

Ph. D. Pasyk L. A.

**Ukraine, Lutsk, Osteuropäische Nationale Lesja-Ukrainka-Universität
Motive und Ziele der Frauen bei der Partnerwahl (anhand deutschsprachiger
Bekannschftsanzeigen und Profile auf den Webseiten)**

***Abstract.** The article deals with the notions “motive” and “motivation” as well as with the means of expression of the motives and the aims by the women in the situation of partner choice. The material of the study is taken from the german electronic advertisements of acquaintance and Internet-questionnaires. The situation of partner choice is modeled in the form of actional frame. The slots of macro-propositional frame of the situation of partner choice (subject of choice, process of choice, object of choice, reason and purposes) are filled with different language units. The questionnaires give the expanded information about the addresser, her motives and aims, while the advertisements of acquaintance are limited to a smaller amount and contain mainly short, the most relevant (to the author’s mind) information. The motives and the aims can differ. It depends on the situation and also on the personal desires of the women, who look for a partner. Due to the age of the women three groups were determined and the means of expression of main aims were specified.*

Key words: partner choice, motive, motivation, aim, woman

Frauen und Männer unterscheiden sich voneinander nicht nur äußerlich, es gibt auch andere Kriterien, die im Mittelpunkt verschiedener Studien stehen. Was die Partnerwahl angeht, haben ihre Motive und Ziele andere Priorität.

Das Wort *Motiv* kommt aus der lateinischen Sprache und bedeutet so viel wie *Beweggrund, Anlaß, Antrieb* [5]. Im Deutschen Universalwörterbuch von Duden finden wir solche Definition dieses Begriffs: *das Motiv – (bildungsspr.) Überlegung, Gefühlsregung, Umstand o.Ä., durch den sich jmd. bewogen fühlt, etw. Bestimmtes zu tun; Beweggrund; Triebfeder* [6].

Motivation bezeichnet die Gesamtheit aller Motive (Beweggründe), die zur

© Pasyk L. A.

Handlungsbereitschaft führen [10, S. 1087], das heißt das ... Streben des Menschen nach Zielen oder wünschenswerten Zielobjekten [8, S. 338]. Die Kraft des Motivs hängt nur von der Wichtigkeit eines bestimmten Bedürfnisses für den Menschen ab. Je stärker das Bedürfnis nach etwas ist, desto größer ist der Wunsch, es zu befriedigen und desto aktiver handelt die Person [2, S. 293-294]. Der Motivationsprozess lässt sich eindeutig nicht beschreiben, weil jeder vor sich andere Ziele setzen kann. Im Prozess der Partnersuche und der Partnerwahl verfolgt auch jeder Mensch sein eigenes Ziel. Aus der Sicht der kognitiven Linguistik kann das schematisch als ein aktionaler Frame [1, S. 16] dargestellt werden: *WER (PARTNER 1 – FRAU) – sucht/wählt – WEN (PARTNER 2 – MANN) – WOZU/WARUM (Ziel/Motiv)* [3; 4].

Sowohl Frauen als auch Männer verstehen aber, wenn sie auf der Partnersuche sind, dass die in der Gesellschaft dominierenden Werte natürlich nicht ausser Acht zu lassen sind, aber sie vergessen dabei ihre eigenen Wünsche, Interessen, Bedürfnisse und Motive nicht. Gerade darüber spricht auch österreichische Schriftstellerin M. F. von Eschenbach: *«Es ist die Frage, was man im Leben sucht, Unterhaltung oder Liebe. Im ersten Falle darf man es nicht allzu genau mit der moralischen, im zweiten nicht allzu genau mit der geistigen Beschaffenheit der Menschen nehmen, mit denen man sich umgibt»* [7].

Da die Bekanntschaftsanzeigen von uns aus der Sicht der kognitiven Linguistik untersucht wurden, sei es zu unterstreichen, dass nicht alle Adressanten das Ziel explizit äußern. In solchem Fall lässt es sich nur vermuten, was der Mensch meint. Gerade deswegen wurden zur Analyse nur diejenigen Anzeigen (505 Texte) von den Frauen gewählt, wo solche Angaben explizit sind.

Es sei betont, dass das Alter der Frauen auch eine wichtige Rolle in diesem Prozess spielt. Laut den Studien der Psychologen unterscheidet man drei Perioden der menschlichen Reife: 1) *frühes Erwachsenenalter* – die Periode zwischen 20 und 45 Jahren; 2) *mittleres Alter* – von 46 bis 65 Jahre; 3) *hohes Alter* – ab 65 Jahren [14, S. 133; 9, S. 21].

Aufgrund der Analyse der Bekanntschaftsanzeigen und der Profile von Frauen wurde festgestellt, dass die vorherrschenden Ziele der Frauen verschiedener Altersgruppen bei der Partnerwahl unterschiedliche Prioritäten haben, was in der Tabelle 1. veranschaulicht wird.

Tabelle 1. Die Ziele der Frauen je nach den Altersgruppen bei der Partnerwahl [11; 12; 13]

	Frau – 20–45 J.(183)		Frau – 45–65 J.(180)		Frau – 65+J.(142)	
1	Feste Beziehung	40	Liebe	48	Gemeinsame Unternehmungen (GU) / Freizeitgestaltung	63
2	Ehe/Familie	36	GU/ Freizeitgestaltung	33	Liebe	17
3	Liebe	18	Glück	28	Zweisamkeit	12
4	GU/ Freizeitgestaltung	13	Gemeinsame Zukunft	16	Feste Beziehung	11
5	Flirten/ Abenteuer	11	Feste Beziehung	11	Gemeinsame Zukunft	10
6	Sex/Treffen	10	Partnerschaft	9	Partnerschaft	9
7	Versorgung/ Vermögen	10	Zweisamkeit	9	Glück	8
8	Glück	8	Versorgung/ Vermögen	8	Sportliche Aktivitäten	4
9	Gemeinsame Zukunft	11	Flirten/Abenteuer	6	Ehe/Familie	3
10	Zweisamkeit	8	Sportliche Aktivitäten	5	Versorgung/ Vermögen	3
11	Sportliche Aktivitäten	7	Ehe/Familie	5	Lockere Beziehung	2
12	Partnerschaft	7	Lockere Beziehung	3	Flirten/Abenteuer	-
13	Lockere Beziehung	2	Kennenlernen	-	Sex/Treffen	-
14	Kennenlernen	1	Sex/Treffen	-	Kennenlernen	-

Anhand der Angaben aus der Tabelle haben wir folgende Schlussfolgerungen gezogen:

1) die Frauen im Alter von 20 bis 45 Jahre träumen in erster Linie von einer festen Beziehung, nach der später auch eine neue Familie gegründet werden könnte, z. B.:

Diplom-Pädagogin, Anfang 40, ledig, ohne Kinder, NR, attraktiv, charmant, leidenschaftlich, musikalisch, romantisch, liebevoll, sucht Partner mit Kinderwunsch und Familiensinn für eine feste Beziehung... [11, 21.03.2015];

2) für die Frauen im Alter von 46 bis 65 Jahre ist die Liebe am wichtigsten, sie versuchen aber dabei auch ihre eigenen Interessen zu unterstreichen, Familie ist für sie nicht so wichtig, z.B:

Suche netten mann

Hallo Ich suche einen netten mann zum kennenlernen, ich sehne mich nach langer Zeit nach Liebe. Zu mir: ich bin 52 Jahre alt, 166 gross, blond, ich mag Tiere und bin gerne in der natur. Du solltest mindestens 50 Jahre alt sein, tierlieb, humorvoll, ehrlich und treu. Wenn du dich angesprochen fühlst kannst man näheres ja per WhatsApp oder telefonieren klären. Liebe grüße [12].

3) bei der Vertreterinnen der dritten Altersgruppe dominieren dagegen die Wünsche eigene Freizeit sinnvoll zu gestalten und etwas gemeinsam zu unternehmen, z. B.:

Wer fühlt sich allein und einsam?

Welcher gut situierte Herr ab 65 aus dem Großraum Düsseldorf sucht eine liebevolle, kompetente Dame mit weiblichen Formen? Ich bin temperamentvoll, sehr gepflegt, blond, 66 Jahre und 160cm groß. Neben Reisen interessiere mich vor allem für Kunst, Kultur und Veranstaltungen. Bei Interesse bitte melden :) [12].

Um das Ziel und das Motiv zu aktualisieren, bedienen sich die Adressantinnen folgender sprachlichen Mittel:

1) lexikalische Mittel – einfache Substantive (*Liebe, Beziehung*), Komposita (*Familiengründung, Kinderwunsch, Freizeitgestaltung*), substantivierte Infinitive (*Heiraten, Kuscheln*), mehrere Adjektive (*fest, langfristig, groß*), Adverbien und Verben;

2) morphologische Mittel – Verben in den verschiedenen Kategorien (*Imperativ, Indikativ, Konjunktiv, Aktiv, Passiv*);

3) syntaktische Mittel – einfache und zusammengesetzte Sätze, Infinitiv- und Partizipialkonstruktionen.

In der Perspektive sehen wir als sinnvoll die Motive und Ziele der Männer zu analysieren.

LITERATUR

1. Жаботинская С. А. Концептуальный анализ: типы фреймов / С. А. Жаботинская // Вісник Черкаського університету : Серія «Філологічні науки». – 1999. – Вип. 11. – С. 12–25.
2. Крушельницька О. В. Управління персоналом / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – Вид. друге, переробл. й доповн. – К. : «Кондор». – 2005. – 308 с.
3. Пасик Л. А. Мотивація вибору партнера (на матеріалі німецьких оголошень з рубрики «знайомства») / Л. А. Пасик // Proceedings of the International Scientific and Practical Conference «The Top Actual Researches in Modern Science». – Vol. IV (July 18–19, 2015, Ajman, UAE). – Dubai : Rost Publishing, 2015. – P. 51–55.
4. Пасик Л. А. Об'єктивація та дискурсивна профілізація концепту PARTNERWAHL/ВИБІР ПАРТНЕРА (на матеріалі німецької мови) : автореф. дис ... канд. філол. наук : 10.02.04 – «Германські мови» / Л. А. Пасик // [Electronic resource]. – Mode of access : http://phd.znu.edu.ua/page/aref/02_2016/Pasyk_aref.pdf
5. DWDS : Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.dwds.de/wb/Motiv>
6. Duden. Die deutsche Rechtschreibung [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.duden.de/>
7. Gut zitiert [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.gutzitiert.de/>
8. LeDoux J. Das Netz der Persönlichkeit / Joseph LeDoux. – Düsseldorf: Walter-Verlag, 2006. – 510 S.

9. Mietzel G. Entwicklung im Erwachsenenalter : Lehrbuch / Gerd Mietzel. – Göttingen ; Bern ; Wien u. a. : Hogrefe Verlag GmbH&Co., 2012. – 633 S.
10. Pschyrembel: Klinisches Wörterbuch. 259. Auflage. – Berlin, 2002, 2134 S.
11. Quoka.de [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.quoka.de/bekanntschaften/partnerschaften-kontakte/kleinanzeigen.html>
12. SüddeutscheZeitung [Electronic resource]. – Mode of access : <http://anzeigen-suchen.sueddeutsche.de/gelanz/servlet/AnzeigenWMServlet?marktId=152&pub=sde&loadFile=formSde>
13. Verlieb-Dich [Electronic resource]. – Mode of access : www.verlieb-dich.com
14. Zimbardo Philip G. Psychologie / P. G. Zimbardo ; bearb. u. hrsg. von W. F. Angermeier ; ... [übers. von E. Hachmann...]. – 4. neubearb. Aufl. – Berlin ; Heidelberg : Springer-Verlag GmbH. – 1983. – 784 S.