

BSU International Journal of Humanities and Social Science

Available Online: <http://buijhs.journals.ekb.eg/>

Online ISSN: 2314-8810 Print ISSN: 2314-8802



"Männer- und Frauensprache in Online-Kundenrezensionen. Eine linguistische Analyse"

Dr: Rasha Abdou

Abteilung für Germanistik, Sprachenfakultät Al-Asun, Beni-Suef
Universität, Beni-Suef, Ägypten

Dr: Karim Mahmoud

Abteilung für Germanistik, Sprachenfakultät Al-Asun, Suez-Kanal
Universität, Ismailia, Ägypten

Email : rashaabdou@alsun.bsu.edu.eg

Karimselim_alsun@suez.edu.eg

ABSTRACT

Die Genderlinguistik steht im Mittelpunkt der vorliegenden Arbeit, d. h. die Unterschiede in der Geschlechtersprache sind von besonderem Interesse für die Genderlinguistik. Die Arbeit geht der Frage nach, inwieweit das Geschlecht Auswirkung auf die Formulierung von Kundenrezensionen hat. Online-Shopping ist heutzutage beliebter und sicherer als ein Einkaufsbummel. Demzufolge basiert die Arbeit auf eine linguistische Analyse der schriftlichen Online-Kundenrezensionen, die von Männern und Frauen formuliert wurden. Dabei werden die geschriebenen Rezensionen linguistisch untersucht und miteinander verglichen. Das Ziel der Analyse ist zu zeigen, in welchen Umfang sich die Männersprache von der Frauensprache in den Online-Kundenrezensionen unterscheidet bzw. inwieweit das Geschlecht Einfluss auf die äußere, formale sowie inhaltliche Gestaltung der Rezensionen hat. Um der Beantwortung der Forschungsfrage nachzugehen, wurde ein Korpus mit 100 Online-Kundenrezensionen auf Amazon.de erstellt, die von Männern und Frauen geschrieben wurden.

ARTICLE INFO

Received

2022-11-05

Accepted

2023-01-29

Keywords

Genderlinguistik,
Kundenrezensionen,
Männersprache,
Frauensprache,
linguistische
Analyse,
Geschlecht,
Amazon

1. Einleitung

Die Sprache ist das wichtigste Kommunikationsmittel, mit deren Hilfe die Menschen miteinander kommunizieren und Informationen austauschen können. Man unterscheidet zwischen geschriebener Sprache und gesprochener Sprache. Die gesprochene Sprache findet face-to-face statt und unterliegt den Bedingungen von Raum und Zeit. Im Gegensatz dazu ist die geschriebene Sprache, die an eine gemeinsame Äußerungssituation nicht gebunden ist.

Sprache ist viel mehr als ein System, das Zeichen und Laute verbindet und Wörter bildet, die sich in Sätzen formieren. Sie ist ein Kommunikationsmittel, mit dem die Menschen ihre Gedanken, Gefühle usw. ausdrücken können. Es gibt verschiedene Faktoren, die unser Sprachverhalten beeinflussen, wie z. B. Alter, Geschlecht, soziale Klasse, Ausbildung, Kultur usw. Im Folgenden steht der Einfluss des Geschlechts im Mittelpunkt der Betrachtung.

Im Zeitalter der Globalisierung sind Sprachfunktionen zugenommen und deshalb zu einem wesentlichen Bestandteil des Marketings geworden. Eine der Hauptfunktionen beim Marketing ist die Kundenrezension, deren Einfluss auf Kaufentscheidungen nicht zu unterschätzen ist. Sie dient den Kunden als Orientierung und gibt ihnen die Möglichkeit, ihre Erfahrungen mit anderen zu teilen. Eine schlechte Bewertung könnte dazu führen, dass ein Produkt aus dem Auswahlkreis ausgeschlossen wird und umgekehrt. Man findet die Rezensionen entweder direkt auf der Webseite des Verkäufers oder auf unabhängigen Portalen. Jeder kann eine Rezension schreiben, egal ob es ein Mann oder eine Frau ist. Insofern stellt sich die Frage, ob das Geschlecht einen Einfluss auf die äußere, formale und inhaltliche Gestaltung der Rezensionen hat.

Um diese Frage zu beantworten, wird der Versuch unternommen, verschiedene Online-Kundenrezensionen auf Amazon.de¹ zu analysieren und miteinander zu

¹ Amazon. de ist abrufbar unter: https://www.amazon.de/ref=nav_logo

vergleichen. Das Ziel der Analyse ist zu zeigen, in welchen Umfang sich die Männersprache von der Frauensprache in den Kundenrezensionen unterscheidet. Im Mittelpunkt der Betrachtung stehen vier Bereiche, nämlich Form, Wortschatz, Syntax und Stil.

Erst seit Anfang des 20. Jahrhunderts ist das Interesse seitens der Forscher an Männer- und Frauensprache groß geworden. Geschlecht und Sprache als Untersuchungsgegenstand gewannen an Bedeutung und die Genderlinguistik wird als eine relativ junge Disziplin der Sprachwissenschaft betrachtet, die sich mit den sprachlichen Geschlechtsunterschieden der Sprechenden befasst. Zu den ersten Untersuchungen, die sich mit den sprachlichen Geschlechtsunterschieden befassen, zählt u. a. die Forschung von Jespersen (1925), in der er verschiedene Merkmale der Männer- und Frauensprache gesammelt hat (vgl. Jespersen, 1925: S. 12).

Im Jahre 1975 erlebte dieses Forschungsgebiet einen hohen Entwicklungsstand durch die Veröffentlichung von drei Fachpublikationen (Language and the Woman's Place von Robin Lakoff (1975); Male/Female Language von Mary Ritchie Key (1975) und Language and Sex: Difference and Dominance von Barrie Thorne & Nancy Henley), die einen erheblichen Einfluss auf die nachfolgenden Untersuchungen hatten. Ab den 80er Jahren erweiterten sich deutlich der Untersuchungsgegenstand sowie das Interessensspektrum dieses Forschungsgebiets, das zudem die kommunikative Kompetenz zum Thema hat und sie als Gegenstand untersucht. Als Beispiel dafür sind die Arbeit von Maltz & Borker (1982) und der Beitrag von Holmes (1985), die sich mit der Misskommunikation zwischen Männern und Frauen beschäftigten.

In diesem Rahmen hat Deborah Tannen einen wichtigen Beitrag mit ihren Forschungen (1992, 2004, 2006) zum Thema Kommunikationsverhalten zwischen Mann und Frau geleistet.

Weiterhin ist es entscheidend, auf Publikationen und Ratgeber hinzuweisen, die sich mit den Unterschieden zwischen der Frauen- und Männersprache befassen und die zu dieser Zeit sehr populär waren, wie z. B. die Bücher von John Gray (1992, 1993, 1998, 2003).

Zwar gibt es verschiedene Studien, die sich mit der Männer- und Frauensprache befassen, aber der Schwerpunkt der meisten Forschungen war die gesprochene Sprache. Die Auswirkung des Geschlechtes auf die Formulierung von Kundenrezensionen ist noch nicht erforscht worden. Deswegen zielt die vorliegende Forschung darauf ab, dieses Defizit auszugleichen und einen Beitrag zu diesem Thema zu leisten.

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in zwei Hauptteile: Im ersten Teil der Arbeit werden die theoretischen Grundlagen für die darauffolgende praktische Untersuchung dargestellt. Dabei werden die wichtigen Begriffe definiert und der theoretisch-methodologische Rahmen für die Analyse erörtert. Der zweite Teil ist der Analyse des betreffenden Korpus gewidmet. Den Abschluss der Arbeit bilden das Fazit und der Ausblick.

2. Theoretische Grundlagen

Wie eingangs genannt, liegt der Fokus bei diesem Teil auf der Begriffsbestimmung und der Festlegung der Forschungsmethodologie. Zuerst werden einige zentrale Begriffe erläutert, die demnächst mehrmals in dieser Arbeit verwendet werden.

2.1 Geschlecht versus Gender

Bei der Geburt werden Neugeborene aufgrund ihrer Geschlechtsmerkmale als männlich oder weiblich klassifiziert. Diese biologische Differenzierung bildet „die Grundlage für die Dichotomie Mann – Frau, die in den meisten Kulturen als selbstverständlich betrachtet wird“ (Schmidt 2020, S. 8). An dieser Stelle soll darauf hingewiesen werden, dass es seit Ende 2018 in Deutschland ein drittes Geschlecht

(divers) gibt. Damit werden Menschen gemeint, die „im Hinblick auf ihr Geschlecht medizinisch nicht eindeutig der Kategorie männlich oder weiblich zugeordnet werden können“². Bemerkenswert erfolgt in vielen Sprachen eine Klassifizierung der Substantive nach ihrem grammatischen Geschlecht bzw. Genus. Im Deutschen werden alle Lexeme voneinander nach dem Genus dreifach unterschieden: Maskulinum, Femininum und Neutrum. Im Vergleich dazu unterscheidet das Arabische zwischen zwei Genera: Maskulinum und Femininum. Andere Sprachen wie Türkisch, Finnisch, Ungarisch oder Japanisch verfügen über kein Genussystem (vgl. Oleschko 2010, S. 1). Hier stellt sich die Frage, was unter dem Begriff „Geschlecht“ und unter dem Begriff „Gender“ verstanden wird. Infolgedessen wird der Versuch unternommen, die beiden Begriffe „Geschlecht“ und „Gender“ zu definieren und voneinander zu abzugrenzen.

Unter dem Eintrag **Geschlecht** steht im Wörterbuch der deutschen Sprache Duden Online die folgende Definition:

([V]on Lebewesen, besonders dem Menschen und höheren Tieren) Gesamtheit der Merkmale, wonach ein Lebewesen in Bezug auf seine Funktion bei der Fortpflanzung meist eindeutig als biologisch männlich oder weiblich bestimmt werden kann³

In demselben Wörterbuch wird der Begriff **Gender** folgendermaßen definiert:
Geschlechtsidentität des Menschen als soziale Kategorie (z. B. im Hinblick auf seine Selbstwahrnehmung, sein Selbstwertgefühl oder sein Rollenverhalten)⁴

Diesen Definitionen zufolge wird mit Geschlecht die biologische Differenzierung (engl. sex) und mit Gender das sozial geprägte Geschlecht (engl. gender) gemeint.

² Für mehr Informationen s. die Webseite der Antidiskriminierungsstelle des Bundes unter:

<https://www.antidiskriminierungsstelle.de/DE/ueberdiskriminierung/diskriminierungsmkmale/geschlecht-und-geschlechtsidentitaet/dritte-option/dritte-option-node.html>, letzter Zugriff am 28.08.2022

³ Der Eintrag befindet sich online unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Geschlecht>. Letzter Zugriff: 28.08.2022

⁴ Der Eintrag befindet sich online unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Gender>. Letzter Zugriff: 28.08.2022

Laut Ayaß (2008, S. 12) „[umfasst] [s]oziales Geschlecht die kulturell mehr oder weniger verbindlich festgelegten Aktivitäten und Verhaltensweisen, die einem biologischen Geschlecht zugeschrieben werden“.

Das natürliche Geschlecht ist biologisch vorgegeben, aber im Gegensatz dazu handelt es sich bei dem sozialen Geschlecht um eine Reihe von Verhaltensmustern, die erlernbar sind und gesellschaftlich bestimmt sowie sozial konstruiert werden (vgl. Meier 2020, o. S.).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der Begriff „Gender“ als etwas Performatives verstanden werden kann, d. h. als etwas, das entsteht, indem man es tut. Gender umfasst soziale, gesellschaftliche und kulturelle Unterschiede und Besonderheiten bei Frauen und Männern, auf die die Biologie keinen Einfluss ausübt.

2.2 Genderlinguistik

Aufgrund der Frauenbewegung in den 1960er und 1970er Jahren begann das wissenschaftliche Interesse an dem Verhältnis zwischen Sprache und Geschlecht. Als Folge entstand die feministische Linguistik im englischen Sprachraum vor allem mit der Thematisierung der Sprache von Frauen und Männern in dem Aufsatz „Language and Women’s Place“ von Robin Lakoff 1973, was als Grundstein für die nachfolgenden feministisch-linguistischen Untersuchungen betrachtet wird. Die ersten deutschen Aufsätze dazu erfolgten Ende der 1970er Jahre. Als Mitbegründerinnen der feministischen Linguistik in Deutschland sind Senta Trömel-Plötz und Luise F. Putsch zu nennen. Sie haben versucht, Diskriminierungen im Sprachgebrauch herauszufinden, um Lösungen dafür zu finden bzw. anzufordern (vgl. Bochenek 2010, S. 7).

Die Begriffe **feministische Linguistik** und **Genderlinguistik** werden im deutschen Sprachraum häufig synonym eingesetzt, wobei der Begriff „Genderlinguistik“ öfter verwendet wird (vgl. Samel 1995, S. 43). Aus diesem Grund beschränkt sich die vorliegende Arbeit auf die Verwendung des Begriffs „Genderlinguistik“. Der Begriff

wurde folgendermaßen definiert: „Genderlinguistik ist eine Forschungsrichtung in der Sprachwissenschaft, die die sprachlichen Geschlechtsunterschiede der Sprechenden erforscht“ (Slovar' sovremennykh ponjatij i terminov 2002, S. 89, z. n. Potapova, R., & POTAPOV, V. 2011, S. 177), d. h. der Zusammenhang von Sprache und Geschlecht steht im Mittelpunkt der Betrachtung in der Genderlinguistik, die mit der Soziolinguistik verbunden ist.

Für die Genderlinguistik ist auch das Konzept des „doing genders“, das auf West und Zimmerman (1987) zurückgeht, von großer Bedeutung. Dabei handelt es sich um einen Ansatz innerhalb der Geschlechterforschung, welcher Geschlecht als Produkt performativer Tätigkeiten versteht, d. h. die geschlechtsspezifischen Unterschiede sind nicht natürlich. Soziale Prozesse stehen bei diesem Ansatz im Mittelpunkt. Für die Erfassung der sozialen Konstruktion von Geschlecht unterscheiden West und Zimmerman die Begriffe „sex“, „sex-category“ und „gender“: Während „sex“ (Geburtsklassifikation) die biologischen Kriterien betrifft, handelt es sich bei „sex-category“ (Geschlechtskategorie) um die soziale Zuordnung zu einem Geschlecht, die nicht zwangsläufig der Geburtsklassifikation entsprechen muss. Unter „gender“ verstehen sie die intersubjektive Validierung in Interaktionsprozessen (vgl. Gildemeister 2008, S. 167).

2.3 Kundenrezension

Ein zentraler Begriff der vorliegenden Arbeit ist der Begriff der Kundenrezension, da sie der Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit ist. Insofern stellt sich die Frage, was eine Rezension bzw. Kundenrezension ist. Das Wort „Rezension“ kommt aus dem Lateinischen (recensio) und bedeutet Musterung. Auf Duden-Online wird die Rezension als „kritische Besprechung eines Buches, einer wissenschaftlichen Veröffentlichung, künstlerischen Darbietung o. Ä., besonders in einer Zeitung oder Zeitschrift⁵“ definiert, d. h. als eine Form eines begründeten Urteils über ein

⁵ Der Eintrag befindet sich online unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Rezension>. Letzter Zugriff: 03.09.2022

literarisches Werk.

Eine neue Auffassung von Rezension entsteht in der Globalisierungszeit, wobei das Internet eine zentrale Rolle beim Marketing sowie Online-Shopping spielt. Vor dem Kauf eines Produkts oder einer Dienstleistung suchen die Konsumenten bzw. die Kunden heutzutage Informationen darüber im Internet. Dabei spielt die „Electronic Word-to-mouth“ eine sehr wichtige Rolle (vgl. Luo & Homburg 2007, S. 134 ff.). In diesem Zusammenhang muss darauf hingewiesen werden, dass der Produkttyp eine entscheidende Rolle bei den Rezensionen und ihre Nützlichkeit spielt. Nelson (1970, S. 312 ff.) unterscheidet zwischen Such- und Erfahrungsgütern. Bei Suchgütern „search goods“ kann der Nutzer die Produktqualität und ihre Eigenschaften (z. B. Produktdesign, -farbe) vor dem Kauf durch Suche evaluieren. Dazu gehören beispielsweise Digitalkameras, Drucker, DVD-Player, Küchenmaschinen und Handys. Im Gegensatz dazu können bei Erfahrungsgütern „experience goods“, wie dem Namen dies bereits inhärent, die Produktqualität und ihre Eigenschaften erst nach dem Kauf und die anschließende Nutzung des Produkts geprüft werden. Dazu gehören beispielsweise DVDs, Bücher, Computerspiele und Musik-CDs. Solche Produkte können von Kunden positiv oder negativ bewertet werden. Die positiven Aussagen werden als eine Art der digitalen Mundpropaganda bzw. eine kostenlose Werbung betrachtet, dadurch können neue Kunden gewonnen werden, was zum Erfolg des Unternehmens beiträgt und umgekehrt (vgl. Luo & Homburg 2007, S. 134 ff.).

Diese Aussagen, Kundenmeinungen, Kundenbewertungen oder Kundenrezensionen, die als Synonyme verwendet werden, könnte man direkt auf der Webseite des Verkäufers oder auf unabhängigen Portalen finden oder schreiben. Ein Beispiel dafür ist Amazon-Webseite, die als der bekannteste Onlineshop mit Bewertungsfunktionalitäten gilt. Auf Amazon können die Käufer Kundenrezensionen zu ihrer Bestellung abgeben und gleichzeitig die Produkte mit einer Skala von 1 bis 5 Sternen bewerten. Da solche Kundenrezensionen Online veröffentlicht werden, spricht man in diesem Fall von Online-Kundenrezensionen.

Die Kundenrezension ist eine reaktive Kommunikationsform (vgl. Thaler et al. 2016, S. 152), die den Rezipienten positive oder negative Bewertung eines Produkts mitteilt, d. h. sie hat einen direkten Einfluss auf die Kaufentscheidung des Rezipienten. Die Online-Kundenrezensionen wurden von Wiedmann et al. folgendermaßen definiert:

eine besondere Form der elektronischen Mundwerbung, die durch eine informelle, interpersonelle, üblicherweise nicht kommerziell getriebene und produktbezogene Kommunikation zwischen einer unbestimmten Anzahl an Personen charakterisiert ist. Sie liegt ferner in Textform vor und ist der Öffentlichkeit zugänglich. (Wiedmann et al. 2011, S. 333)

Auf der oben genannten Definition der Online-Kundenrezensionen beziehen wir uns in der vorliegenden Arbeit.

3. Empirischer Teil

Der folgende Teil wird der Analyse gewidmet. Zunächst werden das Korpus und seine Auswahlkriterien dargestellt. Anschließend wird das Analysemodell detailliert beschrieben. Darauf aufbauend werden die Belege miteinander verglichen und interpretiert. Abschließend werden die Ergebnisse der gesamten Analyse zusammengefasst.

3.1 Korpus

Die Arbeit basiert auf eine linguistische Analyse der schriftlichen Online-Kundenrezensionen. Das Korpus besteht aus 100 Online-Kundenrezensionen auf Amazon.de, die von Männern und Frauen geschrieben wurden. Der Grund für die Wahl von Amazon liegt in der großen Anzahl der Rezensionen und der Vielfalt der Produkte, die eine breite Palette für die Analyse anbieten.

Die folgende Abbildung zeigt das Layout der Rezension, das von Amazon festgelegt und in allen Rezensionen identisch ist.



Abbildung 1: Layout der Rezension auf Amazon.de

Alle Rezensionen enthalten die folgenden Informationen: Name des Rezensenten, sein Profildfoto, Anzahl der Produkt-Sternbewertungen, Titel, Herkunftsland des Rezensenten, Veröffentlichungsdatum, Angaben zum Produkt, Bewertungstext und Leserfeedback. Verifizierter Kauf bedeutet, dass der Rezensent das Produkt bei Amazon gekauft und selbst die Rezension geschrieben hat.

Die Auswahl der Rezensionen erfolgt nach den folgenden Kriterien:

- 1- 100 Rezensionen: 50 weibliche und 50 männliche Rezensionen.
- 2- Die 100 Rezensionen wurden aus 5 Hauptkategorien (je Kategorie 20 Rezensionen) gesammelt, nämlich Elektronik, Möbel, Beauty, Spielzeuge und Kleidung.
- 3- Die Rezensionen werden bei den Produkten unter Best Deals oder Angebote gesucht. Die Auswahl des Produkts erfolgt aufgrund der Anzahl der Sternebewertungen.
- 4- Die 20 Rezensionen jeder Kategorie werden in 10 (Am höchsten bewertete positive Rezension) und 10 (Am höchsten bewertete kritische Rezension) geteilt, wobei die Hälfte von Männern und die andere Hälfte von Frauen geschrieben wurde.

- 5- Bei der Auswahl der einzelnen Rezensionen wurden nur die Rezensionen von normalen Kunden (keine Tester oder Experten) berücksichtigt. Außerdem soll das Geschlecht durch den Benutzernamen erkennbar sein.

Es ist noch zu erwähnen, dass es auf eine Anonymisierung der Rezensenten verzichtet wird, da alle Rezensionen auf Amazon.de öffentlich und ohne Anmeldung zugänglich sind.

3.2 Methode

Dieser Teil wird dem Analysemodell gewidmet. Wie es schon in der Einleitung erwähnt wurde, fokussiert die Analyse der gesammelten Rezensionen auf vier Ebenen, nämlich Form, Wortschatz, Stil und Syntax. Im Folgenden werden die vier Ebenen detailliert beschrieben:

3.2.1 Form

Gemeint ist die äußere Gestalt der Rezension. Es handelt sich vor allem um die Rezension als Textsorte. Bei der Analyse werden die folgenden Kriterien berücksichtigt:

- Umfang: Wie lange ist die Rezension?

Es wird untersucht, ob das Geschlecht einen Einfluss auf die Länge der geschriebenen Texte hat, d. h. ob die Männer und Frauen lange oder kurze Rezensionen schreiben.

- Aufbau: Wie ist die Rezension aufgebaut?

Gliedert sich die Rezension in Einleitung, Hauptteil und Schluss? Sind Fotos oder Videos zur Rezension hinzugefügt?

3.2.2 Wortschatz

Da die vorliegende Arbeit darauf abzielt, den Unterschied zwischen der Männersprache und der Frauensprache in den Online-Kundenrezensionen zu untersuchen, und den Einfluss des Geschlechtes auf die äußere, formale und

inhaltliche Gestaltung der Rezensionen zu überprüfen, erfolgt eine globale Analyse des Wortschatzes, d. h. der von den Frauen verwendeten Wortschatz wird mit dem von Männern verwendeten Wortschatz verglichen. Dabei liegt der Fokus auf verschiedenen Aspekten:

- Werden Fremdwörter, beispielsweise Anglizismen oder Umgangssprache eingesetzt?
- Kommen Komposita und Ableitungen öfter vor?
- Werden Tabuwörter und Vulgarismen verwendet?
- Werden Diminutiva und Fachterminen eingesetzt?

Darüber hinaus wird die Beziehung zwischen den Wörtern analysiert, wobei der Einsatz von Beschreibungen, Metaphern, Symbolen etc. im Mittelpunkt steht.

3.2.3 Stil

Bestimmt haben Sie einmal gehört: „ein Mann, ein Wort – eine Frau, ein Wörterbuch“. Damit wird aber gemeint, dass der Kommunikationsstil der Frauen anders als der von den Männern ist. Frauen beschreiben beispielsweise eine Sache mit vielen Wörtern.

Von daher wird hier untersucht, wie Männer im Vergleich zu Frauen ihre Bewertungen formulieren bzw. ihre Meinungen an andere richten. Es wird erforscht, ob die männlichen und weiblichen Rezensenten ihre Bewertungen eher objektiv oder subjektiv verfassen. Außerdem werden die Rezensionen in Bezug auf der Kohärenz und Verständlichkeit analysiert.

3.2.4 Syntax

Dabei steht die Satzstruktur im Mittelpunkt. Gibt es im Allgemeinen Unterschied in der Satzstruktur in der Männersprache und Frauensprache? Spezifisch werden folgende Fragen bearbeitet:

- Werden einfache Sätze oder komplexe Sätze formuliert?

Ein einfacher Satz besteht aus einem finiten Verb und seinen Ergänzungen. Im Gegensatz dazu besteht ein komplexer Satz aus mehreren Verben und ihren Ergänzungen, d. h. er besteht aus mindestens zwei Teilsätzen, die nebengeordnet oder untergeordnet sind. Man spricht hier auch von Parataxe und Hypotaxe.

- Kommen Ellipsen öfter vor?

Es handelt sich dabei um unvollständige bzw. verkürzte Sätze, wobei bestimmte Satzteile weggelassen sind, die man aber aus dem Kontext erschließen kann.

- Welche Satzarten werden öfter von Männern und Frauen verwendet?

Man unterscheidet fünf Satzarten: Aussagesatz (Deklarationssatz), Fragesatz (Interrogativsatz), Aufforderungssatz (Imperativsatz), Wunschsatz (Desiderativsatz) und Ausrufesatz (Exklamativsatz)

3.3 Datenauswertung

Anhand der oben dargestellten Kriterien werden das Korpus analysiert und die erreichten Ergebnisse im Folgenden tabellarisch dargestellt:

		Elektronik⁶	
		Elektronik & Foto > Handys & Zubehör > Handys & Smartphones > Simlockfreie Handys	
		Männer	Frauen
Form	<ul style="list-style-type: none">• Längere Rezensionen (3-17 Zeilen)• Foto mit Handykamera (1 Rezension)• Fließtext, Aufzählung (4 Rezensionen)	<ul style="list-style-type: none">• kurze Rezensionen (1-6 Zeilen)• Video und Fotos für Gerät und Verpackung (1 Rezension)• Fließtext	
Wortschatz	<ul style="list-style-type: none">• Anglizismen (z. B. Display, Software, Update). Fast bei	<ul style="list-style-type: none">• Anglizismen (z. B. Display, Software, Update). Nicht bei	

⁶ Alle gesammelten Rezensionen sind öffentlich, ohne Anmeldung zugänglich und abrufbar unter: https://www.amazon.de/Smartphone-Kopfh%C3%B6rer-Speicher-Quad-R%C3%BCckkamera-Frontkamera/dp/B08XYDY64N/ref=cm_cr_arp_d_product_top?ie=UTF8, letzter Zugriff am 16.01.2023

	jeder Rezension.	jeder Rezension.
	<ul style="list-style-type: none"> • keine Tabuwörter • Vulgarismen (Mist) • Komposita oft verwendet (z. B. Videoqualität). Viel mehr als bei Frauen • Ableitung (Les-er, Leist-ung) • Fachterme (micro SD, CPU, Firmwareupdate) • kaum Diminutiva (Schnäppchen) • Vergleiche: bei den Männern mehr als bei den Frauen. (z. B. mein Bruder hat das Xiaomi 11T und da gab es fast kein Unterschied) • fast alle sind objektiv • sogar fachlich begründet • verständlich (mehr Fachbegriffe) • Parataxe: mehr bei negativen Bewertungen • Hypotaxe: mehr bei positiven Bewertungen 	<ul style="list-style-type: none"> • keine Tabuwörter und Vulgarismen • Komposita verwendet (z. B. Fingerabdruckleser) • Ableitung (Einstrahl-ung, alltäglich, Verpack-ung) • keine Fachterme • keine Diminutiva • Vergleiche: nur vorhanden bei 2 (z. B. Super Alternative zu den bekannteren Marken) • 6 von 10 sind eher subjektiv • leicht zu verstehen (alltagsorientiert) • Parataxe: mehr bei positiven Bewertungen • Hypotaxe: mehr bei negativen Bewertungen
Still	<ul style="list-style-type: none"> • Ellipsen (kann nicht viel sagen) 	<ul style="list-style-type: none"> • mehr Ellipsen verwendet als bei Männern (bin zufrieden, daher ein Sternabzug)
Syntax	<ul style="list-style-type: none"> • Nur Aussagesätze 	<ul style="list-style-type: none"> • Nur Aussagesätze und Ausrufesätze

Tabelle 1: Elektronik

Möbel⁷

Elektronik & Foto › Fernseher & Heimkino › Zubehör › TV-Halterungen & Standfüße › Wand- & Deckenhalterungen

	Männer	Frauen
Form	<ul style="list-style-type: none"> • Längere Rezensionen (1-17 Zeilen) • Foto mit Handykamera (1 Rezension) • Fließtext 	<ul style="list-style-type: none"> • kurze Rezensionen (1-5 Zeilen) • Foto für die TV-Wandhalterung (1 Rezension) • Fließtext, Aufzählung (1 Rezension)
Wortschatz	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Anglizismen außer (TV und Monitor), selten verwendet. • keine Tabuwörter und Vulgarismen • Komposita oft verwendet (z. B. Zusammenbau, Schraubenzieher, Taschenreißverschluss). Viel mehr als bei Frauen • Ableitung (Bohr-ung) • Fachterme (Vesa) • keine Diminutiva • keine Vergleiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Anglizismen außer (TV), in fast allen Rezensionen. • keine Tabuwörter und Vulgarismen • Komposita verwendet (z. B. Produktfehler) • Ableitung (Beschreibung, Reklama-tion), mehr als bei den Männern • Fachterme (HDMI-Kabel) • Diminutiva (Päckchen, Plättchen) • keine Vergleiche
Stil	<ul style="list-style-type: none"> • fast alle sind objektiv • verständlich 	<ul style="list-style-type: none"> • fast alle sind objektiv • leicht zu verstehen
Syntax	<ul style="list-style-type: none"> • Parataxe: mehr bei negativen Bewertungen • Hypotaxe: mehr bei positiven 	<ul style="list-style-type: none"> • Parataxe: mehr bei positiven Bewertungen • Hypotaxe: mehr bei

⁷ Alle gesammelten Rezensionen sind öffentlich, ohne Anmeldung zugänglich und abrufbar unter: https://www.amazon.de/Wandhalterung-Schwenkbare-Halterung-Fernseher-200x200mm-Schwarz/product-reviews/B0749C4TD8/ref=cm_cr_arp_d_viewpnt_lft?ie=UTF8&reviewerType=all_reviews&filterByStar=positive&pageNumber=1, letzter Zugriff am 16.01.2023

<p>Bewertungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ellipsen (kann nicht viel sagen) • Nur Aussagesätze 	<p>negativen Bewertungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • mehr Ellipsen verwendet als bei Männern (bin zufrieden, daher ein Sternabzug) • Nur Aussagesätze und Ausrufesätze
---	---

Tabelle 2: Möbel

Spielzeuge⁸

Spielzeug>Spielzeugfiguren>Gebäude & Landschaftsbilder>Garagen & Werkstätten

	Männer	Frauen
Form	<ul style="list-style-type: none"> • Längere Rezensionen als bei Frauen (1-22 Zeilen) • Fotos und Videos für das Spielzeug (3 Rezensionen) • Fließtext, Aufzählung (1 Rezension) • Anglizismen mehr verwendet (z. B. cool, okay, junior, power). 	<ul style="list-style-type: none"> • lange Rezensionen (1-8 Zeilen) • keine Videos und Fotos für das Spielzeug • Fließtext, Aufzählung (1 Rezension) • Anglizismen selten verwendet (z. B. Fans, extra, tuck).
Wortschatz	<ul style="list-style-type: none"> • keine Tabuwörter und Vulgarismen • Komposita oft verwendet (8 Rezensionen) (z. B. Geburtstagsgeschenk, Senkfunktion). • Ableitung (Rücksend-ung, 	<ul style="list-style-type: none"> • keine Tabuwörter und Vulgarismen • Komposita oft verwendet (7 Rezensionen) (z. B. Wunschliste, Fernbedienung) • Ableitung (Liefer-ung,

⁸ Alle gesammelten Rezensionen sind öffentlich, ohne Anmeldung zugänglich und abrufbar unter: https://www.amazon.de/Dickie-Toys-203462411-Giant-kabelgesteuerter/dp/B00BGRIFU8/ref=sr_1_1?m=A3JWKAKR8XB7XF&qid=1672488599&refinements=p_6%3AA3JWKAKR8XB7XF&rnid=367784011&s=toys&sr=1-1&th=1, letzter Zugriff am 16.01.2023

	<ul style="list-style-type: none"> funktion-ieren) Fachtermine (AA-Batterien, Krankatze) keine Diminutiva keine Vergleiche 	<ul style="list-style-type: none"> problem-los, un-schlagbar) keine Fachtermine
Stil	<ul style="list-style-type: none"> fast alle sind objektiv sogar begründet verständlich 	<ul style="list-style-type: none"> keine Diminutiva keine Vergleiche fast alle sind subjektiv leicht zu verstehen (alltagsorientiert, persönlich)
Syntax	<ul style="list-style-type: none"> Parataxe in fast allen Rezensionen Hypotaxe: nur bei positiven Bewertungen Ellipsen selten verwendet (2-mal vorgekommen) (z. B. aber von vorne) Nur Aussagesätze 	<ul style="list-style-type: none"> Parataxe in fast allen Rezensionen Hypotaxe: mehr bei positiven Bewertungen Ellipsen mehr verwendet (z. B. Für kleine stürmische Kinder jedoch sehr instabil) Aussagesätze und Wunschsätze

Tabelle 3: Spielzeug

Kleidung⁹

Fashion>Gepäck & Reiseausrüstung>Geldbörsen, Ausweis- & Kartenhüllen>Damen>Ausweis- & Kartenhüllen>Kreditkartenhüllen

	Männer	Frauen
Form	<ul style="list-style-type: none"> Längere Rezensionen als bei Frauen (1-10 Zeilen) Fotos (2 Rezensionen) und keine Videos 	<ul style="list-style-type: none"> kurze Rezensionen (1-4 Zeilen) keine Videos und Fotos

⁹ Alle gesammelten Rezensionen sind öffentlich, ohne Anmeldung zugänglich und abrufbar unter: https://www.amazon.de/FurArt-Kreditkartenetui-Herren-Schl%C3%BCsselanh%C3%A4nger-Rei%C3%9Fverschlusssetui/dp/B07ZFHKDKG/ref=sr_1_16?qid=1673425750&refinements=p_n_d_eal_type%3A26902993031&rnid=26902991031&s=apparel&sr=1-16&th=1, letzter Zugriff am 16.01.2023

	<ul style="list-style-type: none"> • Fließtext, keine Aufzählung • Anglizismen selten verwendet (z. B. EC, Mastercard). 	<ul style="list-style-type: none"> • Fließtext, keine Aufzählung • Anglizismen selten verwendet (z. B. Extra-Portemonnaie, ok). Eine Rezension auf Englisch geschrieben (Very good quality).
Wortschatz	<ul style="list-style-type: none"> • keine Tabuwörter und Vulgarismen • Komposita oft verwendet (6 Rezensionen) (z. B. Hosentasche, Kartenheft). • Ableitungen in 7 Rezensionen (Befestigung, Haltbarkeit) • Keine Fachterme • keine Diminutiva • ein Vergleich (es ist bestimmt 30 % dicker als mein Vorgänger) • fast alle sind objektiv außer einer 	<ul style="list-style-type: none"> • keine Tabuwörter und Vulgarismen • Komposita weniger verwendet (4 Rezensionen) (z. B. Geldkarte, Steckplätze) • Ableitungen in nur 3 Rezensionen (z. B. persönlich, Befindlichkeit) • keine Fachterme • keine Diminutiva • keine Vergleiche • fast alle sind objektiv außer 2 Rezensionen
Stil	<ul style="list-style-type: none"> • sogar begründet • verständlich 	<ul style="list-style-type: none"> • begründet • leicht zu verstehen (alltagsorientiert, persönlich)
Syntax	<ul style="list-style-type: none"> • Parataxe in fast allen Rezensionen • Hypotaxe in nur 4 Rezensionen • Ellipsen selten verwendet (2-mal vorgekommen) (z. B. Qualität sehr gut) <p>Aussagesätze und nur 2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Parataxe in fast allen Rezensionen • Hypotaxe in nur 3 Rezensionen • Ellipsen mehr verwendet, 4-mal (z. B. Sogar der Fahrzeugschein passt, wenn auch ganz knapp in das äußere Fach.)

Ausrufesätze in einer
Rezension

- Nur Aussagesätze

Tabelle 4: Kleidung

Kosmetik¹⁰

Drogerie & Körperpflege › Mund- &
Zahnpflege › Interdentalreinigung › Mundduschen

	Männer	Frauen
Form	<ul style="list-style-type: none">• Längere Rezensionen als bei Frauen (1-18 Zeilen)• keine Fotos und Videos• Fließtext, keine Aufzählung	<ul style="list-style-type: none">• kurze Rezensionen (1-6 Zeilen)• keine Videos und nur 1 Foto• Fließtext, keine Aufzählung
Wortschatz	<ul style="list-style-type: none">• Anglizismen in 3 Rezensionen verwendet (z. B. ok, WaterPic, power).• keine Tabuwörter und Vulgarismen• Komposita oft verwendet (6 Rezensionen) (z. B. Leistungsspektrum, Munddusche).• Ableitungen in 6 Rezensionen (Schein-bar, Flüss-ig-keit)• Keine Fachterme	<ul style="list-style-type: none">• Anglizismen kaum verwendet (nur einmal, ok).• keine Tabuwörter und Vulgarismen• Komposita weniger verwendet (3 Rezensionen) (z. B. Wassertank, Munddusche)• Ableitungen in 5 Rezensionen (z. B. Verpack-ung, An-wend-ung)• keine Fachterme• keine Diminutiva

¹⁰ Alle gesammelten Rezensionen sind öffentlich, ohne Anmeldung zugänglich und abrufbar unter: https://www.amazon.de/Wasserflosser-Zahn-Munddusche-Wasserpickel-Zahnreiniger-Wasserstrahlspitzen-Wasser-Zahnseide/dp/B087717HRR/ref=sr_1_19?qid=1673428380&refinements=p_n_deal_type%3A26902993031&rnid=26902991031&s=drugstore&sr=1-19, letzter Zugriff am 16.01.2023

	<ul style="list-style-type: none"> • keine Diminutiva • Vergleich in drei Rezensionen (Es hört sich zwar an wie ein kleiner Dieselmotor) • fast alle sind objektiv außer einer 	<ul style="list-style-type: none"> • keine Vergleiche
Stil	<ul style="list-style-type: none"> • begründet • verständlich 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Mehrheit ist objektiv außer 3 Rezensionen • begründet • leicht zu verstehen (alltagsorientiert, sehr persönlich)
	<ul style="list-style-type: none"> • Parataxe in fast allen Rezensionen • Hypotaxe in nur 3 Rezensionen • Ellipsen selten verwendet (3-mal vorgekommen) (z. B. Könnte besser sein) • Aussagesätze und ein Wunschsatz (Könnte besser sein) 	<ul style="list-style-type: none"> • Parataxe in fast allen Rezensionen • Hypotaxe mehr als Männer, in 5 Rezensionen • Ellipsen mehr verwendet, 5-mal (z. B. Bin mehr als zufrieden) • Aussagesätze, ein Ausrufesatz (Nach einem Jahr kaputt!) und ein Wunschsatz (Hätte ich die Verpackung nicht schon entsorgt, hätte ich das Gerät nach dem ersten Gebrauch zurückgegeben.)
Syntax		

Tabelle 5: Kosmetik

3.4 Zusammenfassung der Ergebnisse

Im Folgenden werden die Gesamtergebnisse aller Themen miteinander verglichen und das Resultat wird zusammengefasst.

Form:

Eine genaue Betrachtung des erhobenen Datenmaterials zeigt, dass Männer längere Rezensionen als Frauen geschrieben haben. Dieses kann auch damit verbunden sein, dass die Männer ihre Bewertungen durch das Anführen von mehreren Argumenten und anhand detaillierter Beschreibung zu unterstützen versuchen. In manchen Themen wie Spielzeuge beträgt die Textlänge bei den Männern 22 Zeilen. Die bevorzugte Textform sowohl bei Männern als auch bei Frauen ist der Fließtext. Sehr selten verwenden die Rezensentinnen die Aufzählung bei der Formulierung ihrer Gedanken. Im Hinblick auf Fotos und Videos ist zudem anzumerken, dass die Männer im Vergleich zu den Frauen mehr Fotos in ihren Rezensionen beifügen, was dazu beiträgt, die Aussagekraft der Bewertungen zu erhöhen. Dies wird durch das folgende Beispiel erläutert:



Florian Obermaier

★★★★☆ **Der Preis bestimmt die Erwartung**

Rezension aus Deutschland vom 6. März 2019

Stil: Mega Crane | Pattern Name: Single | **Verifizierter Kauf**

Ich habe für den Kran 17,- Euro bei Amazon ausgegeben, jeder der dafür ernsthaft Qualität erwartet wird natürlich enttäuscht. Aber von vorne

Der Kran kommt in Einzelteilen was hinsichtlich der Größe zu erwarten ist. Das zweiseitige Faltblatt lässt nur wenig Optionen den Kran falsch aufzubauen, alles ist nur gesteckt man muss nichts schrauben. Die Thematik ist in fünf Minuten erledigt, die Sticker liegen als Bogen bei und können herrlich windschief auch von Junior angebracht werden.

Die einzige zu lösende Schraube an dem ganzen ist das Batteriefach in der Fernbedienung was denke ich mal Pflicht ist für ein Spielzeug. Also kleinen Kreuzschlitz holen aufschrauben und vier AA Batterien rein. Jetzt sollte das Teil eigentlich schon fertig sein, ist es auch!

Überraschenderweise trotzen die Motoren der wenig solide anmutenden Konstruktion und setzen die Auf Ab sowie links rechts drehen in Bewegung. Das funktioniert zumindest jetzt am Anfang erstaunlich gut. Ich dachte eine Traglast von 250g gelesen zu haben, um diese extremen Lasten tragen zu können muss wie beim echten Kran ein Ausgleichsgewicht in den Koffer hinten gelegt werden.

Naja so zumindest die Theorie, in der Praxis setzt weniger das Umkippen des Kranes als viel mehr die Kraft des Motors dem ganzen zu einem recht frühen Zeitpunkt ein Ende. Bei meinem Schlüsselbund mit geschätzt nicht mal 100g hatte der Aufwärts Mechanismus schon schwer zu kämpfen bzw. deutlich hörbar rutschen schon Zahnräder durch was auf Dauer sicher nicht gesund ist. Egal um Duplo und Playmobil Teile durch die Gegend zu befördern langt es aus, und ein all zu langes Leben attestiere ich dem ganzen sowieso nicht. Das bringt uns wieder zurück zum Preis, für das Geld bekommt man ein kurzweiliges Spielzeug dass den Lieben kleinen eine Zeit beschäftigt und darauf kommt es doch letztlich an.

[^ Weniger lesen](#)



Abbildung 2: Textlänge und die Ergänzung von visuellem Content bei Männern

Wortschatz:

In diesem Teil liegt der Fokus auf dem von den Frauen verwendeten Wortschatz im Vergleich mit dem von Männern verwendeten Wortschatz. Zuerst wurde erforscht, ob Fremdwörter, beispielsweise Anglizismen eingesetzt wurden. Die Analyse hat einerseits gezeigt, dass in der Männersprache mehr als in der Frauensprache Anglizismen verwendet wurden. Andererseits wurde die Anwendung von Anglizismen vor allem in dem Themenbereich „Elektronik“ beobachtet. Dies kann so begründet werden, dass die Anwendung von Anglizismen themenabhängig ist. Aus der Beobachtung der Anglizismen geht hervor, dass die Anglizismen nicht nur in den Textfluss integriert sind, sondern auch in Überschriften. Es wurde auch

festgestellt, dass die meisten verwendeten Anglizismen nominale Wörter, wie beispielsweise „Display, Update, Power“ oder Adjektive, wie z. B. „cool, junior“ sind, aber in einer geringeren Anzahl als erwartet. Hier ist es noch zu erwähnen, dass nur eine Rezension von den 100 gesammelten Rezensionen komplett auf Englisch geschrieben wurde:



Abbildung 3: Die Anwendung von Anglizismen

Als nächster Schritt bei der Analyse des Wortschatzes wurde das Erscheinen der Tabuwörter und Vulgarismen in der Männer- bzw. Frauensprache untersucht. In allen untersuchten Themenbereichen wurden keine Tabuwörter oder Vulgarismen verwendet. Nur einmal ist das Wort „Mist“ zu finden, das von einem Mann geschrieben wurde. Die Gründe könnten unseres Erachtens darin liegen, dass die Rezensinisten an der Netiquette oder an den von Amazon.de vorgeschriebenen Regeln halten¹¹ oder dass Tabuwörter und Vulgarismen meistens mit Themen wie Sexualität verbunden sind, deswegen treten sie kaum in den von uns ausgewählten Themenbereiche auf. Zusammenfassend stellt sich heraus, dass die Wortwahl bei der Verfassung einer Rezension stark mit den vorgeschriebenen Regeln verbunden ist.

¹¹ Hier befinden sich alle von Amazon.de vorgeschriebenen Regeln für Veröffentlichung der Rezensionen:
https://www.amazon.de/gp/help/customer/display.html?ref=hp_left_v4_sib&nodeId=G3UA5WC5S5UUKB5G, letzter Zugriff am 28.01.2023.

Nicht zuletzt wurde der Einsatz von Komposita und Ableitungen erforscht. Aus der Analyse resultierte die Erkenntnis, dass Komposita und Ableitungen öfter bei Männern vorkommen. Das kann das Resultat des Verhältnisses zwischen der Textlänge und der Anzahl der Komposita und Ableitungen sein.

Die Verwendung der Fachterme wurde sowohl bei Männern als auch bei Frauen beobachtet, aber nicht in hoher Anzahl, d. h. die Fachterme wurden von beiden sehr selten und themenabhängig verwendet.

Diminutiva wurden von den Frauen im Vergleich zu den Männern verwendet, aber auch nicht in hoher Anzahl, sodass dieses sprachliche Merkmal nicht eindeutig bestätigt werden konnte. Die Verwendung der Diminutiva tragen dazu bei, dass die Sprache emotionaler wirkt. Bezüglich des Einsatzes von Beschreibungen bzw. Vergleichen tendieren die Männer mehr dazu, ihre Bewertungen mit detaillierten Beschreibungen und Vergleichen zu unterstützen, um ihre Meinungen argumentativ und aussagekräftig formulieren zu können:



Alex

★★★★★ Alles super

Rezension aus Deutschland vom 16. März 2022

Größe: 8+256 | Stil: X4 Pro | Farbe: Black | **Verifizierter Kauf**

Da mein altes Honor 7X nun Akkutechnisch die Hufe gerissen hatte, brauchte ich ein neues und zufällig war das Poco x4 da.

Kamera würde ich soweit ich beurteilen kann echt gut, mein Bruder hat das Xiaomi 11T und da gab es fast kein Unterschied, Farben waren vielleicht nicht ganz identisch, aber im Gesamten würde ich sagen, gleich gut. Beim Foto nachbearbeiten fand ich, das dann sogar gleich aussah. Also liegt dann eher dran wie die AI beim knipsen das gerade tut.

Zur Leistung, soll zwar schwächeren CPU und Speicheranbindung haben als das POCO x3, aber davon merke ich zumindest nichts, kann es aber nicht vergleichen. Weiß nur das neben den Akku vom Honor die Leistung auch am Ende war^^ Jetzt flutscht und rennt alles einwandfrei.

Kann es bisher zumindest nichts schlechtes sagen, ok bei dem Preis darf man wahrscheinlich nicht lange Updates erwarten.

Super war auch das ein Case und Displayfolie drauf bzw dabei ist. Kann man wirklich sagen Auspacken und los gehts.

Ach ein 67 Watt Netzteil ist auch noch dabei^^ wäre für mich ebenso doof gewesen, wenn keins dabei wäre, wie so manch anderer das aus ökologischen Gründen nicht mehr dabei hat, aber auch nicht dafür günstiger bekommt^^

Für mich war das eine gute Entscheidung dieses Telefon zu nehmen.

Fotos ergänze ich später noch dazu

17 Personen fanden diese Informationen hilfreich

Abbildung 4: Der Einsatz von Beschreibungen bzw. Vergleichen bei Männern

Still:

Aufgrund der Analyse wurde herausgefunden, dass die Männer mehr objektiver als Frauen sind. Die Männer konzentrieren sich auf objektive Fakten. Vielleicht liegt das daran, dass sie rationaler und logischer sind, wobei die Frauen emotionaler und intuitiver sind. Die Subjektivität der Frauen scheint vor allem in den Themenbereichen „Elektronik“ und „Spielzeuge“. Sie schreiben über ihr Privates und geben persönliche Präferenzen an. Das folgende Beispiel dient zur



Juliane

★★★★☆ **Hält was er verspricht, Begeisterung ließ allerdings relativ schnell nach**

Rezension aus Deutschland vom 13. September 2022

Verifizierter Kauf

Mein Sohn (7) war anfangs mehr als begeistert von dem Kran, stand er doch ganz oben auf seiner Wunschliste.

Zunächst wurde er täglich mehrere Stunden bespielt, nun schmückt er das Zimmer doch mehr, als dass er benutzt wird.

Auf jeden Fall ein Hingucker im Kinderzimmer, was sehr schade ist, dass sich der Greifer nicht automatisch bedienen lässt und die Fernbedienung mittels Kabel mit dem Kran verbunden ist.

Für den Preis völlig ausreichend, aber auch nichts Besonderes.

Abbildung 5: Subjektivität der Frauen

Veranschaulichung der Subjektivität der Frauen:

Im Gegensatz zur Frauensprache spielen die Informationen und Begründungen bei



Thomas Breßling

★★★★★ **Für den Preis (fast) unschlagbar und seinen Preis mehr als wert**

Rezension aus Deutschland vom 15. März 2022

Größe: 8+256 | Stil: X4 Pro | Farbe: Black | **Verifizierter Kauf**

Ich versuche es kurz zu machen:

* Ich habe die 256GB ROM + 8GB RAM-Version für 319 Euro erworben

* Entweder Dual-SIM oder 1 x SIM + 1 x micro SD

(bei mir 400 GB, die problemlos funktioniert und erkannt wurde)

* Video max in fullHD (1080) mit 30fps; ob da noch was mehr per Firmwareupdate kommt... Glaube nicht

* Video und Foto NICHT stabilisiert (ob da noch was mehr per Firmwareupdate kommt... Glaube nicht)

* 67 Watt Ladegerät (!) und 5000 mAh - Akku - Sehr gut!

* 3,5 mm Kopfhörerbuchse - ICH finde das topp; bin da Oldschool u mag das kabellose BT-Zeugs nicht

* bei mir (scheint nicht immer so zu sein) war ein Headset dazu; nix Besonderes, aber zum tel okay

* sonstiger Lieferumfang: Ladegerät, Headset kabelgebunden, USB-A auf USB-C Kabel, SIM-Tool

* einige unnütze Apps vorinstalliert - in fünf Minuten entfernt

Ein - im Wortsinne - zum Glück preiswertes Telefon. Ich finde es absolut okay und für alle (meine!) Lebenslagen ausreichend.

Noch'n Link zu 'nem guten YT-Video: Einfach bei YT "Moschus POCO X4 Pro 5G" eingeben ;-)

26 Personen fanden diese Informationen hilfreich

Abbildung 6: Der Einsatz von Daten, Fakten und Zahlen bei Männern

den Männern eine wichtige Rolle. Ganz wichtig für sie sind Daten, Fakten und Zahlen:

Einen leichtfolgenden Still merkt man sowohl bei Männern als auch bei Frauen. Beide haben eine verständliche Sprache verwendet. Wahrscheinlich, weil insbesondere andere Verbraucher durch die Rezensionen angesprochen werden sollen.

Syntax:

Bei der Analyse wurde festgestellt, dass einfache Sätze als Zeichen für einfache Gedankenführung von beiden Geschlechtern mehr verwendet werden. Die zusammengesetzten Sätze werden sowohl von Männern als auch von Frauen verwendet. Bemerkenswert ist es, dass Männer zur Parataxe bei negativen Bewertungen häufiger als Frauen neigen, während Frauen die Parataxe mehr als Männer bei positiven Bewertungen benutzen. Das Gegenteil merkt man bei der Verwendung von Hypotaxe.

Eine höhere Anzahl der Ellipsen wurde in der Frauensprache beobachtet. Jaspersen hatte auch vorher bestätigt, dass Frauen häufiger unvollständige Sätze benutzen, was dazu führt, dass Ellipsen öfter in ihrer Sprache vorkommen und dass dies das Ergebnis der fragmentarischen Gedankenführung ist. Unseres Erachtens könnte die höhere Anzahl der Ellipsen in der Frauensprache daran liegen, dass sie das Wesentliche schnell auszudrücken versuchen, d. h. die schnelle Informationsvermittlung ihnen am wichtigsten ist:

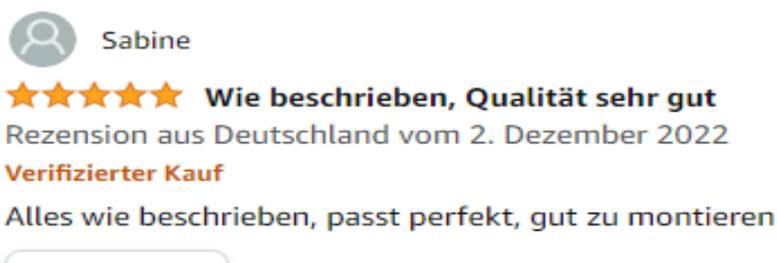


Abbildung 7: Der Einsatz von Ellipsen bei Frauen

Verschiedene Satzarten werden von beiden Geschlechtern benutzt, wobei Aussagesätze am häufigsten vorkommen. Andere Satzarten wie Ausrufesätze und Wunschsätze wurden von Frauen mehr als Männer verwendet.

Ausblick

Im Mittelpunkt der Betrachtung stand der Einfluss des Geschlechts auf die ausgewählten Rezensionen, die in Deutschland bzw. auf Deutsch geschrieben sind. Die Analyse stellt fest, dass Männer und Frauen sowohl Ähnlichkeiten als auch Unterschiede in ihrer Sprache zeigen. Es soll auch berücksichtigt werden, dass die in dieser Arbeit gezogenen Schlussfolgerungen nicht für alle gelten.

Ausgehend von den hier vorgestellten Ergebnissen wäre zu fragen, ob man die gleichen Ergebnisse durch eine Analyse der Männer- und Frauensprache in Ägypten erreichen könnte. Weiterer Forschungsbedarf ergibt sich aus dem Vergleich, wie z. B. eine kontrastive Analyse der Frauensprache im Vergleich zur Männersprache in dem Sprachpaar Deutsch-Arabisch.

Literaturverzeichnis

- Ayaß, R.** (2008). Kommunikation und Geschlecht. Stuttgart: Kohlhammer GmbH.
Abgerufen am 22. 3 2016 von
<http://books.google.hr/books?id=Z5KCtZFKqGAC&printsec=frontcover&hl=hr#v=onepage&q&f=false>
- Bochenek, Z.** (2010). *Frauen in der Sprache. Analyse von ausgewählten polnischen und deutschen juristischen Dokumenten.* Hamburg: Diplomica Verlag.
- Gildemeister, R.** (2008). Soziale Konstruktion von Geschlecht. In S. Wilz, *Geschlechterdifferenzen- Geschlechterdifferenzierungen: Ein Überblick über gesellschaftliche Entwicklungen und theoretische Positionen* (S. S. 167-198). Wiesbaden: VS Verlag.
- Gray, J.** (1992). *Men Are from Mars, Women Are from Venus: The Classic Guide to Understanding the Opposite Sex.* New York: NY : HarperCollins.

- Gray, J.** (1993). *Men are from Mars, Women are from Venus: A Practical Guide for Improving Communication and Getting what You Want in Your Relationships*. Thorsons.
- Gray, J.** (1998). *Mars And Venus Together Forever : Relationship Skills for Lasting Love*. Ebury Publishing.
- Gray, J.** (2003). *Mars And Venus On A Date : A Guide to Romance*. Ebury Publishing.
- Holmes, J.** (1985). Sex differences and miscommunication: Some data from New Zealand. In J. Pride, *Cross-cultural encounters: Communication and miscommunication* (S. 24-43). Melbourne: River Seine.
- Jespersen, O., & Hittmair, R.** (1925). *Die Sprache - ihre Natur, Entwicklung und Entstehung*. Heidelberg: Winter.
- Key, M.** (1975). *Male/Female Language*. Metuchen: N.J.: The Scarecrow Press.
- Lakoff, R.** (1973). Language and Woman's Place. *Language in Society*, 2(1), S. 45-80. Von <http://www.jstor.org/stable/4166707?origin=JSTOR-pdf> abgerufen
- Luo, X., & Homburg, C.** (2007). Neglected outcomes of customer satisfaction. *Journal of Marketing*(71/2), S. 133-149.
- Maltz, D., &orker, R.** (1982). A Cultural approach to male-female miscommunication. In J. J. Gumperz , *Language and social identity*. New York: Cambridge University Press.
- Meier, O.** (2020). Biologisches und soziales Geschlecht – eine Unterscheidung mit Tücken. Von <https://www.studienstiftung.ch/blog/2020/05/08/blog-biologisches-und-soziales-geschlecht-eine-unterscheidung-mit-tuecken/> abgerufen
- Nelson, P.** (1970). Information and Consumer Behavior, *Journal of Political Economy*, 78, 311-329.
- Oleschko, S.** (2010). *Genus International*. Abgerufen am 6. 2 2023 von <https://docplayer.org/311691-Genus-international-sven-oleschko-dezember-2010-allgemeines-zum-genus.html>
- Potapova, R., & POTAPOV, V.** (2011). *Kommunikative Sprechfähigkeit: Russland und Deutschland im Vergleich* . Köln: Böhlau Verlag.
- Samel, I.** (1995). *Einführung in die feministische Sprachwissenschaft*. Berlin.

- Schmidt**, L. (2020). Geschlecht und Gesprächsverhalten anhand von Beispielanalysen der Polit-Talkshow "Anne Will". Abgerufen am 28. 08 2022 von <https://hal-univ-tlse2.archives-ouvertes.fr/hal-02492305/document>
- Tannen**, D. (1990). *You Just Don't Understand. Women and Men in Conversation*. New York: Ballantine Books.
- Tannen**, D. (2004). Talking the Dog: Framing Pets as Interactional Resources in Family Discourse. *Research on Language and Social Interaction*, 37(4).
- Tannen**, D. (2006). Language and culture. In R. Fasold, & J. Connor-Linton, *An Introduction to Language and Linguistics* (S. 343-372). Cambridge: Cambridge University Press.
- Thaler**, V., Müller-Lancé, J., Eckkrammer, E., & Baechler, C. (2016). *Medienlinguistik 3.0 – Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web*. Frank & Timme GmbH.
- Thorne**, B., & Henley, N. (1975). *Language and Sex: Difference and Dominance (Series in Sociolinguistics)*. (N. H. Pub, Hrsg.)
- West**, C., & Zimmerman, D. (1987). DOING GENDER. *Gender and Society*, 1, S. 125-151. Abgerufen am 05. 03 2023 von <http://links.jstor.org/sici?sici=0891-2432%28198706%291%3A2%3C125%3ADG%3E2.0.CO%3B2-W>
- Wiedmann**, K.-P., Langner, S., & Friedlandt, J. (2011). Welche Kundenrezensionen werden gelesen? In U. Wagner, K.-P. Wiedmann, & D. von der Oelsnitz (Hrsg.), *Das Internet der Zukunft*. (S. 329-349). Wiesbaden: Gabler.