



### *1.6. Geschlechterchoreografie in der Werbung*

Diese ritualisierten Ausdrucksformen, welche im Alltag zwar als Geschlechterglaubensvorstellungen und als soziales Geschlecht vorhanden sind, aber auch unterlaufen werden, sind in der Reklame hyperritualisiert. In *Gender advertisement* zeigt Goffman anhand von Bildwerbung, wie normativ und

asymmetrisch die Geschlechterglaubensvorstellungen sind, welche sie vermittelt.

Reklame-Designer unterliegen den Grenzen ihres Mediums. Sie müssen etwas darstellen, was leicht verständlich ist und die Betrachtenden für ihr Produkt einnimmt. Auf Reklamefotos werden Alltagsszenen simuliert, die unsere Orientierung darauf richten, was ein Mensch dort tut oder sagt. Reklame-Designer wählen überwiegend anerkannte positive, soziale Typisierungen, »so daß wir idealisierte Personen vor uns sehen, die ideale Mittel anwenden, um ideale Ziele zu erreichen – wobei sie selbstverständlich mikroökologisch so arrangiert sind, daß sie eine ideale Beziehung zueinander anzeigen« (1981a, 115). Die Figuren sind also im Bild so plaziert, daß ihre räumliche Stellung zueinander ein Anzeichen für ihre mutmaßliche soziale Stellung zueinander bietet. Dieser Verfahren bedienen sich auch behördliche Mitteilungen und politische Parteien. Auch sie stellen ihre Aussagen dramatisch dar. Ich möchte später zeigen, daß mikro-ökologische Arrangements auch gänzlich unbildlich nur über den Tonkanal gestaltet werden können.

Goffman behauptet, daß die Aufgabe der Reklamedesigner derjenigen aller Gesellschaftsmitglieder nicht unähnlich ist, die ihre sozialen Situationen mit rituellen Zeichen ausstatten, die eine schnelle Orientierung der Beteiligten aneinander ermöglichen. Beide nutzen wahrnehmbare Mittel der Selbstdarstellung. »Und beide bedienen sich der gleichen elementaren Mittel: Absichtsbekundung, mikroökologische Aufzeichnung sozialer Strukturen, anerkannte Typisierung und gestische Externalisierung innerer Reaktionen« (1981: 116).

Goffman analysiert dann Bildmaterial. Übrigens ist dieses Bildmaterial, welches ja aus den siebziger Jahren stammt, selten pornographisch.<sup>19</sup> Er zeigt, wie auf Reklamefotos relative Größe eingesetzt wird, um Dominanz und Unterordnung zu si-

<sup>19</sup> Siehe zu neueren Tendenzen in der Werbung Schmerl (Hg.in) (1992). Bei den dort abgebildeten Beispielen pornographischer Werbung sieht man, daß häufig Elemente aus dem Tier/Wärter-Komplex dramatisiert werden. Nackte Frauen werden z.B. mit Halsbändern abgebildet oder in Käfigen gehalten.

gnalisieren. Er vergleicht dargestellte männliche und weibliche Berührungen von Gegenständen. Der Mann packt an, z.B. die Jägermeisterflasche, und hält sie fest. Frauen deuten Berührungen oft nur an. Statt des utilitären männlichen Zugriffs zeichnen sie nur die Linien eines Gegenstandes nach. Weibliche Selbstberührungen sollen das Gefühl vermitteln, daß der Körper etwas Kostbares sei.

Wenn auf einem Bild Mann und Frau direkt zusammenarbeiten, dann übernimmt der Mann die Leitung der Aktivität. Man sieht den Herrn Doktor eine Tabelle lesen und die Krankenschwester, welche auch einen Blick von der Seite darauf wirft. Frauen werden oft abgebildet, wie sie Hilfe annehmen. Er hilft ihr aus einer Schaukel heraus und läßt sie von seinen Weintrauben abbeißen. Der Mann bietet sicheren Halt. Häufig steht die Frau an ihn gelehnt. Die Frau liegt oft, Männer sind höher arrangiert. Liegende Stellungen sind ein konventioneller Ausdruck von Hilflosigkeit und sexueller Verfügbarkeit. Erhöhte räumliche Standorte symbolisieren höhere soziale Ränge. Frauen werden auch oft in Schräghaltungen gezeigt, Männer in geraden. Schräge Kopfhaltungen gelten als Ausdruck von Demut.

<sup>20</sup> Belknap/Wilberg (1991) haben in einer an Goffmans Kategorien orientierten quantitativen Werbungsanalyse die Ritualisierung der Unterordnung von Frauen in der Werbung weitgehend bestätigt.

## Literatur

- Armstrong, Liliias E./Ward, Ida (1931): *A Handbook of English Intonation*. Cambridge.
- Baker Miller, Jean (1976): *Die Stärke weiblicher Schwäche. Zu einem neuen Verständnis der Frau*. Frankfurt 1988.
- Belknap, Penny/Leonhard, Wilbert M. (1991): A conceptual replication and extension of Erving Goffman's study of gender advertisement, in: *Sex Roles Aug.* vol 25, 3-4, 103-118.
- Bourdieu, Pierre (1979): *Die feinen Unterschiede*. Frankfurt 1988.
- Brend, Ruth (1975): Male-Female Intonation Patterns in American English, in: Barrie Thorne and Nancy Henley (Hg.): *Language and Sex: Difference and Dominance*. Rowley, Mass. 1975, 84-87.
- Busch, Günther/Eggers, Petra/Ruge, Elisabeth/Wittstock, Uwe (1993): Editorial. *Neue Rundschau* 4, 1993: 5-6.
- Butler, Judith (1988): *Das Unbehagen der Geschlechter*. Frankfurt 1991.
- Cahill, Spencer (1986): Childhood Socialization as a Recruitment Process, in: *Sociological Studies of Child Development* 1: 163-186.
- Condry, Sarah/Condry, Jean (1976): Sex Differences: A Study of the Eye of the Beholder, in: *Child Development* 47, 1976: 812-819.
- Couper-Kuhlen, Elisabeth (1986): *An Introduction to English Prosody* Tübingen.
- Crystal, David (1971): Prosodic and Paralinguistic Correlates of Social Categories, in: Edwin Ardener (Hg.): *Social Anthropology and Language*. London, 185-206.
- Dietzen Agnes (1993): *Soziales Geschlecht*. Opladen.
- Duden, Barbara (1993): Die Frau ohne Unterleib: Zu Judith Butlers Entkörperung. Ein Zeitdokument, in: *Feministische Studien* 2: 24-34.
- Furnham, Adrian/Schofield, Sandra (1986): Sex Role Stereotyping in British Radio Advertisement, in: *British Journal of Social Psychology* 25,2, 1986: 165-171.
- Garfinkel, Harold (1967): *Ethnomethodology*. Englewood Cliffs.
- Gildemeister, Regine/Wetterer, Angelika (1992): Wie Geschlechter gemacht werden. Die soziale Konstruktion der Zweigeschlechtlichkeit und ihre Reifizierung in der Frauenforschung, in: Knapp, Gudrun-Axeli/Wetterer, Angelika: *TraditionenBrüche. Entwicklung feministischer Theorie*. Freiburg: Forum Frauenforschung, 201-254.

- Goffman, Erving: *Interaction Ritual: Essays on Face to Face Behaviour* (1967); dt.: *Interaktionsrituale*. Frankfurt 1971.
- (1974): *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*; dt. *Rahmen Analyse*. Frankfurt 1977.
- (1977): The Arrangement between the Sexes. *Theorie&Society* 4, 1977: 301-331, dt. in diesem Buch.
- (1981): *Forms of Talk*. Philadelphia.
- (1981a): *Geschlecht und Werbung*. Frankfurt.
- Günthner, Susanne/Kotthoff, Helga (Hg.) (1991): *Von fremden Stimmen. Weibliches und männliches Sprechen im Kulturvergleich*. Frankfurt.
- Hagemann-White, Carol (1993): Die Konstrukteure des Geschlechts auf frischer Tat ertappen? Methodische Konsequenzen einer theoretischen Einsicht, in: *Feministische Studien* 2: 68-79.
- Hettlage, Robert/Lenz, Karl (Hg.) (1991): *Erving Goffman – ein soziologischer Klassiker der zweiten Generation*. Bern, Stuttgart.
- Hirschauer, Stefan (1993): *Die soziale Konstruktion der Transsexualität*. Frankfurt.
- (1993a): Dekonstruktion oder Rekonstruktion. Plädoyer für die Erforschung des Bekannten, in: *Feministische Studien* 2: 55-68.
- Hochschild, Arlie (1979): Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure, in: *American Journal of Sociology* 3: 551-575.
- (1983): *Das gekaufte Herz*. Frankfurt/New York 1990.
- Jones, Daniel (1909) *Intonation Curve*. Leipzig/Berlin.
- Knorr-Cetina, Karin (1989): Spielarten des Konstruktivismus, in: *Soziale Welt* 1/2: 86-97.
- Kotthoff, Helga (1993): Kommunikative Stile, Asymmetrie und »Doing Gender«. *Feministische Studien* 2: 79-96.
- (1994): Geschlechtertypisierung in der kindlichen Kommunikationsentwicklung, in: Ulla Bracht et al. (Hg.). *Jahrbuch für Pädagogik*. Frankfurt/Bern/New York: Peter Lang.
- Levinson, Stephen (1983): *Pragmatics*. Cambridge.
- Local, John (1982): Modelling Intonational Variability in Children's Speech, in: Suzanne Romaine (Hg.): *Sociolinguistic Variation in Speech*. London: Arnold: 73-81.
- Lakoff, George/Johnson, Mark (1980): *Metaphors we live by*. Chicago.
- Lloyd, Barbara/Duveen, Gerard (1992): *Gender Identities and Education*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.
- McConnell-Ginet, Sally (1978): Intonation in a Man's World, in: *Sign* 3,2: 541-559.
- Parsons, Talcott/Bales, Robert (1955): *Family, Socialization and Interaction Process*. New York.
- Radcliffe-Brown, A. R. (1952): *Structures and Function in Primitive Society*. London.

- Reiger, Horst (1992): *Face-to-Face Interaktion. Ein Beitrag zur Soziologie Erving Goffmans*. Frankfurt/Bern/New York.
- Sacks, Jacqueline (1975): Cues to the Identification of Sex in Children's Speech, in: Barrie Thorne/Nancy Henley (Hg.): *Language and Sex: Difference and Dominance*. Rowley, Mass. 152-171.
- Schegloff, Emanuel (1987): Between Micro and Macro: Contexts and Other Connections, in: Jeffrey Alexander et al. (Hg.): *The Micro-Macro-Link*. Berkeley.
- (1988): Goffman and the Analysis of Conversation, in: Drew, Paul/Wootton, Anthony (Hg.): *Erving Goffman. Exploring the Interaction Order*. Cambridge, Polity Press: 161-228.
- Schmerl, Christiane (Hg.in) (1992): *Frauenzoo der Werbung*. München.
- St. John, Jacqueline D. (1978): Sex Role Stereotyping in Early Broadcast History: The Career of Margret McBride, in: *Frontiers* 3,3: 31-38.
- Thürmer-Rohr Christina (1986): *Vagabundinnen*. München.
- Vinken, Barbara (1993a): Geschlecht als Maskerade, in: *Frankfurter Rundschau* Nr. 102: 10.
- (1993b): Der Stoff, aus dem die Körper sind, in: *Neue Rundschau* 104, 4: 9-23.
- Voloshinov, Valentin (1976): Discourse in Life and Discourse in Art, in: *Freudianism*. New York.
- Widmer, Jean (1991): Goffman und die Ethnomethodologie, in: Hettlage, Robert/Lenz, Karl (Hg.): *Erving Goffman – ein soziologischer Klassiker der zweiten Generation*. Bern/Stuttgart.

---

Campus Verlag · Frankfurt / New York

---

Erving Goffman

# Interaktion und Geschlecht

Herausgegeben und eingeleitet  
von Hubert A. Knoblauch

Mit einem Nachwort  
von Helga Kotthoff

*Erving Goffman* (1922-1983) gehört zu den meistgelesenen Soziologen. Neben seiner Theorie *Wir alle spielen Theater* zählt vor allem die Entdeckung der Interaktion als ein von Ritualen und eigenen Regeln geleiteter, eigenständiger Bereich zu den Leistungen dieses Klassikers. In diesem Band werden zwei wichtige Texte erstmals in deutscher Übersetzung zugänglich gemacht: »Die Interaktionsordnung« ist der letzte, von ihm selbst veröffentlichte Text, in dem er seine Theorie der Interaktion prägnant zusammenfaßt. Er kann gewissermaßen als sein Vermächtnis angesehen werden. Im zweiten Text »Das Arrangement der Geschlechter« leuchtet Goffman seine Entdeckung der Eigengesetzlichkeit zwischenmenschlicher Interaktion in ihrer Bedeutung für das Verhältnis der Geschlechter aus. Dieser Aufsatz stellt nach dem populären Buch über »Geschlecht und Werbung« die Zusammenfassung und Ausformulierung seiner Theorie des Geschlechterverhältnisses dar.

In der Einleitung bietet der Herausgeber eine konzise Zusammenfassung der Theorie Goffmans und seine Verortung der beiden Texte in Goffmans Werk. Im Nachwort von Helga Kotthoff wird Goffmans Beitrag zu einer Geschlechtersoziologie herausgearbeitet.

41  
161  
CM



S 15 FEV. 96

Campus Verlag  
Frankfurt/New York

NP 96.392

# Inhalt

1. Erving Goffmans Reich der Interaktion – Einführung von Hubert A. Knoblauch .....	7
2. Die Interaktionsordnung .....	50
3. Das Arrangement der Geschlechter .....	105
4. Geschlecht als Interaktionsritual? Nachwort von Helga Kotthoff .....	159

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

*Goffman, Erving:*

Interaktion und Geschlecht / Erving Goffman. Hrsg. und  
eingeleitet von Hubert A. Knoblauch. Mit einem Nachw. von  
Helga Kotthoff. – Frankfurt/Main ; New York :  
Campus Verlag, 1994  
ISBN 3-593-35172-2

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede  
Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere  
für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung  
und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Copyright © 1994.

Alle deutschsprachigen Rechte bei Campus Verlag GmbH, Frankfurt/Main

Umschlaggestaltung: Atelier Warminski, Bidingen

Satz: Satzstudio Zeil, Frankfurt/Main

Druck und Bindung: Druckhaus Beltz, Hemsbach

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier.

Printed in Germany