Inhaltsverzeichnis

Einleitung	
Geschlecht und Diskurs in der Kritischen Diskursanalyse und der Kritischen	
Männlichkeitsforschung	
Diskurs und Männlichkeit	
Korpuslinguistik und Diskursanalyse	
Studie und Ergebnisse	
Bibliographie	

Einleitung

Der vorliegende Artikel befasst sich mit dem Verhältnis von Repräsentationen von Männlichkeit im österreichischen Lifestyle-Magazin für Männer Wiener und Diskurs über Männlichkeit. Dabei wird auf der theoretischen Ebene die Herangehensweise der Kritischen Männlichkeitsforschung (KMF) mit der der Feministisch Kritischen Diskursanalyse verbunden (FCDA) und auf der methodischen Ebene Korpuslinguistik in der Diskursanalyse angewendet. Ins Zentrum der Betrachtungen fällt insbesondere, dass in Zusammenhang mit Männlichkeit oft auch über Krisen gesprochen wird und die Frage der Darstellung von pluralen Männlichkeiten, insbesondere die Feststellung der Veränderung von Männlichkeit.

Diskurs wird als eine Entität vorgestellt, die zugleich aus Wissen, Praxis und Text besteht. Für die vorliegende Arbeit sind alle Schichten von Diskurs auf unterschiedliche Art und Weise relevant. Text als Diskurs ist insbesondere für eine Korpus-linguistische Untersuchung relevant. Eng verbunden ist damit Diskurs als Praxis, wo es vor allem um diskursive Praxis und die Rolle der Massenmedien dabei geht. Soziale Praxis als geschlechtliche Praxis ist auch Bestandteil von Diskurs.

Weiters wird die Rolle der Massenmedien besprochen. In dieser Arbeit geht es um die Repräsentation von Männlichkeit. Bei der Produktion von solchen Repräsentationen sind insbesondere Massenmedien im Allgemeinen und Lifestyle-Magazine im Besonderen beteiligt. Zwischen einer breiteren kulturellen Bedeutung und Lifestyle-Magazinen für Männer besteht eine entscheidende und unentwirrbare Verbindung (vgl. Benwell, 2003: S. 6). Diese Beziehung wird in der vorliegenden Arbeit eher vom Aspekt der Produktion und im Sinne einer dominanthegemonialen Lesart betrachtet. Wie diese Repräsentationen von den konkreten Individuen verstanden werden und in ihren Handlungen umgesetzt werden, ist nicht Gegenstand der Arbeit.

Neben diesen theoretischen Erläuterungen werden auch empirische Ergebnisse vorgestellt. Anhand eines umfassenden Korpus wurden die Konkordanzen der häufigsten Adjektive des Lexems MANN untersucht. Das Korpus setzt sich aus allen Ausgaben des Wieners die zwischen 1. Februar 2002

und 13. Dezember 2012 erschienen sind. Als Quelle wurde die APA Defacto CAMPUS-Datenbank genutzt.

Der vorliegende Artikel basiert auf meiner Diplomarbeit (Kahofer, 2013). Weite Textpassagen wurden ihr entnommen.

Geschlecht und Diskurs in der Kritischen Diskursanalyse und der Kritischen Männlichkeitsforschung

Geschlecht wird in der Feminischtisch Kritischen Diskursanalyse (FCDA) als sozial-konstruiert begriffen. Eine solche konstruktivistische Konzeption liegt auch der Kritischen Männlichkeitsforschung (KMF) im Anschluss an Connell zugrunde, Männlichkeit sei eine Position im Geschlechterverhältnis (vgl. Connell, 2006: S. 91), Geschlechtlichkeit wird als soziale Praxis verstanden (Connell, 2006: S. 92). Darüber hinaus wird sowohl in der Kritschen Diskursanalyse als auch in der KMF dem Subjekt eine gewisse Handlungsfähigkeit zugeschrieben. Der einzelne Mensch kann Entscheidungen treffen, ist aber gleichzeitig an bestimmte diskursive und außerdiskursive Sachverhalte gebunden.

Einzelne Subjekte sind im Rahmen dieser Sinnstrukturen durch historisch situierte Diskurse (und allgemeiner: soziale Typisierungsprozesse) mitkonstruiert, gleichzeitig aber deutungs- und handlungsfählig. Sie sind diejenigen, die Diskurse aktualisieren, mit Leben füllen, herausfordern, überschreiten – und als einzelne dennoch kaum kontrollieren. (Keller, 2001: S. 126)

Genauso wie die Kritische Diskursanalyse und damit die FCDA will auch die KMF ein gewisses Agens (vgl. Connell, Messerschmidt, 2005: S. 848 und 851) und eine außerdiskursive Wirklichkeit annehmen.

Eine außerdiskursive Welt existiert, so wie es auch außerdiskursive Praktiken gibt. Die Betonung dieser Umstände scheint wichtig, denn wer sich mit Diskurs beschäftigt, läuft Gefahr, alles als Diskurs zu sehen und in eine Art "diskursiven Idealismus" zu verfallen (vgl. Chouliaraki, Fairclough, 1999: S. 28). Es ist wichtig, dass angenommen wird, dass Geschlecht nicht ausschließlich durch Diskurs geschaffen wird, denn würde Realität auf Identität, Kultur, Sprache und Repräsentation verkürzt, so bestünde die Gefahr, materiell-ökonomische und historische Aspekte aus dem Blick zu verlieren (vgl. Villa, 2004: S. 237f).

Neben diesem Verständnis von Geschlecht als in einen historisch-gesellschaftlichen Kontext eingewoben, ist noch die Konstruktion von Männlichkeit und Weiblichkeit als asymmetrisches dichotomes Verhältnis ein wichtiger Aspekt. Weiblichkeit ist ein untergeordneter Pol, also etwas Gegenüberliegendes, einander Ausschließendes. Freilich handelt es sich dabei um Konstruktionen, die nicht "natürlich" mit Männlichkeit oder Weiblichkeit verbunden sind.

Auch wenn Geschlechter einander bedingende und immer gemeinsam hervorgebrachte Konstruktionen sind, so gibt es doch bestimmte Spezifika, die bei der Beforschung von Männlichkeitskonstruktionen zu beachten sind. Vor allem ist die Erkenntnis von Conell und Messeschmidt ist wichtig, dass es nicht eine Männlichkeit sondern viele gibt, die in sich eine hierarchische Ordnung bilden. Nach außen schließen sich bestimmte Männlichkeiten zusammen, die einen historischen Block bilden, um die Herrschaft über Frauen aufrecht zu erhalten (vgl. Connell. Messerschmidt, 2005).

In den folgenden Absätzen soll nun besprochen werden, was unter Diskurs verstanden wird. Diskurs wird als eine Entität begriffen, die zugleich Text, Praxis und Wissen ist. Diskurs ist als Text auffindbar, so zB. Wodak: "[T]ext is a specific and unique realization of a discourse." (Wodak, 2008: S. 6). Diskurse sind so gesehen in gewisser Weise "übergeordnete Konstituenten von Texten und bilden deren virtuelle Kontexte." (Spitzmüller, Warnke, 2011: S. 24) Das heißt, Diskurse manifestieren sich unter anderem in Texten, diese erfahren ihre endgültige Bedeutung erst in ihrer Gesamtheit, Ein Text stellt eine konkrete Realisierung von Diskurs dar.

Texte existieren nun aber nicht aus sich heraus, sie werden geschrieben und gelesen. Diskurs wird nicht von sich selbst tätig, sondern erst in den Handlungen von Akteurinnen. Als Handeln dieser Akteurinnen ist Diskurs Praxis, einerseits als diskursive Praxis der Textproduktion, distribution und rezeption. Fairclough spricht dabei von diskursiver Praxis (vgl. Fairclough, 1993). Anderseits hat Diskurs auch auf soziale Praxis einen Einfluss. "Discourse has social force and effect not inherently, but to the extent that it comes to be integrated within practices." (Chouliaraki, Fairclough, 1999: S. 62) Diskurs wird also in konkrete soziale Praxis integriert. Daneben wird durch im Diskurs erworbenes Wissen "materiellen wie immateriellen Dingen Bedeutung" (Keller, 2001: S. 115) zugewiesen.

"Wissen" meint hier alle Arten von Bewusstseinsinhalten bzw. von Bedeutungen, mit denen jeweils historische Menschen die sie umgebende Wirklichkeit deuten und gestalten. Dieses "Wissen" beziehen die Menschen aus den jeweiligen diskursiven Zusammenhängen, in die sie hineingeboren sind und in die sie verstrickt sie während ihres gesamten Daseins leben. (Jäger, 2001: S. 81)

Auf diese Weise stellen Diskurse normative Regeln für die Art und Weise der Aussageproduktion und Regeln für die diskursive Produktion von Bedeutung und Handlungsressourcen bereit (vgl. Keller, 2005: S. 64).

Diskurse sind nun aber nicht nur die Voraussetzung für eine bestimmte Praxis sondern auch ihr Ergebnis. Diskurse entstehen weiters nicht aus dem Nichts heraus, sie sind die Produkte der Handlungen von konkreten Akteurinnen. Es sind aber nicht einzelne Menschen, die einen Diskurs hervorbringen. Dies hängt vor allem damit zusammen, dass kein Subjekt kontrollieren kann, welche

analytischen Interesses." (Reisigl, 2009: S. 58)¹
Über Massenmedien werden bestimmte Vorstellungen verbreitet. Diese Vorstellungen haben einen unmittelbaren Einfluss auf die Konsumentinnen der betreffenden Medien. In der heutigen Formation der Gesellschaft wird auch zunehmend das Alltagsleben von (Massen-)Medien

beeinflusst. Dabei werden die Beziehungen und Identitäten der Menschen geformt:

Texte produziert werden und Texte teilweise die Produkte von kollektiven Akteuren sind. Klar ist

freilich, dass bestimmte Gruppen oder Texte mehr Einfluss haben. In der momentanen Verfassung

der Gesellschaft als kanitalistisch, bedeutet das, dass viele Vorgänge stark durch ökonomische

Wichtige Akteurinnen sind die Massenmedien. Als Massenmedien werden "bestimmte technische

Informationsträger und Publikationsformen, die sich gleichzeitig und zumeist weitgehend

unidirektional an ein sehr großes Publikum, an viele AdressatInnen wenden" (Reisigl, 2009: S. 49)

verstanden. Sie rücken in der Kritischen Diskursanalyse "immer wieder in das Zentrum

Mechanismen beeinflusst werden (vgl. Chouliaraki, Fairclough, 1999; S. 19f).

In dem Maße, in dem solche textförmigen Medialisierungen zunehmend das Alltagsleben durchdringen, wird das Leben der Menschen durch Repräsentationen geformt, die anderswo hergestellt werden: Repräsentationen der Welt, in der sie leben, der Aktivitäten, an denen sie beteiligt sind, ihrer Beziehungen zueinander und selbst der Vorstellungen darüber, wer sie sind und wie sie sich selbst sehen (sollten). (Fäirclough, 2001: S. 341)

Als Repräsentation wird dabei unter Rückgriff auf Stuart Hall der Prozess definiert, "durch den die Mitglieder einer Kultur sowohl sprachliche als auch weitere Zeichensysteme dazu benutzen, Bedeutungen zu produzieren." (Hepp, 2010: S. 36) Dabei seien zwei Konzepte von Bedeutung, das des Subjekts bzw. der Subjektposition und das der diskursiven Formation. Die diskursive Formation schränke dabei ein was überhaupt repräsentiert werden kann.

Durch Repräsentationen werden Konsumentinnen von Massenmedien Subjektpositionen der Identifikation mit bestimmten Stereotypen angeboten. Diese können dann übernommen werden oder aber auch nicht (vgl. Hepp, 2010: S. 38). Es ist allerdings wohl schwierig, keine Subjektposition einzunehmen, da bestimmte Identitäten auch von Außen zugeschrieben werden. So wird es kaum akzeptiert, dass jemand keine ethnische oder geschlechtliche Identität hat. Zudem stützen Menschen ihre Handlungen verstärkt auf Expertinnenratschläge. Sie sind wohl gewillt, im Sinne der bereits angesprochenen Zustimmung, diese Repräsentationen aus freien Stücken in ihr Leben zu übernehmen. Insbesondere Lifestyle-Magazine sind Massenmedien, die sich nicht nur als solche Expertinnen ausgeben, sondern auch von den Konsumentinnen als solche herangezogen werden (vgl. z. B. Chouliaraki, Fairclough, 1999: S. 44; Fairclough, 2001: S. 339; aber auch o. A.,

3

¹ Zwar bezieht sich Reisigl im konkreten Zitat nur auf die Wiener Kritische Diskursanalyse im Fokus des Artikels steht aber die Medienforschung in der Kritischen Diskursanalyse im Allgemeinen.

2013a).

Das "Lesen" dieser Repräsentation passiere nun in einem komplexen encoding/decoding Modell, das vor allem von Stuart Hall entwickelt wurde. Das Modell würde aus einer Trias bestehen: Eine Medienbotschaft würde zum Ersten mittels eines Apparates bestehend aus Wissensrahmen, Produktionsverhältnissen und einer Infrastruktur kodiert. Diese Botschaft würde dann zum Zweiten in Form von Diskurs zirkulieren. Schließlich würde sie zum Dritten wiederum mittels eines Apparates bestehend aus Wissensrahmen, Produktionsverhältnissen und einer Infrastruktur dekodiert (vgl. Marchart, 2008: S. 144).

Der Kem des Modells ist der Gedanke, dass Medienkommunikation stets als ein Prozess gedacht wird, in dem der Medientext auf nicht hintergehbare Weise zwischen "encoding" (Produktion) und "decoding" (Rezeption) lokalisiert ist. (Hepp, 2010: S. 111f)

Der dabei produzierte Medientext sei auf drei Arten lesbar. Erstens gäbe es die dominanthegemoniale Lesart. Dies entspräche der von den Produzentinnen favorisierte Lesart. Zweitens gäbe
es die ausgehandelte Leseart. Diese Leseart übernimmt weitgehend die Positionen der dominanthegemonialen Lesart. "Die ausgehandelte Lesart stimmt mit der dominanten Ereignisdefinition
überein, während sie sich das "Recht" einer an die lokalen Verhältnisse angepassten Verwendung
vorbehält." Schließlich gäbe es noch die oppositionelle Leseart. Diese würde vorliegen, wenn die
Rezipientinnen den Text verstehen würden und auch die favorisierte Lesart erkennen würden, sie
sich jedoch "den Medientext in einem vollkommen entgegengesetzten Bezugsrahmen" aneignen
würden (vgl. Hepp, 2010: S. 115f). Hall selbst würde diese Positionen allerdings als "hypothetisch
und idealtypisch" bezeichnen (Marchart, 2008: S. 149). In der vorliegenden Arbeit werden vor
allem Überlegungen über die dominant-hegemoniale Lesart angestellt.

Diskurs und Männlichkeit

Ehnis und Beckmann (2009) argumentieren, "dass durch [die Männlichkeitsforschung] drei zentrale Diskurse in die Geschlechterdebatte eingebracht wurden." (Ehnis, Beckmann, 2009: S. 171) Diese sind erstens die grundsätzliche Thematisierung von Männlichkeit, zweitens Diskurse über die Krise der Männlichkeit und drittens Diskurse über Neue Männlichkeit. Der erste Diskurs wird durch die Tatsache repräsentiert, dass Männlichkeit prinzipiell Gegenstand von feministischer kritischer Diskursforschung geworden ist. Aber auch Diskurse über Krisen und Diskurse über Neue Männlichkeit(en) sind in die Forschung eingeflossen und sind auch Gegenstand dieser Arbeit.

Gregorio-Godeo (2009) hat sich in seiner Arbeit mit Parfumwerbungen befasst. Darin berichtet er über zwei Aspekte im Zusammenhang mit Diskurs über Männlichkeiten: Es gäbe eine fortschreitende Konstituierung einer Krise der traditionellen hegemonialen Männlichkeiten. Diese

resultiere aus dem Einschlag der zweiten Welle der Frauenbewegung, dem erleichterten Zugang von Frauen zu Macht und dem Einfluss des *consumerism* auf Männer. Und es würden in der Populär-Kultur – vermittelt über Medien wie Männermagazine – Diskurse artikuliert, die Neue Männlichkeiten in der Form von Subjektpositionen repräsentieren. (vgl. Gregorio-Godeo, 2009: S. 29) Dass es diese Diskurse gibt, haben – wie bereits oben erwähnt – auch Ehnis und Beckmann festgestellt (vgl. Ehnis, Beckmann, 2009: S. 171). Beide Diskurse sind für die vorliegende Arbeit von Bedeutung.

Rolf Pohl (2011) weist darauf hin, dass Diskurse über Krisen, die sich auf Männlichkeiten beziehen, oft mit einer "Essentialisierung von Männlichkeit" (Pohl, 2011: S. 121) einhergehen, da oft mitschwingt, dass durch den Feminismus die "natürliche Mann-Werdung" gestört wird. Greogorio-Godeo soll diese Ansicht nicht vorgeworfen werden, schließlich ist ein Einfluss der Frauenbewegung zu verzeichnen, der "zu einer allgemeinen Verunsicherung vieler Männer beigetragen" (Pohl, 2011: S. 118; vgl. auch Connell, 2010: S. 8) hat. Mit Verweis auf Ines Kappert, die sich eingehend empirisch mit Diskurs über die Krise der Männlichkeiten auseinander gesetzt hat (vgl. Kappert, 2008), muss aber davor gewarnt werden, einen solchen Diskurs verkürzt zu betrachten, denn dann läuft man Gefahr, einen "patriachale[n] Restaurationsdiskurs [verbunden] mit einer Gesellschaftskritik" (Kappert, 2008: S. 220) wiederzugeben, wobei jedoch "beide der emanzipativen Ansätze [entbehren]" (Kappert, 2008: S. 220). Es wäre eine androzentrische Perspektive, die marginalisierte Gruppen ausklammere und einen nostalgischen Blick auf die Vergangenheit (vor der zweiten Frauenbewegung) konstruiere (vgl. Kappert, 2008: S. 28). Auch wenn die Frauenbewegung also einen Eindruck hinterlassen hat, gilt "nach wie vor [die] Vorherrschaft des männlichen Geschlechts und die damit einhergehende Abwehr des Weiblichen" (Pohl, 2011: S. 124). Die Männlichkeit ist nicht in der Krise, sondern muss sich ständig anpassen und ihre Position verteidigen. "Männlichkeit ist unter diesen Bedingungen strukturell ein krisenhafter Zustand und nicht das Ergebnis einer die Männer angeblich tief in die Krise stürzenden feministischen Strategie." (Pohl, 2011: S. 127)

Bethan Benwell schreibt davon, dass sich in Männermagazinen zwei unterschiedliche Formen von Männlichkeit finden ließen. Da wären einerseits new men, die sich in früheren Lifestyle-Magazinen finden würden. New men seien eine Antwort auf die Frauenbewegung, sie versuchen, sich in Haushalt und Kindererziehung einzubringen. Als Reaktion darauf hätte sich das Modell der new lads geformt, die sich in den späteren Lifestyle-Magazinen finden würden. Diese new lads stellten eher traditionelle Männlichkeit dar und seien antifeministisch. Sie erwähnt auch, dass die früheren Magazine eher an die Mittelschicht und die späteren eher an die Arbeiterschicht gerichtet seien. Sie

sieht die beiden Konzepte als konkurrierend, der new lad stellt dabei die neue hegemoniale Männlichkeit dar (vgl. Benwell, 2002). Im Sinne eines historischen Blocks, in dem sich verschiedene Muster zur Herstellung von Hegemonie zusammenschließen (vgl. Connell, Messerschmidt, 2005: S. 84 und weiter oben), könnte es sich aber nicht um konkurrierende Männlichkeiten, sondern um sich ergänzende Männlichkeiten handeln. Was Benwell nämlich nicht erklären kann ist, warum sich die Hegemonie von der Mittelschicht auf die Arbeiterschicht vollziehen sollte.

Bei der Umsetzung von Neuen Männlichkeiten geht es aber nicht allein um das Verhältnis zu Weiblichkeiten: Connell und Pohl weisen auf einen anderen Aspekt hin: Männlichkeiten "ändern sich in Reaktion auf wirtschaftliche Bedingungen, mit sich verändernden Technologien" (Connell, 2010: S. 8) und durch "die, mit der Wirtschafts- und Finanzkrise noch zunehmenden, erheblich verschärften Erosionen im Beschäftigungssektor, die die Erwartungen einer lebenslangen Erwerbsbiographie in den Grundfesten erschüttert hat" (Pohl, 2011: S. 118). Meuser hält dazu fest: "Ein Wandel von Geschlechterverhältnissen stellt mithin nicht zwingend hegemoniale Männlichkeit in Frage." (Meuser, 2010: Abs. 15)

Worin aber bestehen diese Veränderungen und was haben sie mit Geschlechterverhältnissen zu tun? Der Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler Sebastian Herkommer spricht in diesem Zusammenhang von einer Krise, allerdings keiner Krise der Männlichkeit, sondern einer ökonomischen Krise, der "Krise des Fordismus" (Herkommer, 2005b: S. 49, 2005a: S. 88), also einer Krise der Produktionsverhältnisse. Durch diese Krise habe sich die neoliberale Denkweise als hegemoniale Ideologie durchsetzen können (vgl. Herkommer, 2005b: S. 49) Die bürgerliche Gesellschaft "hat sich aufgrund ihrer eigenen Dynamik verändert und kompliziert, insbesondere durch die Ausdehnung des Kreditwesens, der Aktiengesellschaften und der Verselbstständigung des Finanzkapitals." (Herkommer, 2005b: S. 46) Zu diesem Aspekt der wirtschaftlichen Betrachtung weist der Philosoph Wolfgang Fritz Haug auch auf die Rolle des Einsatzes von Computern hin (vgl. Haug, 2005b: S. 108), der bestimmte Arbeiten in Produktion und Distribution übernimmt (vgl. Haug, 2005b: S. 112). Auch im Zusammenhang von Aktienspekulation wird der Computer eingesetzt. Er ermöglicht so eine bestimmte Form der kapitalistischen Produktionsweise, Wolfgang Fritz Haug nennt das Hightech-Kapitalismus.

Verschiedene Autorinnen referierend fällen Chouliaraki und Fairclough (1999) eine ähnliche Analyse, nur sprechen sie nicht von Hightech-Kapitalismus sondern von "late modernitiy" (Chouliaraki, Fairclough, 1999: S. 3), was als "Spätmoderne" übersetzt werden kann.

The past two decades or so have been a period of profound economical and social transformation on a

7

global scale. Economically, there has been a relative shift from 'Fordist' mass production and consumption of goods to 'flexible accumulation', 'Flexibility' has become a key concept and practice [1]

Auch sie attestieren den Informationstechnologien eine maßgebliche Rolle bei diesen Veränderungen:

Advances in information technology, mainly communications media, underlie both economic and cultural transformations, opening up few forms of experience and knowledge and new possibilities of relationships with faraway others via television or the internal.

Diese Produktionsweise verlangt auch einen neuen Menschentyp, eine neue Art von Individuum, wie die Soziologin und Philosophin Frigga Haug (Haug, 2003) festhält: "Die Hochtechnologie hat die Arbeitsweise radikal verändert, nun muss auch die Lebensweise folgen, mit allen Haltungen, Werten, Gewohnheiten." (Haug, 2003: S. 609) Wolfgang Fritz Haug dazu: "Es [das Individuum] muss als sein eigener Manager fungieren können. Es muss die Jagd nach wechselnden Chancen habitualisieren und sich die Bereitschaft zum Umgewöhnen angewöhnen. [...] Das neue Selbst scheint wie aus Modulen zusammmengesetzt." (Haug, 2005b: S. 119) Gundula Ludwig (Ludwig, 2007: S. 201) fasst zusammen:

An die Stelle der fordistischen Fließbandproduktion ist seit den 1970er Jahren eine hochtechnologisierte Produktionsweise getreten, die andere Lebensweisen bedingt und hervor bringt. Statt Stabilität und Voraussagbarkeit in den Arbeitsbiographien und Lebensweitaufen sind Unbeständigkeit und das kreative Anpassen an sich ständig veränderte Bedingungen im hochtechnologisierten Kapitalismus gefordert.

Es muss aber betont werden, dass das zugrunde liegende kapitalistische System beibehalten wird, denn: "Nach wie vor stellt die Lohnarbeit den Kern des alltäglichen Reproduktionsverhältnisses dar, sie ist für den Großteil der Bevölkerung Grundlage ihres Alltagslebens [...]." (Demirović, 2005: S. 86) Der Kapitalismus ist allerdings gezwungen, gewisse Zugeständnisse an die sozialen Bewegungen der 60er und 70er Jahre zu machen. Antonio Gramsci spricht in diesem Zusammenhang von "passiver Revolution" (vgl. zB. Ludwig, 2007: S. 202). Für Geschlechterverhältnisse heißt das nun, dass die oben besprochenen neuen Anforderungen wie "Frauen als "Unternehmerinnen ihrer selbst" (Ludwig, 2007: S. 202) erfüllt werden müssen und gleichzeitig neue Rollenbilder, zum Beispiel im Sinne einer "Vereinbarkeit von Beruf und Familie" (Ludwig, 2007: S. 202), etabliert werden. Unter dem Aspekt der Änderung der Rollenbilder aufgrund sich ändernder Produktionsverhältnisse müssen auch Diskurse über Neue Männlichkeit betrachtet werden.

Für die Arbeit ist also interessant, welche Männlichkeiten im Wiener dargestellt werden. Allerdings wird sich nicht sagen lassen, ob sich dabei auch die aktuell gültige Form der hegemonialen Männlichkeit zeigt. Der Wiener ist an ein bestimmtes Publikum gerichtet, daher werden wohl eher

bestimmte Konzepte von Männlichkeit im Interesse der Verlegerinnen aufscheinen. Diese können, müssen sich aber nicht mit einer *gelebten* hegemonialen Männlichkeit decken. Interessant wird auch, ob und in welcher Weise die Pluralität von Männlichkeit dargestellt wird.

Letztlich lauten die konkreten Fragestellungen:

- Welche Repräsentationen von Männlichkeiten finden sich im österreichischen Lifestyle-Magazin für Männer Wiener?
 - Werden verschiedene M\u00e4nnlichkeiten dargestellt? Welche? Welche nicht?
 - o Inwieweit werden Diskurse über (Neue) Männlichkeit(en) und Krise artikuliert?

Korpuslinguistik und Diskursanalyse

Zunächst ist festzuhalten, dass die vorliegende Arbeit im Sinne von Spitzmüller und Warnke eine korpus-basierte, monomodale Untersuchung von Diskurs in schriftlicher Sprache ist (vgl. Spitzmüller, Warnke, 2011: S. 39). Die Arbeit ist korpus-basiert, da sie das Korpus als eine Quelle von Beispielen nutzt (vgl. Baker, 2006: S. 16), um die Repräsentationen von Männlichkeit im Wiener zu analysieren. Sie ist monomodal und schriftgebunden, da das Korpus, wie bereits erwähnt, ausschließlich aus den schriftlichen Texten im Wiener gebildet wurde.

Durch Diskurs in der Form von Texten wird gesellschaftliche Wirklichkeit hergestellt. Spitzmüller und Warnke sind der Meinung, dass ein "textualistischer Diskursbegriff" durchaus "vorteilhaft mit korpusgestützten Textanalysen verbunden werden" (Spitzmüller, Warnke, 2011: S. 33) kann. Doch nicht nur die Diskurslinguistik im Allgemeinen, sondern auch die Kritische Diskursanalyse im Besonderen ist gut mit KL vereinbar. Bilder von Männlichkeit(en) finden sich in einzelnen Aussagen wie großen Textsammlungen. Die KL ist hilfreich, sie auffinden zu können.

And this is where corpora are useful. An association between two words, occurring repetitively in naturally occurring language, is much better evidence for an underlying hegemonic discourse which is made explicit through the word pairing than a single case. (Baker, 2006; S. 13)

Durch die KL können nicht nur einzelne Beispiele, sondern eine ganze Reiher solcher Beispiele gefunden werden. Die Evidenz dafür, dass es sich bei den konstruierten Bildern um hegemoniale Bilder handelt, ist umso größer, je mehr Beispiele gefunden werden können. Monika Bednarek meint zu KL

Linguistics can thus get at the performative nature of identity by studying **repeated discursive patterns** which what is corpus linguistics about: In terms of the different perspective on language, corpora show us both the actual (performance, parole) and the typical (the repeated), allowing researchers to make statements about likelihood and typicality, (Bednarek, 2010: S. 251 Hervorhebungen i.O.)

Durch die Untersuchung von wiederholten Mustern, die sich im Korpus finden lassen, kann Identität beforscht werden. Was Bednarek hier "performative nature of identity" nennt, könnte im Rahmen der FCDA als diskursiv hergestellte Identitäten übersetzt werden. Gerlinde Mautner stellt Muster. KL und KDA in Zusammenhang.

Analysing discourse is understood as the systematic attempt to identify patterns in text, link them to patterns in the context, and vice versa. Doing so *critically* means unveiling and challenging taken-forgranted assumptions about language and the social, as well as recognizing discourse as a potentially powerful agent in social change. (Mautner, 2009: S. 124)

Auch die Analyse von Diskurs sei also die Identifizierung von Mustern im Text. Darüber hinaus sei es wichtig, diese mit Mustern im Kontext zu verbinden und umgekehrt. Die Verbindung von Diskursanalyse und KL kann also so verstanden werden: Mit Hilfe der KL können bestimmte Muster gefunden werden, diese Muster können mit Hilfe der KDA in den richtigen historischgesellschaftlichen Zusammenhang gesetzt werden.

Im Folgenden soll nun das genaue methodische Vorgehen beschrieben werden. Die vorliegende Arbeit orientiert sich methodisch im Wesentlichen an dem Standardwerk von Paul Baker *Using Corpora in Discourse Analysis* (2006). Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurde der Weg der Konkordanzanalyse eingeschlagen. Unter Konkordanz wird eine Liste aller Vorkommen eines bestimmten Suchbegriffs innerhalb seines unmittelbaren Zusammenhangs verstanden (vgl. Baker, 2006: S. 71). In einem engen Zusammenhang mit Konkordanz stehen die Konzepte *Diskursprosodie* und der *semantischen Präferenz*. Beide beschreiben, dass ein Wort durch die Wörter in seiner unmittelbaren Umgebung zusätzlich Bedeutung erlangt. Baker hält fest, dass die Grenzen zwischen diesen beiden Konzepten nicht unbedingt scharf seien und er eher von Diskursprosodie sprechen will. (vgl. Baker, 2006: S. 87f). Entscheidend ist, dass eine Konkordanzanalyse Aufschluss über Diskursprosodie und semantische Präferenz eines Wortes geben kann, und damit letztlich über die Bedeutung eines Wortes *im konkreten Diskurs* geben kann.

Da es in der vorliegenden Arbeit um die Untersuchung von Repräsentationen von Männlichkeit(en) geht, steht auch das Lexem MANN² im Mittelpunkt. Gesucht wird mit Hilfe von sogenannten Wildcards nach "m?nn++++, wobei "?" für genau ein Zeichen und "+" für genau ein oder kein Zeichen stand. Die Groß-/Kleinschreibung wird nicht berücksichtigt. Diese Suche liefert 5 169 Treffer. Diese werden dann bereinigt um Eigennamen oder Verwendungen von MANN als Indefinitpronomen auszuscheiden. Aus der näheren Betrachtung der Konkordanz und dem soritieren

² Die Schreibung MANN umfasst immer das Lexem, sprich alle Formen (wie Mannes, M\u00e4nnern, etc.), steht das Wort unter doppelten Anf\u00fchrungszeichen, so ist immer genau diese Form – sowohl was Orthographie, wie auch Gro\u00df8-/Kleinschreibung betrifft – gemeint. Unter einfachen Anf\u00fchrungszeichen stehen Formen, deren Form, nicht aber deren Gro\u00df8-/Kleinschreibung identisch ist.

nach der linken und rechten Wortumgebung kann schließlich abgeleitet werden, dass es lohnend ist die Form "[Adjektiv] MANN" zu untersuchen. Es konnten nicht alle Vorkommen von MANN untersucht werden, da dies zu umfangreiches Material geboten hätte. Auch werden aus dem gleichen Grund nur die häufigsten Formen berücksichtigt. Die häufigsten Adjektiv-Konstruktionen ergeben immer noch 579 Vorkommen und die Konstruktionen mit dem Verbum SEIN 346 Vorkommen. Weiters wurde im Wesentlichen Folgendes berücksichtigt:

In corpus-assisted discourse analysis the researcher is normally required to analyse hundreds of lines of concordance data by hand, in order to identify wider themes or patterns in the corpus which are not so easily spotted via collocation, key word or frequency analysis. The analyst then has to make sense of the linguistic patterns thrown up via corpus-based processes, usually with reference to one or more theoretical frameworks. [Maker u. a., 2008.8: 5.277)

Die Adjektive werden händisch bestimmt. Anschließend wird durch Paraphrasierung und Kontextualisierung der Konkordanz der einzelnen Vorkommen die Analyse derselben vorgenommen.

Studie und Ergebnisse

Das Material mit dem gearbeitet wird, ist nicht mit Metainformation, wie den Wortarten, versehen. Also musste mittels manueller Durchsicht bestimmt werden, was eine Adjektiv-Konstruktion ist. Dazu wird das Korpus mit AntConc (Anthony, 2011) nach "m?nn+++* durchsucht. Das Ergebnis dieser Konkordanzanalyse wird nach der linken Wortumgebung alphabetisch sortiert. Anschließend werden alle gefundenen Adjektive in eine Tabelle übertragen. Durch weitere Suchabfragen, wie "junge+ m?nn+++*, wird sicher gestellt, dass alle derartigen Konstruktionen gefunden werden. Allerdings mussten die Ergebnisse um Vorkommen, wo MANN im Sinne von Mannschaft verwendet wird und wo MANN mit Bindestrich Teil eines Kompositums ist, bereinigt werden. Insgesamt können auf diese Weise 353 verschiedene Adjektive (Types) gefunden werden. Das ergibt 1017 solcher Konstruktionen (Token). Das entspricht 21,76% aller Vorkommen des Nomens MANN. Ausgegangen wird dabei immer vom Adjektiv-Lexem, wobei Komparative und Superlative als eigene Lexeme betrachtet werden.

Von den 353 verschiedenen Adjektiven (Types) kommen 246 genau einmal, sowie 74 öfter als einmal, aber seltener als fünfmal vor. Diese selteneren Adjektive sind nicht Gegenstand der Studie. Begründet ist dies darin, dass eine Analyse jeglicher Adjektiv-Konstruktion mit Bezug auf MANN zu zeitaufwändig und umfangreich wäre. Zudem ist nicht auszuschließen, dass das eine oder andere Adjektiv übersehen wurde, eine solche feine Analyse also unvollständig sein könnte.

Die übrigen 33 häufigsten Adjektive (Types), die jeweils mindestens fünfmal vorkommen, machen 579 (Token) oder 57,08% Prozent der adjektivischen Bestimmungen, sowie 12,41% der

Vorkommen des Nomens MANN aus. Auf den ersten Blick zeigt sich, dass Gegensatzpaare eine größere Rolle spielen. Unter den häufigsten 33 Adjektiven in Verbindung mit Mann finden sich: alt/jung, groß/klein und reich/arm. Mit den Gegensatzpaaren zeichnen sich bereits Bedeutungsdimensionen ab. In der folgenden Tabelle (Tabelle 1) werden nun alle Bedeutungsdimensionen und die dazu gerechneten Adjektive aufgelistet.

Dim: Alter	Qualität		Größe		e Einfluss		Körper		Beziehung		Ethnisierung	
Adjektiv	VK Adjektiv	VK	Adjektiv	VΚ	Adjektiv	VΚ	Adjektiv	٧ĸ	Adjektiv	٧ĸ	Adjektiv	٧K
JUNGE	155 ECHTE	31	KLEINE	43	MÁCHTIGSTE	12	NACKTE	9	EINSAME	11	ÖSTERREICHISCHE	10
ALTE	71 RICHTIGE	23	GROSSE	13	REICHSTE	9	SCHÖNE	6	VERHEIRATETE	10	SCHWARZE	9
ERWACHSENE	9 NEUE	20			ARME	7	BESTANGEZOGENE	6	i			
JÄHRIGE	8 GUTE	19			MÄCHTIGE	- 6	GEKLEIDETE	- 5		ı		
ÅLTERE	8 MODERNE	19			REICHE	5	METROSEXUELLE	5		ı		
JÜNGERE	5 DURCHSCHNITTLICHE	12					DICKE	5	i			
	WILDE	9								ı		
	STARKE	7								ı		
	FIESE	6								ı		
	KLUGE	- 5								ı		
Sum	256	151		56		38		36		21		19
		Abk	ürzungen: I	Dim	= Dimension I t	Sum	= Summe I VK = Vorki	mm	nen			

Tabelle 1: Bedeutungsdimensionen und zugerechnete Adjektive

Die häufigste Dimension ist die des Alters. Die zweithäufigste Dimension ist die der Qualität von Männlichkeit. Hier tritt allerdings auch schon eine Schwierigkeit zutage: Die Dimensionen sind mehr oder weniger arbiträr und ihre Grenzen sind fließend. So kann als "alt' genauso als Gegenteil zu "neu' oder "modern' gesehen werden. Ähnlich verhält es sich bei der Dimension der Größe, die einerseits mit der Dimension Einfluss verschwimmt, insofern z. B. "kleiner Mann' oft als Metapher für wenig vermögende, wenig einflussreiche Männer steht und andererseits auch der Dimension Körper, im Sinne von physischer Größe zugerechnet werden könnte. Unter den 33 häufigsten Adjektiven von MANN sind die Dimensionen Beziehung und Ethnisierung am seltensten.

Diese Dimensionen überschneiden einander und stehen mit den bereits erwähnten Diskursen – dem Diskurs über die Krise der Männlichkeit, dem Diskurs über Neue Männlichkeit und dem Diskurs über Männlichkeit selbst – in einem gewissen Zusammenhang.

Zur allgemeinen Verteilung der Adjektiv-Konstruktionen ist zu sagen, dass es sich um eine typische Verteilung im Zusammenhang mit sprachlichen Korpora handelt. Wenigen Adjektiven, die sehr häufig sind, stehen viele Adjektive, die selten sind gegenüber. In Hinblick auf die Bedeutung der Adjektive kann aber davon ausgegangen werden, dass es sich um spezifische Ergebnisse handelt. Freilich ist einerseits der Diskurs im Wiener in einen gesamtgesellschaftlichen Diskurs eingebettet und andererseits existieren international Zeitschriften, die dem Wiener ähnlich sind. Gewisse Tendenzen könnten also generelle Tendenzen im Diskurs, wie die Fokussierung auf JUNGE MÄNNER, oder Tendenzen im Diskurs in Lifestyle-Magazinen für Männer, wie die häufige Nennung von Körperbezogenen Adjektiven, sein. Das relativ häufige Auftauchen von

11

ÖSTERREICHISCHE MÄNNER kann hingegen als untypisch für Lifestyle-Magazine für Männer gesehen werden, jedoch als typisch für österreichische Medien.

Die Verschiedenen Dimensionen spiegeln gewisser Weise Themen im Wiener wider. Es geht also um Alter und Altern, darum wie Männer zu sein haben, um Einfluss und Erfolg, Körper und Aussehen und Beziehungen zu Frauen. Da es sich um ein österreichisches Medium handelt geht es auch um Österreicherinnen.

Im Bezug auf Alter und Altern ist zu sagen, dass meistens von JUNGEN MÄNNERN die Rede ist. Sie sind die "Helden" der Reportagen. Dabei sind aber oft mittelalterliche Männer gemeint. Abweichungen von diesen mittelalterlichen Männerm werden teilweise negativ bewertet. Dies geschieht bei juvenilen und adoleszenten Männern, indem diese als ungestüm dargestellt werden, aber insbesondere bei ALTEN MÄNNERN, indem diese als unzeitgemäß und problematisch dargestellt werden. Insbesondere auffallend ist die Betonung des Alters im Zusammenhang mit Beziehungen und der damit einhergehenden Problematisierung eines großen Altersunterschieds.

Die Dimension der Qualität spiegelt die Funktion von Lifestyle-Magazinen als Ratgebermedien wider. Es wird gesagt, was ein RICHTIGER oder ECHTER MANN ist und was er macht. Allerdings schwingt teilweise eine gewisse Ironie mit. Wenn von NEUEN MÄNNERN die Rede ist, wird oft eine negative Wertung vorgenommen. Als Kontrastbegriff, zu den ebenfalls oft negativ bewerteten ALTEN MÄNNERN scheint der Begriff des MODERNEN MANNES geeigneter zu sein. Wendungen wie GUTER MANN und DURCHSCHNITTLICHER MANN dienen wohl dazu, den Leserinnen zu vermitteln, wie Männer seien.

Die häufige Verwendung von Adjektiven, die die Größe beschreiben, kann auf zwei Ebenen betrachtet werden. Zum einen wird suggeriert, dass physische Größe in gewisser Weise relevant für Männer ist. Dabei wird einerseits betont, dass man trotz geringer körperlicher Größe erfolgreich sein kann und andererseits, dass Männer mit geringer körperlicher Größe problematisch seien. Zum anderen ist die Dimension der Größe in Zusammenhang mit der Dimension des Einflusses zu betrachten. KLEINE und GRÖSSE MÄNNER können als Vorbilder und Identifikationsfiguren gesehen werden. Vor allem im Zusammenhang mit KLEINEN MÄNNERN sind diese Identifikationsfiguren auch negativ. Sie eigenen sich also nicht als Vorbilder, sondern eher als Abschreckungsbeispiele.

Bei der Dimension des Einflusses geht es wohl in erster Linie um Identifikationsfiguren. Es ist dabei mehr von erfolgreichen Männern die Rede, diese werden aber teilweise ambivalent gezeichnet. ARME MÄNNER tritt fast nur im Sinne von bemitleidenswert auf.

Die Dimension Körper könnte, genau wie die Dimension der Qualität, in einem Zusammenhang mit dem Wiener als Ratgebermedium und, damit in Verbindung, als Werbemedium, insbesondere für Kleidung und Kosmetika, eesehen werden.

Dass sich in der Dimensionen der Beziehung nur zwei Adjektive finden lassen, kann mit der schlechten Darstellbarkeit von anderen Beziehungsformen in Adjektiv-Konstruktionen begründet werden. Das Thema an sich dürfte jedenfalls relevant sein. Sowohl EINSAME, als auch VERHEIRATETE MÄNNER werden allerdings eher negativ bewertet. Die optimale Beziehungsform für den modernen Mann liegt scheinbar wo anders.

Auch in der Dimension der Ethnisierung lassen sich nur zwei Adjektive finden. Diese sind aber, im Gegensatz zur Dimension der Beziehung, nicht zwei Extreme, die beide Abgelehnt werden, sondern der unmarkierte Begriff (ÖSTERREICHISCHE) und die Abweichung (SCHWARZE). Dies ist sichtbar durch die häufige Verwendung von ÖSTERREICHISCHE im Zusammenhang mit Statistik und dem rassistischen Gebrauch von SCHWARZE.

Mithilfe von Adjektiv-Konstruktionen wird zwar ein ambivalentes, aber doch gewisser Weise ideales Bild von Männlichkeit entworfen. Es wird zwar eine gewisse Vielfältigkeit angesprochen, diese wird aber einerseits dadurch eingeschränkt, dass bestimmte Verhaltensweisen als unmännlich bewertet werden und andererseits ein allgemeiner Kern von Männlichkeit suggeriert wird. Insbesondere Neue Männlichkeit und oder metrosexuelle Männlichkeit wird eher abgelehnt, sie werden mit Verweiblichung und einer für Männer nachteiligen Veränderung in Verbindung gebracht. Als positiver Begriff einer zeitgenössischen Männlichkeit wird MODERNER MANN verwendet. Wenn in Adjektiv-Konstruktionen von Männern die Rede ist, dann handelt es sich meist um einen mittelalterlichen, also einen zwischen 20 und 50 Jahre alten Mann, was vom Wiener allerdings meist als JUNG klassifiziert wird. Darüber hinaus ist anzunehmen, dass es sich um einen österreichischen Weißen handelt. Was die sexuelle Orientierung betrifft, ist davon auszugehen, dass es sich um einen Heterosexuellen handelt.

Neben einer Strategie des Verschweigens, werden andere Strategien der Distanzierung von bestimmten Männlichkeiten vorgenommen. Bestimmte Männer werden abgewertet. Das trifft sowohl auf JUNGE, als auch auf ALTE MÄNNER zu, genauso auf REICHE etc. und ARME. Als unmarkierte Männlichkeit kann also sowohl die altersmäßige als auch die ökonomische Mitte angesehen werden. Das sowohl VERHEIRATETE, als auch EINSAME Männer nicht unbedingt positiv beschrieben werden, lässt auch hier die Vermutung zu, dass ein Mann sein Wohl in der Mitte zu suchen habe, also in einer, wenn auch nicht allzu gebundenen, Beziehung.

Im Bezug auf das Alter werden nicht nur ALTE MÄNNER abgelehnt, sondern teilweise auch JUNGE, vor allem, wenn damit juvenile oder adoleszente Männer gemeint sind. Alte Männer werden als überholt, pervers, eklig, unzeitgemäß etc. beschrieben. Wenn JUNGE MÄNNER negativ beschrieben werden, werden sie als ungestüm und sich selbst und andere gefährdend dargestellt. Sowohl bei JUNGEN wie auch bei ALTEN MÄNNERN werden Beziehungen zu Frauen mit wesentlichem Altersunterschied thematisiert. Dabei sind es aber nicht unbedingt die Älteren, die die aktive Rolle innehaben, sondern ganz allgemein ist diese oft bei den Frauen zu finden, gleichgültig ob es eine ältere Frau ist, die JÜNGERE MÄNNER verführt oder eine jüngere Frau die auf ÄLTERE MÄNNER steht. Im Allgemeinen findet sich eine eher positive Bewertung und vor allem häufige Erwähnung JUNGER MÄNNER. Damit sind aber oftmals nicht juvenile oder adoleszente Männer gemeint, sondern ERWACHSENE MÄNNER.

Wenn eine Ethnisierung vorgenommen wird, dann ist zumeist von ÖSTERREICHISCHEN MÄNNERN die Rede. Im Rahmen der Adjektiv-Konstruktionen fanden sich als zweithäufigstes SCHWARZE MÄNNER. In Rahmen der Untersuchung von Prädikationen kamen z. B. muslimische oder italienische Männer vor. ÖSTERREICHISCHE MÄNNER wurden oft in Zusammenhang mit Studien erwähnt, damit wird ein gewisses Bild vom österreichischen Mann als unmarkiert (im Gegensatz zu anderen Ethnisierungen) vermittelt. Wenn von schwarzen, muslimischen, italienischen etc. Männern die Rede ist, dann schwingen oft ethnisch-religiöse Vorurteile mit. Interessant ist, dass eher von SCHWARZEN MÄNNERN die Rede ist als von SERBISCHEN oder TÜRKISCHEN MÄNNERN, die in Österreich sicher häufiger anzutreffen sind, als Männer afrikanischer oder afro-amerikanischer Herkunft.

Was die sexuelle Orientierung anbelangt, wird diese so gut wie gar nicht Thematisiert. Ausnahmen stellen ein Artikel über den Erben einer Automarke dar, in dem berichtet wird, dass dieser Sex mit einem Transsexuellen gehabt hätte oder ein Artikel in dem von pädophilen homosexuellen Handlungen die Rede ist. In diesen Artikeln wird Homosexualität in die Nähe in Zusammenhang mit Perversion gebracht. Neben dieser Diskriminierenden Strategie ist auch das Verschweigen, als Marginalisierung und damit als Diskriminierung von Homosexuellen zu werten. Die Wendung SCHWULER MANN kommt im gesamten Korpus nur zweimal vor, die Wendung HOMOSEXUELLER MANN gar nicht.

Eine Vielfältigkeit von verschiedenen Männlichkeitsbilders zeigt sich eher bei der Analyse der Adjektiv-Konstruktionen. Dies mag damit zusammenhängen, dass bei Adjektiv-Konstruktionen von vornherein eine Einschränkung vorliegt. Bei der Analyse der Prädikationen wurden Einschränkungen nur sehr oberflächlich behandelt, das Augenmerk wurde stärker auf

15

Beschreibungen von Männern im Allgemeinen gelegt.

Diskurse über Neue Männlichkeit(en) und Krisen lassen sich ausmachen. Beide sind verbunden mit einem nostalgischen Blick auf die Vergangenheit und entsprechen damit einem rückschrittlichen Denken. Dies schlägt sich auch in dezidiert anti-feministischen Aussagen wieder. Ein Diskurs über Krise tritt stärker hervor, als ein Diskurs über Neue Männlichkeit. Stärker wird eine prinzipielle Veränderung artikuliert, die nicht unbedingt mit Neuer Männlichkeit, sondern mit Krise von Männlichkeit und Verweiblichung in Verbindung gebracht wird. Es wird ein Diskurs über eine Krise der Männlichkeit geführt, die einerseits in Verbindung mit einer Feminisierung und Domestizierung von Männlichkeit gebracht wird und andererseits mit sich ändernden Zeiten. Spannend ist in diesem Zusammenhang die Abwertung von ALTER MANN und NEUER MANN und gleichzeitig einer positiven Bewertung von MODERNER MANN. Darin kommen wohl Deutungskämpfe um Männlichkeit zur Geltung und es werden gewisse Umbrüche widergespiegelt. Dies drückt sich auch dadurch aus, dass sich viele Vorkommen finden lassen, die einerseits von bestimmten Männern positiv berichten und die den Leserinnen als Vorbilder dienen könnten und sich andererseits Vorkommen finden lassen, die von bestimmten Männern negativ berichten.

Allerdings tauchen neben einer Krise ausgelöst durch "den Feminismus" auch Verweise auf die sich prinzipiell ändernden Zeiten auf. Die Vorkommen, die auf eine verweiblichte Gesellschaft verweisen, sind aber häufiger. Umso spannender wird die Ablehnung ALTER MÄNNER, denn es wird eben nicht nur die Neue Männlichkeit, im Sinne einer den Bedürfnissen der Frauen angepassten Männlichkeit, kritisiert, sondern auch eine veraltete, unmoderne Männlichkeit.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass der *Wiener* die gängigen Diskurse über Krise des Mannes und Neue Männlichkeit wiedergibt. Es wird ein ambivalentes Bild von Männlichkeit gezeichnet. Vielfältigkeit kommt in einem gewissen Maß zur Geltung, es wird aber auch klar artikuliert, dass diese Vielfalt auch Grenzen hat. Bestimmte "real-existierende" Männlichkeiten – wie z. B. schwule Männlichkeiten – werden marginalisiert. Neben einer erwarteten heteronormativen Perspektive werden auch offen rassistische oder sexistische Aussagen getätigt. Insgesamt liefert das Korpus reiches Material, einige Nachfolgestudien wären sicher möglich.

Bibliographie

- Anthony, Laurence (2011): AntConc. Tokio.
- Baker, Paul (2006): Using corpora in discourse analysis. London, New York: Continuum.
- Baker, Paul; Gabrielatos, Costas; Khosravinik, Majid; u. a. (2008): "A Useful Methodological Synergy? Combining Critical Discourse Analysis and Corpus Linguistics to Examine Discourses of Refugees and Asylum Seekers in the UK Press". In: Discourse & Society: An International Journal for the Study of Discourse and Communication in Their Social, Political and Cultural Contexts. 19 (3), S. 273–306.
- Bednarek, Monika (2010): "Corpus Linguistics and Systemic Functional Linguistics: Interpersonal Meaning, Identity and Bonding in Popular Culture". In: Bednarek, Monika; Martin, J. R. (Hrsg.) New Discourse on Language. Funktional Perspectives on Multimodality, Identity, and Affiliation. London, New York: Continuum, S. 237–266.
- Benwell, Bethan (2003): "Introduction: masculinity and men's lifestyle magazines". In: Benwell, Bethan (Hrsg.) Masculinity and men's lifestyle magazines. Oxford, Malden: Blackwell, S. 6–29
- Benwell, Bethan (2002): "Is there anything "new" about these lads? The textual an visual construction of masculinity in men's magazines". In: Litosseliti, Lia; Sunderland, Jane (Hrsg.) Gender Identity and Discourse Analysis. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing, S. 1–39.
- Chouliaraki, Lilie; Fairclough, Norman (1999): Discourse in late modernity. Edinburgh: Edinburgh Univ. Press (Critical discourse analysis series).
- Connell, R. W. (2006): Der gemachte Mann: Konstruktion und Krise von Männlichkeiten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (Geschlecht & Gesellschaft).
- Connell, R. W.; Messerschmidt, James W. (2005): "Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept". In: Gender & Society. 19 (6).
- Connell, Raewyn (2010): "Im Innern des gläsernen Turms: Die Konstruktion von Männlichkeiten im Finanzkapital". In: Feministische Studien. 28 (1), S. 8–24.
- Demirović, Alex (2005): "Der Kapitalistische Staat". In: Kaindl, Christina (Hrsg.) Kritische Wissenschaften im Neoliberalismus. Marburg: BdWi-Verl. (Forum Wissenschaft), S. 51–84.
- Ehnis, Patrick; Beckmann, Sabine (2009): "Kritische Männer- und Männlichkeitsforschung Positionen, Perspektiven, Potential". In: Kurz-Scherf, Ingrid (Hrsg.) Feminismus. Münster: Westfälisches Dampfboot, S. 162–179.
- Fairclough, Norman (1993): Discourse and Social Change. Cambridge: Polity Press. ISBN: 9780745612188
- Fairclough, Norman (2001): "Globaler Kapitalismus und kritisches Diskursbewusstsein". In: Keller,

- Reiner; Hirseland, Andreas; Schneider, Werner; u. a. (Hrsg.) *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse, Band 1, Theorien und Methoden.* Opladen: Leske + Budrich Verlag, S. 335–351.
- Gregorio-Godeo, Eduardo de (2009): "British Men's Magazines' Scent Advertising and the Multimodal Discursive Construction of Masculinity: A Preliminary Study". In: Estudios Ingleses de la Universidad Complutense. 17, S. 9–36.
- Haug, Frigga (2003): ""Schaffen wir einen neuen Menschentyp" Von Henry Ford zu Peter Hartz". In: Das Argument. 252, S. 606–617.
- Haug, Wolfgang Fritz (2005): "Kapitalismus + Computer = ?". In: Kaindl, Christina (Hrsg.) Kritische Wissenschaften im Neoliberalismus. Marburg: BdWi-Verl. (Forum Wissenschaft), S. 107–123.
- Hepp, Andreas (2010): Cultural Studies und Medienanalyse. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Herkommer, Sebastian (2005a): "Zur Aktualität marxisitscher Klassentheorie". In: Kaindl, Christina (Hrsg.) Kritische Wissenschaften im Neoliberalismus. Marburg: BdWi-Verl. (Forum Wissenschaft). S. 85–106.
- Herkommer, Sebastian (2005b): "Zur Aktualität marxistischer Ideologietheorie". In: Kaindl, Christina (Hrsg.) Kritische Wissenschaften im Neoliberalismus. Marburg: BdWi-Verl. (Forum Wissenschaft), S. 31–50.
- Jäger, Siegfried (2001): "Diskurs und Wissen. Theoretische und methodische Aspekte einer Kritischen Diskurs und Dispositivanalyse". In: Keller, Reiner; Hirseland, Andreas; Schneider, Werner; u. a. (Hrsg.) Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse, Band 1, Theorien und Methoden. Opladen: Leske + Budrich Verlag, S. 81–112.
- Kahofer, Florian (2013): ""Für echte Männer (was auch immer das ist)" Eine korpus-basierte Diskursanalyse von Repräsentationen von Männlichkeit im österreichischen Lifestyle-Magazin für Männer Wiener anhand des Lexems MANN und seiner häufigsten Adjektive und Prädikationen mit dem Verbum "sein"". (Diplomarbeit) Wien: Univeristät Wien.
- Kappert, Ines (2008): Der Mann in der Krise. Bielefeld: Transcript-Verl. (Kultur- und Medientheorie).
- Keller, Reiner (2001): "Wissenssoziologische Diskursanalyse". In: Keller, Reiner; Hirseland, Andreas; Schneider, Werner; u. a. (Hrsg.) Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse, Band 1, Theorien und Methoden. Opladen: Leske + Budrich Verlag, S. 113– 143
- Keller, Reiner (2005): "Wissenssoziologische Diskursanalyse als interpretative Analytik". In: Keller, Reiner; Hirseland, Andreas; Schneider, Werner; u. a. (Hrsg.) Die diskursive Konstruktion von Wirklichkeit: zum Verhältnis von Wissenssoziologie und Diskursforschung, Konstanz: UVK, S. 49–76.
- Ludwig, Gundula (2007): "Gramscis Hegemonoietheorie und die staatliche Produktion von vergeschlechtlichen Subjekten". In: Das Argument. 270, S. 196–205.

18

- Marchart, Oliver (2008): Cultural studies. Konstanz: UVK.
- Mautner, Gerlinde (2009): "Checks and balances: how corpus linguistics can contribute to CDA". In: Wodak, Ruth (Hrsg.) Methods of Critical Discourse Analysis. London: Sage, S. 122–143.
- Meuser, Michael (2010): "Geschlecht, Macht, Mannlichkeit Strukturwandel von Erwerbsarbeit und hegemoniale Mannlichkeit". In: Erwägen, Wissen, Ethik. 21 (3), S. 325–336.
- o. A. (2013): "Die Marken > WIENER". *Styria Multimedia*. Abgerufen am 30.06.2013 von http://www.styria-multi-media.com/die-marken/wiener/.
- Pohl, Rolf (2011): "Männer das benachteiligte Geschlecht? Weiblichkeitsabwehr und Antifeminismus im Diskurs über die Krise der Männlichkeit". In: Bereswill, Mechthild (Hrsg.) In der Krise? Männlichkeiten im 21 Jahrhundert. Münster: Westfälisches Dampfboot, S. 104–135.
- Reisigl, Martin (2009): "Zur Medienforschung der "Kritischen Dirskursanalyse"". In: Habscheid, Stephan; Nett, Bernhard (Hrsg.) Schnitte durch das Hier und Jetzt. Marburg: Schüren (Navigationen; 9.2009,2).
- Spitzmüller, Jürgen; Warnke, Ingo (2011): Diskurslinguistik: eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse. Berlin [u.a.]: de Gruyter (de Gruyter Spadiophych)
- Villa, Paula-Irene (2004): "Poststrukturalismus: Postmoderne + Poststrukturalismus = Postfeminismus?". In: Becker, Ruth; Kortendiek, Beate (Hrsg.) Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (Geschlecht & Gesellschaft; 35), S. 234–238.
- Wodak, Ruth (2008): "Introduction: Discourse Studies Important Concepts and Terms". In: Wodak, Ruth; Krzyżanowski, Michał (Hrsg.) Qualitative discourse analysis in the social sciences. Basingstoke: Palgrave Macmillan.