

apropos

[Perspektiven auf die Romania]



www.apropos-romania.de

Tradwives, épouses traditionnelles, esposas tradicionales auf Social Media im
französischen und spanischen Sprachraum
Forschungsskizze aus pragmalinguistischer Sicht

Beate Kern

Universität Rostock
beate.kern@uni-rostock.de

Nr. 15 (2025)
<https://doi.org/10.15460/apropos.15.2499>
Werkstatt-Artikel
Reviewed

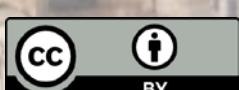
Eingereicht: 15.10.2025
Akzeptiert: 06.12.2025
Veröffentlicht: 20.12.2025

Interessenskonflikt-Statement
Die Autorinnen erklären, dass keine Interessenskonflikte bestehen.

Empfohlene Zitierweise

Kern, Beate. 2025. „Tradwives, épouses traditionnelles, esposas tradicionales auf Social Media im französischen und spanischen Sprachraum. Forschungsskizze aus pragmalinguistischer Sicht.“ *apropos [Perspektiven auf die Romania]* 15, 127-142. doi: <https://doi.org/10.15460/apropos.15.2499>

© Beate Kern. Except where otherwise noted, this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license (CC BY 4.0)



Beate Kern

Tradwives, épouses traditionnelles, esposas tradicionales auf Social Media im französischen und spanischen Sprachraum

Forschungsskizze aus pragmalinguistischer Sicht

Beate Kern

ist wissenschaftliche Mitarbeiterin für französische und spanische Sprachwissenschaft am Institut für Romanistik der Universität Rostock.
beate.kern@uni-rostock.de

Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag bietet einen Überblick über mögliche sprachwissenschaftliche und insbesondere pragmalinguistische Forschungsansätze zur Annäherung an das Phänomen der Tradwives, v.a. in der Romania. Ursprünglich auf die sozialen Medien in den USA zurückgehend, erhält der Trend zunehmend auch in Europa Aufmerksamkeit und wird dort in den sozialen wie auch in den traditionellen Medien kontrovers diskutiert. Dies lässt sich wohl zumindest zu Teilen auf ihre polarisierende Selbstdarstellung und Abgrenzung von anderen Lebensentwürfen zurückführen. Zu klären ist zunächst, ob bzw. welche Accounts im romanischen – und insbesondere spanischen und französischen – Kontext dem Bild der Tradwife entsprechen. Daran anschließend lassen sich grundlegende sprachliche Strategien feststellen, die die Tradwives in ihren Posts nutzen und die in folgenden Untersuchungen näher zu betrachten wären. In der hier vorliegenden ersten explorativen Studie konnten auf Polyphonie basierende Verfahren, wie inszenierte Dialoge oder Ironie, bestimmte narrative Muster, die Aktivierung von Implikaturen sowie die Verwendung positiv bzw. negativ konnotierter Lexik beobachtet werden. Untersuchenswert erscheint darüber hinaus die multimodale Komponente der Posts ebenso wie die Einordnung in den größeren Zusammenhang pragmatischer Interaktionen in den sozialen Medien.

Keywords: tradwife – épouse traditionnelle – esposa tradicional – Pragmalinguistik – Polyphonie – Social Media

Abstract

This article provides an overview of possible linguistic and, in particular, pragmalinguistic research approaches to the phenomenon of tradwives, especially in Romance-speaking countries. Originally emerging on social media in the United States, the trend is gaining increasing attention in Europe, where it is the subject of controversial debates in both social and traditional media. This can likely be attributed, at least in part, to their polarising self-presentation and differentiation from other lifestyles. The first step is to clarify which accounts in the Romance context – and in particular in Spanish and French – correspond to the image of the tradwife. Subsequently, fundamental linguistic strategies used by tradwives in their posts can be identified, which could be examined in more detail in subsequent studies. In the initial exploratory approach presented in this article, polyphony-based techniques such as staged dialogues or irony, certain narrative patterns, the activation of implicatures, and the use of positively or negatively connotated vocabulary were observed. The multimodal component of the posts also appears worthy of investigation, as does their situation within the larger context of pragmatic interactions on social media.

Keywords: tradwife – épouse traditionnelle – esposa tradicional – pragmatics – polyphony – social media

1. Tradwives – ein Forschungsgegenstand der romanistischen Linguistik?

CONTROVERSIAL THINGS about our marriage. We are not 'equal partners'. He is the head of the family and main breadwinner. I'm his helpmeet and take care of the home. We have designated roles in the household. We serve each other and put the other first
(Aria Lewis, 2024, <<https://www.tiktok.com/@mrsarialewis/video/7369950519164472619>> [10.12.2025])

in my dreams i [sic] have a plan... If I marry a masculine man... My dreams of becoming a homemaker and serving my family come true... Cooking. Cleaning. House Dresses. Lots of babies. No daycare
(Estée Williams, 2023 <<https://www.tiktok.com/@esteeewilliams/video/7236429240088923438>> [10.12.2025])

So lesen sich auf Tiktok die Lebensentwürfe bekennender Tradwives, wie Aria Lewis oder Estée Williams, die diese in Texteinblendungen in ihren Videos kundtun. Als Social Media-Influencerinnen machen sie und andere Tradwives¹ in den letzten Jahren diesen Trend weithin bekannt. Dieser entwickelt sich in den USA und im anglophonen Raum seit ungefähr den 2010er Jahren (cf. Simmons 2025, 102) und wird auch in Europa zunehmend medial wahrgenommen, sicherlich verstärkt seit der Berichterstattung zu den US-Präsidentenwahlwahlen 2024. Mehr oder weniger radikal und antifeministisch werden auf den Kanälen der Tradwives konservative Werte aus dem 19. Jahrhundert vertreten: Unterordnung der Frau unter den Ehemann, Selbstaufgabe für die Familie, häusliche Tugenden, der Mann als Alleinverdiener und Ernährer der Familie. Diese Darstellungen werden einerseits mit einer romantisierenden 50er-Jahre-Ästhetik verknüpft, die hübsch angezogene Frauen zeigt, wie sie formvollendet in Handarbeit kochen, backen, nähen, Tipps für die Paarbeziehung oder die Kindererziehung geben. Andererseits gehen damit nicht selten politisch-gesellschaftliche Botschaften einher. Estée Williams etwa offenbart sich in ihren Videos als Trump-Anhängerin und spricht sich gegen Abtreibung aus.² Das politische Spektrum reicht dabei bis in die extreme Rechte und die *white supremacy*-Bewegung hinein. Während jedoch hinsichtlich der Rolle der Frau äußerst konservative Positionen bezogen und entsprechende Darstellungen inszeniert werden, sind nicht wenige der Tradwives in den sozialen Medien äußerst erfolgreich und verdienen mit ihren Accounts (teilweise mit hunderttausenden von Follower*innen) oder Online-Shops durchaus – in Widerspruch zum propagierten Lebensmodell – paradoxe Weise ihr eigenes Geld.

Auch wenn dieser Trend seinen Ursprung in den USA hat, so hat er in den letzten Jahren über die sozialen Medien hinaus auch in der traditionellen europäischen Presse- und Fernsehlandschaft Aufmerksamkeit erlangt. In Deutschland betitelt etwa das ZDF einen Beitrag mit der Frage „Zurück an den Herd. Warum der

¹ Zur Vorstellung weiterer Tradwife-Persönlichkeiten, wie Alena Kate Pettitt, Caitlin Huber oder Ayla Stewart, s. z.B. Proctor 2022.

² Cf. zu diesen Positionen z.B.: Estée Williams, 15.11.2024, <<https://www.tiktok.com/@esteeewilliams/photo/7437604926794059038>> [20.12.2025]; Estée Williams, 1.6.2024 <<https://www.tiktok.com/@esteeewilliams/video/7375605760115428650>> [20.12.2025].

„Tradwife“-Trend gefährlich ist“ (15.9.2024)³ und der Deutschlandfunk Kultur fasst unter der Überschrift „Tradwives. Von Hausfrauenvideos zu rechten Inhalten“ (24.10.2025)⁴ mehrere Hörbeiträge und Texte zusammen. Diese beiden stehen stellvertretend für eine lange Reihe journalistischer Beiträge zu diesem Thema, die zudem längst nicht mehr über den Atlantik blicken müssen. In Deutschland lassen sich in den sozialen Medien inzwischen diverse Accounts mit entsprechender Ausrichtung finden.⁵ Ein ähnliches Bild bietet sich bei einem Blick in die Romania, wo man etwa in französischen und spanischen Medien kaum umhin kommt, auf Schlagzeilen wie „La ‚trad wife‘ ou la nouvelle femme au foyer“ (*Le Monde* 16.1.2024)⁶ oder „Tu marido debería ser siempre lo primero: el resurgir del ama de casa sumisa y abnegada que se gesta en Internet“ (*El País* 5.2.2020)⁷ aufmerksam zu werden. Nicht nur in der Presse, auch im Fernsehen oder im Radio ist das Thema präsent, wie etwa der knapp einstündige Beitrag „Tradwife, le retour de la femme au foyer?“ auf France Inter (22.2.2024)⁸ oder der Bericht „Trad wives: les influenceuses antiféministes et nationalistes“ des Fernsehsenders France 24 (17.5.2024)⁹ belegen.

Die breite mediale Aufmerksamkeit wie auch die Kommentare zu den Social Media-Posts auf TikTok, Instagram, Youtube und Co der Tradwives selbst lassen erkennen, dass das Thema kontrovers ist und auch in europäischen Ländern emotional diskutiert wird. Durch die Beiträge der Influencerinnen sehen sich diejenigen herausgefordert, die andere Lebensentwürfe verfolgen.¹⁰ Offensichtlich geht es eben um mehr als nur optisch ansprechend präsentierte Haushaltstipps und Rezepte, nämlich um das Ringen um Familien- und Gesellschaftsmodelle und die Stellung der Frau. Und offensichtlich scheint die Art, wie sich die Tradwives – auch sprachlich im Diskurs – präsentieren, ein Reibungsfeld zu eröffnen.

Grund genug also, sich diesem Phänomen aus sowohl romanistischer wie auch sprachwissenschaftlicher Perspektive zu nähern, um insbesondere die sprachlichen

³ <<https://www.zdfheute.de/politik/ausland/tradwife-bewegung-trend-tiktok-100.html>> [10.12.2025].

⁴ <<https://www.deutschlandfunkkultur.de/tradwife-hausfrau-social-media-trend-100.html>> [10.12.2025].

⁵ S. z.B. folgende Accounts bei Instagram und TikTok: freyarosi, tradwifefactory, xmalischka_

⁶ Chirol, Anne. 2024. „La ‚trad wife‘ ou la nouvelle femme au foyer“. *Lemonde.fr*, 16.1.2024, <https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2024/01/16/la-trad-wife-ou-la-nouvelle-femme-au-foyer_6211092_4497916.html> [14.9.2025].

⁷ López Villodres, María. 2020. „Tu marido debería ser siempre lo primero: el resurgir del ama de casa sumisa y abnegada que se gesta en Internet“. *Elpais.com*, 5.2.2020, <<https://elpais.com/smoda/feminismo/tu-marido-deberia-ser-siempre-lo-primero-el-resurgir-de-la-ama-de-casa-sumisa-y-abnegada-que-se-gesta-en-internet.html>> [23.12.2024].

⁸ <<https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/zoom-zoom-zoom-zoom-zen-du-jeudi-22-fevrier-2024-3192193>> [20.12.2024].

⁹ <https://youtu.be/mG5_-0Wxlgg> [20.12.2024].

¹⁰ Exemplarisch seien hier nur zwei Beispiele angeführt. Auf einen Post der Tradwife xmalischka zu ihrem Alltag als Hausfrau und zu ihrem ersten eigenen Buch kommentiert ich6260 am 31.10.2025 auf TikTok „Ach herje, das ist traurig. Aber Karma wird's richten“ (<<https://www.tiktok.com/@xmalischka/video/7567343530457271574>> [20.12.2025]). Auf Instagram liest man zu einem Post der französischen Tradwife archifffon folgenden Kommentar: „Mais ma chérie tu ne sais pas ce que c'est être indépendante.. tu n'as jamais bossé de ta vie, tu es sortie de l'école pour faire un bébé et rester dans le confort de ta maison.. que ton monde doit être petit!“ (Kommentar von lueez.ai, am 13.11.2024, <<https://www.instagram.com/p/C7a5dRgCsBd/>> [20.12.2025])

und pragmatischen Strategien offenzulegen, mit denen die Influencerinnen ihren Lebensentwurf propagieren und verteidigen, und so die polarisierende Wirkung dieser Personen und ihrer Posts zu erklären. Erste Recherchen für die Einreichung eines Abstracts im Dezember 2024 und im Vorfeld des Vortrags auf dem Romanistiktag im September 2025 in Konstanz haben gezeigt, dass das Thema erst seit Kurzem und bislang hauptsächlich aus US-amerikanischer Sicht wissenschaftlich behandelt wird. Außerdem wird das Thema v.a. politik-, kultur-, genderwissenschaftlich und soziologisch analysiert. So nehmen etwa Sykes und Hopner (2024) in einer netnographischen Analyse eine Einordnung des breiten Spektrums der Tradwives in die politische Landschaft vor. Scott (2024) situiert Tradwives in Bezug auf das Phänomen des *choice feminism*. Und Simmons (2025) betrachtet die Rolle von Tradwives innerhalb des feministischen Backlash und für die Propagierung von *white supremacy*-Positionen im Internet. Dezidiert sprachwissenschaftliche und auch auf die Romania bezogene Untersuchungen fehlen bisher noch. Eine diskursanalytisch orientierte Arbeit legt Cooper (2024) vor, in der sie wiederkehrende Themen der US-Tradwife-Bewegung (zu Religion und Kirche, zu Othering und zu Haushaltswohlfühlcontent) aus verschiedenen TikTok-Konten herausfiltert. Zwischen Sprachwissenschaft und Soziologie siedelt sich Tebaldi (2024) an, die die Herausbildung eines Registers weißer nationalistisch eingestellter Frauen anhand ihrer Sprechweise, ihres pragmalinguistischen Gesprächsverhaltens, aber auch anhand ihres äußeren Auftretens untersucht.

2. Tradwives in Frankreich und Spanien

Von dem allgemeinen Befund ausgehend, dass das Thema auch in der Romania präsent ist, muss in einem ersten Schritt erkundet werden, ob und wie sich die Tradwife-Community in den einzelnen Ländern präsentiert bzw. ob und welche Accounts relevante Inhalte zum Thema posten. Hierzu ist es zunächst notwendig, sich genauer mit dem Begriff der Tradwife auseinanderzusetzen, um bestimmen zu können, welche Accounts überhaupt unter diesen Begriff fallen und Gegenstand der weiteren Untersuchung sein sollten. Für die genauere Begriffsbestimmung kann auf die Forschung aus den USA zum Thema zurückgegriffen werden. Insbesondere der zentrale Artikel von Sykes und Hopner (2024: 462ff.) liefert hierfür einen guten Rahmen. Folgende Kriterien werden dort vorgeschlagen, um eine Person bzw. einen Account als Tradwife einordnen zu können:

- Haushaltsführung und Care-Arbeit als Aufgaben der Frau und ein traditioneller Lebensstil erfahren auf den betreffenden Social Media-Accounts eine gezielte Ästhetisierung und dadurch eine positive Aufladung.
- Es werden dezidiert traditionelle Geschlechterrollen vertreten.
- Dies kann bis hin zu Antifeminismus und Anschluss an rechte Positionen reichen.
- Hinzu kommt eine Tätigkeit als Influencerin.

Maßgeblich für den letzten Punkt, nämlich als Influencerin gelten zu können, sind Selbstinszenierung und Selbst-Branding, das – möglichst bzw. scheinbar authentische – Porträtierten des eigenen Alltags- und Privatlebens, verbunden mit Produktwerbung (ggf. auch Verkauf eigener Produkte) und/oder politischer Einflussnahme sowie eine gewisse Reichweite und eine Beziehung zur Community der Follower*innen (cf. Sykes/Hopner 2024, 460; Rösch 2023, 26f.).

Diese Definition liefert konkrete Kriterien für die Suche nach französischen und spanischen Tradwife-Persönlichkeiten bzw. Accounts in den sozialen Medien. Um entsprechende Accounts zu finden, wurde einerseits auf die mediale Berichterstattung aus Frankreich und Spanien zurückgegriffen, die z.T. nicht nur amerikanische, sondern auch heimische Influencerinnen erwähnt. Andererseits muss natürlich direkt auf den sozialen Medien gesucht werden. Hierfür kommen unterschiedliche Plattformen in Frage, angefangen bei Facebook über Twitter, YouTube bis hin zu Instagram und TikTok. Die Recherche konzentrierte sich zunächst auf die beiden letztgenannten Kanäle, aufgrund der derzeitigen Popularität dieser Medien und der dort – im Gegensatz etwa zu YouTube – verfügbaren kürzeren und damit einfacher zu analysierenden Videos und den dort – im Gegensatz etwa zum schriftlastigeren Twitter – geteilten multimedialen Inhalte. Die Suche erfolgte mit Stichwörtern und Hashtags wie tradwife, épouse/femme traditionnelle, esposa/mujer tradicional/sumisa/sabia. Nach den ersten Funden kommen zudem die Empfehlungen der Algorithmen hinzu, und es kann außerdem berücksichtigt werden, wem bestimmte Accounts selbst folgen. Nicht primär berücksichtigt wurden Influencerinnen, die zwar in den Medien auch als Tradwife gehandelt werden, aber nur entsprechende politische Inhalte ohne die Verquickung mit Hausfrauen-Content posten, wie etwa im Fall von Thaïs d'Escufon. Zusätzlich wurde darauf geachtet, dass sich die jeweiligen Influencerinnen selbst auch als Tradwife identifizieren, etwa durch die Wahl dieser Selbstbezeichnung in ihrer Bio, in geposteten Statements oder durch die Nutzung entsprechender Begriffe in mehreren Hashtags. Außerdem wurden v.a. Accounts mit einer Follower*innenzahl ab 10.000 berücksichtigt.

Der erste interessante Befund ist, dass sich für Frankreich recht schnell v.a. einige Instagram-Accounts finden lassen, die die oben genannten Kriterien erfüllen. In Spanien sieht die Lage jedoch anders aus. Drei relativ bekannte Vertreterinnen in Frankreich sind etwa Laurette des Sources (Instagram: laurettedessources_tradwife), April (Instagram: europeanhousewife_) und Calypso Bonnefoy (Instagram: archifoff). Mit ca. 19.000, 23.000 und 66.400 Follower*innen zählen diese in Frankreich schon zu den größeren Accounts, erreichen aber nicht die Zahlen der „Stars“ der Szene in den USA. Dem ersten Eindruck nach scheint in Frankreich zudem TikTok eine weniger große Rolle als in den USA zu spielen. Archifoff besitzt auch einen TikTok-Account, der aber mit rund 11.000 deutlich weniger Follower*innen hat als ihr Instagram-Account und auf dem sie sehr viel weniger postet. Europeanhousewife_ hat gerade einmal ca. 300 Follower*innen auf Tiktok, noch weniger sind es bei Laurette des Sources mit etwas mehr als hundert. Jeder Account bedient eine etwas andere Nische. So ist etwa Laurette des Sources nach der

Geburt ihrer Tochter mit ihrem Mann aufs Land gezogen, renoviert dort ein kleines Haus mit Garten und postet viel über das idyllische Landleben und Entschleunigung. Außerdem betreibt sie ein Diskussionsforen für Tradwives (Link zur Telegram-Gruppe s. Insta-Bio von laurettedessources_tradwife). April (europeanhousewife_) ist mit einem gebürtigen Polen verheiratet und teilt viele Inhalte zu polnischer Küche und Haushaltsführung. Sie vermarktet ihr eigenes Kochbuch und betreibt einen Vinter-Shop. Auch archifon (Calypso Bonnefoy) lebt auf dem Land, ist christlich-religiös orientiert, postet seit der Geburt ihres Kindes viel zu Kindererziehung und vertreibt online eigene Zeichnungen und Postkarten. Weitere Accounts, die jedoch z.T. weniger Follower*innen haben, einen sehr spezifischen Schwerpunkt oder sich selbst nicht ganz klar als Tradwife identifizieren, und deshalb nicht für die explorative Studie herangezogen wurden, sind beispielsweise coquetteensalopette, mamandecampagne (mit nur etwa 2250 Follower*innen), apprendrelesbonnesmanieres (mit einem starken Fokus auf Benimmregeln und Etiketten), mother_wood (deutlich ökologisch ausgerichtet). Auch wenn die Community sicher kleiner ist als jene in den USA, lassen sich also in Frankreich problemlos Tradwives in den sozialen Medien finden.

Anders sieht es in Spanien aus. Trotz intensiver Suche, insbesondere auf Instagram und TikTok, konnte kein spanischsprachiger Account gefunden werden, der die oben genannten Kriterien für Tradwives wirklich erfüllt. Die (Presse)berichterstattung, die zum Thema durchaus auch in Spanien vorhanden ist,¹¹ zieht als Beispiele jedoch fast ausschließlich US-amerikanische Influencerinnen heran. Es konnte hauptsächlich der Fall einer Influencerin ausgemacht werden, die in den sozialen Medien und in der Presse als Tradwife eingeordnet wird.¹² Es handelt sich um die Influencerin Rocío López Bueno, genannt RoRo (Instagram: whoisroro, 4,8 Millionen Follower*innen, Stand 19.12.2025; TikTok: roro.bueno, 9,7 Millionen Follower*innen, Stand 19.12.2025). Mit ihren inzwischen in die Millionen reichenden Follower*innenzahlen ist sie weitaus erfolgreicher als die oben

¹¹ Cf. z.B.: Franco, Lucía. 2024. „Novia que se queda en casa‘: el caso de las chicas mantenidas por sus novios que se han convertido en tendencias en redes“. *Elpais.com*, 24.2.2025, <<https://elpais.com/smmoda/2024-02-04/novia-que-se-queda-en-casa-el-caso-de-las-chicas-mantenidas-por-sus-novios-que-se-han-convertido-en-tendencias-en-redes.html#rel=mas>> [23.12.2024].

Filardo-Llamas, Laura & Carmen Aguilera Carnerero. 2024. „Las ‘esposas tradicionales’ toman internet: ¿quiénes son y qué defienden?“. *Theconversation.com*, 15.4.2024, <<https://theconversation.com/las-esposas-tradicionales-toman-internet-quienes-son-y-que-defienden-225028>> [23.12.2024].

Sánchez, María B. 2023. „Marido, cocina e hijos. Las tradwives, el movimiento ultraconservador que devuelve a la mujer al hogar“. *Elmundo.es*, 14.4.2023, <<https://www.elmundo.es/yodona/actualidad/2023/04/14/6437cfb3e4d4d813548b45c9.html>> [18.9.2025].

¹² Cf. Elmundo. 2024. „Roro, la tradwife española que se ha hecho viral por complacer a su novio hasta límites insospechados“. *Elmundo.es*, 23.7.2024, <<https://www.elmundo.es/yodona/actualidad/2024/07/23/669f976021efa0b3278b45d7.html>> [23.12.2024].

Serrano, María. 2024. „Roro, la perfecta tiktoker ‘trad-wife’ viral que cocina para su novio Pablo“. *Articulo14.es*, <<https://www.articulo14.es/cultura/roro-la-perfecta-tiktoker-trad-wife-viral-que-cocina-para-su-novio-pablo-2-20240716.html>> [23.9.2025].

Wilkinson, Isambard. 2024. „‘Trad wife’ influencer profits as culture warriors simmer“. *Thetimes.com*, 2.8.2024, <<https://www.thetimes.com/world/europe/article/trad-wife-influencer-stirs-anger-among-feminists-in-spain-lbhkvwrfw>> [20.12.2025].

genannten französischen Accounts. Sicher rückt sie mit einigen Merkmalen in die Nähe der Tradwives. So etwa kocht sie ausschließlich für ihren Freund Pablo nach dessen Vorlieben die aufwendigsten Gerichte. Immer wieder wird auf den Eingangssatz „Hoy le preguntaba a mi novio de que le apetecía comer“ (roro, 18.5.2024, <<https://www.tiktok.com/@roro.bueno/video/7370406836962348320>> [20.12.2025]) verwiesen, den sie in der zitierten oder in leicht varierter Form in einigen ihrer Videos verwendet. Außerdem wird immer wieder auf die besonders süßliche Stimme, die sie in ihren Videos annimmt, angespielt. Diese wird als *fundie baby voice* wahrgenommen.¹³ Unter diesem in den USA geprägten Begriff wird verstanden, dass Frauen, insbesondere aus konservativen Kreisen, in einer höheren als ihrer natürlichen Stimmlage sprechen, um dadurch kindlicher und unterwürfiger zu wirken.¹⁴ Tatsächlich hört sich die Stimme von RoRo anders als in ihren Videos an, wenn sie etwa in einem Interview, z.B. in der Sendung *Espejo Público* auf Antena 3 spricht.¹⁵ Zugleich stellt sie aber in eben jenem Interview klar, dass sie sich selbst durchaus als Feministin sieht und weist die mediale Einordnung als Tradwife explizit von sich. Sie erklärt, dass sie nicht nur für ihren Freund kocht, sondern aus der Leidenschaft zum Kochen und zum eigenen Vergnügen hinter dem Herd steht, zudem studierte Übersetzerin ist und ihren eigenen beruflichen Weg geht. In ihren Posts fehlen zudem die für Tradwives typischen Inhalte mit Tipps zur Unterordnung in der Paarbeziehung, zur Haushaltsführung etc. Zudem postet sie zunehmend andere Inhalte, z.B. wie sie im Juli 2025 an einem Boxkampf teilgenommen hat, die sie noch weiter von den Tradwives wegrücken lassen.

Es mag sein, dass in Bezug auf Spanien noch nicht die richtigen Hashtags ausgemacht wurden, um in die entsprechende Blase vorzudringen. Allerdings weist auch die Art der medialen Berichterstattung in Spanien, die, wie erwähnt, außer amerikanischen Beispielen höchstens noch RoRo als Beispiel anführt, darauf hin, dass diese Szene dort weniger präsent sein könnte. Ein Erklärungsansatz, warum dies möglicherweise der Fall ist, liefern zwei Artikel von Alabao (2024a, 2024b). Unter dem Titel „No podemos (ni queremos) ser esposas tradicionales I + II“ vertritt sie die Auffassung, dass der von den Tradwives vorgelebte Lebensstil in der spanischen Mittelklasse nicht verfängt, da sie sich diesen schlichtweg nicht leisten kann. Die Lebenshaltungskosten sind gegenüber den durchschnittlichen Einkommen zu hoch, als dass eine Familie mit einem Alleinverdiener überleben könnte. Hausfrauendasein ist eher in der spanischen Arbeiterklasse zu finden und dort sind die Realitäten, so Alabao (2024a, s.p.), „muy alejadas de las imágenes que proyectan las *tradwives*“. Hausfrau zu sein entspricht nicht einer freiwilligen

¹³ Serrano, María. 2024. „Roro, la perfecta tiktoker ‚trad-wife‘ viral que cocina para su novio Pablo“. *Articulo14.es*, <<https://www.articulo14.es/cultura/roro-la-perfecta-tiktoker-trad-wife-viral-que-cocina-para-su-novio-pablo-2-20240716.html>> [23.9.2025].

¹⁴ Zum Phänomen der *fundie baby voice* s. etwa: Bologna, Caroline. 2024. „‘Fundie baby voice’ seems to be everywhere now. Here’s what you should know“. *Huffpost.com*, 12.3.2024, <https://www.huffpost.com/entry/fundie-baby-voice_I_65eb6b2fe4b05ec1cc9e9b9> [20.12.2025]. Außerdem wird das Phänomen auch speziell in Bezug auf Tradwives diskutiert, cf. Tebaldi (2024) zu den von Tradwives zur Schau gestellten Merkmalen idealisierter Feminität, u.a. bzgl. Sprache, Stimme, Kleidung.

¹⁵ *Espejo Público*, Antena 3, 30.2024, <<https://www.youtube.com/watch?v=GyFn72SUX9o>> [20.12.2025].

Entscheidung, sondern ist eher Frage der sozialen Klasse, Zeichen von Armut und Folge mangelnder Bildung und mangelnden kulturellen Kapitals (Alabao 2024b). Um diese Erklärung zu prüfen, wäre es sinnvoll die sozioökonomischen Strukturen in Spanien mit anderen Ländern, etwa Frankreich zu vergleichen.

Angesichts dieser Situation wird sich die folgende exploratorische Untersuchung und Forschungsskizze vorwiegend auf Frankreich (und die oben näher vorgestellten drei Instagram-Accounts) beziehen. Zunächst soll an einem Fallbeispiel erläutert werden, was aus linguistischer Sicht an den Posts der Tradwives interessant ist (Punkt 3). Daran anschließend werden weitere mögliche sprachliche Strategien der Tradwives thematisiert, die Gegenstand näherer linguistischer und pragmalinguistischer Untersuchungen sein könnten (Punkt 4). Abschließend werden diese ersten Ansatzpunkte in den größeren Kontext sprachlicher Strategien in den sozialen Medien im Allgemeinen eingeordnet (Punkt 5).

3. Die Untersuchung sprachlicher Strategien – Fallbeispiel: inszenierter Dialog und Polyphonie

Einer der Gründe, warum Tradwives so viel Aufmerksamkeit erlangen und in den Kommentaren teils heftige Reaktionen hervorrufen, mag sein, dass sie nicht nur ihren – an sich schon zu Kontroversen einladenden – Lebensentwurf auf Social Media öffentlich ausbreiten, sondern diesen nicht selten mehr oder weniger offen und explizit mit anderen Lebensentwürfen vergleichen, gegenüberstellen und diese abwerten. Darüber wiederum wird auch der innere Zusammenhalt und die Zugehörigkeit in der Community der Tradwives gestärkt. Cooper (2024: 26, 28-31) spricht in diesem Zusammenhang von sogenanntem Othering in „videos that create an ‚us vs them‘ dichotomy via describing how ‚some people‘ criticize their lifestyle or how their lifestyle is more fulfilling than other women’s“ (Cooper 2024, 26).¹⁶ Hierzu werden sprachliche Strategien eingesetzt, die v.a. bestimmte pragmatische Mechanismen ausnutzen. Im Folgenden soll exemplarisch ein Post hinsichtlich dieser Aspekte genauer analysiert werden. Hierbei handelt es sich um ein repräsentatives Beispiel. Dieselben oder sehr ähnliche Strategien tauchen bei der Durchsicht der Instagram-Kanäle der drei oben erwähnten französischen Tradwives immer wieder auf.

Der Post stammt von *europeanhousewife_* und wurde am 3.3.2025 auf Instagram publiziert (<https://www.instagram.com/p/DGvqvcZIOXG/>). Zu sehen ist ein Reel, also ein kurzes Video, in dem die Account-Inhaberin zu sehen ist, wie sie in ihrer Küche, hübsch gestylt und lächelnd, Mehl abwiegt und dieses mit einer Flüssigkeit verröhrt. Untermalt wird die Inszenierung durch einen Ausschnitt aus dem Song *Margaret* von *Lana del Rey feat. Bleachers*, einer Liebesballade. Über das Video ist folgender still stehende Text gelegt:

Elles: „je ne ferais jamais assez confiance à un homme pour subvenir à mes besoins“.

¹⁶ Zum Begriff des Otherings im Online-Kontext s. zudem Harmer/Lumsden (2019).

Moi: „je ne ferais jamais confiance à une inconnue pour élever mes enfants.“

Zusätzlich ist in der Textspalte rechts neben dem Video folgender Kommentar der Posterin zu lesen:

Et toi ? Tu l'entends souvent également cette phrase ?

Begleitet wird der Posts von folgenden Hashtags:

#femmeau foyer #femmeau foyer epanouie #faitmaison #femmeau foyer traditionnelle
 #familienombreuse famille heureuse #foyer heureux #familienombreuse #painaulevain
 #faitmaison cuisine #espritdefamille #favoriser la famille #enfance #petite enfance
 #retour à un mode de vie sain #meredefamille #viral #fyp #fypシ

Der visuellen Komponente und der Musik kommen in diesem Post v.a. unterstützende und untermaulende Funktion zu. Die Hauptbotschaft wird durch die sprachliche Ebene vermittelt. Ihre pragmatische Struktur soll im Zentrum der Analyse stehen. Zunächst ist festzustellen, dass *europeanhousewife_* einen Dialog inszeniert, in dem sich zwei Sprechakte in einer Sprechaktsequenz aneinanderreihen. Die erste Äußerung wird durch das Pronomen *elles* einer anderen Instanz zugeschrieben. Aufgrund des Inhalts der Äußerung ist zu vermuten, dass *elles* in diesem Fall auf eine Gruppe von Gegnerinnen der Tradwife-Bewegung referiert, im Zweifelsfall die Gesamtheit aller Frauen, die sich nicht als Tradwife sehen. Auf den ersten Blick mag die Äußerung als eine einfache Feststellung, als ein assertiver Sprechakt, erscheinen. In Verbindung mit der folgenden Entgegnung wird aber klar, dass es sich hier um einen Schlagabtausch handelt, der erste Sprechakt eher als eine wertende Kritik verstanden wird, also in die Nähe eines expressiven Sprechakts rückt, auf den der zweite mit *moi* eingeleitete Sprechakt als Gegenkritik und Gegenangriff folgt. Die Gegenüberstellung anhand der Pronomen *elles* und *moi* in Verbindung mit dem Parallelismus der beiden Sätze zeigt deutlich den polarisierenden Charakter des inszenierten Dialogs.

Interessant ist hierbei die polyphone Struktur des Posts. Unter Polyphonie ist in der *théorie de l'énonciation* (cf. Ducrot 1984) zu verstehen, dass eine Äußerung auf unterschiedliche Instanzen zurückgeführt werden kann. Das *sujet parlant* ist der physische Produzent der Äußerung. Dieser muss nicht unbedingt übereinstimmen mit dem *locuteur*, der verantwortlich ist für den Äußerungsakt. Auf einer dritten Ebene kann der *énonciateur* unterschieden werden; hierbei handelt es sich um den Diskurteilnehmenden, dessen Stimme ausgedrückt wird, dem also die Illokution, die Aussageabsicht, zugeschrieben wird. Betrachten wir das vorliegende Beispiel, so ist das *sujet parlant* ganz klar die Influencerin April die ihren Post schreibt und hochlädt. Für den zweiten Text-Teil präsentiert sich die Influencerin durch das einleitende *moi* und die ein Selbstzitat kennzeichnenden Anführungszeichen selbst sowohl als *locutrice* als auch als *énonciatrice*. Die Referenz des Pronomens *je* bezieht sich hier tatsächlich auf die Person der Tradwife. Sie ist verantwortlich für den Äußerungsakt und hat selbst die Aussageabsicht, ihren in der dialogischen Inszenierung imaginierten Kritikerinnen vorzuwerfen, sie kümmerten sich nicht optimal um ihre Kinder, da sie auf Betreuungsangebote zurückgreifen.

Für den ersten Teil des Posts, der eingeleitet wird durch das Pronomen *elles*, ergibt sich jedoch eine andere polyphone Struktur. Zwar ist auch hier die Influencerin April das *sujet parlant* und zugleich *locutrice* der globalen Äußerung. *Locutrices* und v.a. *énonciatrices* des in Anführungszeichen gesetzten Teils sind jedoch die Gegner*innen der *Tradwives*, denen die betreffende Aussage in den Mund gelegt wird. Es ist nicht klar, ob es sich hier tatsächlich um ein direktes Zitat handelt, wie die Anführungszeichen es vermuten lassen, oder ob diese Teil der Inszenierung sind, ein direktes Zitat nur suggerieren und der gegnerischen Seite eine Aussage in den Mund legen. Letzteres ist aufgrund des einleitenden Pronomens *elles* nicht unwahrscheinlich. Hier wir als *énonciatrices* ja keine konkrete Person – und damit wohl keine konkrete, wörtliche Aussage – inszeniert, sondern ein abstraktes Kollektivum. Das Personalpronomen *je* ist hier auf alle Fälle nicht mit der Influencerin zu identifizieren, sondern mit einer unbestimmten Gruppe anderer Personen, die eben die in diesem Statement formulierten Zweifel gegenüber einer allzu großen Abhängigkeit von einem Ehemann vertreten. Diese Kontrastierung, zumal mit einer unbestimmten Gruppe statt eines Bezugs auf die konkrete Aussage einer, Person scheint hier zur Polarisierung beizutragen.

Dass die Position der anderen für falsch gehalten und die eigene als einzige richtige angesehen wird, stellt die Influencerin erstens durch die visuelle Komponente, die ihr Lebensmodell positiv illustriert, klar. Zweitens ergeben sich aus der inszenierten Gegenüberstellung der (unterstellten) Fremdäußerung und der ihr selbst zuzuschreibenden Äußerung mehrere Implikaturen (cf. Grice 1975). Die Gegenposition wird mit einem dysfunktionalen Beziehungsbild in Verbindung gebracht: In der polemischen Verneinung¹⁷ (*je ne ferais jamais confiance à une inconnue*) schwingt ebenfalls polyphonisch mit, dass jemand anderes (hier die durch *elles* markierten Gegnerinnen der *Tradwives*), sehr wohl einer fremden Person vertraut. Wenn das Vertrauen sogar gegenüber einer fremden Person, der man die eigenen Kinder zur Betreuung anvertraut, größer ist, als dem eigenen Mann gegenüber, dann kann etwas in der Paarbeziehung nicht stimmen. Entweder haben die betreffenden Frauen ein generelles Vertrauensproblem oder sie sind latente Männerhasserinnen. Zudem handeln sie unverantwortlich gegenüber ihren Kindern.

Dass mit einer solchen Art der Auseinandersetzung mit Gegenpositionen eine Spaltung statt eines Austauschs beabsichtigt ist, wird einmal mehr deutlich, wenn man auch den Begleittext hinzuzieht, den die Influencerin der Bildkachel rechts daneben zur Seite gestellt hat. Während der über das Video gelegte Text die Abgrenzung der eigenen Position nach außen intendiert, wirkt die direkte Rede und die direkte Ansprache im Kommentar (*Et toi? Tu...*) in der entgegengesetzten Richtung. Es werden die Follower*innen des Accounts *europeanhousewife*_ adressiert. Sie werden aufgefordert, mit der Kommentarfunktion über ihre eigenen Erfahrungen zu berichten, ob sie bereits ähnlicher Kritik ausgesetzt waren. Durch

¹⁷ Cf. Ducrot (2010) und Bracops (2006, 182f.) zur polyphonen Funktionsweise der polemischen Negation.

diese Anspielung auf mögliche gemeinsame Erfahrungen stärkt die Influencerin das Wir-Gefühl der Community, die sich gegen die Außenwelt zu behaupten hat.

Wenig überraschend ist nun, dass diese Art der polarisierenden Kommunikation, gestützt auf gezielten Einsatz von Pronomen, polyphonen Strukturen und Implikaturen, einerseits zu Zustimmung aus der Community, andererseits zu deutlichen Reaktionen der Gegenseite auf den Post führt. Es finden sich etwa Kommentare wie die folgenden beiden (der erste hat zudem über 200 Likes erhalten):

Dommage que tu sois obligée de descendre les autres femmes plutôt que de vivre en harmonie avec, j'ajouterai que peut être que toi aucune passion ne t'animes avec ton ancien job mais ce n'est pas le cas pour toutes, ne fais pas de ta personne une règle universelle (_10h10 Lucile Chl, 4.3.2025)¹⁸

quand je pense à toutes ces nanas qui aiment leur travail et en ont t'as le cul que d'autres femmes leur balancent à la tronche qu'elles sont de mauvaises mères. Restez chez vous si vous voulez, et laissez les autres exister comme bon leur semble, c'est pourtant pas compliqué. (jeanettejop @blindwarves, 4.3.2025)

Auf den Accounts von Tradwives kommen solche und ähnliche Strategien, die auf der Aktivierung polyphoner Strukturen beruhen häufiger vor: Neben Gegenüberstellungen wie *elles – moi* finden sich z.B. auch *ils disent – je réponds* oder *on m'a dit*. Eine mögliche Häufung, wie auch die genaue Ausgestaltung solcher Strategien wären in künftigen Arbeiten näher zu untersuchen.

4. Ansatzpunkte für die weitere (pragma-)linguistische Forschung

Das obige Beispiel illustriert einen zentralen Punkt der pragmalinguistischen Strategien der untersuchten Tradwife-Accounts, den gezielten Einsatz von Polyphonie, also das Aufrufen unterschiedlicher Stimmen, die zu dem Thema bestimmte Positionen vertreten und deren Auseinandersetzung miteinander inszeniert wird. Dies kann nicht nur, wie im obigen Beispiel, durch fingierte Dialoge geschehen, sondern durch weitere sprachliche Mittel, wie etwa Ironie, polemische Negation, Fragesätze, echte Zitate z.B. anderer Posts oder Kommentare. Hier bedarf es weiterer Untersuchungen, um besser verstehen zu können, wann diese Verfahren eingesetzt werden (etwa zur Behandlung bestimmter Themen), wie der strategisch-argumentative Einsatz von Polyphonie innerhalb der Affordanzen bestimmter Plattformen genau funktioniert, welche verschiedenen sprachlichen Ausprägungen diese Verfahren im Einzelnen annehmen können, welche intermedialen Bezüge zu Bild/Video und Ton eine Rolle spielen und wie evtl. Leser*innen des Posts reagieren.

¹⁸ Interessant ist, dass *_europeanhousewife* auf diesen Kommentar antwortet: „Je ne descend [sic] personne, après si les gens se sentent concernés c'est qu'il faut une bonne remise en question“. Hier wird die Eigenschaft von konversationellen Implikaturen ausgenutzt, dass diese aufhebbar sind und der oder die Sprecher*in sich leicht davon distanzieren kann.

Ebenfalls im Beispiel bereits zu beobachten war der Einsatz von Implikaturen, mittels derer unterschwellig Aussagen über die Gegenseite getroffen werden. Auch hier ist ein genauerer Blick darauf zu richten, inwiefern etwa verschiedene Arten (konventionelle vs. konversationelle Implikaturen, cf. Grice 1975; Bracops 2006, 67-91) verwendet werden, um bestimmte Positionen aufzurufen, ob diese v.a. im Zusammenspiel mit weiteren sprachlichen Merkmalen auftreten oder begünstigt werden (wie etwa durch die im obigen Beispiel beobachteten syntaktischen und lexikalischen Parallelismen), ob diese Implikaturen durch die audio-visuellen Anteile der Posts (Videos und Bilder) ausgelöst oder unterstützt werden etc.

Darüber hinaus, hat eine erste Sichtung der Posts der drei oben näher vorgestellten französischen Accounts gezeigt, dass weitere Strategien und Verfahren immer wieder auftauchen, die deshalb ebenfalls näher zu analysieren wären: Auffällig sind etwa Muster, die man als „Erweckungserzählung“ bezeichnen könnte (cf. Rösch 2023, 29). So etwa postet Laurette des Sources ein Video mit vermutlich aus ihrem Garten stammenden, idyllisch wirkenden kurzen Sequenzen. Zu sehen sind ein spielender Hund, eine kletternde Katze, ein Blick auf Bäume, Detailaufnahmen von blühenden Pflanzen. Zunächst wird der Titel „Je vis au rythme de la nature“ eingeblendet. Der folgende Text wird ebenfalls zeilenweise eingeblendet, mit Klaviermusik hinterlegt und von Laurette des Sources gesprochen:

Notre environnement influence notre style de vie. Quand je **vivais** en ville, j'**étais** toujours stressée, angoissée, en retard. Aujourd’hui je me **sens** apaisée, sereine. Je **vis** au rythme de la nature, de mes enfants, de mes animaux.

(Laurette des Sources, laurettedessources_tradwife, 11.11.2024, Herv. d. Verf. <<https://www.instagram.com/p/DCPgAPvsHC7/?hl=de>> [10.9.2025])

Hier wie auch bei verschiedenen anderen Gelegenheiten wird das Leben vor und nach der Wende zum Tradwife-Dasein gegenübergestellt. Die Erzählung greift hierfür auf entsprechendes Tempus (*imparfait* vs. *présent*) zurück. Zugleich wird in diesem Fall der Kontrast durch die Gegenüberstellung von Adjektiven verstärkt, die zum einen in diesem Kontext als Antonyme aufzufassen sind (*stressée, angoissée, en retard* vs. *apaisée, sereine*), zum anderen stark negativ bzw. positiv besetzt sind. Auch auf diese Weise wird eine Polarisierung erreicht. Die negative Wertung des Stadt- und Berufslebens wird dem positiven Landleben der Tradwife gegenübergestellt. Ähnliche Vorgehensweisen sind über die verschiedenen Accounts hinweg immer wieder zu beobachten.¹⁹

Auch außerhalb der gerade erwähnten „Erweckungserzählungen“ wird wertende Lexik auf verschiedenen Accounts eingesetzt, um gezielt die „gegnerische“ Position abzuwerten, etwa wenn von „féministes hystériques“ (europeantradwife, 7.2.2025, <[https://www.instagram.com/p/DFr5ZenIfn_>](https://www.instagram.com/p/DFr5ZenIfn_/) [10.9.2025]) die Rede ist oder die Welt außerhalb der Tradwife-Illusion als „triste monde“ charakterisiert

¹⁹ Auch archifon erläutert ihre Bekehrung an mehreren Stellen, u.a. in diesem ausführlichen Post: archifon, 15.10.2023, <https://www.instagram.com/archifon/p/CyamodpqwG1/?img_index=4> [10.9.2025].

und dem eigenen „bonheur“ (archiffon, 29.5.2024, <<https://www.instagram.com/p/C7inTDxC9D4/?hl=de>> [10.9.2025]) gegenübergestellt wird. Ähnliche Kontraste werden auch mit Hilfe von rhetorischen Figuren wie Metonymien oder Metaphern erreicht: „Dans une génération de Kardashian, j’aspire à être une Mme Ingalls“ (europeanhousewife_, 29.2.2024, <<https://www.instagram.com/p/C38BVGPCluD/>>) etwa wird auf dem Account europeanhousewife_ proklamiert, der dadurch metonymisch – bzw. genauer antonomatisch – Popkultur, Kommerz, Dekadenz und in gewisser Weise erfolgreiches weibliches Unternehmertum dem tugendhaften Leben der Caroline Ingalls gegenüberstellt. Es handelt sich hierbei um die historisch basierte Figur der Mutter aus der US-amerikanischen Fernsehserie *Little House on the Prairie* (ausgestrahlt 1974-1983), die das Familienleben einer Farmerfamilie Ende des 19. Jahrhunderts darstellt.

Ebenfalls bereits angedeutet wurde die Rolle des multimodalen Aufbaus der Posts, die gesprochenen und geschriebenen Text, Bilder, Ton und Videos auf unterschiedliche Weise kombinieren. Hier ist zu analysieren, wie die verschiedenen Ebenen bei der Bedeutungskonstruktion zusammenwirken. So ist etwa die Musik, die die Videos unterlegt, sorgfältig ausgewählt. Wenn europeanhousewife_ in einem Video stolz eine Vintage-Nudelmaschine vorführt, die sie auf dem Trödel sehr günstig erworben hat, und dies mit der Intro-Musik der Serie *Desperate Housewives* und einer in Memes häufig genutzten Tonspur mit der (nachgeahmten?) Stimme Kris Jenners („Look at this. Oh, perfect Oh my god.“) unterlegt, so birgt dies sicher einiges an ironischem Potential. Derartige popkulturelle Referenzen bzw. die Verwendung von Pop-Songs tauchen immer wieder auf. So nutzt z.B. Estée Williams in einer Art Playback des Öfteren Ausschnitte aus bekannten Liedern, die sie im Hintergrund abspielt, während sie dazu die Lippen bewegt. Der so übernommene – in manchen Fällen durch zusätzliche schriftliche Einblendungen modifizierte – Liedtext stellt dabei eine Art Stellungnahme zu einem Thema dar, die wie auch die oben analysierten Beispiele auf polyphone Verfahren zurückgreift, in diesem Fall aber die rein textuelle Ebene verlässt und die spezifischen Affordanzen der Social Media-Plattformen nutzt.²⁰ Diese lediglich kurz angerissenen Beispiele sollen aufzeigen, dass hier auf alle Fälle Potential für weiterführende Analysen liegt.

Schließlich dürfen die Posts der Influencerinnen nicht isoliert betrachtet werden. Wie angedeutet, sind die Reaktionen der Leser*innen und Follower*innen und die Interaktion mit den Influencer*innen einerseits ein wichtiger Anhaltspunkt, um die Wirkung der Ausgangs-Posts einschätzen zu können, andererseits können sie selbst Gegenstand der Forschung sein, um die Reaktionskultur in den sozialen Medien genauer zu beleuchten: Lassen sich z.B. bestimmte Sprechaktsequenzen häufiger beobachten, welche sprachlichen Mittel werden verwendet, um auf Elemente aus dem Ursprungspost zu verweisen, welche Rolle

²⁰ Z.B. hier: Estée Williams, 11.5.2023, <<https://www.tiktok.com/@esteeewilliams/video/7232033687364291882>> [18.12.2025].

spielen Anredeformen, welche wiederkehrenden sprachlich-pragmatischen Strategien sind in den Antworten auf Posts zu beobachten, etc.? In diesem Zusammenhang besonders interessant sind Parodien auf die Tradwife-Bewegung, z.B. von Laura Calu, einer französischen Schauspielerin und Humoristin, auf TikTok unter dem Namen lolocalu unterwegs, mit einem Post vom 19.11.2024²¹, oder durch die Mexikanerin Tatiana Martínez, ebenfalls Comédienne, die auf TikTok unter tats_martin firmiert und gleich zwei Parodien hochgeladen hat (5.8.2024 und 23.12.2024)²². Einen gewissen Bekanntheitsgrad mit ihren Parodien, die sie immer wieder auf TikTok postet, hat die Comédienne Tyler Bender (tyler.benderr) aus Colorado erreicht.^{23,24}

5. Einordnung in einen weiteren Kontext pragmalinguistischer Strategien in den sozialen Medien

Insbesondere der letzte Punkt der Interaktion nimmt bereits eine allgemeinere Perspektive auf das Thema der Tradwives in der Romania und darüber hinaus ein. So muss auch betrachtet werden, inwiefern die Tradwives generell als Social Media-Phänomen zu gelten haben und auf allgemein in den sozialen Medien gängige Strategien zurückgreifen. Wäre die Wahrnehmung für diese Gruppe und ihre Überzeugungen dieselbe, wenn es Social Media nicht gäbe? Sicherlich nicht, ohne Social Media gäbe es wahrscheinlich keine Tradwives im oben beschriebenen Sinne, da diese sich ja auch gerade durch ihr Influencerinnentum auszeichnen. Zudem scheint auch die Wahrnehmung als Gruppe – von außen wie von innen – erst durch Social Media in dieser Weise möglich. Manche der Influencerinnen beschreiben in ihren Posts, dass sie die Bezeichnung der Tradwife erst über Social Media gefunden haben und erleichtert waren, hierdurch eine Identifikationsmöglichkeit und Anschluss gefunden zu haben. Auf dieses Gruppengefühl wird auch in der Interaktion mit der Community häufig Bezug genommen (s. das oben ausführlicher diskutierte Beispiel).

Umgekehrt sind die Tradwives nicht die einzigen, die auf diese Weise Communities herausbilden. Deshalb ist auch zu betrachten, inwiefern die bzw. welche der oben genannten pragmatischen Strategien und verwendeten sprachlichen Mittel tatsächlich spezifisch für die Tradwives sind (zumindest in ihrer Kombination, Ausprägung und der Verknüpfung mit bestimmten Inhalten und Diskursen) und inwiefern das Gebaren der Tradwives für die sozialen Medien im Allgemeinen

²¹ <<https://www.tiktok.com/@lolocalu/video/7439034141661842720>> [23.12.2024].

²² <https://www.tiktok.com/@tats_martin/video/7451469167540161800> [23.12.2024], <https://www.tiktok.com/@tats_martin/video/7399731387261046017> [23.12.2024]).

²³ Z.B. in einem Video vom 16.1.2024:

<<https://www.tiktok.com/@tyler.benderr/video/7324475307128360234>> [20.12.2025].

²⁴ Der österreichische Standard widmet den Tradwife-Parodien sogar einen eigenen Artikel: Feldkamp, Anne. 2024. „Wie die Tradwives in den sozialen Medien parodiert werden“. Derstandard.de, 14.8.2024, <<https://www.derstandard.de/story/3000000232186/wie-die-tradwives-in-den-sozialen-medien-parodiert-werden>> [20.12.2024].

charakteristische Verfahren aufdeckt. So spielt z.B. Polyphonie etwa auch in Memes eine große Rolle (cf. Prak-Derrington 2025).

Auch ein Vergleich zwischen den bevorzugten sprachlich-pragmatischen Verfahren einzelner Accounts bzw. zwischen den Tradwife-Communities in verschiedenen Ländern und Sprachgemeinschaften könnte zu einer klareren Verortung innerhalb des generellen Social Media-Kontexts beitragen. Nahe liegt natürlich der Vergleich des romanischen mit dem anglo-amerikanischen Raum, als dem „Geburtsort“ der Tradwife-Kultur. Inwiefern orientieren sich die französischen Tradwives in ihrem pragmatisch-diskursiven Vorgehen an ihren amerikanischen Vorbildern, inwiefern schaffen sie eigene Muster? Aber auch der deutschsprachige Raum könnte interessante Vergleichspunkte bieten, z.B. hinsichtlich der mehr oder weniger vorhandenen diskursiven Überschneidung mit extrem rechten Ansichten, wie etwa der von Frankreich ausgehenden, seit 2012 auch in Deutschland Fuß fassenden Strömung der identitären Bewegung (cf. Bundeszentrale für politische Bildung o.J.).

Bibliographie

ALABAO, Nuria. 2024a. „No podemos (ni queremos) ser esposas tradicionales I.“ *ctxt. Contexto y Acción*, 22.9.2024, <<https://ctxt.es/es/20240901/Firmas/47435/Nuria-Alabao-tradwives-esposas-tradicionales-patriarcado-clase-media-influencers-Roro.htm>> [11.12.2024].

ALABAO, Nuria. 2024b. „No podemos (ni queremos) ser esposas tradicionales II.“ *ctxt. Contexto y Acción*, 28.9.2024, <<https://ctxt.es/es/20240901/Politica/47474/Nuria-Alabao-tradwives-esposas-tradicionales-feminismo-patriarcado-emancipacion-laboral-salario-familiar.htm>> [11.12.2024].

BRACOPS, Martine. 2006. *Introduction à la pragmatique. Les théories fondatrices : actes de langage, pragmatique cognitive, pragmatique intégrée*. Brüssel: De Boeck.

BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG. O.J. „Identitäre Bewegung.“ <<https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/500787/identitaere-bewegung/>> [18.12.2025].

COOPER, Savannah. 2024. „Since when do we celebrate not having talent?“: *Common tropes and counterstory in tradwife TikTok*. Master Thesis. <<https://scholarworks.indianapolis.iu.edu/items/3c525198-0f16-449f-8ee2-7987d4572553>> [24.9.2024].

DUCROT, Oswald. 1984. *Le dire et le dit*. Paris : Éditions de Minuit.

Ducrot, Oswald. 2010. „Ironie et négation.“ In *Ironie et un peu plus*, ed. Atayan, Vahram & Ursula Wieren, 169-181, Frankfurt am Main, Peter Lang.

GRICE, H. Paul. 1993 [1975]. „Logik und Konversation.“ In *Handlung, Kommunikation, Bedeutung*, ed. Meggle, Georg, 243-265, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

HARMER, Emily & Lumsden, Karen. 2019. „Online Othering. An Introducton“. In *Online Othering: Exploring Digital Violence and Discrimination on the Web*, ed. Lumsden, Karen & Emily Harmer, 1-33, Cham: Palgrave Macmillan.

PRAK-DERRINGTON, Emmanuelle 2025. „De l’intersubjectivité générique de la première et de la deuxième personne dans les mèmes et reels Instagram : une analyse contrastive français / allemand / anglais.“ Vortrag am 23.9.2025 auf dem Romanistiktag in Konstanz; Abstract: <<https://www romanistiktag de/wp-content/uploads/2025/08/RT25-Abstracts-Sektion-12-1 pdf>> [20.12.2025].

PROCTOR, Devin. 2022. „The #Tradwife persona and the rise of radicalized white domesticity.“ *Persona Studies* 8 (2), 7-26, <<https://doi.org/10.21153/psj2022vol8no2art1645>>.

Scott, Ruby. 2024. „‘Girlcore’: The right way to be female?“ *Plurality* 1, 138-146, <<https://doi.org/10.2218/plurality.10080>>.

SIMMONS, Cécile. 2025. *Ctrl hate delete. The new anti-feminist backlash and how we fight it.* Bristol: Bristol University Press.

SYKES, Sophia & Veronica Hopner. 2024. „Tradwives: Right-Wing Social Media Influencers.“ *Journal of Contemporary Ethnography* 53 (4), 453-487. <<https://doi.org/10.1177/08912416241246273>>.

TEBALDI, CAHTERINE. 2024. „Metapolitical seduction: Women’s language and white nationalism.“ *Linguistic Anthropology* 34, 84-106, <[www.doi.org/10.1111/jola.12418](https://doi.org/10.1111/jola.12418)>.