

Inhalt

| | |
|---|-----|
| Einleitung: Ziel und Methode der Untersuchung | 1 |
| Jan Trost – Soziologisch-statistische Analyse | 5 |
| 1.0. Aufgabe der Analyse | 5 |
| 1.1. Variablen und Kodierung | 5 |
| 1.2. Vergleich der Antwortenfrequenzen bei Männern und Frauen | 8 |
| 1.3. Die AID-Analyse | 11 |
| 1.4. Die Pfadanalyse | 19 |
| 1.5. Kommentar | 23 |
| Anmerkungen | 24 |
| Birgit Stolt – Sprachlich-stilistische Analyse | 27 |
| 1. Ganzheitliche Textanalyse | 27 |
| 1.1. „Erstsinn“ und „Zweitsinn“ | 27 |
| 1.2. Die Struktur der Heiratsanzeige | 28 |
| 1.3. Die drei Ebenen der Analyse | 31 |
| 1.4. Die Füllung der Sparten; Unterschiede zwischen M und W | 34 |
| 1.5. Selbstbezeichnung und Wunschpartnerbezeichnung | 38 |
| 1.6. Exkurs zum Klischee: Sprachschablonen, Vorstellungstereotypen, Anzeigentopik | 47 |
| Anmerkungen | 50 |
| 2. Die werbende Personenbeschreibung | 56 |
| 2.0. Allgemeine Vorbemerkungen | 56 |
| 2.1. Das Aussehen | 63 |
| 2.2. Anziehungskraft | 70 |
| 2.3. „Tugenden des ehelichen Alltags“: | 72 |
| 2.4. Gefühl | 90 |
| 2.5. Begabung | 93 |
| 2.6. Bildung | 97 |
| 2.7. Übriges zur Veranlagung | 100 |
| 2.8. Haushalt/Beruf/Emanzipation | 104 |
| 2.9. Vermögen, soziales Prestige | 115 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 2.10. | Geschlechtsspezifisches. | 116 |
| 2.11. | Sexualität. | 118 |
| 2.12. | Normalität. | 118 |
| | Anmerkungen | 120 |
| 3. | Analyse von Einzeltexten. | 124 |
| 3.1. | Lapidarer Stil | 124 |
| 3.2. | Erfolgreiche und wenig erfolgreiche W-Anzeigen | 126 |
| 3.3. | Anlehnung an Stilmuster | 140 |
| 3.4. | Erfolgreiche und wenig erfolgreiche M-Anzeigen. | 142 |
| | Anmerkungen | 150 |
| 4. | Rückblick | 152 |
| | Verzeichnis der Autoren | 155 |
| | Verwendete Abkürzungen. | 157 |
| | Verzeichnis der Tabellen | 158 |