: 79-80).

Diese Arbeit soll sich mit der Feminisierung von Berufsbezeichnungen in Stellenanzeigen im Internet beschäftigen und dabei der Frage nachgehen, inwieweit Frauen in frankophonen Stellenanzeigen im Internet angesprochen beziehungsweise explizit benannt werden. Dazu sollen in einem ersten Schritt die für die Analyse relevanten Aspekte und Termini bezüglich des Genus im Französischen definiert und beleuchtet werden. In einem weiteren Schritt wird sich mit der Feminisierung von Berufsbezeichnungen in Frankreich beschäftigt, wobei ein historischer Abriss gegeben wird, die Regeln des für Frankreich relevanten Dossiers *Femme, j'écris ton nom* (1999) angesprochen sowie Argumente für und gegen diese Praxis gesammelt werden. Im vierten Kapitel sollen, anknüpfend an die Studie Lipovskys (2014), die Stellenanzeigen von zwei Internetplattformen (*monster.fr* und *leboncoin.fr*) analysiert und interpretiert werden. Abschließend soll ein Fazit gezogen und eine Zusammenfassung in französischer Sprache verfasst werden.

2. Genus im Französischen

2.1. Genusphänomene des Französischen

In der französischen Sprache finden sich zwei Genera wieder: das Maskulinum und das Femininum (vgl. Schafroth 2003: 90). Aus dem Lateinischen hervorgegangen, verlor das Französische das Neutrum, welches meistens die maskuline Form annahm, sodass heute mehr maskuline als feminine Wörter im Französischen existieren (vgl. ebd.). Das Neutrum ist heutzutage lediglich semantisch in den indefiniten Pronomen zu sehen (vgl. ebd.), allerdings nicht in einem Maße, dass man von der Existenz eines Neutrums im kontemporären Französisch sprechen könnte (vgl. Abbou 2011: 37).

Hinsichtlich der Markierung des Genus ist festzustellen, dass das Genus eines Substantivs sowohl inhärent (das heißt am Nomen selbst) als auch am Adjektiv, an Determinierern und an Pronomen markiert wird (vgl. Schafroth 2003: 90). Satz (1) zeigt, wie das Genus sowohl am Determinierer als auch am Adjektiv sowie am Nomen selbst markiert ist:

(1) une belle sœur

eine FEM.SG. schöne FEM.SG. Schwester FEM.SG.

‚eine schöne Schwester‘

Diese Sichtbarkeit des Genus ist bei den Pronomen *les*, *lui* und *leur* jedoch nicht gegeben. Satz (2) kann sich in den Pronomen sowohl auf ein feminines als auch auf ein maskulines Nomen beziehen:

(2) Je les lui donnerai.

Ich sie ihr/ihm werde geben

‚Ich werde sie ihr/ihm geben.‘

Schafroth (2003: 91) hält fest, dass das Maskulinum und das Femininum phonologisch, morphophonologisch, lexikalisch oder morphosyntaktisch sowie durch Kongruenz ausgedrückt werden können.

Im Allgemeinen wird für das Französische behauptet, das Genus sei arbiträr. Diese Tatsache ist für unbelebte Substantive sicherlich meistens zutreffend (*une chaise* hat kaum etwas Weibliches an sich). Darüber hinaus gibt es eine Reihe phonologischer und morphologischer Regeln, die die Genuszuweisung zu erklären versuchen. So gehen Tucker, Lambert und Rigault (1977, zit. n. Schafroth 2003: 94) davon aus, dass Nomen, deren Endung /ɛzɔ̃/, /sjɔ̃/, /zjɔ̃/, /ʒjɔ̃/ oder /tjɔ̃/ lautet, feminin seien und Nomen, deren Endung /ɔ̃/ ist, maskulin wären. Durch morphologische Regeln wird festgestellt, dass V-N-Komposita, Derivationen auf –ier, die Fruchtbäume bezeichnen, sowie Nominalisierungen mit –age oder –ment maskulin sind und Derivationen auf –euse, die Maschinen bezeichnen, sowie Nominalisierungen auf –ation, feminin sind (vgl. Schafroth 2003: 94). Für belebte Substantive gilt jedoch häufig, dass das grammatische Geschlecht dem biologischen Geschlecht entspricht (vgl. ebd.: 92). So sind beispielsweise *le frère* oder *le père* grammatikalisch maskulin und bezeichnen gleichermaßen Männer, *la sœur* oder *la mère* hingegen sind grammatikalisch feminin und bezeichnen Frauen. Somit ist das Genus für belebte Nomen häufig motiviert (vgl. Dister & Moreau 2009: 12). Allerdings finden sich auch Fälle, in denen Männer mit einem femininen Terminus bezeichnet werden oder Frauen mit einem maskulinen (*une brute*, *une femmelette*, *un laidéron*, *un bas-bleu*). Hierbei ist meistens eine negative Konnotation sichtbar (vgl. Schafroth 2003: 95-96). Gleichermäßen existieren Lexeme, deren grammatisches Genus inkongruent mit dem Geschlecht der Person ist. Dies kann partiell sein, zum Beispiel beim Wort *un membre*, das sowohl einen Mann als auch eine Frau meinen kann, oder aber total, beispielsweise beim Lexem *un alto*, dessen grammatisches Geschlecht zwar maskulin ist, semantisch jedoch immer eine Frau meint (vgl. ebd.: 97).

Houdebine-Gravaud (1992) macht dementsprechend für die Berufsbezeichnungen deutlich, dass „[...] le genre en français, tout arbitraire qu’il soit morphologiquement parlant, est porteur d’une valeur sexuée quand il est utilisé dans un lexique animé humain. *Le linguiste* est un homme; *la linguiste*, une femme. [...] Pour les noms animés et donc pour les noms de métiers, le masculin renvoie majoritairement au sexe mâle, aux personnes du sexe mâle, aux

hommes, et le féminin aux personnes du sexe femelle, aux femmes“ (Houdebine-Gravaud 1992: 156, Hervorh. i. O.). Sie geht davon aus, dass bei einer maskulinen Berufsbezeichnung ein Mann gemeint sei und bei einer femininen eine Frau. Dies entspricht ihren eigenen (vgl. Houdebine-Gravaud 1992) sowie Hellingers und Pauwels (2009) Erkenntnissen. Das von ihr genannte Beispiel *linguiste* macht darüber hinaus auf ein weiteres, für die spätere Analyse relevantes, Phänomen aufmerksam, jenes der *épïcènes*, auch *double gender nouns* genannt. Diese Lexeme besitzen keinen Genusmarker. Das Genus ist darüber hinaus nicht inhärent. Es wird erst durch Determinierer, Adjektive oder Pronomen sichtbar (vgl. Schafroth 2003: 106). Das grammatische Geschlecht befindet sich dementsprechend in einem Zustand des fließenden Übergangs, es ist nicht fixiert und kann sowohl maskuline als auch feminine Substantive bezeichnen (vgl. Abbou 2011: 38). Für Schafroth (2003: 102) handelt es sich dabei um ein Beispiel für minimale Feminisierung, während bei der maximalen Feminisierung ein eigenes Lexem kreiert wird. Der Terminus *épïcène* umfasst für einige Autor*innen jedoch darüber hinaus solche Nomen, deren grammatisches Geschlecht fixiert ist und dem Geschlecht der Person nicht angepasst wird (vgl. Schafroth 2003: 106) wie zum Beispiel ‚problematische Fälle‘ von Nomen auf –eur oder einzelne Lexeme wie *l’écrivain* (m.), *le médecin* oder *la recrue*. Gerade in letzteren Fällen kommt es dann zu grammatikalischen Konflikten, wenn es zum Beispiel heißt:

(3) Maître Louise Dupont est un excellent avocat.

Maître (m.) Louise (f.) Dupont est un (m.) excellent (m.) avocat (m.)

‚Maître Louise Dupont ist ein exzellenter Anwalt.‘

Die Bezeichnung *maître* ist maskulin, die damit bezeichnete Person jedoch feminin. Die Berufsbezeichnung selbst ist ebenfalls maskulin. So ist der Satz nicht mehr vollständig kongruent.

2.2. Das generische Maskulinum

Wie Kapitel 2.1 gezeigt hat, wird das Genus eines Substantivs sowohl inhärent (das heißt am Nomen selbst) als auch am Adjektiv, an Determinierern und an Pronomen markiert (vgl. Schafroth 2003: 90). Wie aber verhält es sich, wenn zwei Nomen unterschiedlichen grammatischen Geschlechts innerhalb eines Satzes vorhanden sind und ein Adjektiv beide beschreiben soll? Heißt es also *Les départements et les régions français* oder *Les départements et les régions françaises*? Auch diese Frage wird immer wieder diskutiert und steht in engem Zusammenhang mit der Feminisierung von Berufsbezeichnungen im Allgemeinen. Bis ins 20. Jahrhundert hinein ist sich der Großteil der Dichter – übrigens

ausschließlich Männer – darüber einig, dass in einem solchen Fall nur das maskuline Adjektiv verwendet werden müsse, da es das noblere oder stärkere sei (vgl. Khaznadar 2015: 76). Vaugelas schreibt in seinen *Remarques sur la Langue Française* (1647), das maskuline Genus sei das nobelste der Genera und deshalb könne es sich auch gegen zwei feminine Nomen durchsetzen (vgl. Khaznadar 2015: 76). Père Bouhours unterstreicht diesen Gedanken und verbietet darüber hinaus die Bildung neuer femininer Formen (vgl. ebd.: 77-81). Auch Nicolas Beauzée macht deutlich, dass das maskuline Genus, aufgrund der Überlegenheit des Mannes über die Frau, nobler sei (vgl. Arrivé 2013: 2). Genus und Geschlecht werden hier also vermischt. Gegen Ende des 20. Jahrhunderts und auch heutzutage ist die Regel, dass das maskuline Genus ‚sieg‘, immer noch präsent. Henri Bonnard schreibt in seiner *Grammaire française des lycées et collèges pour toutes les classes du second degré* (1950-1980, zit. n. Khaznadar 2015: 78): „Si les noms sont de genre différent, le masculin l’emporte.“ Dementsprechend hieße es *Les départements et les régions français*. Die *règle de proximité*, nach der sich das Adjektiv nach dem nächsten Nomen im Satz richtet, ist eine weitere Option, die sich jedoch nicht durchgesetzt zu haben scheint (vgl. Arrivé 2013: 2). Um ihr gerecht zu werden, könnte man im Beispielsatz jedoch einfach das maskuline und das feminine Nomen vertauschen: *Les régions et les départements français*. Allerdings verstieße dies gegen die Gewohnheit, das maskuline Nomen zuerst zu nennen und man könnte den Satz so interpretieren, dass das feminine Nomen nicht durch das Adjektiv charakterisiert werde (vgl. Khaznadar 2015: 72). Khaznadar (2015: 72) macht jedoch deutlich, dass dies nicht grundsätzlich der Fall sein muss.

Dass das maskuline Nomen zuerst genannt werden soll, hebt die Vorstellung der Unterlegenheit des femininen Genus erneut hervor. Meistens muss, um eine feminine Form zu bilden, eine Endung hinzugefügt werden: „La formule implique que le féminin n’existe pas, puisqu’il est ‚à faire‘“ (Khaznadar 2015: 80). Diese Vorstellung prägt und prägte lange Zeit die Grammatiken. So wird im 19. Jahrhundert in der *Grammaire Nationale* zwar festgehalten, dass es kein nobleres Geschlecht gebe, das maskuline Genus aber natürlich sei und das feminine erst gebildet werden müsse (vgl. ebd.: 83).

Sowohl aus den Ausführungen zum Adjektiv als auch zum Nomen ergibt sich spätestens im 20. Jahrhundert das Bild der unmarkierten maskulinen Form, die beide Geschlechter umfasse (vgl. Khaznadar 2015: 84). Schafroth (2003: 100) benennt drei wesentliche Funktionen des Maskulinums. Einerseits kann es maskuline Formen markieren, andererseits generisch verstanden werden, das heißt es bezeichnet eine Gruppe von Personen oder Gegenständen und

darf nicht referentiell interpretiert werden. So kann Satz (4) generisch verstanden werden und bezeichnet sowohl Frauen als auch Männer:

(4) Tous les candidats ont été reçus à l'examen.

Bezüglich der Berufsbezeichnungen bedeutet dies, dass es nicht heißen muss *L'entreprise cherche des cuisinières et des cuisiniers*, sondern dass *L'entreprise cherche des cuisiniers* ausreichend ist, um das weibliche Geschlecht mit einzuschließen. In ihrer Erklärung vom 21. März 2002 macht die *Académie française* dies deutlich:

Il est inutile, pour désigner un groupe de personnes composé d'hommes et de femmes, de répéter le même substantif ou le même pronom au féminin puis au masculin. « Les électrices et les électeurs », « les informaticiennes et les informaticiens », « toutes celles et tous ceux » sont des tours qui ne disent rien de plus que « les électeurs », « les informaticiens », « tous ceux ». On évitera également d'indiquer entre parenthèses ou après une barre oblique la marque du féminin : « les adhérent(e)s », « les animateurs/trices », etc. De même au singulier, lorsque le masculin revêt un sens générique, de telles surcharges (« recrutement d'un/une technicien(ne) diplômé(e) », etc.) n'apportent aucune information supplémentaire et gênent considérablement la lecture. Au surplus, elles s'opposent à la règle, très générale en français, de l'accord du pluriel au masculin. Il est impossible d'écrire : « Le fauteuil et la table sont blanc(he)s. » Ces redondances et ces alourdissements révèlent sans doute que, dans l'esprit de certains, le masculin est devenu un genre marqué au même titre que le féminin, et ne peut plus désigner que des personnes de sexe masculin. C'est ainsi que la féminisation peut introduire un déséquilibre dans les structures mêmes de la langue et rendre malaisée la formulation des phrases les plus simples. (Académie française 2002)

Die *Académie française* führt das Argument der Unmarkiertheit an, das für die Verwendung des generischen Maskulinums spricht (wobei man sich fragen muss, ob die Form tatsächlich unmarkiert ist). Dies wird häufig unterstrichen durch die Aussage, es zähle die Funktion und nicht das Geschlecht, wenn Generalisierungen angestellt werden. Darüber hinaus ist das generische Maskulinum sprachlich ökonomischer, leserlicher und sei stilistisch erstrebenswert (vgl. Schafroth 2003: 101). Dagegen spricht jedoch, wie bereits erwähnt, dass die Frau vollkommen unsichtbar wird und aus diesem Grund Assoziationen mit Männern eher gefördert werden. Des Weiteren kann ein völlig falsches Bild entstehen; besteht eine Gruppe aus 999 Frauen und einem Mann, so müsste im Französischen das generische Maskulinum verwendet werden.

Als dritte Funktion beschreibt Schafroth (2003: 100) die Markierung des Femininums, welches an sich formal markiert, „distributionally restricted and semantically unambiguous“

(ebd.) ist, durch eine maskuline Form. So beziehe sich das Nomen in der maskulinen Form auch auf Frauen:

(5) Elle est la professeur de la classe.

Dies ist ein wesentlicher Streitpunkt in der Frage nach der Feminisierung. Gerade das Beispiel (5) wirkt grotesk: „Là où il suffirait simplement d’ajouter un –e final, l’Académie insiste sur le fait que le nom doit rester invariable et qu’il faut uniquement ajouter le déterminant au féminin [...]“ (Alfaro Madrigal 2010: 149). Mit welchen Argumenten sich die *Académie française* gegen diese Feminisierung ausspricht und warum sie einige Ausdrücke sogar verbieten würde (vgl. *Académie française* 2002), soll das nächste Kapitel zeigen.

3. Feminisierung von Berufsbezeichnungen in Frankreich

3.1. Historischer Abriss

Über Jahrhunderte haben sich Frauen primär um den Haushalt gekümmert und eher selten einen Beruf – vor allem keinen prestigeträchtigen – ausgeübt. Dementsprechend war das Bedürfnis, eine eigene Bezeichnung für den Beruf zu haben gering beziehungsweise wurde es von einer männerdominierten und misogynen Umgebung unterdrückt. Trotz allem finden sich bereits im 12. Jahrhundert Berufsbezeichnungen für Frauen, deren Endungen –iere, –eresse, –trice, –ienne oder –e(sse) lauten (vgl. Jalkanen 2012: 20). Allerdings ist ein *cuisinier* zu dieser Zeit ein wahrer Koch, während eine *cuisiniere* (damals ohne *accent grave*) meistens nur eine Hilfskraft bezeichnet, die dem Koch zur Hand geht. Nichtsdestotrotz ist es denkbar, dass auch Frauen gelegentlich richtige Köchinnen waren und nicht nur Hilfskräfte. Prestigeträchtige Berufe hingegen waren für das weibliche Geschlecht fast immer unerreichbar, weshalb ihnen eine eigene Bezeichnung häufig verwehrt wurde. Für das 13. Jahrhundert lässt sich feststellen, dass zwar auch feminine Formen für prestigeträchtige Berufe existieren, sie dann meistens jedoch nur aussagen, dass die betroffene weibliche Person die Ehefrau des Mannes, der den Beruf ausübt, ist. So ist *l’ambassadrice* nur die Ehefrau des Botschafters, aber nicht die Botschafterin selbst (vgl. Jalkanen 2012: 23). In den folgenden Jahrhunderten passiert bezüglich der Feminisierung von Berufsbezeichnungen sehr wenig; in einem Jahrhundert wird die Frau mehr anerkannt und dementsprechend expliziter im Beruf benannt, in einem anderen Jahrhundert wieder weniger (vgl. ebd.). Ab 1920 unterstützen die ersten Linguist*innen Feminisierungsprozesse in der Sprache und nach der Einführung des Frauenwahlrechts in Frankreich (1945) ist eine relativ schnelle Entwicklung feststellbar (vgl. ebd.: 30). Nach und nach wird deutlich, dass die vermeintlich belanglose

Forderung nach (teilweise) einem einzelnen Buchstaben am Ende eines Wortes eine viel größere Dimension hat als gedacht: „C’est la question de l’égalité entre les femmes et les hommes [...]“ (Dister & Moreau 2013: 3). „Féminiser une fonction est une question d’égalité, c’est reconnaître les droits des femmes [...]“ (Alfaro Madrigal 2010: 140). Aus dieser Ansicht heraus beginnt mit einem politischen Machtwechsel ab 1981 unter Lionel Jospin der Weg zur Feminisierung von Berufsbezeichnungen. 1984 wird die *Commission de terminologie relative au vocabulaire concernant les activités des femmes*, mit dem Ziel der Gleichstellung der Frau im Berufsleben, gegründet (vgl. Schafroth 1993: 64). Yvette Roudy, damals Ministerin für die Rechte von Frauen, benennt Benoîte Groult zur Präsidentin dieser Kommission (vgl. Houdebine-Gravaud 1992: 154). Letztere wird dadurch zur Zielscheibe vieler Attacken derjenigen, die glauben, die französische Sprache sei unveränderlich und unantastbar (vgl. ebd.). Ebenjene Kommission bringt 1986 ein Papier heraus, das *Circulaire du 11 mars 1986 relative à la féminisation des noms de métiers, fonction, grade ou titre*, was jedoch relativ unbeachtet bleibt. Mit der Gründung der *Commission générale de terminologie et de néologie* wird das Thema 1997 erneut aufgegriffen und – trotz vehementer Proteste der *Académie française* – 1999 die Abhandlung *Femme, j’écris ton nom... Guide d’aide à la féminisation des noms de métiers, titres, grades et fonctions* (Cerquiglini 1999) herausgegeben (vgl. Compernelle 2009: 35). Von sechs Spezialisten verfasst und mit einem Vorwort von Lionel Jospin, beschäftigt sich das Papier mit der Geschichte der Feminisierungspraxen, mit einzelnen Regeln, mit den Argumenten, die für oder gegen eine solche Praxis sprechen, und gibt darüber hinaus eine Liste mit maskulinen Nomen und ihrem femininen Pendant heraus (vgl. Labrosse 2000: 191). Dieses Dokument hat weitreichende Folgen, sodass es heute verboten ist, geschlechterspezifische Stellenanzeigen zu verfassen, außer bei Schauspieler*innen (wenn eine weibliche beziehungsweise männliche Rolle gespielt werden soll) sowie Models (vgl. République française o.J.: 2-3). Allerdings ist eine minimalistische Darstellung (H/F) in Kombination mit der maskulinen Form rechtlich ausreichend. Eine explizite Verwendung der weiblichen Form ist nicht bindend und wird teilweise sogar abgelehnt, obwohl aus linguistischer Sicht die Bildung femininer Nomen (auch in ‚umstrittenen‘ Fällen) keinerlei Hindernis darstellt, wie das Manifest *Femme, j’écris ton nom...* (1999) zeigt. Dies wird im nächsten Unterkapitel deutlich gemacht.

3.2. Regeln zur Bildung femininer Nomen (*Femme, j'écris ton nom* (1999))

Die Autor*innen des Dossiers *Femme, j'écris ton nom* (1999) machen deutlich, dass für jedes Nomen eine weibliche Form gefunden werden kann und ein Verweigern aus linguistischer Sicht deshalb nicht möglich ist. Es wird zunächst festgehalten, dass für eine feminine Form immer der weibliche Determinierer verwendet wird (und nicht etwa *Elle est le professeur*) und auch die Adjektive angeglichen werden müssen (vgl. Cerquiglini 1999: 22). Nomen, die auf –a, –e, –o oder –u enden, werden zu den *épiciènes* gezählt und ändern nur den Artikel. Von der Endung –esse bei maskulinen Wörtern auf –e wird in diesem Zusammenhang eher abgeraten (vgl. ebd.). Wörter, die auf –é oder –i enden, erhalten ein weiteres –e, um das Femininum zu markieren (vgl. ebd.: 23). Maskuline Nomen, die auf einen Konsonanten enden, bilden ihre weiblichen Pendants normalerweise durch Suffigierung (–e). Andere Kombinationen sind: –ien → –ienne, –f → –ve oder –ier → –ière (vgl. ebd.: 23-24). Nomen auf –eur (nicht –teur!) bilden das Femininum mit der Endung –euse, sofern das Nomen semantisch mit einem Verb in Verbindung steht (vgl. ebd.: 25). Existiert diese Verbindung zu einem Verb nicht, wird ein –e angehängt (professeur → professeure). Nomen, deren maskuline Endung –teur lautet, bilden die feminine Form mit der Endung –trice, sofern kein Verb existiert, das dem Nomen entspricht (oder ein Verb existiert, das dem Nomen entspricht, aber kein –t- im Stamm enthält) oder solange ein Substantiv, das mit dem Nomen in Verbindung steht und auf –tion, –ture oder –torat endet, existiert (vgl. ebd.: 25). Abkürzungen oder Akronyme werden wie *épiciènes* behandelt, Lehnwörter ebenso (vgl. ebd.: 26). In Fällen, in denen eine Konstruktion explizit das männliche Geschlecht meint, wird das weibliche Pendant verwendet (un confrère → une consœur) (vgl. ebd.). Cerquiglini (1999) macht dementsprechend deutlich, dass jedes Wort eine weibliche Form erhalten kann. Warum sich einige Institutionen dennoch gegen die Verwendung dieser Formen wehren (auch in Stellenanzeigen), soll das nächste Kapitel zeigen.

3.3. Positionen der Gegner*innen der Feminisierung

Die Gegner*innen der Feminisierung von Berufsbezeichnungen scheinen diese Regeln nicht zu interessieren. Die *Académie française* geht sogar so weit zu sagen, einige Formen dürften nicht verwendet werden, seien Sprachwidrigkeiten und willkürlich:

L'application ou la libre interprétation de « règles » de féminisation édictées, de façon souvent arbitraire, par certains organismes français ou francophones, a favorisé l'apparition de nombreux barbarismes. Il convient tout d'abord de rappeler que les seuls féminins français en –eure (*prieure, supérieure...*) sont ceux qui proviennent de comparatifs latins en –or. Aussi faut-il éviter absolument des néologismes tels que *professeure, ingénieure, auteure, docteure,*

provisoire, procureure, rapporteure, réviseure, etc. Certaines formes, parfois rencontrées, sont d'autant plus absurdes que les féminins réguliers correspondants sont parfaitement attestés. Ainsi *chercheure* à la place de *chercheuse*, *instituteure* à la place d'*institutrice*. On se gardera de même d'user de néologismes comme *agente, cheffe, maîtresse de conférences, écrivaine, autrice*... L'oreille autant que l'intelligence grammaticale devraient prévenir contre de telles aberrations lexicales. Enfin, seul le genre masculin, qui est le genre non marqué (il a en effet la capacité de représenter les éléments relevant de l'un et de l'autre genre), peut traduire la nature indifférenciée des titres, grades, dignités et fonctions. Les termes *chevalière, officière* (de tel ordre), *députée, sénatrice*, etc., ne doivent pas être employés. (*Académie française* 2002)

In dieser Aussage werden einige Argumente der *Académie* gegen die Feminisierung offensichtlich. Zunächst betrachtet sich die *Académie* als alleinig kompetent und befugt, die Sprache zu regulieren und andere Institutionen als sie hätten nicht das Recht, sprachliche Regeln zu erlassen (vgl. Dister & Moreau 2009: 40-41). Darüber hinaus wird auf ein häufig angesprochenes Phänomen rekurriert – jenes der Unmarkiertheit des Maskulinums. Nur dieses könne eine Differenzierung zwischen Mann und Frau aufheben und da es um die Funktion und nicht das Geschlecht ginge, sei eine erneute Erwähnung der Frau unnötig (vgl. ebd.: 30-32). Von den Gegner*innen dieser Praxis wird ebenfalls angemerkt, man dürfe *genre* und *sexe* nicht verwechseln und das Genus sei arbiträr (vgl. ebd.: 30). Dass dies bei belebten Substantiven nicht so pauschal zu sagen ist, wie Kapitel 2.1 gezeigt hat, wird ignoriert. Darüber hinaus wird die Homonymie als Argument gegen die Feminisierung von Berufsbezeichnungen herangezogen. Häufig sei gerade die Endung –*euse* für Maschinen gebraucht, weshalb eine Feminisierung in dieser Hinsicht zu Verwirrung führen könnte. Dass maskuline Bezeichnungen ebenfalls Maschinen entsprechen können (z.B. *distributeur*), wird außer Acht gelassen (vgl. ebd.: 33-35). Des Weiteren wird gesagt, die weibliche Bezeichnung sei häufig abwertend und klinge unschön (vgl. ebd.: 36-38). Wenngleich diese ‚Argumente‘ ebenfalls von Student*innen, die Compernolle (2009) interviewte, geäußert werden, scheinen sie doch sehr unwissenschaftlich. Nichtsdestotrotz darf die Anmerkung der Abwertung nicht außer Acht gelassen werden. Gerade deshalb wird häufig in prestigeträchtigen Berufen die maskuline Form verwendet, während die feminine Form in weniger prestigeträchtigen Berufen verwendet wird (*directeur de recherche* vs. *directrice d'école*) (vgl. Dister & Moreau 2009: 44-45). In jedem Fall erscheinen die Argumente nicht sehr überzeugend. Warum sollte zum Beispiel nur die *Académie* kompetent sein, sind die meisten ihrer Mitglieder*innen doch überhaupt keine Linguist*innen? Die Tatsache, dass die *Académie* die Arbeit der Kommission

ablehnt, Maskulinisierungspraxen (*assistante sociale* → *assistant social*) jedoch problemlos und sehr schnell geschehen, gibt der Diskussion einen bitteren Beigeschmack.

3.4. Positionen der Befürworter*innen der Feminisierung

Die Befürworter*innen der Feminisierungspraxen berufen sich hingegen auf die Möglichkeit, dass alle Nomen eine feminine Form haben können. Sie setzen sich für die Sichtbarkeit der Frau ein, denn „ce qui n’est pas nommé publiquement n’existe pas socialement“ (Dister & Moreau 2009: 28). Damit greifen sie auf die Ergebnisse Houdebine-Gravauds (1992) zurück. Die Frau zu nennen bedeutet in ihren Augen, die Gleichheit der Geschlechter anzuerkennen und Antidiskriminierungsgesetze, wie sie in Frankreich existieren, zu akzeptieren und umzusetzen. Dies bedeutet auch, dass die Identität der Frau anerkannt wird. Letztlich bleibt zu sagen, dass Sprache immer ein Instrument der Macht ist, Vorstellungen und Ideologien prägt und widerspiegelt (vgl. Jalkanen 2012: 43). Im Sinne einer emergenten Grammatik (vgl. Lüdi 2014: 73) stehen Feminisierungsprozesse für eine Sprache im Wandel, die Änderungen in der Gesellschaft repräsentiert (vgl. Jalkanen 2012: 43). Das heißt „[...] nommer les femmes dans le langage d’État c’est apporter un vent nouveau dans une société qui jusque là ne reconnaissait que le pouvoir masculin“ (Khaznadar 2015: 92). Vorschläge, die Frauen explizit zu benennen, beinhalten die Forderung nach der Verwendung beider Formen (*informaticien ou informaticienne*) oder die Verwendung von Schrägstrichen beziehungsweise Klammern (*informaticien/ne* oder *informaticien(ne)*), wobei diese beiden Methoden durchaus kritisch betrachtet werden, da die feminine Form hier nur noch ‚Anhängsel‘ ist (vgl. Alfaro Madrigal 2010: 148). Inwiefern Frauen in Stellenanzeigen letztlich sichtbar werden, soll das nächste Kapitel zeigen.

4. Untersuchung zur Feminisierungspraxis in Stellenanzeigen

4.1. Lipovskys Studie (2014)

Die Repräsentation der Frau wird in Studien immer wieder untersucht. Elminger (2009a) fand heraus, dass deutsche Texte und Stellenanzeigen eher geschlechtsneutral verfasst werden, während Texte in den romanischen Sprachen Französisch und Portugiesisch sehr geschlechterspezifisch sind. Darüber hinaus werden im deutschen Sprachraum ungewöhnliche feminine Formen (z.B. Feuerwehrfrau) eher begrüßt (vgl. Elminger 2009b), während im Französischen – so zeigt es Compennolle (2009) – immer wieder die Frage auftritt, ob dies überhaupt ein Wort sei und den Wörtern eher negativ entgegengetreten wird. Dementsprechend lässt sich vermuten, dass gerade feminine Berufsbezeichnungen in

französischen Texten eher gemieden werden. Lipovsky (2014) führte dazu eine Studie durch. Sie untersuchte, inwieweit sich ein Sprachwandel hinsichtlich der Feminisierungspraxen in Stellenanzeigen feststellen lässt und griff darauf auf insgesamt 368 Stellenanzeigen dreier Zeitungen (*Le Monde*, *Le Figaro*, *Aujourd'hui en France*) zurück. Sie kategorisierte die Anzeigen in „geschlechterspezifisch“ (maskulin oder feminin), „gemischtgeschlechtlich“ (geschlechterinklusive Nomen, Text im Maskulinum oder anders herum) sowie in die Kategorie „geschlechterinklusive“ (*épiciènes* und geschlechterinklusive Text, feminine und maskuline Nomen und geschlechterinklusive Text, Fokus auf Handlung) (vgl. Lipovsky 2014: 368). Sie fand heraus, dass 50,3% der Stellenanzeigen geschlechterspezifisch sind, darunter 45,1% mit maskulinen Nomen und Text, aber nur 5,2% mit femininen Nomen und Text. Dabei sind rein feminine Anzeigen nur bei weniger prestigeträchtigen Berufen zu finden (vgl. ebd.: 370-371). Gemischtgeschlechtliche Anzeigen machen anteilig 11,9% aus, geschlechterinklusive Anzeigen immerhin 37,8%, wobei vor allem *épiciènes* mit 28,0% vorherrschend in dieser Kategorie sind. Auffallend sind darüber hinaus starke Unterschiede unter den gedruckten Zeitungen. Während *Le Monde* 42,6% geschlechterspezifische Anzeigen aufweist, sind 71,6% der Stellenanzeigen in *Aujourd'hui en France* geschlechterspezifisch (vgl. ebd.). Lipovsky (2014) hält abschließend fest, dass Frauen zwar häufiger explizit benannt werden als früher, dass die sprachliche Gleichheit in Stellenanzeigen aber weiterhin fehlt, Frauen oft unsichtbar sind und maskuline Formen vorherrschend (vgl. ebd.: 383).

4.2. Methodik

Während Lipovsky (2014) die gedruckte Presse auf ihre Merkmale bei der Gestaltung der Stellenanzeigen untersucht hat, sollen im Rahmen dieser Arbeit Stellenanzeigen im Internet auf ihre Genusdarstellung hin betrachtet werden. Dazu sind keine Studien bekannt und das Thema dieses Genuskonflikts bleibt im Französischen weiterhin brisant. Es liegt die Annahme zugrunde, dass sich im Internet mindestens eine ähnliche Verteilung wie bei Lipovsky finden wird, tendenziell jedoch weniger geschlechterinklusive Anzeigen, da im Internet erstens jede*r Arbeitgeber*in inserieren kann, ohne dass das Inserat vorher geprüft wird und zweitens häufig kleinere Unternehmen aus dem sozial schwächeren Bereich inserieren, sodass davon auszugehen ist, dass eine geringere Sensibilität für das Thema der Feminisierung von Berufsbezeichnungen vorhanden ist. Aus diesem Grund ist auch davon auszugehen, dass stereotype Berufsbezeichnungen gewählt werden, das heißt, dass für technische Berufe vor allem maskuline Formen verwendet werden und für Berufe der Pflege oder Kosmetik vor allem feminine. Auch ist zu vermuten, dass prestigeträchtige Berufe eher im Maskulinum stehen.

Die Analyse soll also klären, inwieweit Frauen explizit in den Stellenanzeigen im Internet benannt werden. Dazu werden je 200 Stellenanzeigen von den Internetplattformen *monster.fr* (eher besser bezahlte Berufe) und *leboncoin.fr* (eher schlecht bezahlte Berufe sowie Aushilfsjobs) gesammelt. Die Datensammlung fand über einen Zeitraum von einer Woche statt. Dabei wurden die Tage Montag, Mittwoch, Freitag und erneut Montag gewählt. Auf eine Datensammlung am Wochenende wurde verzichtet, da davon auszugehen ist, dass an diesen Tagen weniger inseriert wird. Die Daten wurden für beide Plattformen an einem Tag zu jeweils derselben Zeit gesammelt. Dazu wurde eine Uhrzeit festgelegt und die 50 Anzeigen, die vor dieser Uhrzeit inseriert wurden, gesammelt. Um zu verhindern, dass an allen Tagen immer dieselben Anzeigen gesammelt werden (etwa weil ein Unternehmen immer um 14 Uhr inseriert), wurden die Anzeigen an jedem Tag zu einer anderen Uhrzeit gesammelt:

Montag , 17.07.2017: 17 Uhr

Mittwoch, 19.07.2017: 18 Uhr

Freitag, 21.07.2017: 20 Uhr

Montag, 24.07.2017: 22 Uhr

Dabei musste allerdings der Abend verwendet werden, da in den Morgen- und Mittagstunden bei einer Plattform (*leboncoin.fr*) teilweise noch nicht mehr als 50 Anzeigen inseriert waren. Die Anzeigen wurden mit Titel und Text kopiert und durchnummeriert. Dabei wurden Rechtschreibfehler seitens der Verfasser*innen nicht korrigiert. Wenn die Anzeige zu lang war, wurde darauf verzichtet, Email-Adressen etc. zu kopieren. Ansonsten wurden alle Angaben übernommen.

Bei der Analyse der Daten wurde auf Lipovskys (2014) Methode zurückgegriffen. Zunächst wurden die Berufsbezeichnungen kategorisiert in „maskuline Nomen“ (*directeur*), „feminine Nomen“ (*directrice*), *épiciènes* (*responsable*), „maskuline und feminine Nomen“ (*directeur(trice)*) oder als „handlungsfokussierende Äußerung“ (*diriger*). Daraufhin wurde der Text begutachtet und die Anzeigen wurden in die Kategorien „geschlechterspezifisch“, „gemischtgeschlechtlich“ oder „geschlechterinklusiv“ eingeordnet.

In die Kategorie „geschlechterspezifisch“ (maskulin oder feminin) wurden Anzeigen eingeordnet, wenn sowohl der Titel als auch der Text im Maskulinum beziehungsweise Femininum verfasst waren (das heißt das Nomen z.B. das feminine Genus besaß und auch die Adjektive kongruent waren (vgl. Kapitel 2.1)), wie zum Beispiel bei *leboncoin.fr*, Anzeige 3:

(6) Esthéticienne (H/F)

[...] recherche Esthéticienne diplômée pour CDI temps plein.

Salaire motivant et primes sur résultats.

recherchons personne souriante, bonne élocution et qui aime le contact.

In diese Kategorie fielen auch solche Stellenanzeigen, deren Titel geschlechterspezifisch war und in deren Text anschließend eine neutralere Formulierung verwendet wurde, aus der jedoch nicht hervorging, dass auch das im Titel nicht gemeinte Geschlecht inkludiert ist. Diesem Vorgehen liegt der Gedanke zugrunde, dass nach der Lektüre eines geschlechterspezifischen Titels die Vorstellung, welches Geschlecht gesucht wird, nur geändert werden kann, wenn anschließend wahrlich inklusive Formen (z.B. *rigoureux(se)*) verwendet werden. Darüber hinaus traten gelegentlich Fälle auf, in denen innerhalb des Textes inkonsistent das Maskulinum und das Femininum verwendet wurden (*Vous êtes rigoureux, polyvalente, souriante*). In diesen Fällen wurde gezählt, welche Art und Weise überwiegt und anhand dessen die Zuteilung vorgenommen. Wurde das generische Maskulinum verwendet, wurde das Nomen beziehungsweise die Anzeige als ebenfalls geschlechterspezifisch kodiert, da, wie Kapitel 2.2 gezeigt hat, das generische Maskulinum durchaus als markiert gesehen werden kann.

Die Kategorie „gemischtgeschlechtlich“ umfasste einerseits Anzeigen, deren Titel im Maskulinum (selten im Femininum) stand, der Text jedoch beide Geschlechter explizit ansprach oder umgekehrt, wenn der Titel beide Geschlechter ansprach, der Text jedoch nur im Maskulinum (oder Femininum) verfasst wurde, wie bei *leboncoin.fr*, Anzeige 42:

(7) Chargé de qualité [...] (H/F)

Vous serez amené(e) à vérifier et attester [...]

Zur Kategorie „geschlechterinklusiv“ zählten alle Anzeigen, deren Texte geschlechterinklusiv waren und deren Titel entweder aus einem geschlechterinklusive oder -neutralen *épïcène* bestand oder sowohl die maskuline als auch die feminine Form verwendete. *Épicènes*, die im Titel durch ein rein maskulines Adjektiv oder ein rein feminines Adjektiv näher bestimmt wurden, wurden nicht als inklusiv sondern als maskulin oder feminin bewertet (z.B. wurde *responsable commerciale* als feminin gewertet). Zur Kategorie „geschlechterinklusiv“ gehörten auch solche Anzeigen, deren Fokus auf der Handlung lag und denen es gelang, den Text inklusiv oder neutral zu verfassen. Ein Beispiel für die Kategorie „geschlechterinklusiv“ wäre das folgende aus *leboncoin.fr*, Anzeige 37:

(8) Chargé(e) d'administration des ventes (H/F)

[...] Afin de soutenir et organiser sa croissance, le management souhaite recruter un(e) chargé(e) d'administration des ventes. [...] Vous êtes reconnu (e) pour votre enthousiasme, votre sens de l'écoute, votre rigueur et votre sens de l'organisation. [...]

Zusammenfassend lassen sich folgende Hypothesen festhalten:

H₁: Die Berufsbezeichnungen im Internet sind weniger geschlechterinklusiv als jene bei Lipovsky (2014).

H₂: Tendenziell werden mehr maskuline Berufsbezeichnungen verwendet als bei Lipovsky (2014).

H₃: Feminin-geschlechterspezifische Anzeigen finden sich vor allem bei weniger prestigeträchtigen Berufen und in ‚typisch weiblichen Berufen‘.

H₄: Maskulin-geschlechterspezifische Anzeigen finden sich vor allem bei prestigeträchtigeren Berufen und in ‚typisch männlichen Berufen‘.

4.3. Ergebnisse

Laut Gesetz müssen – abgesehen von wenigen Ausnahmen – alle Berufe für Frauen und Männer zulässig sein (vgl. République française o.J.: 2). Dies kann jedoch durch eine minimalistische Repräsentation (H/F) ausgedrückt werden und bedarf gesetzlich nicht der direkten Ansprache der Frau. Bei den untersuchten Stellenanzeigen hat sich ergeben, dass alle Berufe zunächst für Frauen und Männer offen sind; 100% der Anzeigen werden mit dieser minimalistischen Methode gekennzeichnet. Interessanterweise steht jedoch in 99,75% der Fälle der Mann an erster Stelle (also erst ‚H‘, dann ‚F‘). Lediglich bei einer Anzeige (*monster.fr* 128) wird die Abkürzung für *femme* zuerst genannt und das ‚H‘ an zweiter Stelle. Paradoxerweise ist die Anzeige insgesamt jedoch maskulin-geschlechtsspezifisch verfasst.

Sieht man von dieser minimalistischen Methode ab, so ergibt sich eine Verteilung, wie sie Tabelle 1 zeigt. Hypothese 1 kann bestätigt werden: die Verteilung ähnelt sich mit den Daten Lipovskys (2014), ist jedoch weniger geschlechterinklusiv. So sind bei Lipovsky (2014: 370) 37,8% der Stellenanzeigen geschlechterinklusiv, im Internet jedoch nur 23,75%. Hierbei ist besonders auffällig, dass Lipovsky in diesem Bereich am häufigsten *épiciènes* feststellt (28,0%), während diese im Rahmen der vorliegenden Untersuchung nur zu 6,75% festgestellt werden. Dahingegen scheinen im Internet im Bereich der geschlechterinklusiven Formulierungen häufiger sowohl die maskuline als auch die feminine Form verwendet zu werden (15,5%) als dies bei Lipovsky (2014: 370) der Fall ist (7,3%). Der Handlungsfokus scheint auch im Internet gleichermaßen selten wie bei Lipovsky (2014) vertreten zu sein.

Tabelle 1: Verteilung von geschlechterspezifischen, gemischtgeschlechtlichen und geschlechterinklusive Stellenanzeigen

Typ der Anzeige	Charakterisierung	leboncoin.fr (n=200) [%]	monster.fr (n=200) [%]	Total (n=400) [%]
geschlechterspezifisch	feminin	5,0 (n=10)	0,0 (n=0)	2,5
	maskulin	49,5 (n=99)	54,0 (n=108)	51,75
gemischtgeschlechtlich	spezifischer Titel, inklusive Text	12,0 (n=24)	16,0 (n=32)	14,0
	inklusive Titel, spezifischer Text	9,5 (n=19)	6,5 (n=13)	8,0
geschlechterinklusive	<i>épiciènes</i> + inklusive Text	5,0 (n=10)	8,5 (n=17)	6,75
	Femininum und Maskulinum + inklusive Text	17,0 (n=34)	14,0 (n=28)	15,5
	Fokus auf Handlung	2,0 (n=4)	1,0 (n=2)	1,5

Dadurch dass weniger geschlechterinklusive Formen als bei Lipovsky (2014) verwendet werden, finden sich an anderer Stelle mehr Formen. So sind gemischtgeschlechtliche Formulierungen (als Zwischenform von „geschlechterspezifisch“ und „geschlechterinklusive“) häufiger aufzufinden. In der vorliegenden Untersuchung machen sie 22,0% aller Anzeigen aus, während dies bei Lipovsky (2014: 370) mit 11,9% weniger Anzeigen sind. Gerade im Bereich des geschlechterspezifischen Titels (meist maskulin) in Kombination mit einem geschlechterinklusive Text sind im Internet mehr Formen zu finden (14,0%) als bei Lipovsky (2014: 370) (5,4%).

Im Rahmen der Hypothese 2 wurde vermutet, dass tendenziell mehr maskulin-geschlechterspezifische Formen verwendet werden. Es hat sich ergeben, dass sich im Bereich der geschlechterspezifischen Formulierungen bei Lipovsky (2014: 370) 45,1% maskuline Formen finden, während es im Internet 51,75% sind. Damit kann auch Hypothese 2 bestätigt werden. Für feminin-geschlechterspezifische Formulierungen finden sich in der vorliegenden Untersuchung zudem nur halb so viele Formulierungen (2,5%) wie bei Lipovsky (2014: 370) (5,2%).

Die beiden Internetplattformen selbst unterscheiden sich kaum voneinander. Der Anteil geschlechterspezifischer Formulierungen liegt bei beiden Plattformen bei 54,5% beziehungsweise 54,0%. Allerdings fällt auf, dass *leboncoin.fr* 5,0% feminin-geschlechterspezifische Anzeigen hat, während sich bei *monster.fr* keine einzige Stellenanzeige dieser Kategorie finden lässt. Da bei letzterer Plattform eher prestigeträchtige Berufe angeboten werden, spricht die Tatsache, dass sich hier keine feminin-geschlechterspezifischen Anzeigen finden, für Hypothese 3. In den Bereichen der gemischtgeschlechtlichen sowie geschlechterinklusive Anzeigen gibt es keine relevanten Unterschiede. In ersterer Kategorie findet sich eine ähnliche Verteilung (21,5% bzw. 22,5%), wobei *monser.fr* tendenziell eher geschlechterspezifische Titel und inklusive Texte anzeigt, während es bei *leboncoin.fr* umgekehrt der Fall ist. In der Kategorie der geschlechterinklusive Anzeigen sind die Unterschiede ebenfalls gering (24% bzw. 23,5%). Anzeigen auf *monster.fr* scheinen jedoch häufiger *épïcènes* und einen inklusiven Text zu verwenden als *leboncoin.fr*. Dafür werden auf *leboncoin.fr* in dieser Kategorie häufiger beide Formen in Kombination mit einem geschlechterinklusive Text verwendet. Zu behaupten, auf *monster.fr*, wo mehr prestigeträchtige Berufe angeboten werden, würden *épïcènes* verwendet, um die Frau zunächst unsichtbar zu lassen (da *épïcènes* zunächst nichts über das Geschlecht preisgeben, vgl. Kapitel 2.1), wäre jedoch zu spekulativ.

4.3.1. Geschlechterspezifische Stellenanzeigen

Im Bereich der geschlechterspezifischen Anzeigen liegt der Anteil insgesamt bei 54,25%. Davon sind 77% eindeutig geschlechterspezifisch (das heißt sowohl der Titel als auch der Text sind ausschließlich im Maskulinum oder Femininum), 22% haben zwar einen maskulinen beziehungsweise femininen Titel, sind jedoch im Text bezüglich der Formulierung inkonsistent (wobei wie in 4.2 beschrieben dann ausgezählt wurde, welche Form überwiegt), verwenden neutralere Formulierungen, sodass das im Titel genannte Geschlecht nicht revidiert wird, oder nutzen das generische Maskulinum.

Von 217 Stellenanzeigen, die geschlechterspezifisch sind, sind 10 rein feminin. Die Berufe, bei denen dies der Fall ist, sind folgende:

animatrice (surveillante sur messagerie audiotel), assistante (ménagère, juridique), coiffeuse, conseillère de vente, esthéticienne (3x), hôtesse, vendeuse

Die Liste bestätigt Hypothese 3 – feminin-geschlechterspezifische Stellenanzeigen finden sich vor allem bei weniger prestigeträchtigen Berufen und in ‚typisch weiblichen Berufen‘. So finden sich gleich vier Gesuche, die explizit Frauen ansprechen, im Bereich der Kosmetik. Darüber hinaus werden Frauen als Verkäuferinnen, Hostessen oder Assistentinnen (im Bereich Haushalt oder Recht) gesucht. Sie haben dementsprechend meistens Dienstleistungsberufe von geringerem Prestige. Dieses Ergebnis deckt sich mit jenem Lipovskys (2014: 371). Darüber hinaus fällt auf, dass diese Anzeigen sehr kurz sind und teilweise nur drei Zeilen umfassen, während andere Anzeigen gelegentlich über eine Seite Platz einnehmen. Ein allgemeines Beispiel aus *leboncoin.fr*, Anzeige 56, ist folgendes:

(9) Assistante ménagère (H/F)

Nous recrutons une assistante ménagère avec 2 ans d'expérience dans le ménage et le repassage pour travailler chez nos clients parisiens. [...] Nos assistantes ménagères sont formées, suivies par des tutrices qui les accompagnent chez les nouveaux clients et les aide en cas de difficulté. Nos assistantes ménagères suivent des formation en externe. [...] Bonne repasseuse. [...]

Insgesamt sind von allen Anzeigen 51,75% maskulin-geschlechterspezifisch. Sie umfassen folgende Berufe (mit Asterisken gekennzeichnete Nomen liegen in allen Anzeigen nur in der maskulinen Form vor):

administrateur (de vente), agent (de nettoyage avions, de restauration, de servie), analyste (fonctionnel), artisan*, assistant (de direction, expert assurance, ménager, technique), auditeur, avocat*, boucher*, boulanger*, Business Manager*, chargé (d'affaires, d'études, de marketing, de missions, de recrutement, de sécurité, de support), chasseur*, chauffeur*, chef (cuisinier), coiffeur, collaborateur (comptable, social), commercial, commis* (de cuisine), comptable, conducteur*, conseiller (de vente), consultant (assurance, automobile, clientèle, financier), coordinateur* (en construction), coursier*, cuisinier, délégué* (régional), dépanneur*, dessinateur*, développeur*, directeur (administratif, du magasin, financier), électricien, équipier*, foreur*, formateur, gestionnaire (immobilier, locatif, polyvalent), infirmier*, ingénieur*, inspecteur*, isolateur*, laveur*, livreur*, maçon*, magasinier*, manager (commercial), mécanicien*, modérateur*, opérateur (sur machine, logistique), ouvrier*, pâtissier, planificateur*, plombier*, préparateur*, recetteur*, référent* (technique), responsable (administratif, commercial, manager), robinetier*, secrétaire commercial, serrurier*, serveur, statisticien*, technicien, téléconseiller*, veilleur de nuit*, vendeur (charcuterie, conseiller)

Es fällt auf, dass vor allem handwerkliche Berufe wie Techniker, Schlachter, Bäcker, Maurer oder Schlosser geschlechterspezifisch formuliert sind. Diese gelten als ‚typisch männlich‘,

wodurch Hypothese 4 zum Teil bestätigt wird. Darüber hinaus sind vor allem prestigeträchtige Berufe in maskulin-geschlechterspezifischen Stellenanzeigen zu finden (Anwalt, Business Manager, Entwickler (von Software), Statistiker). Viele Berufe lassen sich zudem im betriebswirtschaftlichen Feld einordnen. Damit kann Hypothese 4 bestätigt werden. Des Weiteren springt ins Auge, dass vor allem handwerkliche Berufe so gut wie überhaupt nicht feminisiert werden. Dies zeigt, dass Frauen hier seltener vertreten sind. Interessant ist, dass vor allem Wörter auf –eur seltener feminisiert werden, was der Haltung der *Académie française* entspricht (vgl. *Académie française* 2002), obwohl das Dossier *Femme, j'écris ton nom...* (1999) zeigt, dass die Feminisierung solcher Wörter möglich ist (vgl. Cerquiglini 1999). Dies spricht für den Einfluss und die öffentliche Wahrnehmung der *Académie*. Gleichmaßen spiegelt sich diese Tatsache auch im Wort *ingénieur* wider, zu dessen Feminisierung es nur eines –e bedürfe. Dies wird in keiner Anzeige bei diesem Lexem angehängt (vgl. *monster.fr*, Anzeige 44):

(10) INGENIEUR COMMERCIAL H/F [...]

[...] Dans le cadre de son développement, nous recherchons aujourd'hui un INGENIEUR COMMERCIAL H/F afin de renforcer son équipe sur l'Ile de France.

Rattaché au chef des ventes, vos responsabilités sont les suivantes [...]

4.3.2. Gemischtgeschlechtliche Stellenanzeigen

Die gemischtgeschlechtlichen Stellenanzeigen haben einen Gesamtanteil von 22,0%. Im Bereich der geschlechterspezifischen Titel mit inklusivem Text (14,0%) wurden folgende Nomen im Maskulinum gefunden (mit Asterisken gekennzeichnete Nomen liegen in allen Anzeigen nur in der maskulinen Form vor):

acheteur*, agent, animateur (commercial), assistant (pédagogique), boucher*, boulanger*, chargé (d'accueil), chauffeur*, commercial, conseiller, consultant, contrôleur*, cuisinier, développeur*, électricien, employé, gestionnaire, ingénieur*, livreur*, maçon*, négociateur, pâtissier, recruteur*, responsable, technicien

In der Vielzahl der Fälle ist in dieser Kategorie die Berufsbezeichnung im Titel im Maskulinum und der Text geschlechterinklusiv (durch Markierung am Adjektiv beziehungsweise Partizip) verfasst (vgl. *leboncoin.fr*, Anzeige 161):

(11) Boucher (H/F)

Rejoignez une enseigne qui s'implique au quotidien pour la satisfaction de ses clients.

Rattaché(e) au manager de rayon, après une période de formation, vous aurez pour principales missions [...]

- Vous êtes rigoureux (se) et organisé(e) [...]

Dies betrifft meistens weniger prestigeträchtige Berufe. So wird hier von *assistant pédagogique* oder *chargé d'accueil* geredet, während bei rein maskulinen Anzeigen der *assistant de direction* oder der *chargé d'études* erwähnt wird.

Seltener wird ein inklusiver Text geschaffen, indem die Berufsbezeichnung durch *il* und *elle* ersetzt wird (vgl. *monster.fr*, Anzeige 100):

(12) Gestionnaire administratif et financier (H/F) [...]
[...] Sous l'autorité du responsable du pôle exécution, le / la gestionnaire administratif et financier (H/F) est chargé (e) d'une ou plusieurs activités :
Il (elle) vérifie les ordres de mission et les états de frais ;
Il (elle) est chargé (e) de la liquidation et du mandatement des frais de mission, des factures de location de véhicules [...]

Interessant ist, dass drei Anzeigen einen feminin-geschlechterspezifischen Titel und einen geschlechterinklusive Text haben. Dies umfasst die Berufe *assistante* und *secrétaire*. Diese Tatsache spricht erneut dafür, dass Frauen vor allem in weniger prestigeträchtigen Berufen gesehen werden.

8,0% der Anzeigen haben einen geschlechterinklusive Titel, aber einen geschlechterspezifischen Text. Hierbei ist der Text immer in der maskulinen Form verfasst. Im Titel befindet sich entweder ein *épïcène* oder es werden beide Formen genannt. Folgende Nomen sind betroffen:

aide comptable, aide ménager(e), assistant/e commercial/e, assistant(e) de gestion, conseiller(ère), couturières/couturiers, négociateur (rice) [sic!], Manager, second(e) de cuisine, serveur/serveuse, Webmaster

Auch in diesen Fällen sind eher weniger prestigeträchtige Berufe betroffen, wie Schneider*in oder Haushaltshilfe (vgl. *leboncoin.fr*, Anzeige 187):

(13) Couturières/couturiers (H/F)
Autonome, sérieux et ponctuel, vous serez en charge de confectionner des tabliers, sacs, trouses, mise sous plastique & étiquetage. [...]

4.3.3. Geschlechterinklusive Stellenanzeigen

Im Bereich der geschlechterinklusive Stellenanzeigen, also jener Kategorie, die von der *Académie française* abgelehnt wird (vgl. Kapitel 3.3), sind 23,75% der Stellenanzeigen einzuordnen. *Épicènes* in Kombination mit einem geschlechterinklusive Text finden sich in 6,75% der Fälle. Dabei werden folgende *épicènes* verwendet:

analyste, chef (de projet), comptable, gestionnaire, juriste, manager d'équipe, photographe, responsable, spécialiste, tech.

Bis auf eine Abkürzung (*tech.*) werden ausschließlich richtige *épicènes* verwendet. Die Texte werden geschlechterinklusive gestaltet, indem Adjektive und Partizipien angeglichen werden oder Termini wie *personne* verwendet werden. Bis auf *juriste* und *manager* (übrigens wird nie das Wort *manager* bzw. *manageuse* verwendet, obwohl es denkbar wäre) sind die Berufe eher weniger prestigeträchtig. Während bei rein maskulinen Anzeigen *responsable* immer mit betriebswirtschaftlichen Berufen in größeren Firmen verknüpft ist, handelt es sich bei derselben Formulierung im Rahmen einer geschlechterinklusive Anzeige um eine *Chocolaterie* (vgl. *leboncoin.fr*, Anzeige 35):

(14) Responsable Boutique Chocolaterie-Epicerie Fine (H/F)

[...] recherche un(e) responsable pour sa boutique [...]

Vous justifiez d'une expérience en tant que responsable de boutique, idéalement acquise dans le domaine de l'épicerie-fine.

Vous êtes passionné(e) par la vente et le commerce, amoureux(se) des produits gourmands, capable de les présenter en Français comme en Anglais.

Vous savez encadrer et dynamiser une équipe et êtes prêt(e) à relever des challenges, alors rejoignez-nous !

Die Verwendung sowohl der maskulinen als auch der femininen Form in Verbindung mit einem inklusiven Text findet sich in 15,5% der Fälle wieder. Hierbei sind sowohl prestigeträchtige als auch weniger prestigeträchtige Berufe repräsentiert (inkl. Repräsentationsform):

administrateur/trice, animateur/animatrice, apprenti(e), assistant/e administratif/ve, assistant(e) (atelier, d'agence, de manager, gestionnaire, juridique, secrétaire), auditeur/auditrice, chargé(e) (d'administration, d'affaires, d'études), coiffeur/coiffeuse, collaborateur (trice), commercial(e), conseiller/ière, consultant/e, cuisinier/ère, cuisinier/cuisinière, directeur/trice, employé(e), esthéticien/esthéticienne, formateur/trice, gouvernant(e), hôte(sse), opérateur/trice, pâtissier/ère, rédacteur/rédactrice, serveur/serveuse, spa-praticien(ne), technicien(ne), technicien/ne, vendeur(se), vendeur/vendeuse

Die Darstellung des weiblichen Geschlechts erfolgt entweder über die Verwendung des ganzen Wortes, über die Kennzeichnung des femininen Suffixes in Klammern oder über die Kennzeichnung ebenjenes nach einem Schrägstrich. Insgesamt scheint die Klammer die bevorzugte Darstellungsweise zu sein (sie macht etwa die Hälfte der Darstellungsformen in dieser Kategorie aus), die Verwendung des Schrägstriches sowie beider Wörter kommt ungefähr gleich oft vor. Interessant bei der Betrachtung der Einzelberufe ist, dass auch Männer hier bei weniger prestigeträchtigen Berufen (*esthéticien, spa-praticien*) genannt werden. Auffällig ist hingegen, dass *directeur/trice* für die Leitung einer Boutique wirbt und nicht, wie bei rein maskulinen Anzeigen, um die Leitung im administrativen Bereich größerer Firmen. Die Texte werden wiederum inklusiv gestaltet, indem Adjektive und Partizipien angeglichen werden oder Termini wie *personne* verwendet werden (vgl. *leboncoin.fr*, Anzeige 64):

(15) Rédacteur/rédactrice web (H/F)

[...] vous êtes étudiant(e) en école de commerce [...] êtes motivé(e) et créatif(ve) [...]

Sehr selten (1,5%) lag der Fokus rein auf der Tätigkeit. Ein Beispiel hierfür wäre das folgende (vgl. *leboncoin.fr*, Anzeige 81):

(16) Cours particuliers en Français, Mathématiques

[...] Donnez des cours particuliers à domicile [...]

[...] être titulaire d'un diplôme de niveau bac + 3 minimum ou étudier dans une [...]

4.4. Diskussion

Im Rahmen der Untersuchung konnten alle Hypothesen bestätigt werden. Es hat sich gezeigt, dass im Internet weniger Stellenanzeigen geschlechterinklusiv verfasst sind (23,75%) als in der gedruckten Presse (37,8%) (vgl. Lipovsky 2014: 370). Die Gründe hierfür können vielschichtig sein. Vermutlich hat die Tatsache, dass die Anzeigen vor dem Inserieren nicht von einer redaktionellen Instanz überprüft werden, einen Einfluss auf diesen Fakt. Darüber hinaus finden sich tendenziell Berufe im sozial schwächeren Bereich, sodass davon auszugehen ist, dass die Sensibilität für die Relevanz der Feminisierung von Berufsbezeichnungen fehlt. Es hat sich darüber hinaus ergeben, dass im Internet mehr maskulin-geschlechterspezifische Stellenanzeigen inseriert werden (51,75%) als in der Zeitung (45,1%) (vgl. Lipovsky 2014: 370). Dabei finden sich zwei Typen von Stellenanzeigen wieder: Einerseits sind handwerkliche Berufe meist rein maskulin formuliert, andererseits sind prestigeträchtigere Angebote, wie zum Beispiel Anwalt, in die maskulin-geschlechterspezifische Kategorie einzuordnen. Daraus lässt sich vermuten, dass erstere

Angebote auf eine solche Art und Weise inseriert werden, weil sie als ‚typisch männlich‘ gelten und Frauen in diesen Berufen nicht gesehen werden und deshalb keiner Erwähnung bedürfen. Prestigeträchtige Angebote werden vermutlich rein maskulin formuliert, da Männer eher in Führungspositionen gesehen werden. Rein feminine Anzeigen finden sich vor allem in weniger prestigeträchtigen und damit ‚typisch weiblichen‘ Berufen wieder, machen insgesamt jedoch einen sehr geringen Anteil von 2,5% aus. Die Ergebnisse sprechen folglich dafür, dass ein stereotypes Denken weiterhin in den Köpfen der Arbeitgeber*innen verankert ist und Frauen eher im Niedriglohnsektor gesehen werden. Die Tatsache, dass im Internet insgesamt weniger geschlechterinklusive Formen als in der Zeitung verwendet werden, mag darüber hinaus dafür sprechen, dass Sprachveränderungen in *top-down*-Prozessen weniger effektiv sind als wenn sie von der Bevölkerung ausgehen. Zwar zeigt das Dossier *Femme, j’écris ton nom...* (1999), dass es möglich ist, alle Berufe zu feminisieren und damit geschlechterinklusive Stellenanzeigen zu schaffen, aber wem nützt dies, wenn viele Menschen (auch Frauen) dem negativ gegenüber stehen, die Wörter als künstlich oder schlecht klingend empfinden (vgl. Compernelle 2009) und es schlussendlich nur zu mehr *functional doublets* (vgl. Schafroth 2003: 99) kommt? Die Verwendung kann nicht erzwungen werden, sondern muss aus Überzeugung geschehen. „Féminiser une fonction est une question d’égalité, c’est reconnaître les droits des femmes mais elles en ont leur part dans cette affaire [...]“ (Alfaro Madrigal 2010: 140). Die Frauen müssen ebenfalls feminisierte Formen verwenden und einfordern und nicht – gerade in prestigeträchtigeren Berufen – aufgrund einer vermeintlichen Minderwertigkeit der femininen Form auf diese verzichten. Nur so kann mittelfristig ein wahrer Wandel hin zur vollen Gleichberechtigung geschehen. Dass nur 23,75% der Anzeigen im Internet vollkommen geschlechterinklusive verfasst sind, das heißt weniger als ein Viertel aller Inserate, ist durchaus erschreckend. Es zeigt, dass noch immer eine große Diskrepanz zwischen der Koexistenz des Maskulinums und Femininums und damit letztlich dem Mann und der Frau in den Stellenanzeigen besteht. Es herrscht eine Kluft zwischen „[...] le statut souhaité de l’équilibre [...] [et] l’âpre réalité de la disparité“ (Alfaro Madrigal 2010: 139). Dies wird durch die Tatsache unterstrichen, dass im Rahmen der geschlechterinklusive Anzeigen, die sowohl die feminine als auch die maskuline Form anführen, die Hälfte der Anzeigen die Klammer verwenden, um dies deutlich zu machen. Die Frau bleibt somit ‚Anhängsel‘ des Mannes, das Femininum entsteht erst durch die Existenz der maskulinen Form (vgl. Khaznadar 2015: 80). Hieran wird deutlich, dass es eben nicht nur um einen Buchstaben mehr oder weniger geht, sondern die Thematik eine Frage der Gleichberechtigung ist.

Die Stärken der Untersuchung liegen einerseits darin, dass die Inserate aus zwei der größten Portale Frankreichs entnommen wurden, welche konsequenterweise am meisten frankophone Sprecher*innen erreichen, andererseits in der Menge an Anzeigen. Zudem ist durch die Methodik die Vergleichbarkeit mit der Studie Lipovskys (2014) und damit der gedruckten Presse möglich. Ihre Schwächen hat die Untersuchung in ihrer Begrenztheit auf zwei Portale und den Zeitraum der Datensammlung. Für weiterführende Studien wären noch mehr Jobportale zu untersuchen und darüber hinaus eine größere Datensammlung über mehrere Monate sinnvoll, um sich immer wiederkehrende Inserate ausschließen zu können. Interessant wäre zudem die Entwicklung in den Stellenanzeigen im Internet zu untersuchen und in einigen Jahren erneut zu schauen, inwieweit Veränderungen eingetreten sind und so vielleicht Hinweise für einen Sprachwandel zu finden.

5. Fazit

Ziel dieser Arbeit war es, sich mit der Feminisierung von Berufsbezeichnungen in Stellenanzeigen im Internet zu beschäftigen und dabei der Frage nachzugehen, inwieweit Frauen in frankophonen Inseraten explizit angesprochen beziehungsweise genannt werden. Dafür wurden in einem ersten Schritt relevante Aspekte wie die Genera des Französischen, die Genusmarkierung sowie –zuweisung oder das generische Maskulinum erläutert. Hierbei hat sich gezeigt, dass das Französische über zwei Genera verfügt, wobei mehr maskuline als feminine Substantive existieren (vgl. Schafroth 2003: 90). Das Genus wird am Nomen inhärent, am Determinierer, am Adjektiv und am Pronomen markiert – es herrscht Genuskongruenz. Wenngleich das Genus für unbelebte Objekte arbiträr ist, so zeigt sich gerade für belebte Nomen, dass das grammatische Geschlecht durchaus motiviert sein kann (vgl. Dister & Moreau 2009: 12) und dementsprechend das Genus im Kontext von Berufsbezeichnungen einen „*valeur sexuée*“ (Houdebine-Gravaud 1992: 156) haben kann. Auch die Dominanz der maskulinen Form bei der Angleichung von Adjektiven sowie das generische Maskulinum im Allgemeinen diskriminieren das feminine Genus und damit – im Falle belebter Nomen – das weibliche Geschlecht, indem letzteres unsichtbar gemacht wird. Das dritte Kapitel beschäftigte sich daraufhin mit der Feminisierung von Berufsbezeichnungen in Frankreich. Der historische Abriss hat ergeben, dass die feminine Form einer Berufsbezeichnung lange Zeit nur im Kontext einer Hilfstätigkeit gesehen wurde oder die bezeichnete Frau den Beruf nicht selbst ausübte, sondern nur die Ehefrau des Ausübenden war. Trotz allem existierten die Bezeichnungen im Femininum im 12. Jahrhundert (vgl. Jalkanen 2012: 20). Ab 1981 entstanden erste Tendenzen zur Feminisierung

von Berufsbezeichnungen und 1999 kam ein entscheidendes Werk heraus, welches verdeutlicht, dass alle Formen problemlos feminisiert werden können – das Dossier *Femme, j'écris ton nom...* (Cerquiglini 1999). Vor, während und nach der Entstehung dieses Dossiers gab es heftige Diskussionen über das Thema, deren Argumente im weiteren Verlauf des Kapitels benannt wurden. So beruft sich vor allem die *Académie française* in ihrer ablehnenden Haltung zu dem Thema darauf, dass sie die einzig kompetente Institution sei, sprachliche Regeln zu erlassen (vgl. Dister & Moreau 2009: 40-41). Sie macht auf die Unmarkiertheit des Maskulinums und die daraus resultierende Unnotwendigkeit der expliziten Benennung der Frau aufmerksam (vgl. ebd.: 30-32). Darüber hinaus sei das Genus arbiträr, feminine Berufsbezeichnungen klingen oft abwertend oder unschön und haben nicht selten bereits eine andere Bedeutung (vgl. ebd.: 33-38). Die Befürworter*innen der Position fordern hingegen die Sichtbarkeit des weiblichen Geschlechts und sind der Meinung, dass „ce qui n'est pas nommé publiquement n'existe pas socialement“ (ebd.: 28). Darüber hinaus berufen sie sich auf die Ergebnisse des Dossiers *Femme, j'écris ton nom...* (1999). Im vierten Kapitel wurde die Untersuchung, die im Rahmen dieser Arbeit vollzogen wurde, beschrieben. Zunächst wurde auf die Studie Lipovskys (2014) hingewiesen, die diese Untersuchung für Stellenanzeigen in der Presse durchführte. Hierbei ergab sich, dass mehr als 50% der Anzeigen geschlechterspezifisch waren, gemischtgeschlechtliche Anzeigen machten einen Anteil von 11,9% aus, während geschlechterinklusive Anzeigen zu 37,8% auftraten (vgl. Lipovsky 2014: 370). Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden innerhalb einer Woche 400 Stellenanzeigen aus den Portalen *monster.fr* und *leboncoin.fr* gesammelt. Die Methodik Lipovskys (2014) wurde für die Untersuchung der Stellenanzeigen übernommen und die Anzeigen in geschlechterspezifische Anzeigen (maskulin oder feminin), gemischtgeschlechtliche Anzeigen sowie geschlechterinklusive Anzeigen kategorisiert. Es hat sich ergeben, dass 54,25% der Stellenanzeigen geschlechterspezifisch sind, 22% gemischtgeschlechtlich und 23,75% geschlechterinklusive. Im Vergleich zur Zeitung sind im Internet weniger Berufsbezeichnungen geschlechterinklusive, es werden mehr maskuline Berufsbezeichnungen verwendet, feminin-geschlechterspezifische Anzeigen finden sich vor allem bei weniger prestigeträchtigen Berufen und in ‚typisch weiblichen‘ Berufen und maskulin-geschlechterspezifische Anzeigen finden sich vor allem bei prestigeträchtigen und in ‚typisch männlichen‘ Berufen. Alles in allem zeigt die Untersuchung, dass Frauen in Stellenanzeigen noch immer unterrepräsentiert sind und dementsprechend nicht wirklich existieren, denn „ce qui n'est pas nommé publiquement n'existe pas socialement“ (Dister & Moreau 2009: 28).

6. Zusammenfassung auf französischer Sprache/ Résumé en langue française

Le but de ce travail était d'analyser la féminisation des noms de métiers dans les offres d'emploi sur Internet et de répondre à la question de savoir comment les femmes y sont explicitement mentionnées. Dans la première partie, on a expliqué les aspects importants de l'analyse, tels que le genre en français, le marquage et l'assignation du genre ainsi que le masculin générique. Il s'est avéré qu'il y a deux genres en français, le masculin et le féminin, mais qu'il y a plus de mots masculins (cf. Schafroth 2003 : 90). Le genre est marqué par le nom lui-même, inhéremment, par le déterminateur, par l'adjectif ou par le pronom. Quoique le genre soit arbitraire pour les noms inhumains, il peut être motivé en ce qui concerne les substantifs humains (cf. Dister & Moreau 2009 : 12) de sorte que, dans le contexte des noms de métiers, le genre peut avoir une « valeur sexuée » (Houdebine-Gravaud 1992 : 156). La prédominance du genre masculin et l'usage du masculin générique en général discriminent le genre féminin et alors, dans le cas d'un nom humain, le sexe féminin en le rendant invisible dans les offres d'emploi, par exemple. Le troisième chapitre a abordé le thème de la féminisation des noms de métiers en France. L'abrégé historique a montré que les formes féminines d'un nom de métier n'étaient associées qu'avec un travail d'aide ou bien avec la femme d'un homme qui exerçait le métier. Malgré tout, les formes féminisées existaient déjà au XII^{ème} siècle (cf. Jalkanen 2012 : 20). À partir de 1981, la féminisation des noms de métiers prenait forme et en 1999 la publication du dossier *Femme, j'écris ton nom...* (Cerquiglini 1999) a montré que toutes les formes peuvent facilement être féminisées. Avant, pendant et après la rédaction de ce dossier, il y avait beaucoup de discussions sur ce thème dont les arguments sont nommés dans les chapitres 3.3 et 3.4. L'Académie française, qui se prononce contre la féminisation des noms de métiers, est d'avis d'être la seule institution compétente d'établir des règles linguistiques (cf. Dister & Moreau 2009 : 40-41). Elle se réfère au genre masculin comme le genre non marqué et explicite que la dénomination de la femme ne sert à rien puisqu'elle est incluse dans le genre masculin non marqué (cf. *ibid.*: 30-32). En outre, le genre était arbitraire et les noms de métiers féminisés étaient souvent des homonymes, péjoratifs et pas euphoniques (cf. *ibid.*: 33-38). Les partisans et partisanes de la féminisation exigent, par contre, la visibilité du genre féminin et sont d'avis que « ce qui n'est pas nommé publiquement n'existe pas socialement » (*ibid.*: 28). De plus, ils et elles se réfèrent aux résultats du dossier *Femme, j'écris ton nom...* (1999). Dans le quatrième chapitre, l'enquête a été décrite. D'abord, les recherches de Lipovsky (2014) ont été mentionnées. Elle a enquêté sur la féminisation des noms de métiers dans les offres d'emploi de trois journaux français. Il

s'est révélé que plus de 50% des annonces étaient formulées de manière spécifique (masculin ou féminin), 11,9% étaient formulées de manière mélangée (c'est-à-dire, le titre était formulé de manière spécifique et le texte de manière inclusive ou vice-versa) et 37,8% des offres d'emploi étaient formulées de manière inclusive (cf. Lipovsky 2014: 370). Dans le cadre de l'enquête sur les offres d'emploi sur Internet on a analysé 400 annonces de deux plateformes (*monster.fr* et *leboncoin.fr*). La méthodologie était la même que chez Lipovsky (2014) qui utilisait les catégories « formulé de manière spécifique », « formulé de manière mélangée » et « formulé de manière inclusive ». Il s'est avéré que 54,25% des offres d'emploi sont formulées de manière spécifique, 22% de manière mélangée et 23,75% de manière inclusive. En comparaison des journaux, il y a moins d'annonces qui sont formulées de manière inclusive. Les offres d'emplois qui sont formulées de manière spécifique (féminin) concernent surtout des métiers moins prestigieux et 'typiquement féminins', celles qui sont formulées de manière spécifique (masculin) concernent surtout des travaux plus prestigieux et 'typiquement masculins'. Tout compte fait, l'enquête a montré que les femmes sont toujours sous-représentées dans les offres d'emploi et donc, n'existent pas vraiment au monde du travail puisque « ce qui n'est pas nommé publiquement n'existe pas socialement » (Dister & Moreau 2009: 28).

7. Literaturverzeichnis

- Abbou, Julie (2011): *L'antisexisme linguistique dans les brochures libertaires: pratiques d'écriture et métadiscours*. Université de Provence, Aix-Marseille, École Doctorale Cognition, Langage, Éducation (Dissertation).
- Académie française (2002): *Déclaration du 21 mars 2002 - Féminisation des noms de métiers, fonctions, grades et titres*. URL: <http://www.academie-francaise.fr/actualites/feminisation-des-noms-de-metiers-fonctions-grades-et-titres> [29.07.2017]
- Alfaro Madrigal, Gabriela (2010): „La féminisation des noms de métier..., une question de mentalités?“ *Revista de lenguas modernas* 12, 139-149.
- Arrivé, Michel (2013): „‘Le masculin l’emporte sur le féminin‘: peut-on y remédier?“ *Bulletin de l’observatoire des pratiques linguistiques* 24, 2. URL: https://f.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/696/files/2013/11/LC_24_feminin-masculin.pdf [29.07.2017]
- Bem, Sandra L. & Bem, Daryl J. (1973): „Does Sex-biased Job Advertising ‚Aid and Abet‘ Sex Discrimination?“ *Journal of Applied Social Psychology* 3 (1), 6-18. URL: <http://dbem.ws/Sex%20biased%20ads.pdf> [27.07.2017]
- Cerquiglini, Bernard (1999): *Femme, j’écris ton nom... Guide d’aide à la féminisation des noms de métiers, titres, grades et fonctions*. Paris: La Documentation Française. URL: <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/994001174.pdf> [27.07.2017]
- Compernelle, Rémi A. van (2009): „What do women want? Linguistic equality and the feminization of job titles in contemporary France.“ *Gender and Language* 3 (1), 33-52.
- Dister, Anne & Moreau, Marie-Louise (2009): *Féminiser? Vraiment pas sorcier! La féminisation des noms de métiers, fonctions, grades et titres*. Brüssel: de boeck-ducucot.
- Dister, Anne & Moreau, Marie-Louise (2013): „Du bon usage du masculin.“ *Bulletin de l’observatoire des pratiques linguistiques* 24, 2. URL: https://f.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/696/files/2013/11/LC_24_feminin-masculin.pdf [29.07.2017]
- Elmiger, Daniel (2009a): „Féminisation de par la loi: la nouvelle ‚loi sur les langues‘ suisse et la formulation non sexiste.“ *LeGes: Gesetzgebung und Evaluation* 1, 57-70. URL: https://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUK Ewj_pK2iKrVAhXDyRQKHxFiAnsQFggpMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.bk.admin.ch%2Fthemen%2Flang%2F00938%2F02124%2F04794%2Findex.html%3Flang%3Dde%26download%3DNHzLpZeg7t%2Clnp6I0NTU04212Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpJCFen18fWym162epYbg2c_JjKbNoKSn6A--&usg=AFQjCNES1xCsQYE9vV9f2s3a2t4FZkjdWg [27.07.2017]

- Elmiger, Daniel (2009b): „Sprachliche Gleichbehandlung von Frau und Mann: eine korpusgestützte Untersuchung über den Sprachwandel in der Schweiz. *Linguistik online* 39 (3), 61-73. URL: http://www.linguistik-online.org/39_09/elmiger.pdf [27.07.2017]
- Hellinger, Marlis & Pauwels, Anne (2007): „Language and sexism.“ In: Hellinger, Marlis & Pauwels, Anne (Hrsg.): *Handbook of Language and Communication: Diversity and Change*. Vol. 9. Berlin: Mouton de Gruyter. 651-684.
- Houdebine-Gravaud, Anne-Marie (1992): „Sur la féminisation des noms de métiers en France.“ *Recherches féministes* 51, 153-159.
- Huffington Post France (2014): „Féminisation des titres : Madame "le" ou "la" ministre ? Le débat divise toujours l'Assemblée.“ 24.01.2014 URL: http://www.huffingtonpost.fr/2014/01/24/feminisation-des-titres_n_4657019.html [28.07.2017]
- Jalkanen, Emma (2012): *La féminisation des noms de métiers, fonctions, grades et titres en France et au Québec*. Jyväskylä: Universität.
- Khaznadar, Edwige (2015): *Le sexisme ordinaire du langage. Qu'est l'homme en général?* Paris: l'Harmattan.
- Labrosse, Céline (2000): „Annie Becquer, Bernard Cerquiglini, Nicole Cholewka, Martine Coutier, Josette Fr cher, Marie-Jos phe Mathier: Femme, J' cris ton nom... Guide d'aide à la féminisation des noms de métiers, titres, grades et fonctions.“ *Recherches féministes* 131, 191-193.
- Lipovsky, Caroline (2014): „Gender-specification and occupational nouns: has linguistic change occurred in job advertisements since the French feminisation reforms?“ *Gender and Language* 8 (3), 361-392.
- Lüdi, Georges (2014): „Communicative and cognitive dimensions of pluricentric practices in French.“ In: Silva, Augusto Soares de (Hrsg.): *Pluricentricity: Language variation and sociocognitive dimensions*. Berlin: De Gruyter Mouton, 49-82.
- République française (o.J.): *Diversifier ses recrutements sans discriminer – La rédaction des offres d'emploi*. URL: https://www.defenseurdesdroits.fr/sites/default/files/atoms/files/ddd_fic_redaction_offres_emploi.pdf [29.07.2017]
- Schafroth, Elmar (1993): „Berufsbezeichnungen f r Frauen in Frankreich – Sprachpolitische Ma nahmen und sprachliche Wirklichkeit.“ *Lebende Sprachen* 93 (2), 64-66.
- Schafroth, Elmar (2003): „Gender in French: Structural Properties, incongruences and asymmetries.“ In: Hellinger, Marlis & Bussmann, Hadumod (Hrsg.): *Gender across languages. The linguistic representation of women and men*. Amsterdam, Philadelphia: J. Benjamins (Bd. 11), 87-117.
- Stericker, Anne (1981): „Does this ‚he or she‘ business really make a difference? The effect of masculine pronouns as generics on job attitudes.“ *Sex Roles* 7 (6), 637-641.

Trudeau, Danielle (1988): „Changement social et changement linguistique: la question du féminin.“ *The French Review* 62, 77-87.

8. Rechtsverbindliche Erklärung

Ich habe diese Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst. Ich habe keine Texte kopiert und sie als meine eigenen ausgegeben. Zitate und Paraphrasierungen wurden entsprechend der Regeln guter wissenschaftlicher Praxis kenntlich gemacht. Die Quellen meiner Informationen sind vollständig und korrekt aufgelistet. Diese Erklärung schließt auch im Internet zugängliche Daten ein.

Außerdem habe ich diese Arbeit oder Teile dieser Arbeit nicht in einer anderen Veranstaltung eingereicht.

Mir ist bewusst, dass bei Missachtung dieser Regeln Maßnahmen ergehen werden.

Frankfurt am Main, 07.08.2017, _____

(Ort, Datum, Unterschrift)