



universität  
wien

# MASTERARBEIT

Titel der Masterarbeit

„Höflichkeitsstrategien als Translationsakt  
in der interkulturellen Kommunikation“

Verfasserin

Roberta Perazzetta, BA

angestrebter akademischer Grad

**Master of Arts (MA)**

Wien, im November 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 060 331 351

Studienrichtung lt. Studienblatt: Masterstudium Übersetzen Deutsch Spanisch

Betreuerin / Betreuer: Ao. Univ.-Prof. Dr. Michèle Cooke, M.A.



*The more I had opportunity to meet peoples of different nationalities and ethnic groups,  
the more I became aware of the apparent and unexplainable thread of unity in diversity,  
in indiscernible and cultural traditions.*

*At the same time, I could perceive an unexplainable thread of unity in diversity,  
in indiscernible sameness and a strange confluence of wide humanity,  
where differences disappear.*

- Tanimoto, 1974, President's message in *The Journal of Intercultural Studies*



*Für Mara und Carmelo*



## Vorwort und Danksagung

An dieser Stelle möchte ich meinen Eltern und meinem Bruder Marco für ihre Liebe und ihr Vertrauen danken, weil mir durch ihre Unterstützung das Studium im Ausland erst ermöglicht wurde.

Ich möchte meinem Partner Enrico für den Glauben an mich danken. Er steht mir stets mit Rat und Tat zur Seite und stellt für mich eine unerschöpfliche Kraftquelle dar.

Meine liebe Freundin und Kollegin Judith gilt mein Dank für ihr ausdauerndes Verständnis, ihr hilfreiches Korrekturlesen sowie für ihr großes Interesse an meiner Arbeit.

Nicht zuletzt möchte ich der Betreuerin dieser Arbeit, Ao. Univ. Prof. Dr. Michéle Cooke für Ihre stets konstruktive und motivierende Betreuung danken.

Dank gilt auch all jenen, die mich im Laufe des Studiums unterstützt haben, im Besonderen meiner Mutter Mara sowie all meiner Freund/innen in Treviso und Wien.



## Inhaltverzeichnis

Vorwort und Danksagung .....	7
<b>0. Einleitung.....</b>	<b>12</b>
<b>1. Kommunikation.....</b>	<b>14</b>
1.1. Grundlagen der Kommunikation: Watzlawicks Kommunikationsmodell .....	14
1.1. Kultur als <i>Orientierungssystem</i> in der zwischenmenschlichen Kommunikation und in der Translation .....	17
1.2. Sprache .....	18
1.3. Die zwei Kommunikationsformen .....	20
1.4. Erfolg und Misserfolg in der Kommunikation.....	22
1.5. Interkulturelle Kommunikation.....	28
1.6. Interkulturalität.....	29
1.7. Verstehen.....	30
1.8. Intrakulturell oder interkulturell.....	32
1.9. Nonverbale Kommunikation .....	33
1.10. Translator/innen als Sprachmittler/innen, Kultur- und Kommunikationsexpert/innen .....	37
<b>2. Höflichkeit: Definition und allgemeine Aspekte.....</b>	<b>39</b>
2.1. Höflichkeit aus linguistischer bzw. alltagssprachlicher Perspektive .....	39
2.2. Höflichkeit aus nicht-linguistischer Perspektive.....	41
2.3. Verbale und nonverbale Höflichkeit .....	44
2.4. Held: Höflichkeit aus einer kausal-deterministischen Hinsicht .....	46
2.5. Problematik der Konzeptualisierung des Höflichkeitsbegriffes.....	47
2.6. Höflichkeitsformen im Wandel: Soziogenese der Höflichkeit und ihre -praktiken..	50
2.6.1. Höflichkeit in der Antike .....	51
2.6.2. Das Mittelalter: Höflichkeit als Form und Etikette .....	51
2.6.3. Höflichkeit im Humanismus und in der Renaissance.....	52
2.6.4. Höflichkeit in der Barockzeit .....	53
2.6.5. Höflichkeit in der Zeit der Aufklärung.....	53
2.6.6. Bürgerliche Höflichkeit .....	54
2.6.7. Höflichkeit im 19. und 20. Jahrhundert.....	54
<b>3. Höflichkeit im Detail: von den linguistischen bis den gängigen Theorien .....</b>	<b>56</b>
3.1. Die erste sprachwissenschaftliche Betrachtung von Höflichkeit .....	56

3.2.	Höflichkeit in der Sprachpsychologie der 40er Jahre .....	57
3.3.	Pragmatik: die Wendung .....	57
3.4.	Sprechakttheorie: Austin und Searle .....	58
3.5.	Paul Grice .....	59
3.6.	Brown & Levinson .....	61
3.7.	Lakoff .....	64
3.8.	Leech .....	66
3.9.	Watts .....	67
3.10.	Arndt/Janney .....	67
3.11.	Fidancheva: von einem kommunikativ-pragmatischen Interaktionsmodell zur interpersonalen Höflichkeit .....	68
<b>4.</b>	<b>Höflichkeit und Translation .....</b>	<b>70</b>
4.1.	Höflichkeit als transkulturelles und translationsrelevantes Phänomen .....	70
4.2.	Was ist Translation? Cookes Ansatz der Translation .....	70
4.2.1.	Translation als transkulturelle Kommunikation .....	73
4.2.2.	Das Know-how von Translator/innen .....	75
4.2.3.	In welchen Bereichen ist also Translation wichtig? .....	76
4.3.	Die Skopostheorie von Reiß/Vermeer und Ammanns Auffassung .....	78
4.3.1.	Translation als Sondersorte der Kommunikation .....	81
4.3.2.	Translationswissenschaft und Kommunikation .....	82
4.3.3.	Translation als interkulturelles Handeln .....	86
4.4.	Ist Höflichkeit vermittelbar? Die Suche nach der Adäquatheit .....	89
4.5.	Höflichkeit als Teil von interkultureller Kommunikation .....	91
<b>5.</b>	<b>Beschreibung und Auswertung der Interviews .....</b>	<b>93</b>
5.1.	Methodisches Vorgehen .....	94
5.1.1.	Warum <i>qualitativ</i> anstatt quantitativ forschen? .....	95
5.1.2.	Warum Interviews durchführen? .....	96
5.1.3.	Ein Halb-standardisiertes Interview .....	97
5.2.	Die Fragen .....	98
5.2.1.	Fragen 1.,2.,3. und 4. ....	99
5.2.2.	Die Bedeutung und die Rolle der Stereotypen .....	100
5.2.3.	Fragen 5. - 12. ....	102
5.3.	Transkription .....	106
5.4.	Ergebnisse der Untersuchung .....	108

5.4.1.	Fragen 1, 2, 3 und 5 .....	108
5.4.2.	Frage 4 .....	108
5.4.3.	Frage 6 .....	110
5.4.4.	Frage 7 .....	111
5.4.5.	Frage 8 .....	112
5.4.6.	Frage 9 .....	113
5.4.7.	Frage 10 .....	113
5.4.8.	Frage 11 .....	114
5.4.9.	Frage 12 .....	114
5.5.	Zusammenfassung des Analyseteils .....	115
5.6.	Ist Höflichkeit überhaupt übersetzbar? .....	118
<b>6.</b>	<b>Zusammenfassung und Conclusio.....</b>	<b>120</b>
<b>7.</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>124</b>
<b>8.</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>135</b>
8.1.	Interviews: Transkription .....	135
8.2.	Abstract .....	147
8.3.	Lebenslauf .....	149

## 0. Einleitung

Menschen verstehen einander nicht immer: Das ist die Realität, die man zur Kenntnis nehmen muss. Schwierigkeiten und Missverständnisse bei der Kommunikation sind an der Tagesordnung. Geht es nur um Missverständnisse bei der Sprache oder gibt es noch andere Gründe? Kann Höflichkeit einen entscheidenden Faktor in diesem Prozess darstellen? Was aber bedeutet "höflich sein" genau? Und wer bestimmt, was höflich ist und was nicht?

Ausgangspunkt für die Beschäftigung mit diesen Problematiken ist die letzte berufliche Erfahrung der Verfasserin als Verkäuferin auf einem italienischen Flughafen. Im Zuge derer wurde ihr bewusst, dass das zwischenmenschliche Kommunizieren sehr komplex ist und jede Person beim Sprechen bzw. Interagieren ihren Standpunkt vertritt. Konsequenterweise ist es so, dass jede Kulturgemeinschaft nach ihrem eigenen Gesichtspunkt Höflichkeit definiert und daher das In-Kontakt-Treten mit anderen Kulturen zu interkulturellen Konflikten führen kann, die anhand von Höflichkeitsstrategien geklärt werden können. Diesbezüglich hat sich die Verfasserin also einige Fragen gestellt – was auch eine große Herausforderung bedeutet: Wie kann man mit Menschen, die aus anderen Ländern und Kulturen kommen, kommunizieren, sich verständlich machen und als höflich wahrgenommen werden? Ist das überhaupt möglich? Inwiefern beeinflusst die Höflichkeit die Kommunikation zwischen den Menschen? Was genau passiert in einem beruflichen Kontext, in dem das Ziel der Verkauf von Waren ist?

All dies hat die Verfasserin der vorliegenden Arbeit dazu motiviert, sich ausführlicher mit dieser Thematik auseinanderzusetzen und als Gegenstand in einem bestimmten Rahmen zu untersuchen. Der Verfasserin ist bewusst, dass Höflichkeit ein Phänomen von interkultureller Bedeutung darstellt, welches deshalb bei der Translation ins Spiel kommt und für Translator/innen von großer Bedeutung ist. Bei tiefgehender Auseinandersetzung mit dem Thema hat sich erwiesen, dass Höflichkeit ein vielschichtiger und schwer zu fassender Begriff ist. Deswegen ist es im Rahmen der vorliegenden Masterarbeit notwendig, die Thematik im Detail zu analysieren und präzisieren. Folglich hat sich die Verfasserin in der vorliegenden Arbeit auf eigene Aspekte der verbalen Höflichkeit sowie auf andere, die zur non-verbalen Höflichkeit gehören, fokussiert.

Im ersten Kapitel werden das Thema Kommunikation und die Rolle der Sprache sowie der Kultur dargestellt. Die vorliegende Arbeit basiert auf dem Kommunikationsbegriff von Paul Watzlawick, der in seinem Werk *Menschliche Kommunikation* (2007) Kommunikation mit Verhalten gleichsetzt. Er beweist, dass die Pragmatik nicht nur Worte, sondern auch alle nichtverbalen Elemente umfasst. Watzlawicks These wird die Argumentation in dieser Arbeit unterstützen. Danach wird außerdem ins Detail gegangen, wann Kommunikation misslungen ist oder erfolgreich stattfindet. Außerdem wird die Thematik Interkulturelle Kommunikation behandelt: Das Konzept der interkulturellen

Kommunikation ist für die vorliegende Arbeit von großer Bedeutung, da die sprachliche Höflichkeit als Teil von interkultureller Kommunikation und als wichtiger Aspekt von Sprache angesehen wird. Ein weiterer Punkt im ersten Kapitel sind der Verständigungsprozess und das zwischenmenschliche Verstehen, da es die menschliche Verständigung charakterisiert und Teil der Kommunikation ist. Am Ende des Kapitels wird die nonverbale Kommunikation vorgestellt, welche in Zusammenhang mit Höflichkeit steht.

Das zweite Kapitel wird der Definition und den allgemeinen Aspekten von Höflichkeit gewidmet: Höflichkeit wird sowohl aus linguistischer, alltagssprachlicher und aus nicht-linguistischer Sicht, als auch aus kausal-deterministischer Hinsicht betrachtet. Darüber hinaus befasst sich dieses Kapitel mit der Soziogenese der Höflichkeit und ihren Praktiken.

Im Anschluss daran werden im dritten Kapitel auf die theoretischen Grundlagen unter dem sozio-linguistischen Aspekt eingegangen, und zwar: Die Pragmatik, die Sprechakttheorie (Austin und Searle), die von Grice formulierten Prinzipien, die Betrachtungen von Goffman sowie die theoretischen Weiterentwicklungen von Brown & Levinson, Lakoff, Leechs sowie die jüngsten innovativen Modelle, wie zum Beispiel das Modell der interpersonalen Höflichkeit von Fidancheva.

Im vierten Kapitel wird verdeutlicht, dass Höflichkeit ein transkulturelles und ein translationswissenschaftlich Phänomen repräsentiert. Es wird der Zusammenhang zwischen Höflichkeit, interkultureller Kommunikation und Translation erläutert und näher untersucht. Außerdem wird die Auffassung der Verfasserin bezüglich Translation und das Know-How von Translator/innen vorgestellt, welche zu den Theorien von Cooke, Ammann, Reiß/Vermeer zurückzuführen ist .

Im anschließenden fünften Kapitel wird der Gebrauch von Höflichkeitsstrategien im interkulturellen beruflichen Kontext untersucht. Es werden drei Orte als Fallbeispiel ausgewählt, wo halb-standardisierte Interviews von der Verfasserin persönlich durchgeführt wurden. In diesem Kapitel wird also das methodische Vorgehen beschrieben und nach einer kurzen Zwischenbemerkung über die qualitative Forschung und einer Vorstellung des halb-standardisierten Interviews werden die Fragen und die Antworten der Interviews vorgestellt und analysiert. Am Ende des Kapitels steht ein Resümee des Analyseteils.

Im sechsten und letzten Kapitel wird abschließend ein Überblick über die wesentlichsten Punkte und Erkenntnisse der Arbeit gegeben und die Schlussfolgerungen gezogen.

## 1. Kommunikation

Bevor man sich mit Themen wie *Höflichkeit* und *Translation* im Kontext mit interkultureller Kommunikation beschäftigt, ist es zunächst notwendig zu berücksichtigen, was Kommunikation ist und wie sie normalerweise abläuft. Das erste Kapitel wird daher das Thema *Kommunikation* bzw. *interkulturelle Kommunikation* erörtern und im Detail präsentieren.

Kommunikation wird allgemein als Austausch von Signalen zwischen mindestens zwei Beteiligten verstanden. Streng genommen ist jedes soziale Verhalten kommunikativ, denn in jeder zwischenmenschlichen Situation besteht ein natürlicher Drang zur Kommunikation. Es geht dabei um Mitteilungen, die wir mit Hilfe von sprachlichen, parasprachlichen und nicht-sprachlichen Elementen vermitteln. Das lateinische Verbum 'communicare' bedeutet 'teilen', 'mitteilen', 'teilnehmen lassen'. In diesem Sinne wollen wir die Kommunikation als 'Anteil haben an einer Mitteilung' verstanden wissen. (Kadrić/ Kaindl/ Kaiser-Cooke 2007:45)

Die vorliegende Arbeit wird von Paul Watzlawicks Theorien über die Kommunikation unterstützt, welche im Bereich der Kommunikationswissenschaft für das Verständnis des Kommunikationsbegriffs als grundlegend angesehen wird.

### 1.1. Grundlagen der Kommunikation: Watzlawicks Kommunikationsmodell

In seinem Werk *Menschliche Kommunikation* (2007) definiert Watzlawick die Kommunikation als „eine *Conditio sine qua non* menschlichen Lebens und gesellschaftlicher Ordnung“ (Watzlawick 2007:13) und argumentiert, dass „ebenso offensichtlich ist, dass der Mensch von den ersten Tagen seines Lebens an die Regel der Kommunikation zu erlernen beginnt, obwohl diese Regeln selbst, dieser Kalkül der menschlichen Kommunikation, ihm kaum jemals bewusst werden“ (Watzlawick 2007:13). Wie bereits Morris (1938) und nach ihm Carnap (1942) für das Studium der Semiotik vorgeschlagen hatten, kann das Gebiet der menschlichen Kommunikation laut Watzlawick in drei Gebiete geteilt werden, nämlich Syntaktik, Semantik und Pragmatik. Das erste dieser drei Gebiete sei das Anliegen des Informationstheoretikers, der sich mit Problemen der Nachrichtenübermittlung (Code, Kanälen, Kapazität, Rauschen, Redundanz und anderen statistischen Eigenschaften der Sprache usw.) befasst.

Diese Probleme sind vor allem *syntaktischer* Natur und haben praktisch nichts mit der *Bedeutung* der verwendeten Symbole zu tun. Bedeutung ist vielmehr das Hauptanliegen der *Semantik*. Während es durchaus möglich ist, Symbolisieren mit syntaktischer Genauigkeit zu übermitteln, so würden sie doch sinnlos bleiben, wenn Sender und Empfänger sich nicht im voraus über ihre Bedeutung geeinigt hätten. In diesem Sinn

setzt jede Nachricht ein semantisches Übereinkommen voraus. Schließlich beeinflusst jede Kommunikation das Verhalten aller Teilnehmer, und dies ist ihr *pragmatischer* Aspekt. Theoretisch ist somit eine klare begriffliche Trennung der drei Gebiete möglich: praktisch jedoch sind sie natürlich wechselseitig voneinander abhängig. (Watzlawick 2007:22)

Watzlawicks Werk geht hauptsächlich dem Gebiet der Pragmatik nach, das heißt das verhaltensmäßige Wirken der Kommunikation. Menschliche Kommunikation ist ein Gebiet, an dem wir alle jeden Tag teilhaben und ist die Art, sich miteinander zu verständigen und umzugehen, ein vielschichtiger Sachverhalt, der mehrere Seiten hat. Zum Material des Kommunikationsbereich gehört Verhalten jeder Art. In der zwischenmenschlichen Kommunikation hat jedes Verhalten Mitteilungscharakter, unabhängig davon, ob es bewusst oder unbewusst auf einen Zweck hin ausgerichtet ist: Jedes Verhalten ist in diesem Sinn Kommunikation (vgl. Kadrić / Kaindl/ Kaiser-Cooke 2007). „In diesem Zusammenhang sei von Anfang an darauf verwiesen, dass wir die beiden Begriffe Kommunikation und Verhalten hier als praktisch gleichbedeutend verwenden“ (Watzlawick 2007:23): Watzlawick setzt also *Kommunikation* mit *Verhalten* gleich und argumentiert, dass die Pragmatik nicht nur Worte, ihre Konfigurationen und ihre Bedeutungen - also die Daten der Syntaktik und der Semantik - umfasst, sondern auch alle nichtverbalen Elemente, die sogenannte Körpersprache inbegriffen. Das bekannte Zitat von Paul Watzlawick „man kann nicht *nicht* kommunizieren“ (Watzlawick 2007:51) geht überdies auf die Überlegung zurück, dass jegliches Verhalten in einem gewissen Sinn ein kommunikatives Potential besitzt. In der vorliegenden Arbeit wird man sich zunächst mit diesen grundlegenden, kommunikationspsychologischen Überlegungen beschäftigen, um die Grundlage des intentionalen Charakters der interkulturellen Kommunikation besser verstehen zu können.

Schließlich ist die die kommunikativen Abläufe mitbestimmende Rolle des Kontextes, also der «Umwelt» jeder Kommunikation, in Betracht zu ziehen. In dieser pragmatischen Sicht ist demnach nicht nur die Sprache, sondern alles Verhalten Kommunikation, und jede Kommunikation - selbst die kommunikativen Aspekte jedes Kontextes - beeinflusst das Verhalten. (Watzlawick 2007:23)

Zu dem Begriff Verhalten zählen also laut Watzlawick alle paralinguistischen Phänomene wie Tonfall, Sprechgeschwindigkeit, Körperhaltung, Körpersprache, Pausen etc. innerhalb eines bestimmten Kontexts. Aber auch durch Kleidung, Frisur etc. kommuniziert man. Dies bedeutet, dass „alles Verhalten in einer zwischenpersönlichen Situation Mitteilungscharakter hat, d.h. Kommunikation ist, so folgt daraus, dass man, [...] nicht *nicht* kommunizieren kann“ (Watzlawick 2007:51). Dieses erste Axiom von Watzlawick besagt gleichzeitig auch, dass eine Kommunikation auch dann stattfinden kann, wenn sie unbewusst oder unabsichtlich erfolgt. Jede Kommunikation ist deshalb eine Stellungnahme, durch die jede/r Sender/in seine/ihre Beziehung mit dem/der Empfänger/in definiert. Dies ist ein fundamentaler Aspekt im Hinblick auf Höflichkeit. Die Tatsache, dass Menschen ständig unbewusst miteinander

kommunizieren, bedeutet auch, dass dieses Verhalten anhand den in der Kultur vorherrschenden Höflichkeitskonventionen interpretiert wird. Ein Beispiel wäre hier schon, dass Unkenntnis über Höflichkeitskonventionen in anderen Kulturen durch inadäquates Verhalten zu Missverständnissen führen kann.

Es hat sich also gezeigt, dass Kommunikation nicht nur durch Worte, sondern durch jede Art von interpretierbarem Verhalten erfolgen kann. Watzlawick (2007: 50-71) spricht hierbei von fünf „metakommunikativen Axiomen“. Das erste, oben angeführte, Axiom besagt, dass „man nicht *nicht kommunizieren* kann“ (Watzlawick 2007:51). Ein Beispiel dafür wäre eine Frau im Wartezimmer eines Arztes. Sie starrt die ganze Zeit nur auf den Boden. Zunächst könnte man annehmen, dass sie nicht kommunizieren würde. Dennoch tut sie es: Sie teilt den anderen Wartenden nonverbal mit, dass sie keinerlei Kontakt möchte. Das Axiom, das in Hinblick auf die in dieser Arbeit behandelte Thematik Höflichkeit von großer Relevanz ist, ist das zweite Axiom: „Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt, derart, dass letzterer den ersteren bestimmt und daher eine Metakommunikation ist“ (Watzlawick 2007:56). Dies bedeutet, dass der Inhaltsaspekt sozusagen die Angaben vermittelt und der Beziehungsaspekt darauf verweist, wie diese Angaben zu verarbeiten sind. Bezüglich der Übertragung auf die Kommunikationssituation lässt sich folglich sagen, dass es keine Kommunikation gibt, die rein informativ ist. Ein anderer grundlegender Aspekt der Kommunikation ist daher auch die Tatsache, dass jede Mitteilung neben der gegenständlich Information, die auf einer rationalen Ebene angesiedelt ist, eine weitere Hinsicht enthält, der der emotionalen Ebene zuzuschreiben ist. Diese emotionale Ebene bringt zum Ausdruck die Beziehung des/der Sender/in zum/zur Empfänger/in der Mitteilung. Wenn Frau A, zum Beispiel, auf Frau B's Halskette deutet und fragt: „Sie haben aber eine schöne Perlenkette. Sind die echt?“. Wenn eine negative Beziehung auf der rationalen Ebene ausgetragen wird, kann dies zu einer gestörten Kommunikation führen. Für die vorliegende Arbeit ist die Tatsache wichtig, dass die Interaktion zwischen Frau A und Frau B nicht die Echtheit von Perlen zum Gegenstand hat, sondern die gegenseitigen Definitionen ihrer Beziehung. In Bezug auf das Phänomen Höflichkeit ist außerdem auch das dritte Axiom ausschlaggebend, welches besagt, dass „die Natur einer Beziehung [...] durch die Interpunktion der Kommunikationsabläufe seitens der Partner/innen bedingt [ist]“ (Watzlawick 2007:61). Es geht dabei um die Frage, wer eine bestimmte Verhaltensweise begonnen hat bzw. was die Folgen davon sind. Die „Interpunktionen von Ereignisfolgen“ (Watzlawick 2007:57) regeln die wechselseitigen Verhaltensverstärkungen und sind ein Grund für Beziehungskonflikte. „Interpunktion“ heißt also willkürliche Interpretation des einen Verhaltens als Ursache und des anderen Verhaltens als Folge. Es handelt sich dabei um jene Phänomene, die in Zusammenhang mit einem Meinungs austausch zwischen KommunikationsteilnehmerInnen auftreten. Laut Watzlawick (2007:58) „organisiert die Interpunktion Verhalten“ und so kennzeichnet sich jede Kultur durch eigene Interpunktionsweisen, die das, was als das „richtige“ Verhalten betrachtet wird, in der jeweiligen Kultur regeln. Unterschiedliche

Interpunktionsweisen haben oft Konflikten zur Folge. Dies kommt in interkulturellen Beziehungen sehr stark zum Tragen, besonders dann, wenn die Partner/innen innerhalb einer Beziehung davon ausgehen, dass der/die andere Partner/in die gleiche Information wie er/sie selbst zur Verfügung hat oder dass diese/r Partner/in auch die gleichen Schlussfolgerungen aus der Information zieht. Das heißt, dass man davon ausgeht, „dass es nur *eine* Wirklichkeit gibt, nämlich die Welt, wie *ich* sie sehe [...]“ (Watzlawick 2007:93). Denn im Laufe seines Lebens lernt der Mensch gewisse Regeln bzw. Verhaltensregeln zu befolgen und anzunehmen sowie sich seiner Gesellschaft und Kultur anzupassen. Dieser Prozess des Erlernens ganz bestimmter Regeln, der Einfluss der kulturellen Hintergrund auf „die Art und Weise, wie wir agieren und mit anderen Menschen interagieren“ (Kadric et al. 2005:28) wird auch *Enkulturation* genannt. Der Mensch lernt dadurch die Welt nach den bekannten, eigenen Mustern zu interpretieren. Und hier kommt die Kultur ins Spiel.

### 1.1. Kultur als *Orientierungssystem* in der zwischenmenschlichen Kommunikation und in der Translation

Der Begriff Kultur ist sehr komplex und nur schwer in seiner Gesamtheit zu fassen ist. Thomas (1993:380) bezeichnet die Kultur als ein „kollektives Orientierungssystem“:

Kultur ist ein universelles, für eine Gesellschaft, Organisation und Gruppe aber sehr typisches Orientierungssystem. Dieses Orientierungssystem wird aus spezifischen Symbolen gebildet und in der jeweiligen Gesellschaft usw. tradiert. Es beeinflusst das Wahrnehmen, Denken, Werten und Handeln aller Mitglieder und definiert deren Zugehörigkeit zur Gesellschaft. Kultur als Orientierungssystem strukturiert ein für die sich der Gesellschaft zugehörig fühlenden Individuen spezifisches Handlungsfeld und schafft somit die Voraussetzungen zur Entwicklung eigenständiger Formen der Umweltbewältigung.

Im anthropologischen Sinn bedeutet Kultur eine gewisse mentale (Vor)Programmierung des Fühlens, Denkens und Handelns von Individuen, die einer kulturellen Gemeinschaft angehören. Kultur schließt, so klärt der Kulturwissenschaftler Klaus P. Hansen (2011:29), „tendenzielles kollektives Gleichverhalten“ ein, womit konkret Normierungen, Gewohnheiten und Konventionen gemeint sind, die das menschliche Verhalten charakterisieren. Hansen (2011:53-110) definiert sie als *Standardisierungen* und unterscheidet vier Typen: die Standardisierungen des Fühlens, des Denkens, und des Handelns und der Kommunikation. Diejenigen, die für die vorliegende Arbeit wissenswert sind, sind die Standardisierungen der Kommunikation. Hierunter werden Zeichen verstanden, deren Bedeutungen „der Mehrheit eines Kollektivs vertraut sind“ (ebd., 40), wie etwa Höflichkeits- und Begrüßungsformeln, Verkehrszeichen oder Kleidungskonventionen. Zu den Standardisierungen der Kommunikation zählen außerdem die spezifischen kulturellen Bedeutungen, denen sprachliche Zeichen innerhalb einer kulturellen Gemeinschaft zugewiesen werden. Sehr viele Begriffe, die auf den ersten Blick leicht zu übertragen bzw. zu

übersetzen sind, weisen bei genauerer Betrachtung einen kulturellen Spielraum auf, die es zu verstehen gilt. Laut Lüsebrink (2012:11):

Selbst ein Zeichen wie „Baum“ kann nicht einfach übersetzt werden, sondern muss gegebenenfalls aus der Vorstellungswelt anderer Kulturen heraus übertragen werden. Während in der westlichen Auffassung ein Baum etwas ist, das nach oben wächst, wächst er in der fernöstlichen Vorstellung nach oben und unten, was entscheidend die kulturelle Bedeutung des Zeichens „Baum“ auch in seiner metaphorischen Dimension determiniert.

Man wird also durch die Kultur, in der er/sie aufwächst, entscheidend geprägt, auch wenn er/sie sich dessen im normalen Alltag nicht bewusst ist. Für ihn/sie sind die kulturspezifischen Eigenarten sind Selbstverständlichkeiten, und da für die Menschen seiner/ihrer Umgebung bzw. seines/ihrer soziokulturellen Hintergrundes die gleichen Selbstverständlichkeiten anerkannt sind, gibt es keinen Anlass, darüber nachzudenken. Erst wenn man Menschen anderer Kulturen begegnet, stellt man fest, dass es auch andere Arten und Formen des Denkens, Erlebens und Verhaltens gibt. Formen die sich mit den gewöhnlichen, eingefahrenen Schemata nicht vereinbaren lassen. Die Kategorien, in denen Kulturen voneinander hervortreten und die in ihrer Gesamtheit das spezifische Profil einer Kultur bestimmen, nennt Maletzke (1996:42) „kulturelle Strukturmerkmale“, wie z.B. Nationalcharakter/Basispersönlichkeit, Wahrnehmung, Zeiterleben, Raumerleben, Denken, Sprache, nichtverbale Kommunikation, Wertorientierungen, Verhaltensmuster (Sitten, Normen, Rollen) und soziale Gruppierungen und Beziehungen.

## 1.2. Sprache

Zu den kulturellen Strukturmerkmalen zählt, wie oben erwähnt, die Sprache. Im Gegensatz zu der in der vorliegenden Arbeit in Betracht gezogenen Theorie von Watzlawick ist Sprache laut Heringer (2004:110) „die Grundlage menschlicher Kommunikation. Sie gehört zur Natur, zur Grundausstattung des Menschen, sie ist sein Definiens.“ Zwischenmenschliche - mündliche und schriftliche - Kommunikation erfolgt zum Großteil als sprachliche Kommunikation. In dieser Arbeit geht man aber davon aus, dass Verhalten Kommunikation *per se* ist und es ist nicht notwendig, dieselbe Sprache zu beherrschen, um etwas zu kommunizieren.

Eine andere Definition von Sprache, die auch in Bezug auf die Höflichkeit zu erwähnen ist, ist die bekannte Erklärung von Ferdinand de Saussure (1967:19):

Die Sprache ist ein System von Zeichen, die Ideen ausdrücken und insofern der Schrift, dem Taubstummenalphabet, symbolischen Riten, Höflichkeitsformen, militärischen Signalen usw. usw. vergleichbar. Nur ist sie das wichtigste dieser Systeme. Man kann sich also vorstellen eine Wissenschaft, welche das Leben der Zeichen im Rahmen des sozialen Lebens untersucht; [...] wir werden sie Semeologie [sic] (von griechisch *sēmeion*, »Zeichen«) nennen. Sie würde uns lehren, worin die Zeichen

bestehen und welche Gesetze sie regieren. Da sie noch nicht existiert, kann man nicht sagen, was sie sein wird. Aber sie hat Anspruch darauf, zu bestehen.

Saussure spricht hierbei von Sprache als das wichtigste zwischen den oben zitierten Systeme. Allerdings wird in dieser Arbeit gezeigt, dass sie nicht das wichtigste ist, sondern nur ein von diesen Systemen.

Das Nachdenken über die menschliche Sprache ist ebenso alt wie die menschliche Sprache. Daher bestehen zahlreiche Definitionen von Sprache. Die theoretischen Definitionen, die für diese Arbeit besonders bedeutend sind, sind die von Kaiser Cooke (2003), Holz-Mänttari (1984) sowie die allgemein bekannte Auffassung von Vermeer (1997). Laut Holz-Mänttari (1984) ist Sprache sowohl ein Instrument, das der wechselseitigen Orientierung dient, als auch ein Instrument, das der Bewusstmachung und der Organisierung des Denkens dient. Laut Kaiser-Cooke (2003:41) ist „Sprache das Mittel, mit dem wir unsere Theorie zweiter Ordnung (unsere Kultur) ausdrücken“. Dies bedeutet auch, dass wenn man Verhaltens- und Sprachmustern des eigenen kulturellen Hintergrundes auf einen anderen überträgt, übertritt man den gewöhnlichen Sprachgebrauch oder das Interaktionsmuster. Konventionen sind kulturspezifisch und können zum Beispiel in der Auffassung von Anrede, Distanzverhalten, Zeit, sprachlichen Mittel zum Ausdruck von Direktheit, Höflichkeit etc. sehr divergieren (vgl. Keim 1994).

Für die vorliegende Arbeit ist jedoch wichtiger die Auffassung von Sprache, die von Vermeer (1997) erklärt wurde. Vermeer (1997) betrachtet seinerseits Sprache als Teil von Kultur, da sie meistens innerhalb einer Kulturgemeinschaft benutzt wird. Seiner Meinung nach ist aber die Sprache nicht der wichtigste Teil, sondern *ein* Teil der Kultur. Sprache erfüllt einerseits eine instrumentale Funktion als wesentliches Medium menschlicher Verständigung sowie eine symbolische Funktion, die die Identifizierung ermöglicht. Sender/innen und Empfänger/innen können als Angehörige eines umfangreichen Systems betrachtet werden, nämlich der Gesellschaft, in der sie kommunizieren und leben. Sprache dient auch der gesellschaftlichen Organisation, da sie eine soziale Funktion hat. Als Erstes ist es ja offensichtlich, dass sich die Menschen mittels der Vielfalt von Sprachen in mehrere Gemeinschaften aufgliedern. Ein treffendes Beispiel findet sich bei Adamzik (2001:40), in dem sie die Kommunikation zwischen Deutschen und Deutschschweizern mit der, die nur zwischen Deutschschweizern vorkommt, vergleicht:

Deutschen verstehen (Deutsch-)Schweizer sehr gut - nicht wenn sie ihren Dialekt, wohl aber wenn sie ihre Variante der Hochsprache sprechen -, aber sie erkennen sehr leicht, woher die Person kommt. Die Deutschschweizer verstehen sich untereinander auch bestens, wenn sie miteinander - jeder in seinem- Dialekt sprechen (für sie die übliche Kommunikationsform im Alltag); und auch sie können aus der Sprache Rückschlüsse über die Herkunft und den Lebensraum des Gesprächspartners ziehen. Verständigen könnten sie sich auch in der Standardsprache, aber dann ginge ihnen viel von ihrer Identität verloren. Denn Sprache kann man eben - viel bequemer als Kleidung, materielle

Güter oder Parteiabzeichen - auch zur Selbstdarstellung nutzen, um sich über sie mit bestimmten Gruppen zu identifizieren oder aber von den anderen abzugrenzen.

Nicht nur Dialekte, sondern auch sprachliche Varietäten, d.h. alle Arten als *anders* erkennbarer sprachlicher Verhaltensweisen überhaupt, dienen also auch der Identifikation verschiedener Gruppen innerhalb einer Sprachgemeinschaft. Wie oben festgestellt, gibt es auch Unterschiede innerhalb einer Sprachgemeinschaft: Diese reflektieren die „gemeinsame Werthaltungen, soziale und politische Einstellungen, die den konkreten sprachlichen Ausdrücken und ihren Varianten auf allen sprachlichen Ebenen einen bestimmten Symbolwert zuordnen“ (Schrodt 1995:53). Diese Unterschiede haben demzufolge Auswirkungen auf die Beziehungen bzw. in der Kommunikation zwischen unterschiedlichen Kulturgemeinschaften. Wie bereits erklärt, sieht jede Kultur die Welt mit ihren eigenen Augen und entwickelt gewisse Konventionen, anhand derer die Menschen ihre Diskurse gestalten. Das Geschriebene und Gesprochene ist immer nur eine Teilverbalisierung eines Zustandes. Was bzw. wie etwas verbalisiert wird, ist aber immer sprach- und kulturspezifisch. Vermeer (1986) führt als anschauliches Beispiel den Fall von Indien an, wo man seine Dankbarkeit nicht in Worten sondern in Form einer Dankgebärde bezeugt. Vermeer (1986:44) weist ferner darauf hin, dass „in den unterschiedlichen Kulturen nicht nur anders gesprochen sondern auch *über* etwas anderes gesprochen wird“. Dies ist ein besonders wichtiger Aspekt im Bezug auf die Höflichkeit, weil es in jeder Kultur gewisse Tabuthemen oder Themen gibt, die man öffentlich beim Kommunizieren nicht ansprechen sollte, da es sonst als unhöflich angesehen werden könnte. Die kulturspezifischen Unterschiede müssen also in jeder Interaktion bzw. Kommunikation in Betracht gezogen werden. Trotzdem, wie Watzlawick erklärte, ist Kommunikation Verhalten deswegen können auch sprachliche und kulturelle Missverständnisse in der Kommunikation mithilfe von anderen Mitteln - wie z.B. in unserem Fall mithilfe der Höflichkeit - überschritten werden.

### **1.3. Die zwei Kommunikationsformen**

Laut Watzlawick (2007) gibt es darüber hinaus in der menschlichen Kommunikation zwei Formen zur Darstellung von Sachverhalten: analoge und digitale Kommunikationsformen. Im ersten Fall wird die Kommunikation durch eine Analogie hergestellt, zum Beispiel durch Weinen, Lachen, eine Zeichnung sowie durch die Körpersprachen. Im zweiten Fall, d.h. bei der digitalen Kommunikation, wird Kommunikation durch Inhalte geprägt (Sachbezug der Kommunikation) und durch Namen bzw. Wörter übertragen. Das Wort „Hund“ z.B. benennt ein bestimmtes Tier, jedoch stehen die 4 Buchstaben *h*, *u*, *n* und *d* in keiner Beziehung zu dem bezeichneten Tier: Es besteht nur ein semantisches Übereinkommen für die Beziehung zwischen Objekt und Wort. Sowohl die gesprochene wie die schriftliche Sprache, die beide

auf dem Wechselspiel von Bezeichnetem und Vorstellung beruhen, sind hierdurch laut Watzlawick als *digitale* Techniken - lange vor der Erfindung des Computers - zu bezeichnen. Beide Kommunikationsformen verhalten sich komplementär und überschneiden einander. Mitteilungen durch Analogien kennzeichnen sich durch eine weite Allgemeingültigkeit, während digitale Äußerungen durch abstrakte Ausdrucksmöglichkeiten und sprachliche Feinheiten komplexe aufweisen. Analoge Kommunikation ist überwiegend der Beziehungsebene zuzuschreiben, während sich digitale Mitteilungen meistens dem Inhalt bedienen (vgl. Kadrić /Kaindl/ Kaiser-Cooke 2007). Das vierte Watzlawicks Axiom der Kommunikation besagt also, dass Menschliche Kommunikation sich digitaler und analoger Modalitäten bedient (Watzlawick, 2007:68):

Digitale Kommunikationen haben eine komplexe und vielseitige logische Syntax, aber eine auf dem Gebiet der Beziehungen unzulängliche Semantik. Analoge Kommunikationen dagegen besitzen dieses semantische Potential, ermangeln aber die für eindeutige Kommunikationen erforderliche logische Syntax.

Es ist bereits festgehalten worden, dass es in einer Mitteilung - neben der sachliche Information - ausgedrückt wird, in welcher Beziehung die Kommunikationspartner/innen zueinander stehen. Für die Festlegung dieser Beziehung wird ein bestimmtes Verhalten ausgewählt, das hängt davon ab, wer mit wem kommuniziert. Symmetrisch ist eine Beziehung, wenn beide Kommunikationspartner/innen fragen, kritisieren, Vorschläge machen dürfen. Eine Beziehung ist hingegen komplementär, wenn diese Gleichheit fehlt, also nur ein/e Partner/in zum Beispiel Fragen stellt, für den/die anderen Partner/in aber lediglich das Antworten vorgesehen ist. Symmetrische Kommunikationsabläufe kennzeichnen sich durch Gleichheit zwischen den Kommunikationspartner/innen, wohingegen die komplementären Kommunikationsabläufe die asymmetrische Kommunikation charakterisieren und auf sich gegenseitig ergänzenden Unterschiedlichkeiten beruhen. Während sich im ersten Fall das Streben nach Verminderung von Unterschieden im Vordergrund befindet, sind es in dem komplementären Verhältnis die verschiedenen Positionen, d.h. die dominierende und die sich fügende Stellung, welche sich gegenseitig ergänzen und voraussetzen (vgl. Kadrić /Kaindl/ Kaiser-Cooke 2007). Damit kommt man zum fünften Watzlawicks Axiom (Watzlawick 2007:70): „ Zwischenmenschliche Abläufe sind entweder symmetrisch oder komplementär, je nachdem, ob die Beziehung zwischen den Partnern auf Gleichheit oder Unterschiedlichkeit beruht“.

Kommunikation ist vereinfacht gesagt ein Vorgang der Verständigung, wobei im Mittelpunkt nicht unbedingt eine Information steht. Was der Verständigungsvorgang betrifft, wird dieser Begriff bzw. was *sich verstehen* bedeutet im Abschnitt 1.8. besser erklärt. Die Analyse sowie die Beschreibung der Kommunikation wird aber umso verwickelter, je mehr Faktoren, die die Kommunikationssituationen beeinflussen, in Betracht gezogen werden. Wie bereits geklärt, ist jegliches menschliche Verhalten kommunikativ. Dieses Wissen braucht

man einerseits, um Kommunikationsprozesse im Allgemeinen zu verstehen; andererseits deshalb, weil unbewusst gesetzte Signale beim Kommunizieren eine ausschlaggebende Rolle spielen. Obwohl die beiden Begriffe *Kommunikation* und *Verhalten* in dieser Arbeit praktisch als gleichbedeutend verwendet werden und davon ausgegangen wird, dass man sehr oft unbewusst kommuniziert, ist es zu berücksichtigen, dass andere Autor/innen bzw. Wissenschaftler/innen von Intentionalität beim kommunikativen Handeln sprechen. Diese Wissenschaftler/innen sind der Meinung, dass Menschen miteinander kommunizieren können, wenn sie zu rezipieren bereit sind. Zum Beispiel beschreiben Kadrić /Kaindl/ Kaiser-Cooke (2007:57) *kommunikatives Handeln* als „die zum Kommunizieren gesetzten Aktionen“.

Wir verstehen kommunikatives Handeln nicht als bloßes Verstehen, sondern als ein absichtsvolles, auf ein Ziel ausgerichtetes sprachliches und parasprachliches Handeln, das stets ein Mittel zum Zweck ist. Zum kommunikativen Handeln gehören also alle zielgerichteten sprachlichen, parasprachlichen und nonverbalen Äußerungen, die in der konkreten Situation einen unmittelbaren kommunikativen Wert haben. Kommunikative Handlungen können zwar singulär gesetzt werden, Kommunikation ist aber erst dann möglich, wenn mindestens zwei Menschen ihre kommunikativen Handlungen wechselseitig aufeinander richten. Kommunikative Ereignisse sind reziprok, d.h. man kann kommunizieren, wenn Rezipient/innen bereit sind zu rezipieren - es liegt das Prinzip der impliziten Reziprozität vor. Kommunikation kann daher zustande kommen, wenn die Mitteilungshandlung mit der Verstehenshandlung korrespondiert. Kommunikation ist sodann ein wechselseitiges soziales Ereignis, das von einer bestimmten Intention geleitet wird. (Kadrić /Kaindl/ Kaiser-Cooke 2007: 56f)

Was die Intentionalität des kommunikativen Handelns betrifft, wird sie auch von Burkart (1998) in Betracht gezogen. Diesbezüglich trifft Burkart (1998:52) eine Unterscheidung zwischen *allgemeiner* und *spezieller* Intention: „Jede kommunikativ handelnde Person hat eine *allgemeine* und eine *spezielle* Intention“. Die allgemeine Intention hat Mitteilungskarakter: etwas Bestimmtes kommunizieren zu wollen. Damit wird das beständige Ziel jeder kommunikativen Handlung verfolgt, also das Streben nach Verständigung zwischen den Kommunikationspartner/innen. Die spezielle Intention verfolgt durch kommunikatives Handeln weitere Ziele, wie zum Beispiel ein bestimmtes Interesse realisieren zu wollen. Diese spezielle Zielverfolgung ist variabel und abhängig von den immer unterschiedlichen Kommunikationspartner/innen und ihren Kommunikationsinteressen, die als erfolgreich betrachtet werden, wenn die erwarteten Folgen eintreffen.

#### **1.4. Erfolg und Misserfolg in der Kommunikation**

Ziel dieser Arbeit ist auch zu verstehen, ob es möglich ist, miteinander zu kommunizieren, auch wenn die Gesprächspartner/innen nicht dieselbe Sprache sprechen.

Diese Situation wird in Kapitel 4 analysiert und zwar im Umfeld eines Einzelhandelsunternehmens auf einem italienischen Flughafen. Die Grundlage dafür bildet die Frage, wann Kommunikation als erfolgreich angesehen werden kann und wann nicht.

Bei kommunikativen Handlungen muss zwischen zwei Aspekten unterschieden werden: Kommunikationsversuchen und erreichter kommunikativer Absicht (vgl. Kadrić /Kaindl/ Kaiser-Cooke 2007).

Success in communication concerns the relation between the speaker's communicative intention, the interlocutor's expectation of the message, and communicative effects of the message. Successful communication means that the communicative effects match the intentions. In conversations, an important issue is also to ensure that your point of view is heard and understood, and that you do not lose face or feel threatened. (Clyne 1996:144)

Für erfolgreiche Kommunikation ist somit das Gelingen des entsprechenden Kommunikationsversuches wesentlich, wie Clyne (1996) erläutert. Laut Clyne (1996:144) sind dies die möglichen Folgen eines kommunikativen Aktes:

- 1) Kommunikation, die schon am Anfang erfolgreich ist;
- 2) potentiell misslungene Kommunikation, in der ein Kommunikationsproblem durch die Aushandlung der Bedeutung vermieden wird. Diese Kommunikation ist am Ende erfolgreich;
- 3) gelöste misslungene Kommunikation. Dank der Lösung des kommunikativen Problems ist die Kommunikation am Ende erfolgreich;
- 4) misslungene Kommunikation, die nicht gelöst werden kann;
- 5) misslungene Kommunikation, in der man nicht versucht, eine Lösung zu finden.

Es wurde bereits am Anfang des Kapitels geklärt, wie und warum man nicht *nicht* kommunizieren kann. Wenn dies nicht außer Acht gelassen wird, wird festgestellt, dass andere Sprachforscher/innen wie Michael Clyne in diesem Zusammenhang von *non-communication* sprechen. Clyne (1996:147f) macht insbesondere einen deutlichen Unterschied zwischen *non-communication*, in der keine Aussage vermittelt wird, und *miscommunication*,

where an unintended message is communicated. Miscommunication is more serious because it can pass unnoticed by either party, something that can exacerbate ethnic and racial stereotypes and cause communication conflict in which dignity and/or trust are threatened.

Da Kommunikation ein bilateraler Prozess ist, kann ein Problem der Kommunikation erkannt werden von:

- 1) Einem/r de/der Sprecher/innen;
- 2) Einem/r anderen;

- 3) Beiden Sprecher/innen;
- 4) einer anderen Person, die als Vermittler/in auftritt.

Clyne (1996) fragt darüber hinaus, ob die unterschiedlichen Kulturen bereit und willens sind zuzugeben, dass Probleme bei der Kommunikation entstehen können und diese eventuell lösen zu wollen.

In most instances, people, regardless of their cultural background, are prepared to admit that there has been non-communication or miscommunication when it comes to lexical and contextual issues. There is rarely any occasion explicitly to apportion blame. The person who does not understand tends to admit it. The problem is grasping the hidden, culture-based implications of communicative behavior. These often go unnoticed or are misinterpreted across areal cultures without negotiation of meaning. (Clyne 1996:151)

Harras (2003) wirft folgende Frage auf: Will man wirklich auch alles, was er/sie kann, sprachlich ausdrücken? Laut Harras (2003:49), „was wir sagen wollen, ist an unseren kommunikativen Bemühungen und diese wiederum am kooperativen Bemühen um gegenseitige Verständigung orientiert. [...] Konvention ist eine Seite der Medaille der Sprachbeherrschung, Kooperation ist die andere“. Konventionen charakterisieren eine Gruppe als Gruppe; Kooperation hingegen „eröffnet individuelle Freiräume“ (ebd., 49): Wenn man jedoch den jeweils anderen als Teilnehmer/in derselben Lebensform betrachtet, wird deutlich, dass „Kooperation Individuelles in Kollektiver zu überführen ermöglicht“ (ebd., 49). Kommunikation ist also nicht nur durch Intentionalität, sondern ebenso durch Kooperativität zwischen den Gesprächspartner/innen bestimmt. Wie Knoblauch (1991:453) feststellt, liegen die Missverständnisse in der Kommunikation „nicht nur in Unterschieden des Kodes begründet; vielmehr hindern unterschiedliche Konventionen der *Kontextualisierung* die Beteiligten daran, die Perspektive der anderen zu verstehen und kooperativ Aktivitäten zu vollziehen“. Kooperation wird in der vorliegenden Arbeit im Sinne des von Knoblauch (1991) erklärten Kooperationsbegriffs betrachtet, der sich auf die von John J. Gumperz in den 70er Jahren entwickelten *Interaktionalen Soziolinguistik* stützt.

Gumperzs Soziolinguistik liefert einen wesentlichen Beitrag zur Forschung allgemeiner Strukturen der Kommunikation, wobei das kommunikative Handeln als Prozess der Kontextualisierung verstanden wird. Kontexte sind „lokale soziale Strukturen, die durch die kommunikativen Handlungen hervorgebracht werden“ (Knoblauch 1991:447). In diese Zusammenhang entwickelt Gumperz aus der von ihm und Dell Hymes begründeten *Ethnographie der Kommunikation* (1962)<sup>1</sup> eine Theorie der Kontextualisierung, die das kommunikative Handeln sprachlicher und nichtsprachlicher Art als integrierte Bestandteile sozialer Kommunikationssituationen und als Mittel zur Entwicklung und Aufrechterhaltung der sozialen Strukturen berücksichtigt. Die Ethnographie der Kommunikation kann also nicht

---

<sup>1</sup> Die *Ethnographie der Kommunikation* (auch *Ethnographie des Sprechens*) nimmt ihren Anfang 1962 mit einem Sonderband der Zeitschrift *American Anthropologist*.

mit der Pragmatik, die sich neben Grammatik und Semantik stellte, verglichen werden, weil sie „die Sprache als lediglich ein Mittel der kommunikativen Interaktion unter anderen“ betrachtet. Knoblauch erklärt (1991:449), dass:

Wie Gumperz (1990b:2<sup>2</sup>) herausstellt, ist „es die Interaktion selbst, die als unmittelbarste Determinante“ der Kommunikation fungiert. Kommunikation, d.h. wechselseitiges, zeichenhaftes Wirkhandeln, ist keine Funktion außersprachlicher Kontexte; vielmehr werden soziale Kontexte mittels kommunikativer Interaktionen hervorgebracht; erst dies ermöglicht Verstehen von Sinn und Bedeutung. Überdies beschränken sich die Mittel zur interaktiven Erzeugung von Kontexten keineswegs auf die Sprache; vielmehr spielen nonverbale Elemente eine wichtige, oftmals entscheidende Rolle in kommunikativen Abläufen.

Daher wird es notwendig, neben den linguistischen Elementen ein zusätzliches soziales Merkmal in Betracht zu ziehen: Die handelnden Personen kommunizieren nicht nur mit Sätzen, die Wissen „über“ die Welt vermitteln, „sie stellen ihre Äußerungen zugleich in einen Kontext und ermöglichen so dem Rezipienten Verstehen“ (Auer 1986:23). Diese Betrachtung der Kommunikation aus einer soziolinguistischen Perspektive unterstützt den Ausgangspunkt der vorliegenden Arbeit, da angenommen wird, dass Kommunikation nicht nur durch Sprache erfolgt, sondern auch soziokulturelle bzw. kulturspezifische Aspekte in der besonders interkulturelle Kommunikation ins Spiel kommt.

Laut Harras (2003) wird Kooperativität außerdem durch ein allgemeines Prinzip von Kooperation und vier speziellen Maximen expliziert, worauf der zweite Teil der Kommunikationstheorie bzw. -Modell von Herbert Paul Grice beruht. Das Gricesche Modell wird im Folgenden bzw. in Kapitel 2 in Bezug auf die theoretischen Grundlagen der verbalen Höflichkeit in Betracht gezogen, da dieses Modell bei der Forschung im Bereich der Kommunikation bzw. der verbalen Höflichkeit ausschlaggebend ist.

Man darf jedoch nicht außer Acht lassen, „dass gegenseitiges Verständnis nicht immer zustande kommt. Soll Kommunikation gelingen, so dürfen die menschlichen Motive und Einstellungen nicht missachtet werden“ (Kadrić /Kaindl/Kaiser-Cooke 2007:58). Jeder Mensch hat wiederum eine klassifizierte Erfahrung der Welt und wird von seiner Kultur geprägt, welche wiederum seine Ausdrucksweise prägt. Das gilt sowohl für die Sprache als auch für die parasprachlichen und nonverbalen Zeichen. Man kann generell festhalten, dass sich in kommunikativen Handlungen individuelle Wertvorstellungen sowie Varianten der Realität, Traditionen und kulturspezifische Konventionen ausdrücken. Wie bereits mehrmals festgestellt wurde, ist ein Gutteil dieser Verhaltensformen unbewusst. Jeder Mensch kann von Erfahrungen erfolgloser Kommunikation berichten. Oft dringt nur das vage Gefühl ins Bewusstsein, dass sich der/die Gesprächspartner/in falsch verhält, ohne zu wissen, woran es liegt. Wie sich bereits herausgestellt hat, beeinflusst Kultur die Beziehungen zwischen

---

<sup>2</sup> Gumperz, J. J. (1990b) *Speech community in interactional perspective*. Vortrag bei 2. Konferenz der International Pragmatics Association, Barcelona, 9.-13. Juli

Menschen. Ob diese kulturellen Auswirkungen positiv oder negativ sind, macht keinen Unterschied. Es ist notwendig zu verstehen, dass bestimmte Verhaltensweisen immer unerklärlich bleiben werden, solange sie nicht in einem weiteren Kontext bzw. in dem entsprechenden kulturellen Rahmen gesehen werden.

Daraus ergibt sich die folgende Frage: Was macht eine Person zu einem/einer guten bzw. erfolgreichen Kommunikator/in? Laut Clyne (1996:153) sind erfolgreiche Kommunikator/innen, diejenigen, die sich von ihren eigenen Erwartungen bei der Kommunikation und denen ihrer Gesprächspartner/innen bewusst sind: „They express themselves in as ‘culturally neutral’ a way as possible and know which questions to ask to resolve potential causes of communication breakdown“. In der vorliegenden Arbeit wird trotzdem angenommen, dass erfolgreiche Kommunikator/innen diejenigen sind, die kommunizieren können, ohne seine/ihre Erwartungen bzw. Ziele direkt und bewusst auszudrücken. In diesem Sinne kann die Kommunikation auch ohne die Verwendung bzw. die Beherrschung einer bestimmten Sprache erfolgen.

Wie bereits erwähnt, gehört zu Kommunikation auch all das, was bei den Empfänger/innen ankommt und von ihnen nach ihren gewöhnlichen kulturellen Mustern interpretiert wird. Der Kommunikation über kulturelle Grenzen hinweg bzw. die interkulturelle Kommunikation wird erschwert, wenn die Verbindung durch die gemeinsame Sprache, die gemeinsamen Standardisierungen und die gesellschaftlichen Institutionen fehlt. Die erfolgreiche Verständigung in einer natürlichen Kommunikationssituation setzt überdies viel mehr voraus als die Verbalisierung des Sprachwissens im engeren Sinne. Wie bereits erwähnt, zeigt die Betrachtung des Sprachprozesses deutlich, dass beim Sprechen eine Intention vorliegt, also dass man durch die sprachliche Äußerung etwas erreichen möchte. Dieses Ziel kann sowohl subjektiv als auch sozialer Natur sein, wie beispielsweise eine gute Beziehung zu seinen/ihren Nächsten pflegen zu wollen. Zum Erreichen des Ziels wählt man aus unterschiedlichen Möglichkeiten ein Handlungsmuster aus, das ihm/ihr geeignet erscheint. Man benutzt dabei sein/ihr Wissen über Handlungsregeln und -Konventionen und greift auf indirekte und direkte Erfahrungen zurück, die man im Sozialisationsprozess im eigenen Kulturkreis erworben hat.

Laut Sugitani (1997:41) z.B. wird so die Kulturgebundenheit des Wissens erklärt:

Die Kulturgebundenheit des Wissens über Interaktionshandlungen und -verhalten, das den Aspekt der situationsgebundenen Routinemäßigkeit der Handlung betont, scheint jedoch bei interkulturellen Interaktionssituationen nicht so bewusst reflektiert zu werden wie das Kommunikationsmittel: Sprache.

In Hinblick auf das Erreichen des Ziels wirkt allerdings das Wissen über eine Handlungskonvention oder -regel unter Umständen schwerer als die sprachliche Äußerung. So versucht man je nach dem Handlungsmuster, das für das Erreichen des Ziels -meist unbewusst- ausgewählt wird, darüber zu entscheiden, ob man in der Situation überhaupt

sprechen oder lieber schweigen, und wenn man spricht, was und wie spricht. Zu den wichtigsten Vorentscheidungen gehört auch die Frage, mit wem man spricht. Dieses Wissen ist weniger als Sprach- als Handlungswissen zu bezeichnen (vgl. Hermann / Grabowski 1994). Für die Erklärung wichtiger Aspekte der interkulturellen Kommunikationsfähigkeit, wenn sie als Handlungsfähigkeit betrachtet wird, sollte man die Analyseebene von der linguistischen auf die Handlungsebene erweitern, um Kommunikation als wechselseitige zwischenmenschliche Beeinflussung angemessen betrachten zu können: „Die Kommunikation“, laut Sugitani (1997:44), „ist somit als ein Teil der zielgerichteten, interaktiven Handlungskomplexe zu verstehen, in die die sprachliche Äußerung meistens eingebettet ist“.

Der Erfolg oder Misserfolg einer Äußerung hängt vom gesamten Handlungsgeschehen ab, in welches das Sprechen jeweils eingebunden ist. (Hermann / Grabowski 1994:268)

Daraus ergibt sich, dass erfolgreiche Kommunikation bzw. Interaktion bei den Gesprächspartner/innen außer Sprachwissen auch intersubjektiv geltendes Verhaltens- und Handlungswissen erfordert. Dieses Verhaltenswissen hat eine regulierende Funktion in der sozialen Interaktion: Es reguliert die Ausführung der eigenen sowie die Rezeption der Gesprächspartner/innenhandlung. Dieses verhaltensregulierende Wissen, das zum Großteil in der Sozialisation erworben wird und an Kultur gebunden ist, wird von Thomas (1993:381) *Kulturstandard* genannt und wie folgt definiert:

Unter Kulturstandards werden alle Arten des Wahrnehmens, Denkens, Wertens und Handelns verstanden, die von der Mehrzahl der Mitglieder einer bestimmten Kultur für sich persönlich und andere als normal, selbstverständlich, typisch und verbindlich angesehen werden. Eigenes und fremdes Verhalten wird auf der Grundlage dieser Kulturstandards beurteilt und reguliert.

Wie sich durch die Definition von Thomas herausstellt, spielen Kulturstandards in der Interaktion zwischen Kulturangehörigen eine verbindliche Rolle und gelten meistens als normal bzw. als selbstverständlich. In einer kulturellen Überschneidungssituation kann es aus diesem Grund vorkommen, dass der/die Interaktionspartner/in aufgrund anderer Kulturstandards eine erwartungswidrige Reaktion erkennen lässt und der/die andere Partner/in diese mit eigenkulturellen Verhaltensweisen versteht bzw. interpretiert und persönlich bewertet. Anders als *Sprachfehler* wird der mögliche *Fehler* der Verhaltensweise nicht für Fehlen kulturspezifischen Wissens neutral gehalten, sondern oftmals emotional negativ bewertet und kann die weitere Kommunikation gefährden. Daraus resultiert, wie relevant das implizite soziokulturell erworbene Handlungswissen bei der interkulturellen Kommunikation sein kann, das in der Interaktion wirksamer werden kann als das deklarative, eher abstrakte Wissen über die Gesprächspartner/innenkultur (vgl. Sugitani 1997).

## 1.5. Interkulturelle Kommunikation

Was bedeutet aber genau *interkulturell*? Wodurch zeichnet sich die interkulturelle Kommunikation aus? Das Konzept der interkulturellen Kommunikation ist für die vorliegende Arbeit von großer Bedeutung, da die sprachliche Höflichkeit als Teil von interkultureller Kommunikation und als wichtiger Aspekt von Sprache angesehen wird. Translator/innen treten außerdem als Vermittler/innen zwischen unterschiedlichen Kulturen auf, sodass Übersetzer/innen und Dolmetscher/innen vor der Aufgabe stehen, zugleich zwischen Sprachen und Kulturen zu vermitteln. Sie sind also interkulturelle Kommunikator/innen par excellence (vgl. Göhring 2003).

Bei dem Terminus *interkulturell* handelt es sich um einen schwer fassbaren Begriff. Man geht davon aus, dass Sprach- und Kulturkontakte bei Auslandsaufenthalten privater oder beruflicher Art normalerweise stattfinden. Sie finden sich in der Nachbarschaft, in der Familie, am Arbeitsplatz und auf Behörden. Trotzdem muss man betrachten, dass auch innerhalb der einzelnen Gesellschaften verschiedener Kultur- und Sprachgemeinschaften leben. In der Fachbezeichnung *interkulturelle Kommunikation* ist vor allem Watzlawicks Theorie für das Verständnis der Komponente *Kommunikation* grundlegend. Das interdisziplinäre Forschungsgebiet *interkulturelle Kommunikation* entstand Ende der 60er Jahre in den Vereinigten Staaten. Schwerpunkt der Forschung über interkulturelle Kommunikation ist und war die Untersuchung all dessen, was abläuft, wenn Personen unterschiedlicher Sprach- bzw. Kulturzugehörigkeit miteinander umgehen.

Wenn Menschen verschiedener Kulturen einander begegnen, bezeichnen wir die Prozesse, die dabei ablaufen, als *interkulturelle Kommunikation* oder auch als *interkulturelle Interaktion*.“ [...] Von interkultureller Interaktion und Kommunikation sprechen wir, wenn die Begegnungspartner verschiedenen Kulturen angehören und wenn sich die Partner der Tatsache bewusst sind, dass der jeweils andere „anders“ ist, wenn man sich also wechselseitig als „fremd“ erlebt. Als „interkulturell“ werden alle Beziehungen verstanden, in denen die Beteiligten nicht ausschließlich auf ihre eigenen Kodes, Konventionen, Einstellungen und Verhaltensformen zurückgreifen, sondern in denen andere Kodes, Konventionen, Einstellungen und Alltagsverhaltensweisen erfahren werden. Dabei werden diese als fremd erlebt und/oder definiert. *Interkulturell* sind daher alle jene Beziehungen, in denen Eigenheit und Fremdheit, Identität und Andersartigkeit, Familiarität und Bedrohung, Normalität und Neues zentral Verhalten, Einstellung, Gefühle und Verstehen bestimmen. *Interkulturell* sind alle jene menschlichen Beziehungen, in denen die kulturelle Systemhaftigkeit durch die Überschreitung der Systemgrenzen erfahren wird. (Maletzke 1996:37)

Was den Begriff *interkulturell* betrifft, unterscheiden Knapp & Knapp-Potthoff (1997) überdies interkulturelle Kommunikation im engeren und weiteren Sinne anhand der Definitionen von Redder/ Rehbein (1987). In diesem Zusammenhang sprechen Knapp & Knapp-Potthoff (vgl. 1997:7) von „interkultureller Kommunikation i.e.S.“, wenn die Kommunikation zwischen Angehörigen verschiedener Gesellschaften und verschiedener

Sprachen stattfindet, zum Beispiel zwischen ausländischen Arbeitern und Deutschen. Um „interkultureller Kommunikation im weiteren Sinn“ handelt es sich „bei der Kommunikation zwischen Angehörigen verschiedener Gruppen *einer* Sprache und *einer* Gesellschaft“ (Knapp & Knapp-Potthoff 1997:7), das heißt, dass hier die Kommunikation bei dem Kontakt zwischen Arbeitern und Intellektuellen vorliegt.

## 1.6. Interkulturalität

Wie beschrieben, zielt interkulturelle Kommunikation auf die kommunikative Dimension der Beziehungen zwischen Angehörigen verschiedener Kulturen, auf verbaler, nonverbaler und medialer Ebene ab. Der Begriff *Interkulturalität* ist aber auch zu betrachten, da er seinerseits alle Phänomene betrifft, die sich aus dem Kontakt zwischen unterschiedlichen Kulturen abzeichnen, aber nicht notwendigerweise eine kommunikative Dimension (im engeren interaktionalen Sinn) aufzeigen (vgl. Lüsebrink 2012). Es geht dabei zum Beispiel um Phänomene der Sprachmischung; Formen der Kulturmischung bzw. des kulturellen Synkretismus wie in der Kleidung oder in der Architektur; Prozesse der kreativen Integration von Elementen fremder Kulturen, die sich in Bereichen wie Literatur, Theater oder bildende Kunst zeigen. Der Begriff *Interkulturalität* ist umfassender als der Begriff der Interkulturellen Kommunikation, weil er schwerpunktmäßig Resultate und Konsequenzen interkultureller Kommunikationsvorgänge betrachtet:

Die Beeinflussung Picassos etwa durch die afrikanische Kunst oder der Einfluss des balinesischen Theaters auf die Konzeption des Avantgardetheaters durch Antonin Artaud z.B. beruhten jeweils auf interkulturellen Begegnungen und Kommunikationsvorgängen, d.h. der Konfrontation und dem kreativen Dialog der beiden Künstler mit außereuropäischen Künstler/innen und ihren Werken, vor allem im Kontext der Pariser Weltausstellungen 1900 und 1937.  
(Lüsebrink 2012:13f)

Wie mehrmals in dieser Arbeit darauf hingewiesen wird, ist interkulturelle Kommunikation „die interpersonale Interaktion zwischen Angehörigen verschiedener Gruppen, die sich im Blick auf die ihren Mitgliedern jeweils gemeinsamen Wissensbestände und sprachlichen Formen symbolischen Handelns unterscheiden“ (Knapp & Knapp-Potthoff 1990:66). In diesem Sinne liegt daher Kommunikation nicht nur in den Worten, sondern in jeder Art von Verhalten, wie Gestik, Körperhaltung und so weiter. Dabei kommt es sehr oft vor, dass dieses Verhalten fehlinterpretiert oder sogar nicht verstanden wird. Was ist aber *verstehen* und was *nicht*?

## 1.7. Verstehen

Zur sprachlichen Verständigung gehören bekanntlich mindestens zwei Personen: ein/e Sprecher/in und wenigstens ein/e Hörer/in. Der/die Sprecher/in will etwas sagen bzw. kommunizieren, der/die Hörer/in will verstehen, was der/die Sprecher/in sagt bzw. kommuniziert. Verstehen charakterisiert also die menschliche Verständigung und ist Teil der Kommunikation. Daher ist notwendig, besser zu erklären, was das Konzept Verstehen bedeutet. Verstehen bringt die Fähigkeit mit sich, die Intentionen des/der anderen Gesprächspartners/in zu erkennen bzw. zu erfassen. Intentionen erfassen muss unabhängig sein von konventionellen Zeichen. Man kann ja verstehen, was jemand meint, ohne dass man seine/ihre Worte genau versteht: „Die Deutung geht über die Bedeutung hinaus“ (Heringer 2004: 47).

Was der/die Partner/in gar nicht gemeint hat, zu verstehen, setzt außerdem einen wesentlich anderen, nämlich einen Verstehensbegriff voraus: Dieser scheint oft beim Interesse an der Körpersprache eine Rolle zu spielen, die verraten soll, was der/die Sprecher/in nicht kundgeben will. Man könnte sich dann fragen: Ist das Kommunikation? Laut Gumperz (1975:85) setzt Verstehen voraus, dass:

Die Interaktionspartner müssen, um kommunikativen Handlungen Bedeutungen zuordnen zu können, einerseits über eine gemeinsame Grammatik, andererseits über gleiche Hintergrundsannahmen verfügen und die gleichen Regeln der Sprachverwendung befolgen. Als kommunikative Handlungen zählen dabei nicht nur Sprechhandlungen, sondern auch all die zahlreichen kinetisch-paralinguistischen Elemente, die in die Face-to-Face-Interaktion eingehen.

In diesem Kapitel wird im Folgenden darüber hinaus erklärt, dass auch Körpersprache Teil der Sprache bzw. der Kommunikation ist. Daher kann sie ebenso als Kommunikationsmittel betrachtet werden.

Wenn man etwas verstanden hat - oder einfach denkt, dass er/sie etwas verstanden hat - bleibt aber immer die Frage offen, was er/sie eigentlich verstanden hat. Eine andere Frage muss infolgedessen gestellt werden: Gibt es dafür ein Kriterium des guten oder richtigen Verstehens? Laut Heringer (2004:48):

Zur Beurteilung dessen, was wir überhaupt verstehen, gibt es kein vorgängiges allgemeines Kriterium, das zu bewerten gestattet, ob ein Verständnis gut oder schlecht, falsch oder richtig ist. Alles bleibt eigentlich in der Schwebe. Ein gutes - wenn auch nicht letztes - Kriterium des Verstehens ist, dass Sie mit einem Verständnis zufrieden sind, dass es für Sie passt, dass es keine weitere Probleme aufwirft.

Cooke (2012) ist der Auffassung, dass ein entscheidendes Kriterium für etwas Gesagtes in Zusammenhang mit dem eigenen Leben des/der Sprechers/in gestellt und betrachtet werden muss. Was der/die Sprecher/in kommunizieren will, kann man verstehen, solange man die

Wichtigkeit (d.h. *relevance*) des Gesagtes bei dem/die Gesprächspartner/in erkennt. Was der/die Sprecher/in kommuniziert hängt von einem „relevance factor“ ab, der eng mit dem Denken und Lebens einer Person verbunden ist.

But what do people actually do when they understand something (or don't understand, for that matter)? When I speak of understanding in this article, I take it to mean the following: to understand is to recognize a piece of information as relevant for one's life, relate to it on an emotional level and find a place for it in one's own way of thinking and speaking. In order to understand something, it is necessary to realise that it matters in some way or the other. You can only understand something that is relevant to your life, that is meaningful in the world and reality you live in. [...] Understanding is tied to the way a person lives, thinks, feels and speaks. The way a person understands always depends on the relevance factor(s) in his or her specific situation. [...] What is the relevance factor? The relevance factor is the way a certain piece of (scientific) information fits (or can be made to fit) the audience's modes of living, thinking, feeling and speaking. It is the way in which any piece of (scientific) information is or can become meaningful in the lives of listeners or readers.  
(Schmid 2012:28ff)

Wichtig für die vorliegende Arbeit sind außerdem die Methoden, die in dynamischen Prozessen verwendet werden, um das Verständnis zu verbessern. Diese sind vor allem im Gespräch mit Nicht-Muttersprachler/innen von großer Bedeutung, wie es im Fall des Geschäfts am Flughafen ist. Heringer (2004:49) gibt zum Beispiel die folgenden Methoden an:

- Hervorheben der relevanten Elemente;
- Wiederholungen;
- Reformulierungen;
- Formulierungsvorschläge;
- Verstehensabsichernde Nachfragen, wie z.B. „Verstehen Sie?“;
- Übersetzungen;
- Rückgriffe auf die Muttersprache.

Heringer (2004) führt außerdem ein Beispiel für die Verwendung dieser Methoden an. Es handelt sich um ein Gespräch, das zwischen einer muttersprachlichen Sprecherin (A) und einer nicht-muttersprachlichen Sprecherin (S) stattfindet. Dieses ist für die vorliegende Arbeit erwähnenswert, weil es in einer interkulturellen Kommunikation eingebettet ist. Der Dialog wird im Folgenden zitiert wie er in Heringer (2004:50) angesprochen wird:

S: caffè?

A: ja bitte. das ist ja wirklich sehr schön hier auf dem balkon.

S: balkon, ja.

A: sie haben ja früher woanders gewohnt, oder? also ich meine eine andere wohnung, in der sie gewohnt haben, früher als sie noch nicht hier waren. verstehen sie?

S: nicht hier.

A: ja, also jetzt wohnen sie hier und vorher haben sie in einer anderen straße gewohnt, woanders, verstehen sie?

S: anderes, ja, ahornestraße, andere seite

A: wie heißt die straße? verstehen sie? den namen von der straße. also jetzt hier das ist die eschenhofstraße und die andere straße wie heißt die?

S: anderes ahornestraße

A: wie?

S: ahornestra-

A: ach ahorner straße, ja das ist ja gleich dort drüben, und gefällt es ihnen hier gut? äh, wohnen sie hier gerne. es ist ja eine sehr schöne wohnung, verstehen sie?

S: ja, wohnung gut, balkon gut, kinder au, kinder.

A: ja die daniela kommt jetzt dann bestimmt gleich wieder und ihr sohn, wo ist der? ihr sohn ist in der arbeit oder?

S: ja, sohn arbeit, äh spät kommt.

Im vorliegenden Fall werden Methoden wie das Wiederholen, das Reformulieren, das Formulierungsvorschlagen und das verstehensabsichernde Nachfragen, wie z.B. „Verstehen Sie?“, verwendet. Wie in diesem Dialog beobachtet werden kann, ermöglicht die Anwendung von diesen Methoden das zwischenmenschliche Verständnis in einem Gespräch mit Nicht-Muttersprachler/innen.

## 1.8. Intrakulturell oder interkulturell

Es wurde also die Bedeutung von *sich verstehen* geklärt, was in der Kommunikation von wesentlicher Bedeutung ist und deshalb auch für die vorliegende Arbeit grundlegend. Die Verständigung zwischen Personen aus deutlich unterschiedlichen Gruppen wird als „interkulturelle Kommunikation“ bezeichnet. Etwas vereinfacht könnte man auch aussagen, dass die Verständigung innerhalb einer Gruppe oder Gesellschaft *intrakulturell* ist, die über Gruppengrenzen hinweg jedoch *interkulturell*. *Intrakulturell* ist die Verständigung innerhalb von regionalen und sozialen Gruppen, deren Angehörige eine Lebensform teilen, das heißt, dass sie alle etwa über dieselben Erfahrungen verfügen, dasselbe Wissen und dieselbe Weltsicht. Sie verhalten sich also in einer für sie typische Weise (vgl. Schefflen 1964). Grundsätzlich gibt es zwischen Kulturen und Lebensweisen jedoch immer Übergänge und Interferenzen. Man richtet insbesondere am Anfang von Begegnungen sein/ihr Augenmerk zumeist nicht auf das, was man als Mensch verbindet, sondern auf das Andersartige bzw. Befremdliche. Dabei kommt es oft vor, dass man sich auf das konzentriert, was ihm/ihr besonders auffällt, nur weil es in seiner/ihrer eigenen Kultur nicht existiert, auch wenn es in

der anderen Kultur vielleicht gar keine herausragende Rolle spielt. So halten beispielsweise viele Europäer das Schweigen für 'typisch japanisch'. Schweigen stellt ein treffendes Beispiel von Kommunikation bzw. nonverbale Kommunikation dar, welche wie die Kommunikation zu wesentlichen Teilen kulturspezifisch überformt ist. Damit entstehen Schwierigkeiten bzw. Missverständnisse bei der interkulturellen Kommunikation, besonders auch hier wieder jede Seite davon überzeugt ist, dass *ihre* Formen die einzig richtigen und die Formen der anderen sonderbar sind (vgl. Maletzke 1996).

Wie es von Ernst Apeltauer deutlich gemacht wird, ist eine Beschränkung auf verbale Aspekte interkultureller Kommunikation im Hinblick auf die Forschung nicht genug (vgl. Knapp-Potthoff / Liedke 1997). Die vorliegende Arbeit wird daher von der Theorie von Ernst Apeltauer (vgl. Knapp-Potthoff/Liedke 1997:17-39) unterstützt, der sich mit nonverbaler Kommunikation als einem wichtigen Gebiet kontrastiver Forschungen beschäftigt hat.

## 1.9. Nonverbale Kommunikation

Ogleich die Sprache das leistungsfähigste und differenzierteste Instrument zwischenmenschlicher Kommunikation ist, ist sie doch nicht das einzige. Eine große Zahl an Verhaltensformen dient gleichfalls der Bedeutungsvermittlung, und diese Verhaltensweisen fassen die Wissenschaftler/innen unter der Bezeichnung *nicht-verbale* oder *nonverbale* Kommunikation zusammen (Maletzke 1996). Manche Forscher - wie J. Spiegel/ P. Machotka (1974) oder A. Wolfgang- ziehen den Begriff Körpersprache vor, der jedoch nur einen Teil der nichtverbalen Kommunikation abdeckt. Da der Forschungsgegenstand so komplex ist, ist es bis heute nicht gelungen, die verschiedenen Formen plausibel und systematisch zu differenzieren. Fast jede/r Forscher/in, der/die sich mit der nonverbalen Kommunikation beschäftigt, gliedert den Bereich anders. Am bekanntesten ist die Liste von Argyle (1979); weiters sind folgende Formen zu unterscheiden (Maletzke 1996:76):

- Kinesik (Körpersprache);
- Proxemik (Raum, Distanz);
- Orientierungswinkel (der Winkel, in dem man zu einer anderen Person steht);
- äußere Erscheinung einer Person (einschließlich Kleidung und Schmuck);
- Haltung, Stehen, Sitzen u. a. (Englisch: *posture*);
- Kopfbewegungen;
- Gesichtsausdruck bzw. Mimik, d.h. die Vorgänge im Bereich des Gesichts (dazu gehören u.a. Ausdrucksweisen wie Weinen und Lachen);
- Gestik („Körpersprache“ im engeren Sinne, also das, was man mit Hilfe von Körperbewegungen mitteilt);
- Blickkontakte;

- Paralinguistik (bei dieser Sichtweise geht es nicht darum, was ein Mensch sagt, welche Inhalte er also zu vermitteln sucht, sondern es geht um das *wie*, um die Art und Weise des Sprechens).

Wie beschrieben wurde, wird die Bezeichnung *Körpersprache* oft als Synonym für *nonverbale Kommunikation* gebraucht. Apeltauer verwendet hingegen den Ausdruck in einem weiteren Sinne und damit verweist er nicht nur auf konventionalisierte Mimik und Gestik, sondern auch auf kulturspezifische Verhaltensweisen (Bewegung, Haltung). Denn in Gesprächen und Interaktionen werden nicht nur konventionalisierte Gesten und sprachliche Zeichen gebraucht und gedeutet, sondern auch allgemeine Verhaltensformen (vgl. Knapp & Knapp-Potthoff 1997). Apeltauer unterscheidet verschiedenartige Dimensionen von Körpersprache, die in Hinsicht auf ihr Verständigungssicherungs- und Missverständnispotential bei der interkulturellen Kommunikation je unterschiedlich zu bewerten sind. Bei der Verständigung wirken normalerweise unterschiedliche Kanäle - visuell, auditiv, haptisch, olfaktorisch - zusammen. Dadurch nutzt ein/eine Sprecher/in seine/ihre Mimik, Gestik, Stimme und Haltung, um seine/ihre Äußerungen zu tun bzw. zu gewichten. Ein/eine Hörer/in gibt mit Hilfe solcher Mittel Rückmeldung darüber, ob er/sie Äußerungen verstanden hat, oder er/sie deutet an, wie er/sie zu inhaltlichen Aussagen oder zum/zur Gesprächspartner/in steht. Solche Rückmeldungen des/der Hörers/in werden von dem/der Sprecher/in überwacht und bei der weiteren Sprechplanung betrachtet.

Im Sinne einer empirischen Analyse und einer Betonung der Rolle nonverbaler Mittel untersuchte Alfred Schütz (1979) die feingliedrige Koordination verbaler und nonverbaler Handlungsabläufe in Interaktionen, was er „Synchronisation der Bewusstseinsströme“ nennt. Knoblauch (1991) führt mehrere Beispiele von Kontexten an, wo diese Koordination stattfinden kann: psychotherapeutische Sitzungen (Schefflen), Footballspiele (Pike), das Rauchen einer Zigarette (Birdwhistell), das Blickverhalten beim Küssen (Kendon) oder Beratungsgespräche in Hochschulen (Erickson und Schultz 1982). Bei diesen Untersuchungen stellt sich etwas heraus, wie Gesten und Blicksignale zur Steuerung der Aufmerksamkeit und zur Koordinierung von Redezügen systematisch eingesetzt werden (Goodwin), wie Körperorientierung und Blicke zur Strukturierung von Arzt-Patienten-Interaktionen dienen (Heath) oder wie sich Interaktionsrhythmen in Gesprächen in der Familie einspielen (Erickson).

Sich mit Händen und Füßen zu verständigen, bedeutet nicht notwendigerweise, dass man das, was er/sie vermittelt will, auch tatsächlich vermitteln kann. Es bedeutet aber, dass man subjektiv den Eindruck bekommt, dass eine Verständigung stattgefunden hat. Man nimmt an, dass sein/ihr Gesprächspartner/in weiß, worüber sie sich verständigen wollten, und vielleicht auch, was das Ziel ihrer Bemühungen war. Anders ausgedrückt: Unter bestimmten Voraussetzungen versucht man Sprache durch Körpersprache zu ersetzen oder sprachliche Bedeutungen durch den Einsatz von Gestik, Blicken, von Mimik, Körperhaltung und Stimme

zu erläutern und abzusichern. Dies ist im intrakulturellen Kontext zumeist ohne großen Aufwand möglich, weil in einer kulturellen oder subkulturellen Gruppe jede/r die Konventionen für die Verwendung der Körpersprache kennt sowie die Sprache beherrscht. Natürlich darf man auch nicht vergessen, dass es in jeder Kultur bestimmte Präferenzen für nonverbale und verbale Kodierungen gibt, welche je nach Situation und kommunikatives Ziel können. Aufgrund unterschiedlicher Konventionen sowie Erfahrungen und Weltvorstellungen, kann es im interkulturellen Kontext zu Missverständnissen kommen denn, wie bereits erläutert, in den meisten Fällen, in denen sich Angehörigen aus unterschiedlichen Kulturen gegenüberstehen, sind die Voraussetzungen komplizierter als bei intrakultureller Kommunikation. Nun wird Körpersprache nicht nur als Begleitung oder Substitution für die Sprache gebraucht, sondern auch autonom, insbesondere zum Ausdruck eigener Einstellungen sowie zur Spezifizierung von Beziehungsaspekten und zur Verdeutlichung eigener Identität. All dies ließe sich natürlich auch verbal ausdrücken und es wird zum Teil verbalisiert. Oft wird dafür jedoch nonverbale Mittel bevorzugt, weil „bodily signals are more effective than language in the communication of affects and interpersonal attitudes“ (Feyereisen/ de Lannoy 1991:62). Häufig verfügt ein/e Gesprächspartner/innen nur über eine monokulturelle Kompetenz und beherrscht ebenso die Sprache nicht auf einem hohen Niveau. Unter solchen Bedingungen werden Aussagen und Verhaltensweisen nicht immer korrekt verständlich bzw. dekodierbar sein. Die Verständigung bzw. die Dekodierung wird zum Beispiel nach Regeln der Sprache S2 und/oder einer Kultur K2 erfolgen, die nicht oder nur zum Teil den Regeln der Sprache S1 und Kultur K1 entsprechen, welche zur Kodierung gebraucht wurden. Somit kommt es zu einer Divergenz zwischen intendierter und rezipierter Bedeutung. Nonverbale Mittel scheinen infolgedessen auf den ersten Blick die Kommunikation besonders dann zu sichern, wenn die Fremdsprache nicht beherrscht wird. Durch Mimik, Gestik Tonfall der/des Gesprächspartners/in werden zum Beispiel im Angesprochenen verschiedene Reaktionen ausgelöst:

- Bestätigungen, wobei die Aussage als Kompliment verstanden wird;
- Verwerfungen, wobei die Aussage fallen gelassen wird, da sie als negativ wahrgenommen wurde;
- Entwertungen, wobei die/der Gesprächspartner/in und seine/ihre Aussage entwertet werden.

Allerdings unterscheiden sich Kulturen in der Häufigkeit, mit der in der Kommunikation nonverbale Elementen verwendet werden. Werden neben dem verbalen Kanal auch die nonverbalen Kanäle genutzt, um zusätzliche Informationen zu vermitteln, dann können dadurch die Probleme beim Verstehen der/des Rezipient/in wachsen, weil, wie bereits erwähnt, auch in diesem Bereich unterschiedliche Konventionen existieren. Aus diesen Gründen erhöhen sich die Möglichkeiten für Missverständnisse beträchtlich. Wie bereits

beschrieben, doch nicht nur unterschiedliche Dekodierungs- und Kodierungsregeln können bei der Verständigung Schwierigkeiten bereiten, sondern auch durch die Bevorzugung bestimmter Kanäle bei der Kommunikation können Missverständnisse entstehen. Apeltauer präsentiert drei Präferenztypen (vgl. Knapp-Potthoff & Liedke 1997):

- Kulturen, in denen nonverbale Kanäle weniger verwendet werden und stillschweigende Voraussetzungen eine geringe Rolle spielen (sog. gestenarme Kulturen);
- Kulturen, in denen nonverbale Kanäle stärker verwendet werden (sog. gestenreiche Kulturen);
- Kulturen, die stillschweigende Voraussetzungen (kontextuelle Merkmale) in besonderer Weise verwenden. Es gibt aber auch fließende Übergänge, weil es Situationen gibt, in denen in den sogenannten gestenärmeren Kulturen mehr gestikuliert wird oder andere, wo in gestenreichen Kulturen verstärkt verbal agiert wird.

Zu den Kulturen, in denen normalerweise mehr Gesten gebraucht werden, gehören Osteuropäer und Mittelmeeranrainer wie Spanier/innen, Italiener/innen, Griechen/Grieching, Türken/Türkin, Araber/in. Manches von dem, was man verbal kodiert, wird in diesen Kulturen durch Gestik übermittelt. Wer diese Geste übersieht, weil er/sie sie vernachlässigt oder nicht kennt, weil er/sie für eine Art von Selbstberührungsgesten (die sogenannten *Adaptors*) hält, wird auf eine verbale Äußerung warten und sich vielleicht ärgern oder wundern, dass eine solche ausbleibt. Wenn man hingegen die japanische Kultur nimmt, dann wird man beobachten, dass dort in vielen Fällen der nonverbale Kanal zur Informationsübermittlung bevorzugt wird. Man kann ergo schließen, dass in interkulturellen Situationen bzw. Kommunikation nicht nur durch die unterschiedlichen verbalen und nonverbalen Kodierungen Missverständnisse aufkommen können, sondern auch durch die jeweiligen standardisierten Kombinationen von verbalen und nonverbalen Ausdrucksmitteln. Wer wie Deutsche den verbalen Kanal bevorzugt, wird anfangs die Gesten bzw. die körperliche Sprache als zusätzliche Informationsquelle kaum angemessen berücksichtigen und nutzen können. Umgekehrt kann jemand, der stärker auf nonverbale Rückmeldungen fixiert ist, durch ihr Ausbleiben irritiert werden (vgl. Erickson 1979). Es ist anzunehmen, dass in gestenreichen Kulturen mithilfe von der Körpersprache in einem bestimmten Zeitabschnitt auch mehrere Informationen übermittelt werden können als in gestenarmen Kulturen. Mitglieder aus gestenreichen Kulturen profitieren nachweislich vom Einsatz nonverbaler Kanäle als Verstehensmittel stärker als Mitglieder aus gestenarmen Kulturen (vgl. Graham / Argyle 1975).

## 1.10. Translator/innen als Sprachmittler/innen, Kultur- und Kommunikationsexpert/innen

Nach einer umfassenden Betrachtung des Begriffes Kommunikation im Bezug auf die Verwendung der Sprache und der nichtverbalen Mittel, ist für die vorliegende Arbeit notwendig zu berücksichtigen, welche Rolle die Translator/innen in der Kommunikation bzw. bei der Translation spielen. Zum Beispiel laut Prunč (1997:108), „während interkulturelle Kommunikation in direktem Kontakt zwischen Vertreter/innen von zwei oder mehreren Kulturen stattfindet, kommt bei der Translation die Vermittlungshandlung des/der Translator/in hinzu“. In der vorliegenden Arbeit ist die Verfasserin jedoch der Meinung, dass im Gegensatz zur Prunčs Aussage, der/die Translator/in, abgesehen von Textkompetenz, auch *Kulturkompetenz* besitzen muss. Laut Amman (1990) ist Kulturkompetenz:

die Fähigkeit, von der eigenen Kultur zu abstrahieren, die fremde Kultur in ihrer Besonderheit und im Vergleich zu der eigenen zu betrachten und die dabei gemachten Beobachtungen und Annahmen in einer bestimmten (kulturspezifischen) Situation ziel- und kulturgerecht anzuwenden.  
(Amman 1990:71)

In diesem Sinne wird Kompetenz in der Fähigkeit des bewussten Umgangs mit kulturellen Denken, Verhaltensmustern und Wertorientierungen sowie durch Abstraktion und Vergleich ausgedrückt. Laut Witte (1987) gilt dies sowohl für die fremde Kultur des/der Translators/in als auch für seine/ihre eigene Kultur. Translator/innen sollten also Kulturkompetenz erwerben, wobei diese „die Fähigkeit des Sich-Bewusstmachens von unbewußt Gewußtem der eigenen Kultur und der Fähigkeit des bewußten 'Erlernens' der fremden Kultur(en)“ (Witte 1987:111) ist. Man darf jedoch nicht außer Acht lassen, dass sich selbst Translator/innen nie gänzlich aus ihrer eigenen Kultur herauslösen können. Somit können sie nicht von einem unabhängigen, neutralen Standpunkt aus für die Verständigung zwischen Personen unterschiedlicher Kulturen sorgen. Auch wenn der/die Translator/in bikulturell oder plurikulturell sein sollte, bleiben laut Vermeer (vgl. 1986) Translator/innen stets in ihrer eigenen Kultur verankert, weil die vorherrschenden Werte, Vorurteile und Annahmen ihrer eigenen Kultur ihre Auffassung bzw. Vermittlung immer prägen. In ihrer Muttersprache verfügen die meisten über das Wissen angemessener Strategien, um sich höflich zu äußern. Wenn es sich jedoch um eine Fremdsprache und eine andere Kultur handelt, ist es notwendig, dieses Wissen um angemessenes sprachliches Verhalten aufzubauen (vgl. Vollmuth 2002). Was würde sonst passieren? Wenn Translantor/innen keine Kulturkompetenz aufweisen, kommt es häufig zur Übertragung von muttersprachlichen Konventionen bzw. Wertorientierungen in zielsprachliche Situationen. Translator/innen in ihrer Funktion als Kommunikationsexpert/innen, Sprachmittler/innen und Kulturexpert/innen haben daher stets zu bedenken, dass Höflichkeitsmarkierungen kulturgebunden sind und unterschiedliche

Kulturgemeinschaften ihre Kommunikation auf unterschiedliche Weise gestalten. Es hat sich also gezeigt, dass es von der Kultur abhängig ist, wie man kommuniziert und wie Höflichkeit ausgedrückt wird. Das ist für das translatorische Handeln von großer Relevanz.

Erst wenn man sehen kann, was auch der/die andere sieht, kann eine gelungene Kommunikation erfolgen. Es ist die Aufgabe von Translator/innen diese erlernbare Fähigkeit nicht nur intuitiv anzuwenden, weil sie als Expert/innen der Kommunikation nicht nur zwischen Sprachen, sondern auch zwischen Kulturen vermitteln (vgl. Kaiser-Cooke 2008). Als Translator/in sollte man also diese Verbindung bewusst vollziehen können. Durch diesen Vergleich nimmt man die kulturspezifischen Unterschiede bewusster wahr und kann nach außen hin ähnliche Phänomene in seiner/ihrer unterschiedlichen Bedeutung oder Auswirkung besser erkennen (vgl. Amman 1995).

## 2. Höflichkeit: Definition und allgemeine Aspekte

Kern der vorliegenden Masterarbeit ist das Thema *Höflichkeit*. In diesem Kapitel wird der Begriff Höflichkeit vertiefend behandelt und untersucht. Das Thema Höflichkeit wird durch eine kurze geschichtliche und theoretische Darstellung des Begriffes eingeleitet und weiterhin werden die Höflichkeitstheorien von Brown & Levinson, Lakoff, Leech, die Sprechakttheorie von Paul Grice sowie weitere Modelle erläutert. Zuletzt wird Höflichkeit als transkulturelles und translationsrelevantes Phänomen betrachtet, da in dieser Arbeit angenommen wird, dass transkulturelle Höflichkeit zu realisieren, ein Akt der Translation ist.

Das Phänomen Höflichkeit wird in unterschiedlichen Disziplinen untersucht, wie etwa in der Pragmatik, der Linguistik, der Kulturanthropologie, der Sozialpsychologie, Soziologie etc. (vgl. Siebold 2008a). Besonders im Bereich der Linguistik ist Höflichkeit in den letzten Jahrzehnten zu einem relevanten Untersuchungsgegenstand geworden (Ehrhardt 2002). Hierbei zeigte sich unter anderem, dass es ein schwer fassbarer bzw. vielschichtiger Gegenstand ist: Die sprachlichen Formen, mit denen Sprecher/innen Höflichkeit ausdrücken können, sind ausgesprochen heterogen. Es gibt eine große Anzahl von Strukturen, die dazu verwendet werden, auf höfliche Weise zu kommunizieren. Diese Strukturen können unter verschiedenen linguistischen Aspekten betrachtet bzw. analysiert werden. Zum Beispiel in manchen Fällen entsteht der Eindruck, dass der/die Sprecher/in höflich ist, wenn er/sie einen Äußerung auf eine bestimmte Weise betont, in anderen Fällen kann die gleiche Funktion anhand der Verwendung von bestimmten grammatikalischen Formen oder Redewendungen erfüllt werden. Nicht zuletzt kann man als höflich angesehen werden, wenn er/sie bestimmte Sprechhandlungen vollzieht (vgl. Erhardt 2002). In der vorliegenden Arbeit soll es nicht nur die Heterogenität des Phänomens Höflichkeit betont werden, sondern auch seine Gemeinsamkeiten bzw. sein universeller Wert.

Die vorliegende Arbeit wird von den Ansätzen in Bezug auf den Höflichkeitsbegriffen von Claus Erhardt (2002), Held Gudrun (1995) und Iva Fidancheva (2013) unterstützt, welche im Bereich der interkulturellen Kommunikationswissenschaft für das Verständnis der Höflichkeit als grundlegend angesehen werden.

### 2.1. Höflichkeit aus linguistischer bzw. alltagssprachlicher Perspektive

Nicht selten ist Höflichkeit Gegenstand von alltagssprachlichen Diskursen. Zum Beispiel wird in einer großen Anzahl von Sprichwörtern thematisiert, was Höflichkeit ist, wie sie einzuschätzen ist sowie wozu sie dient. Ehrhardt (2002) erwähnt unterschiedliche

Sprichwörter, um die verschiedenen Aspekte der Höflichkeit, wie sie in der Alltagssprache beschrieben wird, aufzuzeigen.

„Höflichkeit geht vor Schönheit“, liest man beispielsweise in einer Sammlung deutscher Sprichwörter und findet gleich unter diesem Verweis ein Zitat von Voltaire, das sich inhaltlich zwar leicht von der Aussage des Sprichwortes unterscheidet, das aber doch hilft, zu erklären, was damit gemeint ist: „Die Höflichkeit ist für den Geist, was die Schönheit für das Gesicht ist“. Höflichkeit ist also eine nicht-notwendige Eigenschaft des Geistes oder des Charakters eines Menschen, die diesen für seine Mitmenschen angenehmer macht. Die Parallele zur Schönheit kann noch weiter verfolgt werden: man kann wohl davon ausgehen, dass dem Zitat die Einstellung zugrunde liegt, beide Eigenschaften seien zwar bis zu einem bestimmten Punkt angeboren, es liege aber dann in der Verantwortung jedes Individuums, sie zu kultivieren. (Ehrhardt 2002:11).

Dies ist nur eines der von Ehrhardt (2002), zitierten Sprichwörter, welche jedoch nur einen allgemeinen Überblick darüber geben können, wie man in der Alltagssprache Höflichkeit einschätzt und beschreibt, sowie welche Einstellungen in Bezug auf dieses Thema verbreitet sind. Wie auch Ehrhardt darauf hingewiesen hat, kann allerdings keine klare Definition in diese Richtung gefunden werden. Was Höflichkeit eigentlich ist oder sein kann ist dadurch nicht fassbar. Auch wenn man in Wörterbüchern und Konversationslexika unter *Höflichkeit* oder *höflich* nachschlägt, findet man nicht mehr als einige allgemeine Erklärungen bezüglich des Begriffs und eine Eingrenzung des Begriffs. Ehrhardt versucht beispielsweise, eine Annäherung an den Begriff Höflichkeit aus allgemeinsprachlicher Perspektive vorzunehmen. Durch eine Analogie zur Analyse vom Begriff der Relevanz, die von Sperber/Wilson (1986:119) vorgeschlagen wurde, erläutert Ehrhardt seinen linguistischen Ansatz der Höflichkeit:

We are not trying to define the ordinary English word *relevance*. *Relevance* is a fuzzy term, used differently by different people, or by the same people at different times (...). We do believe, though, that a scientific psychology needs a concept which is close enough to the ordinary language notion of relevance; in other words, we believe that there is an important psychology property - a property of mental processes - which the ordinary notion of relevance roughly approximates, and which is therefore appropriate to call relevance too, using the term in a technical sense.

Ehrhardt (2002) erläutert in diesem Sinne einige Besonderheiten von Höflichkeit, die sich dabei als wichtig und von Sprecher/innen und Hörer/innen, die diesen Begriff verwenden, als allgemein angenommen erwiesen haben, das heißt:

- 1) Wenn man von Höflichkeit spricht, bezieht man sich immer auf Regeln oder Konventionen, wobei diese Regeln keinen hohen Verbindlichkeitsgrad haben und ein Verstoß gegen sie nur Störungen in der Kommunikation nach sich zieht;
- 2) Höflichkeit erfüllt eine regulierende Funktion des zwischenmenschlichen Lebens in der Gesellschaft. Durch sprachliche und außersprachliche Mittel drückt ein/e Sprecher/in seine/ihre Einschätzung der Kommunikationssituation angesichts der sozialen Variablen wie Distanz zwischen Sprecher/innen, Rang, Vertrautheit usw. aus.

„Höflichkeit kann als konventionalisiertes Instrumentarium angesehen werden, sich in bestimmten Situationen bezüglich der angesprochenen Variablen zu verhalten“ (Ehrhardt 2002:31);

- 3) Höflichkeit hat sich im Laufe der menschlichen Geschichte entwickelt und natürlich auch gewandelt. Von der höfischen Gesellschaft bis in die Gegenwart war und ist „dieses Instrumentarium in der Kommunikation immer vorhanden“ (Ehrhardt 2002:31). Die Verhaltensweisen, die man jetzt als höflich wahrnimmt, haben sich fortlaufend geändert. Es bleibt die Tatsache, dass man in bestimmten Kommunikationssituationen bestimmte Verhaltensweisen erwartet und diese als höflich ansieht;
- 4) Höflichkeit kann unter einem normativen/präskriptiven Aspekt als Teil der menschlichen Kommunikation gesehen werden, der dazu beiträgt, dass keine Störungen in der Verständigung auftreten. Das Höflichkeitsphänomen ist daher ein „Regulationsmechanismus, der Individuen erst in die Lage versetzt, von einer gesicherten Basis aus miteinander in kommunikativen Kontakt zu treten“ (Ehrhardt 2002:31);
- 5) Wenn man höflich zu sein versucht, gibt es zwei Möglichkeiten: Man kann als viel zu höflich für die Situation wahrgenommen werden, sodass man als unehrlich oder schmeichlerisch empfunden wird; oder zu wenig höflich und wird dann als asozial oder respektlos gegenüber anderen angesehen. Da beide Möglichkeiten von der Kommunikationssituation bzw. der Verständigung in der Kommunikation abhängen, stellen sie sozusagen einen ständigen Gefahr dar.

Wenn man davon ausgeht, dass Höflichkeit als “an inventory of everyday modes of behavior in avoiding or smoothing out conflict” (Held 1992:132) bezeichnet werden kann, sollte man auch bedenken, dass Forscher/innen aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Bereichen verschiedene Auffassungen von Höflichkeit haben. Höflichkeit ist z.B. Untersuchungsgegenstand in unterschiedlichen Bereichen der Linguistik seit der deutschen romantischen Bewegung (vgl. Held 1992). Weiterhin ist der Begriff ein zentrales Thema bei im Folgenden präsentierten Bewegungen bis zur pragmatischen Auffassung geworden, wo Höflichkeit als „intentional, situation-specific selection of linguistic strategies between *ego* and *alter*“ (Held 1992:133) betrachtet wird. Die Theorien, die vom Bereich der Linguistik bzw. der Pragmatik bezüglich Höflichkeit aufgestellt wurden, werden im nächsten Kapitel im Detail präsentiert.

## 2.2. Höflichkeit aus nicht-linguistischer Perspektive

Wenn man sich allerdings wissenschaftlich mit diesem Phänomen beschäftigen will, sollte man den Begriff Höflichkeit schärfer fassen. Es wurde bereits zu Beginn dieses Kapitels

deutlich gemacht, dass Höflichkeit als Untersuchungsgegenstand weit über den Rahmen des in der Sprachwissenschaft Erklärbaren hinausgeht und deswegen ist auch eine Beschreibung seines Inhaltes auf außersprachliche Bereiche zu geben. Ein Versuch, genauer zu beschreiben, was alle Handlungen und Verfahren, die man unter *Höflichkeit* subsumiert, gemeinsam haben, muss man eben von Beschreibungs- und Definitionsansätzen aus anderen nicht-linguistischen Disziplinen ausgehen, sodass dieses Phänomen von anderen abgegrenzt und damit greifbar gemacht werden kann.

Wie bereits erwähnt ist der Bereich der Linguistik eng mit Höflichkeit verbunden, da worüber und wie man mit den anderen Menschen kommuniziert, von sozialen Beziehungen bzw. von sozialer Interaktion bedingt wird. Eine linguistische Interaktion ist infolgedessen unbedingt eine soziale Interaktion (vgl. Steiner 2004). In Anbetracht der Tatsache, dass höfliches Handeln bzw. Kommunizieren eine gewisse soziale Kompetenz verlangt und dass soziale Variablen für Urteile über die Höflichkeit eine ausschlaggebende Rolle spielen, bieten sich als Grundlage für eine Definition des Phänomens natürlich vor allem soziologische Begriffe, auch wenn aus der Anthropologie, der Ethnologie, der Philosophie, der Pädagogik sowie der Psychologie interessante Aspekte gewonnen werden können. Aus einer soziologischen Perspektive entsteht Höflichkeit „aus dem Bedürfnis der sozialen Natur des Menschen heraus, anerkannt zu werden und kursiert als Teil sozialer Normen“ (Fidancheva 2013:19). Höflichkeit ist kulturspezifisch und verändert sich in jeder Epoche; sie ist an der Schnittstelle zwischen Gesellschaft, Kultur, Sprache und Kognition situiert (vgl. Holtgraves 2005). Im Rahmen der Soziologie wird Höflichkeit also grundsätzlich nicht nur als soziokulturelles bzw. interaktionsregulierendes Phänomen betrachtet, sondern auch als wichtige Komponente der Erziehung und der sozialen Ordnung (vgl. Ehrhardt 2002). Laut Jung (vgl. Jung 2005) lässt sich Höflichkeit in allen Gesellschaftsformen erkennen und hat vor allem das Ziel, das Zusammenleben der einzelnen Mitglieder einer Gesellschaft durch gemeinsame Werteinstellungen und Praktiken zu regeln. Höflichkeit hat also die Funktion, eventuelle Konflikte bei sozialer Interaktion zu vermindern und Konfliktpotenzial zu verringern. In diesem Sinne dient sie einer positiven Beziehungsgestaltung. So definieren Rang/Süßmann (2009:164) die Aufgabe der Höflichkeit: „Die (inhaltliche) Inkommensurabilität des Eigenen und des Anderen in ein (formales) soziales Miteinander zu verwandeln, darin besteht offenbar die Leistung von Höflichkeit“. Auch wenn diese Divergenzen und Dissonanzen durch die Höflichkeit zu überschreiten versuchen werden, lässt sich diese diverse Strukturen in unterschiedlichen Kulturen sowie Epochen verzeichnen. Wie bereits gesagt, ist Höflichkeit zeit- und kulturverbunden. Trotzdem ist sie auch überindividuell und normativ, denn sie erst in konkreter Situationen vollständig realisiert wird. Laut Held (1995:19) spiegelt sich Höflichkeit „in der sozialen Interaktion und ihrer permanenten Ambivalenz zwischen Äußerlichkeit und Innerlichkeit, zwischen Form und Bedeutung, routinemaßiger Konvention und individueller Spontaneität wider“. Es stellt sich also die Frage, ob Höflichkeit intrinsisch oder extrinsisch begründet wird, da sie viel mit Selbstdarstellung -

also mit dem Selbstkonzept und Identitätsbildung - zu tun hat. Einerseits gibt es damit eine Betrachtung von den Menschen als Individuen, andererseits eine, die die Menschen als Gesellschaften berücksichtigt. Iva Fidancheva (2013:20) stellt fest, dass dieser Doppelcharakter für die Höflichkeit grundlegend ist: „Genauso wie die Höflichkeit zugleich auf etwas Individuelles und etwas Soziales hindeutet, so ist der Mensch zugleich einer dualistischen Anforderung ausgesetzt, einerseits Akzeptanz zu erwerben, andererseits aber seine Freiheit nicht einzubüßen“. So befindet sich Höflichkeit zwischen dem Ausdruck des Individuums und dem der Gesellschaft, zwischen „Akzeptanz“ und „Freiheit“. „Da entsteht ein Hiatus zwischen subjektiven Bedürfnissen und den gesellschaftlichen Normierungen und Erwartungen, was am deutlichsten im Rollenspiel zum Ausdruck kommt“, folgert Fidancheva (2013:22). Laut Held (1995) ist das konstitutive Merkmal von Höflichkeit die vielschichtige Dialektik der Unschärfe und Verbreitung ihres Wesens, welche jeden Versuch wissenschaftlicher Definition, jede Art systematischen Operationalisierens gleichsam unmöglich macht. Ihr doppelseitiger Charakter lässt sich in verschiedenen Aspekten erkennen (vgl. Fidancheva 2013: 22):

- 1) Höflichkeit ist doppelseitig, im Sinne dass ihr zugleich eine soziale überindividualistische und eine individuelle Komponente eigen ist;
- 2) Höflichkeit bestimmt die Identität eines Individuums und hat zugleich einen entindividualisierenden Charakter<sup>3</sup>;
- 3) Höflichkeit ist ein klares Indiz für den Zivilisierungsprozess, symbolisiert aber auch ein historisches Relikt, da sie teilweise als ritualisiertes Handeln betrachtet werden kann;
- 4) Höflichkeit ist einerseits eng mit Ethik (Sein, Schein, Lüge), andererseits mit Ästhetik - jener menschliche Zwang, sich zu gefallen - verbunden;
- 5) Höflichkeit ist sowohl ein Respektsmittel als auch ein Distinktionsmittel: Sie kann in den Beziehungen altruistisch aber ebenso utilitaristisch und egoistisch zugleich verwendet werden.

Der Aufbau sowie der Erhalt einer zwischenmenschlichen Beziehung erfolgt allerdings nicht ausschließlich, aber sehr häufig über das sprachliche Mittel. Wenn man also eine/n Bekannte/n im Bus begegnet und ein Gespräch mit ihm/ihr führt, dann bringt man seinem/ihrer gegenüber zum Ausdruck, wie er/sie im sozialen Umfeld ist. Aus dem Bedürfnis nach Wertschätzung und sozialer Anerkennung verwendet man Höflichkeit, die als „aktive Beziehungsgestaltung“ (Jung 2005: 5) die gegenseitige Kooperationsbereitschaft und

---

<sup>3</sup> Mead (1934:206) betont diesbezüglich: „Wir können nicht wir selbst sein, solange wir nicht auch an gemeinsamen Haltungen Anteil haben, durch die die Haltungen der Mitglieder kontrolliert werden. Wir können keine Rechte haben, solange wir keine gemeinsamen Haltungen in uns haben. Was wir als selbstbewusste Persönlichkeiten erarbeitet haben, macht uns zu Mitgliedern der Gesellschaft und gibt uns Identität.“

damit erfolgreiche Kommunikation sichert (siehe Konversationsmaxime von Grice im Kapitel 2.4 und Lakoff im Kapitel 2.5.4).

Der erwünschte Effekt von Höflichkeit kann auf unterschiedliche Weise produziert werden. Eelen erklärt dies folgendermaßen:

The commonsense definition of politeness in terms of „proper behaviour“ points out that politeness is not confined to language, but can also include non- verbal, non- linguistic behaviour. (...) Politeness may manifest itself in any form of behaviour, and even in the absence of behaviour. (Eelen 2001: iv)

Dies bedeutet, dass Höflichkeit einerseits verbal mithilfe von grammatikalischen oder lexikalischen Mitteln geäußert werden kann, andererseits non-verbal durch phonetische Elemente und ebenso durch ein bestimmtes bzw. höfliches Handeln. Eelen gibt als Beispiel an, dass es in gewissen Kommunikationssituationen als unhöflich angesehen wird, nicht zurückzugrüßen oder wortlos dazusitzen. In anderen Situationen - wie z.B. in einer Bibliothek oder in einer Kirche - hingegen ist es unangebracht, laut zu sprechen. Nichtsprachliche Verhaltensweisen wie etwa körperliche Distanz, anstarren etc. werden ebenso in Bezug auf (Un-)Höflichkeit bewertet. Es hat sich also gezeigt, dass Höflichkeit auch ein weite Spektrum beinhaltet. Aufgrund der bereits geleisteten Recherchearbeit konnte festgestellt werden, dass dieser Aspekt der Höflichkeit noch wenig erforscht ist.

### **2.3. Verbale und nonverbale Höflichkeit**

Wie bereits erwähnt stellt Sprache ein wichtiges Medium für die Kommunikation dar. Es wird also angenommen, dass Sprache auch für die Realisierung von Höflichkeit ein bedeutendes Mittel ist, insbesondere was die Sprechakte und Formeln des Bittens, Dankens, Entschuldigens, Grüßens und Aufforderns betrifft. Abgesehen davon was unter Sprechakt zu verstehen ist - dies wird anschließend im Abschnitt 3.4. in Betracht gezogen -, wird mit dem Begriff verbaler Höflichkeit, „wie das Wort selbst sagt, die versprachlichte Höflichkeit gemeint. Darunter sollen vor allem die sogenannte Höflichkeitsgrammatik oder die Höflichkeitsindikatoren verstanden werden.“ (Fidancheva 2013:86). Laut Fidancheva (vgl. 2013: 86) lassen sich hierbei außerdem zwei Ebenen der Höflichkeit unterscheiden:

- 1) die Äußerungsebene, wozu gehören: Komplimente, höfliches Staunen, Angebote und Versprechungen, Begrüßung, Themen- und Wortwahl, Titel- und Anrede, Dialekt, Slang und Jargon, Smalltalk, Zustimmung, Vermeidung direkten Widerspruchs, Scherze und Provokationen, Wünsche, Indirektheit, Schweigen, Entschuldigung, Vermeidung von Tabuthemen, usw.;

- 2) die grammatikalische Ebene: Modalpartikeln, Modalverben, Adverbien, Intonation, Interpunktion, Impersonalisierung von Sprecher/in und Hörer/in, Wortfolge im Satz, Konjunktiv, usw.

Die Anredeformen sind besonders wichtig, „weil das Ansprechen einer Person Prototyp phatischer Kommunikation oder Beziehungsgestaltung ist, ohne weiterhin zu differenzieren und nach Situationen oder Konstellationen zu fragen“ (Fidancheva 2013:86). In jedem Sprechakt kann dieses Phänomen beobachtet werden und man verwendet einen bestimmten Grad von Höflichkeit je nachdem wie illokutiv die Kraft der Äußerung ist - im Sinne der Sprechakttheorie (siehe im nächsten Kapitel Grice): „So können Gesprächspartner/innen höfliche Handlungen durch Sprache vollziehen“ (Fidancheva 2013:87).

Durch sprachliche Mittel findet also die Höflichkeit am häufigsten statt. Trotzdem kommt sie auch in der nonverbalen Kommunikation zustande, wo das Gesagte von nonverbalen Signalen wiederholt, ersetzt, ergänzt oder sogar widersprochen wird. Die nonverbalen Signale können natürlich nicht nur sozusagen visuell ausgedrückt werden, sondern auch den Gehör-, Tast- und Geruchsinn betreffen. Laut Fidancheva (2013:88):

Unter nonverbaler Höflichkeit ist die Höflichkeitssprache des Körpers zu verstehen, die zu höflichem Handeln führt, wie z.B. Mimik, Gestik, Kinetik, Proxemik, Dress-code etc. Im Prinzip umfasst dies alle nicht sprachlichen Zeichen sowie die höfliche Miene, die sich in Gesten und Interaktionsritualen, wie dem Geben der Hände beim Grüßen, der Verbeugung, Heben des Hutes, Stehen oder Sitzen, anlassadäquate Kleidung, Abstandhalten, Gesichtsausdruck etc. ausdrücken.

Die verschiedenen Epochen deuten natürlich auf unterschiedliche Arten von Höflichkeit hin weswegen im Abschnitt 2.6. die Geschichte der Höflichkeit in Betracht gezogen wird. Außerdem tritt die nonverbale Höflichkeit insbesondere bei Galanterie oder beim Hofieren bzw. im Geschlechtsdekorum auf.

Was auch bedeutungsvoll erscheinen kann, sind die nonverbalen Zeichen, die in der elektronischen Kommunikation (d.h. Chats, Foren, SMS oder E-Mails) verwendet werden, da es keinen persönlichen Kontakt gibt und es auf Schnelligkeit und Promptheit beim Antworten ankommt. Diese ist aber eine spezifische Art von Kommunikation bzw. geschriebene Kommunikation, die sich außer der Sprache durch zusätzlicher Anwendung von zahlreichen Zeichen - wie zum Beispiel die sogenannten Smileys - auszeichnet. In diesem Fall kommt man trotzdem zu einem Feld, wo die nonverbale Höflichkeit schwer fassbar ist, da sie in einer sehr informellen Kommunikationssituation betrachtet wird.

Wie oben ausgeführt, wird in der vorliegenden Arbeit nicht nur die verbale Höflichkeit, sondern auch die nonverbale Höflichkeit berücksichtigt. Normalerweise wirken beide Kategorien der Höflichkeit zusammen, da eine Äußerung oft von Mimik oder Gestik begleitet oder ergänzt wird. Trotzdem sind einige Höflichkeitsgesten nur als zweiteilige Handlungen oder Äußerungen verstanden: „Fehlt die nonverbale Komponente, dann verliert die

Höflichkeitsgeste ihren Höflichkeitswert“ (Fidancheva 2013:89). In Situationen wie Begrüßen, sich Verabschieden, sich Bedanken, sich Entschuldigen usw., können die Höflichkeitsformen, wenn entweder der verbale oder der nonverbale Aspekt fehlt, anders wirken: wenn man beim Grüßen keinen Blickkontakt mit dem/der Gesprächspartner/in hat, kann dies als weniger höflich oder sogar als unhöflich bewertet werden (vgl. Fidancheva 2013). Hierbei werden also sowohl verbale als auch nonverbale Höflichkeit betrachtet, da von der Verfasserin angenommen wird, dass beide Aspekte in dem interkulturellen Kontext, der in der vorliegenden Arbeit in Betracht gezogen wird, ins Spiel kommen.

#### 2.4. Held: Höflichkeit aus einer kausal-deterministischen Hinsicht

Der „causal-deterministic viewpoint“ (Held 1992:136) wurde in der *vorpragmatischen* Phase der Linguistik Mitte des 20. Jahrhunderts präsentiert. Aus dieser Perspektive wirken soziale Normen und Konventionen extrinsisch auf das angewendete linguistische System, wodurch auch Lexikon und Grammatik beeinflusst werden. Dies wird von der Linguistik als „a marked inventory of forms“ (Westermayer 2001:27) angesehen und ist in Zusammenhang mit der Auffassung von Kultur als Normensystem zu betrachten. Höflichkeit wird also als vernünftiger Begriff verstanden, der in der Respekterweisung zwischen Sprecher/in und Hörer/in besteht und zum Erreichen des Ziel des/der Sprecher/s dient. Standesbewusstes Verhalten, Berücksichtigung der menschlichen Würde sowie der Erhalt des persönlichen Umfelds stellen wichtige Faktoren dafür dar (vgl. Westermayer 2001):

Status conscious behavior is realized in the respect paid to the addressee's social rank, which means the deliberate use of compliments and humility strategies by the sender, i.e. the debasement of the sender and exaltation of the recipient. This has been called the „master-servant dialectic.

(Raible 1987: 151; as quoted in Held 1992:137)

Wenn man die allgemeine Würde des Menschen und den Erhalt des persönlichen Umfelds nicht außer Acht lässt, drückt sein/ihr moralisches/r Verhalten und Anstand aus, um den Eingriff des/der Gesprächspartners/in zu vermeiden. Dies erfolgt auch durch das Einhalten von Tabus und unangenehmen Gesprächsgegenständen sowie durch das Vermeiden vom territorialen Eingriff. Dadurch bringt Held (1992:137) Sprache und *social modality* einer Nation bzw. Kultur in einen deterministischen Zusammenhang. Das zugrundeliegende Konzept ist also dasjenige, das die sozialen Normen einer Gemeinschaft sowohl in dem linguistischen System als sozialen Produkt als auch in der individuellen Ausdrucksweise gefunden werden können, da man nicht nur seine/ihre Kultur beim Kommunizieren ausdrückt, sondern auch seine/ihre individuelle Situationsvariablen. Verbale Höflichkeit wird, wie gesagt, von Handlungskonventionen bestimmt, was erklärt, warum es notwendig

ist, sich des oben erwähnten normativen Aspekts und des deterministischen Zusammenhangs zwischen Respekt erweisen und linguistischen Konventionen bewusst zu sein.

## 2.5. Problematik der Konzeptualisierung des Höflichkeitsbegriffes

Anschließend wird hier eine Zwischenbemerkung über die bereits in Kapitel 2 angedeutete größte Problematik, die Höflichkeit bezüglich ihres dualen - allgemein vs. individuellen - Charakters betrifft, eingeschoben. Das Höflichkeitsphänomen wird einerseits als universell angesehen, das heißt, dass alle Gesellschaften einige Verhaltensweisen gemeinsam haben, die für ein Mindestmaß an zwischenmenschlicher Harmonie sorgen. Zugleich ist Höflichkeit aber nicht nur universell, weil jede Gesellschaft zahlreiche Unterschiede mit anderen Gesellschaften im Rahmen der Höflichkeit aufweist. Laut Kerbrat-Orecchioni (2004) können sich derartige kulturelle Unterschiede in Hinsicht auf höfliches Verhalten qualitativ und quantitativ bemerkbar machen. Laut Kerbrat-Orecchioni (2004) zeigen sich die quantitativen Unterschiede in der Häufigkeit von Höflichkeitsformulierungen und -formeln. Kerbrat-Orecchioni (2004) führt als Beispiel die unterschiedliche Verwendung von Dankesformeln im Spanischen und Französischen an. Hier sei allerdings zu beachten, dass Höflichkeit kaum quantifizierbar ist. Die Schwierigkeit liegt einerseits in der Tatsache, dass auch innerhalb einer Gesellschaft unterschiedliche Konzepte wichtig sind und andererseits darin, dass eine Gesellschaft niemals als homogen betrachtet kann, da die Verhaltensweisen der einzelnen Mitglieder je nach situativem Kontext und nach ihrer Zugehörigkeit zu Subgruppen unterschiedlich sind. Laut Kerbrat-Orecchioni (2004) sind die qualitativen Unterschiede die unterschiedliche Art, Höflichkeit auszudrücken, beispielsweise die Tatsache, dass im Japanischen die Dankbarkeit in Form einer Entschuldigung ausgedrückt wird oder im Arabischen in Form eines Segensspruches. Kulturelle bzw. qualitative Unterschiede bestehen auch in der Konzeption darüber, was für (un-)höflich gehalten wird.

Der universelle Wert von Höflichkeit kann sich also auch in kulturell sehr unterschiedlichen Auffassungen, Sprechakten und Handlungskonventionen manifestieren, die oft eine Quelle interkultureller Missverständnisse sind (vgl. Lüsebrink 2012: 58). Susanne Günthner (2002:296) hat diesbezüglich eine chinesisch-deutsche Kommunikationssituation angeführt, die die Höflichkeit als kulturgeprägtes Phänomen in sehr anschaulicher Weise illustriert:

Stellen Sie sich zunächst folgende Situation vor: Sie sind Deutschdozentin bzw. Deutschdozent an einer chinesischen Hochschule und sind bei einer chinesischen Kollegin zum Abendessen eingeladen. Sie bringen ein Geschenk aus Deutschland (einen schönen Bildband deutscher Landschaften) mit und überreichen ihr dies nach der Begrüßung. Die Kollegin nimmt das Geschenk an, bedankt sich kurz und legt es auf einen Abstelltisch. Dort bleibt es den ganzen Abend über ungeöffnet liegen. Sie haben weder Gelegenheit, herauszufinden, ob ihr der Bildband zusagt, noch können Sie ihr die

deutschen Landschaften erläutern. Auch beim Abschied wird das Geschenk weder erwähnt noch geöffnet, sondern bleibt unbeachtet und unausgepackt liegen. Der Abend war zwar sehr schön, doch angesichts dieser Achtlosigkeit der ansonsten sehr netten Kollegin gegenüber ihrem Geschenk sind Sie etwas enttäuscht.

Das in dieser Situation aufgetretene interkulturelle Problem bzw. Missverständnis beruht auf vollkommen unterschiedlichen Auffassungen des Konzeptes Höflichkeit und den hierdurch verbundenen Handlungskonventionen in der deutschen und chinesischen Kultur. Im Gegensatz zu Deutschland, wo es üblich ist, ein Gastgeschenk nach Erhalt zu öffnen, „gilt das sofortige Öffnen eines Geschenks in Anwesenheit des/der Schenkenden in der chinesischen Kulturgemeinschaft als Zeichen *gierigen* und *nicht bescheidenen* Verhaltens“. Stattdessen legt man das Gastgeschenk beiseite, ohne es zu beachten. Auf diese Weise zeigt man, dass man „nicht auf ein Geschenk aus ist, sondern an der Person selbst Interesse hat“ (ebd., 296). Es wurde also geklärt, dass Höflichkeit nicht nur als universeller, aber auch als kulturspezifischer ausgeprägter Wert berücksichtigt werden muss, da sie spezifische Handlungs- und Bedeutungsmuster impliziert. Der Begriff Höflichkeit gehört zu jenen für das Verständnis interkultureller Kommunikation sowie ihrer Problembereiche *kulturgesättigten* Begriffen, die M. Agar (1994) *rich points* und H.-J. Heringer (2007, 2011) *hotwords* nennt. Kulturspezifische Sachverhalte, Konventionen sowie Bedeutungen sind mit damit verbunden: Sie sind schwer zu übertragen und man muss in die „Zielkultur eintauchen“ (Heringer 2011:57), um sie zu verstehen. Ein solches *hotword* ist z.B. das deutsche Wort *Höflichkeit*, das beispielsweise im Chinesischen im Allgemeinen mit dem Wort *limao* übersetzt wird, das aus dem altkonfuzianischen Wort *li* entstanden ist, das jedoch im westlichen Sinn nicht *Höflichkeit* bedeutet, sondern *Sittlichkeit* (vgl. Lüsebrink 2012). Kallen (2005) ist außerdem der Meinung, dass zum genaueren Verständnis der irischen Auffassung von Höflichkeit am besten zu verstanden, muss man zunächst annehmen, dass „hospitality“, „reciprocity“ and „silence“ wichtige und kennzeichnende Elemente des irischen Höflichkeitsbegriffes sind (vgl. Kallen 2005:142f). Ein anderes Beispiel dafür könnte die Arbeit von House (2005) sein, in welcher versucht wird, anhand der Analyse bzw. des Vergleiches des mündlichen und schriftlichen Diskurses von deutschen und englischen Muttersprachler/innen das berühmte Zitat von Harald Weinrich (1986: 1)<sup>4</sup> „Lügt man im Deutschen, wenn man höflich ist“ zu beantworten. House kommt zu dem Schluss, dass Höflichkeit in Deutschland existiert, aber höflich sein in Deutschland etwas ganz anderes bedeutet als höflich sein in englischsprachigen Ländern, weil hier auch die historischen und kulturellen Wurzeln des deutschen Dimension berücksichtigen werden müssen (vgl. House 2005) . Nun wenn man sich auf diese Weise damit beschäftigt, versteht man, dass höflich sein in Deutschland Aspekte impliziert, die beispielsweise in englischsprachigen Ländern weniger offensichtlich sind:

(...) it often involves saying what one means and meaning what one says; engaging more

---

<sup>4</sup> Weinrich zitiert wiederum den 2. Akt von Goethes Faust.

and sooner in ‚serious talk‘ than carefully preparing the ground with ‚small talk‘; it may mean omitting all-purpose formulae in favour of improvising and providing links to the particular speech event being shared with one’s interlocutor.  
(House 2005:25)

Das gleiche wird von Held (2005) in seiner Analyse des schriftlichen und mündlichen Italienischen beobachtet: Sowohl die schriftliche als auch die mündliche Sprache spiegeln die soziokulturellen und historischen Unterschiede der Sprecher/in beim Interagieren wider, welche um die Höflichkeit richtig zu betrachten, nicht außer Acht gelassen werden sollen. Das schriftliche Italienisch ist „still trapped in formalities and formal routines unconsciously reflecting centuries-old scales and social hierarchies and their regulative impact“, während mündliches Italienisch „a mobile, innovative area which, in line with global trends towards orality, dominates subjective disformalisation and personal individualism“ darstellt (Held 2005: 303). Auch Hickey (2005) stellt fest, dass Höflichkeit soziokulturelle Impliziete mit sich bringt. Er analysiert die Kommunikationssituationen beim Danken in Spanien und beobachtet, dass das Danken in Spanien keinen Dank erfordert, da z.B. eine Person, die ein Geschenk bekommt, sich deswegen nicht schuldig fühlen braucht und daher auch keine Notwendigkeit zum Dank besteht. Er spricht in diesem Sinne von „the gift without the guilt“ (Hickey 2005:329). In Anbetracht all dessen wird also festgestellt, dass Höflichkeitstheorien wesentlich soziokulturellen Einschränkungen ausgesetzt sind (vgl. Nowikow 2006).

Lüger (2004) ist weiterhin der Meinung, dass Höflichkeit kein eindeutiges, allgemeines, klar fassbares Phänomen ist, das von allen Mitglieder einer Gesellschaft angenommen wird. Abbildung 2 zeigt wie „Gruppenspezifische Erwartungen, bestimmte normative Einstellungen vorgeben, was als höflich gilt und was nicht“ (Lüger 2001: 4).

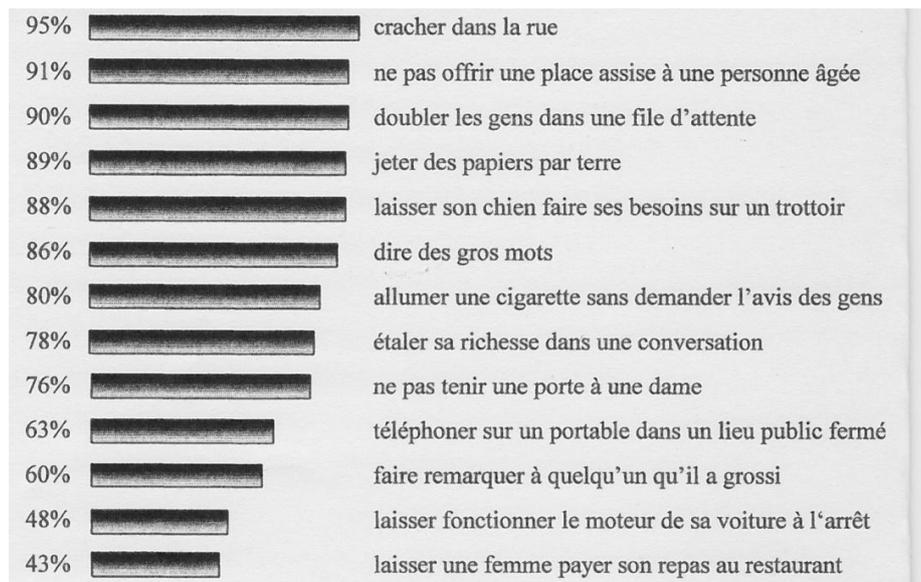


Abb. 2: Politesse - un besoin de civilité (*Francoscopie* 1999: 21)

Es wurde also festgestellt, dass die Problematik von Konzepten allgemeingültiger Höflichkeitstheorien in der Tatsache liegt, dass sie sich oft als ineffizient erweisen, weil sich die Kulturen durch unterschiedliche Konzeptionen von höflichem Verhalten unterscheiden.

## 2.6. Höflichkeitsformen im Wandel: Soziogenese der Höflichkeit und ihre -praktiken

„Höflichkeit stellt eine im Laufe der Geschichte wandelbare Figuration dar“. So beschreibt Fidancheva (2013:23) Höflichkeit in ihrem Werk *Die verletzende Macht der Höflichkeit*. Die Wurzeln der Höflichkeit bzw. ihres abendländischen Begriffes werden auf die antike und das Mittelalter zurückgeführt, die sich durch ein ranggebundenes Herrschaftszeremoniell und die kuriale Ordnung gekennzeichnet hat (vgl. Fidancheva 2013). Höflichkeit hat ursprünglich als Distinktionsmerkmal gedient, um die Grenzen sozialer Gruppen (Elias 1939) oder gesellschaftlicher Schichten (Luhmann 1980) festzulegen. Heutzutage hat Höflichkeit nicht mehr die gleiche Funktion, da mit der zunehmenden Demokratisierung und Egalisierung der Gesellschaft sich diese Unterwerfungsgesten und Respektsdemonstrationen in strategische Kommunikationsformen und -gesten eines geregelten harmonieorientierten Umgangs langsam verwandelt haben. Aus diesem Grund ist es notwendig, bevor man im Detail das Thema Höflichkeit betrachtet, einen kurzen geschichtlichen Überblick über die Höflichkeit zu geben, um den gegenwärtigen Begriff dieses Phänomens zu verstehen.

Mit der sogenannten pragmatischen Wende in der Linguistik<sup>5</sup> wechselt der Blick vom verfestigten Formeninventar der *langue* auf die spontanen und variablen Handlungsmodalitäten der *parole* (und von der Sprache natürlich übertragen auch auf das Verhalten und Handeln im Allgemeinen), womit das Höflichkeitsverständnis von einem formalnormativen zu einem individuell-subjektiven übergeht. (Fidancheva 2013:23)

Es ist folglich festzustellen, dass sich sowohl Bedeutungsmodifikationen bezüglich des Höflichkeitsdenotats als auch bezüglich ihres Gebrauchswertes im Laufe der Zeit abgespielt haben. In der Begriffsgeschichte von Höflichkeit sind präskriptive und deskriptive Elemente eng miteinander verbunden und daher ist es schwierig, die Geschichte des Höflichkeitsbegriffes gesondert von der Sozialgeschichte zu betrachten: Die Begriffsgeschichte ist zugleich eine Sozialgeschichte (vgl. Haferland/Paul 1996).

Die unterschiedlichen Diskurse je nach Epoche geben der Höflichkeit eine andere Farbe, mithilfe von derer sich immer ein verschiedenes Verhaltensideal entwickelt und einen

---

<sup>5</sup> Mit „pragmatische Wende“ bezeichnet man den Wendepunkt, an dem die Sprachwissenschaft Ende der 1960er Jahre angelangt war. Durch den ausschlaggebenden Einfluss der sprachphilosophischen Sprechakttheorie wird die Alltagskommunikation zentraler Untersuchungsgegenstand der Linguistik.

Variationsreichtum möglich war (vgl. Fidancheva 2013). So haben bedeutende Vervielfältigungen höflichen Verhaltens und Handelns sowie eine unterschiedliche Diffusion der Standformen erfolgt. Der Kontext und der Rahmen der Höflichkeit hat sich kontinuierlich geändert und hat neue Bedeutungen angenommen. Infolgedessen hat sich im Laufe der Epochen laut Fidancheva (2013:36) eine Wende und Umschichtung der Kommunikation bzw. der Interaktion im Ganzen ergeben: „Es kam zu einer Transformation des Höflichkeitsdiskurses in toto. Es entstand eine Dialektik zwischen Reflexion über Verhalten und dem Versuch, es zu modifizieren und zu normieren, m.a.W. zwischen Präskription und Deskription“.

### 2.6.1. Höflichkeit in der Antike

Im weitesten Sinne entstammen die Wurzeln der Höflichkeit der Antike, besonders in Bezug auf die Gefälligkeit<sup>6</sup>. Sie beruhen vorwiegend auf Aristoteles und Cicero, welche Anstand und wohlanständiges Verhalten als einen Teil der Ethik verstehen. Aristoteles (~334 v. Chr.) beschäftigt sich in seinem eudämonischen Ansatz mit der Tugend geselligen Verkehrs und betrachtet Tugend als Mäßigung und Gerechtigkeit, was zu einem Gleichgewicht führt (vgl. Aristoteles 2003). Cicero (44 v. Chr.) widmet seine Aufmerksamkeit ebenfalls den Themen Achtung, Wohlanständigkeit (*decorum*) und Ehrenhaftigkeit (*honestum*). Cicero (1996) unterscheidet in seinem Werk *De Officiis* das Schickliche und das Gerechte (das *decorum* von *justum*). Es handelt sich hierbei um Äußerungen, Handlungen und Körperhaltung, um die Forderung nach Gelassenheit und gegen Arroganz. Laut Cicero ist das Äußere untrennbar mit dem inneren Guten verbunden.

### 2.6.2. Das Mittelalter: Höflichkeit als Form und Etikette

Der Hof stellt den *locus* der Höflichkeitsgenese im Deutschen dar. Das Entstehen der Höflichkeit in der kurialen Sozialisierung bezeichnet das höfische Wesen. Dort entwickeln sich Verhaltensformen, zunächst jedoch ohne einen direkten Bezug auf die Etymologie des Wortes „Hof“ (lat. „curia“), da Höflichkeit auf Latein „politus“, auf Englisch „politeness“ und auf Französisch „politesse“ heißt. Der gegenwärtige Begriff von Höflichkeit wird allerdings auf das Phänomen der Fürstenhöfe in der mittelalterlichen Zeit zurückgeführt. Konrad Ehlich (1992) leitet Höflichkeit etymologisch vom mittelhochdeutschen Wort *hövesch* ab, was eine Lehnübersetzung aus dem Französischen von „cortois“ und „cortois“ ist, was den Hof eines Fürsten benannte und „zum fürstlichen Hof gehörig“ bedeutet (Ehlich

---

<sup>6</sup> Mit *Gefälligkeit* wird hier die Verhaltensweise einer Person beschrieben, die sich jemandem gefällig, höflich oder liebenswürdig erweist oder zeigt.

1992:71). Dieses Wort umfasst ein Set von Charakteristika, durch die sich die Fürsten kennzeichnen.

Die erste Auskunft über die Entwicklung von Höflichkeitsformen nach dem Beispiel der höfischen Gesellschaft geht auf den mittelalterlichen Hof in den ritterlich-höfischen Kreisen des 11. und 12. Jahrhunderts in den Formen der „courtoise“ und „hovelichkeit“ zurück. Hier sind Sittlichkeit, Sitte und Moralität eng verbunden und lassen sich kaum voneinander trennen (vgl. Fidancheva 2013). Mit der Gentrifizierung der Ritterschaft und der Entfaltung der Höflichkeitsformen entwickelt sich ein Verhaltensstandard, der Gebote, Verbote und höfliche Maßstäbe der Etikette enthält. Nach diesem Maßstab ist ein Individuum damals bewertet worden. Die Etikette hat zahlreiche Bereiche (Gestik, Mimik, verbales und nonverbales Halten, Tischsitten, Themenauswahl usw.) betroffen und stellt die Machtverhältnisse bei Hofe dar, da sie eine Herrschaftsfunktion erfüllen. Einerseits dient sie der Sicherung der sozialen Ordnung, definiert die eigene Identität, andererseits aber dient sie der Konservierung sozialer Ungleichheit. Ein Hauptmerkmal dieser Epoche ist, dass keine Trennung zwischen Höflichkeit und Tugend, Sitte, Sittlichkeit und Moralität festzustellen ist, wobei „die Höflichkeit den ganzen Menschen, das Innere wie das Äußere [umfasst]“ (Fidancheva 2013:38). Außerdem hat es damals kaum einen Unterschied zwischen der öffentlichen und der privaten Lebenssphäre eines Mitgliedes der höfischen Gesellschaft gegeben, wie es in den häutigen Industriegesellschaften üblich ist.

### 2.6.3. Höflichkeit im Humanismus und in der Renaissance

Im Laufe des 15. und 16. Jahrhunderts fängt die Höflichkeit an, langsam von der höfischen Verhaltensetikette zu differieren und nimmt die antiken humanistischen Ideale auf, aus welchen sich später die Werte des Bürgertums - wie z.B. Zivilisation, Erziehung, Bildung und Höflichkeit - entfalten. Diese Regeln werden daraufhin erweitert, bis sie im Absolutismus durch ihre Übertreibung verfälscht werden und somit ihren Zweck nicht erfüllen.

Das für die vorliegende Arbeit wichtigste Werk dieser Zeit *Civilitate morum puerilium* (1536) stammt von Erasmus von Rotterdam, in welchem das zivile Verhalten von Jugendlichen behandelt wird. Laut Erasmus ist es zivil, an den Regeln festzuhalten, aber noch ziviler, Verstöße dagegen zu erdulden. Dies steht im Gegensatz zu den italienischen Humanisten, die für ein perfektes bzw. richtiges (tugendhaftes) Verhalten plädieren. Ein weiteres Werk aus diesem Zeitalter *Galateo overo de' costumi* (1558) stammt von Giovanni della Casa, welcher das Ziel hat, die vorherrschende Stimmung der Annehmlichkeit mittels Ausbildung zu realisieren. Auf dieses Werk wird in Italien heutzutage besonders in Hinsicht auf Anstand bzw. Tischmanieren Bezug genommen. Im Italienischen wird oft dieser Ausdruck verwendet: „Come vuole il galateo“, was heißt „wie das Galateus vorsieht“. Mit

Höflichkeit und gutem Benehmen beschäftigt sich auch der Humanist Montaigne in seinen *Essais* (1580,1592). Er kritisiert die Welt der Scheinheiligkeit und dass Menschen im Umgang miteinander ihre wahren Absichten verbergen, um den Schein aufrechtzuerhalten.

#### 2.6.4. Höflichkeit in der Barockzeit

Im Rahmen der Höflichkeit charakterisiert die Barockzeit den Kompliment-Begriff. Laut Beetz (1990) bezeichnet dieser Begriff im altdeutschen Reich nicht nur Galanterie, sondern scheint wesentlich komplexer zu sein, da es sich sowohl auf mündliche als auch auf schriftliche, ja selbst auf nonverbale Interaktionsrituale für festliche und alltägliche Kommunikationssituationen bezieht. Begrüßungen und Verabschiedungen, Gratulation und Kondolenz, Bitte und Dank, alle Formen der Kontaktpflege und -anbahnung sind in diesen Begriff eingeschlossen. Ziel des Kompliments ist die Anknüpfung und Stabilisierung der Interaktion in einem Kontext, in dem die Sorge in Bezug auf Sozialprestige und auf Anerkennung bei Höheren und Rangleichen gerichtet ist (vgl. Beetz 1990).

#### 2.6.5. Höflichkeit in der Zeit der Aufklärung

In dieser Zeit wird das Ende der hereditären Höflichkeit markiert: Im Laufe der Geschichte wird die Opposition bürgerlicher und aristokratischer Handlungsstandards so stark, dass sich parallel zum bürgerlichen Aufstieg und der zunehmenden Schichtzulässigkeit ein Paradigmenwechsel im Bereich moralischer Normen zeigt (vgl. Fidancheva 2013). Es findet eine Umkehrung der schützenden Fassade rangdistinktiver Höflichkeitsformen statt. In diesem Zeitalter tritt eine Befreiung von der sklavischen Verwendung der konventionalen Formen auf: „Die ökonomischen Wertvorstellungen infiltrierten langsam den Höflichkeitskodex“ (Beetz 1990:280). Dies führt zu einem radikalen Wandel im Bereich der Höflichkeit, zu einer „gentrification of politeness“ (Watts 1992:40): ausschlaggebende Veränderungen in formaler, intentionaler und funktionaler Hinsicht (Fidancheva 2013). In den Gesellschaftsethiken der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts entfaltet sich der moralische Vorrang des Bürgers gegenüber des Adels, welcher als „Hofgesindel“ beschrieben wird (Knigge 1995/1788:31). Knigge ist Vertreter der praktischen Seite der Aufklärung und erarbeitet eine ganze Moral in seinem Werk *Umgang mit Menschen* (1788), das der Frage widmet, wie die Menschen glücklich werden und andere glücklich machen können. Er plädiert für die Höflichkeit und für die Abschaffung von Sklaverei.

In der Aufklärung gibt es eine Individualisierung und Autonomiezunahme im Gebrauch von Höflichkeit. Die Regel stellt keine Norm mehr dar und die Menschen können diesbezüglich frei entscheiden bzw. frei handeln. Dies impliziert daher auch eine ständige Individualisierung und Variierung der Höflichkeit (vgl. Machwirth 1970:31). „Es kommt ein

Streben nach Selbstbeachtung, Selbständigkeit, Selbstverantwortung und persönlicher Freiheit, nach Autonomie und Gleichberechtigung auf“ (Fidancheva 2013:43).

### 2.6.6. Bürgerliche Höflichkeit

In dieser Epoche wird also das höfliche Handeln Ausdruck der Subjektivierung. Die Verhaltensnormen unternehmen einen egalitären Weg mit dem Ziel der Gleichheit aller Menschen. Die bürgerliche Höflichkeit entwickelt sich in diese Richtung und Ideale sowie häusliche Tugenden wie diejenigen der Natürlichkeit, Einfachheit und Ehrlichkeit im Umgang mit anderen Menschen werden eingeführt. Somit entspricht die Höflichkeit nicht länger dem Verhalten des Adels, sondern der Haltung eines Bürgers in seiner familiären Umgebung. Laut Fidancheva (2013:44) wird

diesem Umbruch, der Entwicklung, Tendenz und Umwandlung der Höflichkeitsnormen und Praktiken eine außerordentlich große Rolle zugeteilt, denn der Höflichkeitsdiskurs wird bis zum heutigen Tage mehr oder weniger davon bestimmt. [...] Die bürgerliche Höflichkeit unterscheidet sich massiv von allen anderen vorausgehenden Arten von Höflichkeit. Sie wird rationaler, überlegter und reflektierter. Ihr haftet eher die wirtschaftliche Kosten-Nutzen-kalkulierende Rationalität an, die sich einfach interaktionsoptimierend auswirkt. Somit handelt es sich um ein rational-überlegtes Benehmen.

### 2.6.7. Höflichkeit im 19. und 20. Jahrhundert

Wie bereits erwähnt orientiert sich der Begriff Höflichkeit an sozialgeschichtlichen Ereignissen orientiert. Wenn man also die Funktion, die Höflichkeit im höflichen Standeszeremoniell gehabt hat, betrachtet, bemerkt man, dass sich mit der Entwicklung einer nicht geschichteten sondern funktionalisierten Gesellschaft die Stellung von Höflichkeit geändert hat (Fidancheva 2013). Vor dem ersten Weltkrieg tritt zum Beispiel eine Lockerung der Höflichkeit auf. Nach dem Verfall der Normen ist hingegen ein Aufstieg der Förmlichkeiten zu bemerken, der sich noch stärker nach dem Zweiten Weltkrieg manifestiert. In den 50er Jahren beispielsweise, finden Anstandsbücher wieder sehr großen Anklang. In den 60er und 70er Jahren des 20. Jahrhunderts löst sich allerdings die Formalität endgültig auf bis zu einer vollständigen Informalisierung der Gesellschaft in all ihren Segmenten. Der Gegensatz zwischen *formal* und *informal* hat sich reduziert: Die im Laufe der Zeit erstarrten Konventionen werden von der Norm abgelöst. In den 80er und 90er Jahren erfolgt jedoch eine Reformalisierung, die die neuen wirtschaftlichen Verhältnisse und die neu entstandene Unsicherheit widerspiegelt. Laut Fidancheva (2013: 45) stehen die Auflockerung und die Informalisierung der Umgangsformen still,

jedoch sind diese Phasen als spiralförmig zu verstehen, denn in der Öffnung der Kulturen zueinander und mit der sog. „Invasion“ neuer Medien trat eine neue Durchlässigkeit ein, was aber keinesfalls heißen sollte, dass damit alles Erworbene automatisch annulliert wird.

Dies führt zu einem Aufstieg der Etikette und der ritualisierten Höflichkeit bzw. Höflichkeitsgesten in allen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens. Höflichkeit wird als Distinktionsinstanz bzw. als ein Surplus verstanden, besonders am Geschlechtsdekorum und am Arbeitsplatz, wo nicht nur auf die Kompetenzen und Erfahrungen der Kandidat/innen geachtet wird, sondern auch Gewicht auf die Umgangsformen und Verhalten im Allgemeinen gelegt wird. Fidancheva (2013:45) stellt in diesem Sinne fest, dass

anhand der Fülle neuer Manierbücher, die in den letzten 15 bis 20 Jahren erschienen sind, sich deutlich erkennen lässt, dass Höflichkeit und gute Manier wieder ganz hoch im Kurs stehen, so dass sie sogar an Absurdität grenzen und Höflichkeit und guten Benehmen einen ironischen Unterton verleihen.

Darüber hinaus werden aufgrund der zunehmenden internationalen Kontakte in den letzten Jahren Höflichkeitsphänomene zum besseren Verständnis vermehrt untersucht. In der vorliegenden Arbeit wird die Höflichkeit als soziokulturelles Phänomen erfasst: Ein Phänomen, das sich im Laufe der Zeit auf Basis von den gesellschaftlichen, historischen sowie ökonomischen Veränderungen ständig weiter entwickelt hat. Diese Auffassung reflektiert nicht nur den von Fidancheva (2013) bisher beschriebenen Begriff von Höflichkeit, sondern auch denjenigen von Márquez Reiter (2002) und Kleinberger Günther (2001). Márquez Reiter (2002: 89) ist der Meinung, dass Höflichkeit nicht angeboren ist, sondern sie im Zuge des Sozialisierungsprozesses erwirbt. Auch in diesem Fall wird Höflichkeit als ein historisches und soziokulturelles Phänomen verstanden. Laut Márquez (2002: 90) ist Höflichkeit außerdem eine Form der sozialen Interaktion, die von kollektiven Normen und Werten beeinflusst bzw. determiniert wird: „Das höfliche sowie das unhöflichen Handeln, auch wenn es von einem Individuum durchgeführt wird, hängt von Normen und gemeinsamen Werten ab und sein Ziel ist die Gestaltung und Organisation der sozialen Interaktion“<sup>7</sup>. Kleinberger (2001) ist derselben Auffassung und geht davon aus, dass Höflichkeit kulturhistorisch geprägt ist und niemals von ihrem sozialen, geschichtlichen Kontext sowie von den vorherrschenden Werten losgelöst werden sollte.

---

<sup>7</sup> Originales Zitat: „El acto cortés y/o descortés si bien es realizado por un individuo está instrumentado a través de normas y/o valores colectivos y su objetivo es la estructuración de la interacción social“ (Márquez Reiter 2002: 90).

### **3. Höflichkeit im Detail: von den linguistischen bis den gängigen Theorien**

Der Höflichkeitsbegriff wurde bisher in unterschiedlicher Hinsicht präsentiert: von einem kausal-deterministischen, soziologischen, geschichtlichen sowie dem nicht linguistischen Gesichtspunkt aus. Für diese Arbeit spielt auch die Forschung, die im Bereich der Höflichkeit von Soziolog/innen und Linguist/innen im letzten Jahrhundert durchgeführt worden ist, eine bedeutende Rolle. Deswegen soll in Kapitel 3 auf die theoretischen Grundlagen unter dem (sozio)linguistischen Aspekt eingegangen werden, und zwar: Auf die Pragmatik, die Sprechakttheorie (Austin, 1962 und Searle, 1969), die von Grice (1991) formulierten Prinzipien, die Betrachtungen von Goffman (1986) sowie die theoretischen Weiterentwicklungen von Brown & Levinson (1978/1987), Lakoff (1973), Leech (1983) und die jüngsten innovativen Modelle.

Die Reihung der Theorien ist rezeptiv bedingt: Sie soll nicht nur das Verständnis der vorliegenden Arbeit mit unterstützendem Wissen erleichtern, sondern dient auch zur Präsentation der persönlichen Rezeption der Verfasserin der selbigen Theorien. Darüber hinaus dient die Reihung der Theorien zur Erklärung der Entwicklung der Höflichkeitskonzeption.

Wenn man sich in der linguistischen Forschung auf das Phänomen ‚Höflichkeit‘ bezieht, beruft man sich auf Modelle, die durch ihre Bezeichnung und Erklärung von Höflichkeit oft nur implizit ein Verständnis dafür geben, was ‚Höflichkeit‘ im Rahmen des jeweiligen Ansatzes darstellt. Die folgende Übersicht zu den Theorien soll unter anderem die unterschiedlichen Auffassungen von Höflichkeit prägnant präsentieren, um auch die Frage des wissenschaftlichen Begriffes von Höflichkeit zu klären:

Die Frage findet ihre Rechtfertigung in dem Umstand, dass man in vielen bestehenden wissenschaftlichen Arbeiten auf der Suche nach einer Definition von Höflichkeit auf Schwierigkeiten stößt. Abgesehen davon, dass viele Wissenschaftler/innen gar nicht näher definieren, was sie unter Höflichkeit verstehen, liegt bei denen, die es wohl tun, das Verständnis über Höflichkeit oft weit auseinander.  
(Lacha 2005: 5)

#### **3.1. Die erste sprachwissenschaftliche Betrachtung von Höflichkeit**

Die Sprachwissenschaftler/innen interessieren sich im frühen 20. Jahrhundert das erste Mal für den Zusammenhang zwischen Sprache und Höflichkeit. Vertreter/innen des Idealismus und der sprachsoziologischen Schule untersuchen die Sprache in Verbindung mit den Menschen und die hierdurch entstandenen soziokulturellen Situationen. Trotzdem war ihr

Beitrag zum Thema Höflichkeit eher mangelhaft und hat nur wenige Erkenntnisse gebracht (vgl. Held 1995).

### 3.2. Höflichkeit in der Sprachpsychologie der 40er Jahre

In den 40er Jahren wird Höflichkeit in der Disziplin der Sprachpsychologie betrachtet. Ein bedeutender Vertreter dieser Forschung ist Friedrich Kainz. Er betrachtet Sprache nicht nur als Mittel zur Verständigung mit anderen Menschen, sondern berücksichtigt auch ihre ästhetischen, ethischen und intellektuellen Dimensionen. Höflichkeit gehört zur ethischen Dimension des zwischenmenschlichen Lebens, weil sie den respektvollen sozialen Umgang gewährleistet.

Laut Kainz (vgl. Kainz in Held 1995: 40f) stellt die verbale Höflichkeit ein Zeichen für sittliches Verhalten dar, das in Zusammenhang mit historischen und kulturellen Gegebenheiten steht. Held (1995) kritisiert, dass die von Kainz verwendeten Forschungsmaterialien wenig originell sind. Trotzdem hält Held die Betrachtung der inhaltlichen Strukturen der Höflichkeit von Kainz, in Verbindung mit den Verhaltenspraktiken, für bedeutungsvoll für die linguistische Erforschung der Höflichkeit.

### 3.3. Pragmatik: die Wendung

Das Wort *Pragmatik* bedeutet im Griechischen *Aktivität*, *Handlung* oder *Tun* (vgl. Trosborg, 1995: 5). Die Etablierung der linguistischen Pragmatik bzw. eine Hinwendung zur Pragmatik findet Ende der 60er Jahre statt, als sich immer mehr Linguisten für die Verwendung und die Funktionen von sprachlichen Äußerungen interessieren (vgl. Lange 1984). Die moderne Nutzung der Pragmatik wird vom Philosophen Charles Morris eingeführt. Laut Morris umfasst die Semiotik<sup>8</sup> die Pragmatik, die Semantik und die Syntax. Pragmatik ist die „Untersuchung der Beziehung zwischen Zeichen und deren Interpretationen“ (Morris 1938:6). Morris' Definition von Pragmatik ist nicht die einzige, sondern es gibt zahlreiche Definitionen in dieser Disziplin, wie die von Ernst (2002: 10): „Pragmatik ist die Lehre vom menschlichen Handeln“. Pragmatik beschäftigt sich also mit Sprache aus einem neuen Gesichtspunkt: es werden nicht mehr nur die grammatikalischen Kompetenzen eines/einer Gesprächspartner/in in Betracht gezogen, sondern auch die Kenntnis des adäquaten Sprachgebrauchs. Nur so kann eine gelungene verbale Kommunikation erfolgen (vgl. Warga 2004). In diesem Sinne wird Pragmatik als „der *Hintergrund* gesellschaftlicher und

---

<sup>8</sup> Die Semiotik wird von Morris (1938:6) als Lehre von Zeichen bezeichnet.

individueller Bedürfnisse, Intentionen und Zwecke, auf dem Sprecher und Hörer Sprache verwenden“ gesehen (Neubert 1968: 25). Daraus folgert Neubert, dass jeder Sprachgebrauch einen pragmatischen Aspekt besitzt.

Mit der Entwicklung der Pragmatik als Forschungsdisziplin hat sich also die Ausrichtung der Sprachwissenschaft geändert, bekannt als die pragmatische Wende (vgl. Warga 2004). Nach dieser Wende gehört Sprache zum menschlichen Verhaltensrepertoire und die Beschäftigung mit dem kommunikativen Handeln rückt die verbale Höflichkeit mehr in den Mittelpunkt der linguistischen Forschungen. Die neue Betrachtung der Sprache in Zusammenhang mit menschlichem Verhalten führt zu unterschiedlichsten Theorien, die sich auf das sprachliche Handeln beziehen. Diese Theorien beeinflussten sowohl die Entwicklung der linguistischen Pragmatik als auch die Höflichkeitsforschung (vgl. Held: 1995). Unter diesen Theorien finden sich die Sprechakttheorie und die Theorie zu den Konversationsmaximen. Beide werden im Folgenden genauer präsentiert.

### **3.4. Sprechakttheorie: Austin und Searle**

Bevor man Höflichkeit näher behandelt, muss zuerst der Gesprächskontext erfasst werden. Bei der Analyse eines Sprechaktes wird die Tatsache, dass es sich um eine Tat handelt, selten berücksichtigt; es werden nur Wörtern oder Dialogen gesehen. Wenn man spricht, handelt man auch in komplexer Weise (vgl. Heringer 2004). Dies ist der Ausgangspunkt der Sprechakttheorie, die in den 70ern und 80ern entstand.

In einer typischen Sprechsituation mit einem Sprecher, einem Hörer und einer Äußerung des Sprechers gibt es viele Arten von charakteristischen Akten, die mit der Äußerung des Sprechers verbunden sind. Der Sprecher wird in spezifischer Weise Gaumen und Zunge bewegen und Geräusche erzeugen [...] und er wird auch Akte vollziehen, die zur Klasse derjenigen Akte gehören, welche die Tatsache berücksichtigen, dass man Feststellungen trifft, Fragen stellt, Befehle erteilt, Berichte gibt, Grüße und Warnungen ausspricht. (Searle 1996:143)

Wie man beim Sprechen handelt, wird von der Sprechakttheorie untersucht. Die Kerneinheit der Sprechakttheorie sind die Sprechakte, deren Grundthese von dem amerikanischen Philosophen Searle erarbeitet wurde. Satz, Wort und alle sprachliche Einheiten werden in ihrer Funktion in Sprechakten berücksichtigt und letztlich formuliert. Der Ursprung der Sprechakttheorie wird auf die sprachanalytische Philosophie zurückgeführt, die von Wittgenstein, Austin und Searle entwickelt wurde. Diese Philosophen untersuchen den Handlungsaspekt sprachlicher Äußerungen, wodurch das Interesse an der Untersuchung der Sprechakte in unterschiedlichen Sprachen und Kulturen sowie der interkultureller Interaktion erweckt wird (vgl. Placencia&Bravo 2002).

Austin (1962) und Searle (1969) gehen in der Sprechakttheorie davon aus, dass hinter einer Äußerung die so genannte *Illokution* steht. John Langshaw Austin entdeckt in seinem Werk *How to do things with words* (1962) entdeckte, dass die Sprache nicht nur zur Beschreibung einer Situation, sondern je nach Kontext auch zum Ausdruck einer Beschwerde, einer Aufforderung usw dient. Laut Austin besteht eine Äußerung aus drei Ebenen: die Ebene der *Lokution*, welche sich auf die Ausdrucksebene bezieht, d.h. die lautliche und schriftliche Form einer Äußerung; die Ebene der *Illokution*, die sich auf die hinter einer Äußerung stehende Absicht bezieht; die dritte Ebene einer Äußerung ist die *Perlokution*, die für den bei dem/der Hörer/in erzielten Effekt einer Aussage steht. Basierend auf dem Konzept der *Illokution* gliedert Searle die Sprechakte in fünf Sprechaktklassen, auf die man oft in der Höflichkeitsforschung Bezug nimmt, und zwar: *Repräsentativa*, *Direktiva*, *Kommissiva*, *Expressiva* und *Deklarativa*<sup>9</sup>.

Wenn eine Äußerung nicht klar nach einem bestimmten Sprechakt klassifiziert werden kann -so wie es z.B. im Deutschen bei den (Modal)Partikeln der Fall ist- , treten Probleme auf. Oft kommt man zu weiteren Schwierigkeiten, da es sein kann, dass ein Sprechakt in anderen Sprachen keine Entsprechungen hat. Siebold (vgl. 2008b) stellt fest, dass vor allem bei Sprechaktklassen der *Expressiva* (wie etwa bei Komplimenten oder Entschuldigungen) oder der *Direktiva* (wie beispielsweise bei Bitten) Missverständnissen zwischen Spanisch- und Deutschsprachigen erfolgen. Sprechakte helfen den Hauptaspekt einer Aussage zu erkennen. Man muss allerdings auch beachten, dass die illokutiven Indikatoren auch täuschen können: Äußerungen, deren Illokution vom linguistischen Aspekt abweichen, werden indirekte Sprechakte genannt. Searle (1969) ist der Meinung, dass diese indirekten Sprechakte in Zusammenhang mit Höflichkeitsnormen auftreten.

Als weitere wichtige Beiträge zur verbalen Höflichkeit innerhalb der pragmatischen Wende erscheinen darüber hinaus die Theorien von Sprachphilosoph H. Paul Grice (1975) sowie von Lakoff (1990), Leech (1983) und Brown & Levinson (1978/1987).

### 3.5. Paul Grice

Laut Grice (1991) ist das Ziel einer Konversation ein effizienter Informationsaustausch, wobei eine effiziente und gelungene kommunikative Handlung nur erfolgen kann, wenn sie den Prinzipien der Kooperativität und der Intentionalität entspricht: D.h., wenn die Gesprächspartner/innen das Menschenverhalten als kommunikatives Handeln interpretieren, verwenden sie mentale oder psychische Prädikate. Kurz gesagt: Menschen kommunizieren

---

<sup>9</sup> Siehe diesbezüglich Searle, John R. (1969) *Speech acts: an essay in the philosophy of language*. Cambridge [u.a.]: Univ. Press.

miteinander, wenn sie das absichtlich machen. Auch wenn das Gricesche Modell eines der wichtigsten Modelle für die linguistische und kommunikationswissenschaftliche Forschung darstellt, wird es in der vorliegenden Arbeit kritisiert, weil sich daraus eine Frage ergibt: haben Menschen beim Sprechen wirklich immer eine Absicht? Sind sie sich dieser Absicht bewusst? Hierbei wird festgestellt, dass Menschen sich einer Absicht nicht immer bewusst sind, sondern sie kommunizieren oder reagieren auf etwas in einem soziokulturellen geprägten Kontext bzw. in einer Kommunikationssituation. Die Entwicklung von Absichten und Erwartungen kann nicht unbedingt entsprechen werden. Das Gricesche Modell impliziert also, dass alle Absichten eines/einer Gesprächspartner/in in seinem/ihrem Tun offenbart werden, sodass sie für den/die andere/n Sprecher/in vollkommen transparent sind. Die Absichten des/der Sprecher/s müssen offensichtlich kommuniziert werden. Kommunikation ist ebenso durch Kooperativität zwischen Sprecher/in und Hörer/in bestimmt: dieses Konzept der Kooperativität wird durch das bekannte Kooperationsprinzip und durch die vier Konversationsmaxime definiert (d.h. Quantität, Qualität, Relevanz und Modalität<sup>10</sup>): „Mache deinen Gesprächsbeitrag jeweils so, wie es von dem akzeptierten Zweck oder der akzeptierten Richtung des Gesprächs, an dem du teilnimmst, gerade verlangt wird“ (Grice 1993: 248). Jeder Kommunikationsverlauf wird auf diese Weise durch einen Zweck bestimmt, der von den Gesprächspartner/innen wechselseitig akzeptiert ist, in dem sie dieses erklärte Kooperationsprinzip und die Maxime beachten. Ist es aber (immer) so? Drückt man offensichtlich seine/ihre Absicht aus? Ist man immer kooperativ beim Sprechen? Sind alle Menschen immer offen, informativ, ehrlich, relevant, kurz, direkt und eindeutig beim Kommunizieren mit den Gesprächspartner/innen? In dieser Arbeit wird angenommen, dass Kommunikation vor allem vom soziokulturellen sowie situationellen als rein sprachlichen Aspekt bestimmt wird und dass Kommunikation nicht immer bewusst verlaufen kann.

Trotz diesen und anderen Kritiken ist zu beobachten, dass Grice mit seiner Forschung einen bedeutenden Beitrag zur Pragmatik geleistet hat und er dient als Referenzpunkt für die folgenden Forschungen in diesem Bereich. So beziehen sich Höflichkeitstheorien wie jene von Brown&Levinson (1978/87), Lakoff (1973) und Leech (1983) auf die Prinzipien von Grice.

---

<sup>10</sup> Siehe diesbezüglich Grice 1993:243-265.

### 3.6. Brown & Levinson

The face-saving view of politeness derives from Brown and Levinson (1978), and it would be no exaggeration to say that it has been most influential in providing a paradigm for linguistic politeness which goes beyond a mere extension of the Gricean maxims. (Watts / Ide / et al. 1992: 7)

Das Modell von Brown und Levinson (1978 und 1987) - im Folgenden: B/L - ist das wesentlichste und bedeutungsvollste Modell zur Betrachtung des Phänomens der Höflichkeit (vgl. Fraser 2001). Es wurde zuvor keine eigentliche Definition dieses Phänomens geliefert, weswegen dieses Modell ein Durchbruch ist und sich viele spätere Theorien darauf stützen. Laut B/Ls Modell ist Höflichkeit ein soziologisches Mittel mit Universalitätsanspruch. Dies scheint ein Ausgangspunkt zu sein, wenn man die Vielschichtigkeit des Problems der Höflichkeit betrachten möchte.

Sie [die Höflichkeitsforschung] stützt sich, und das macht sie außerordentlich attraktiv, auf ein soziologisches Fundament, den Goffman'schen Ansatz. Der ist in seiner Interdisziplinarität interessant, und hatte mit der bahnbrechenden Arbeit von Brown und Levinson, die ihre empirische Basis in kulturell und genetisch unverwandten Sprachen gefunden hat, einen eindrucksvollen transkulturellen Start. (Weydt 2003: 34)

Der grundlegende Begriff, der dieses Modell kennzeichnet, ist der Begriff *face*<sup>11</sup>. Der Gesichtsbegriff<sup>12</sup> beruft sich auf Goffmans Modell (1986<sup>13</sup>) und wird bei B/L nach bestimmten Modifikationen verwendet. Ziel des B/L Modells ist vor allem die Beschreibung der sozialen Beziehungen und deren Manifestationen in der Sprache (vgl. Brown / Levinson 1978: 60). Sie erarbeiten ihren Ansatz auf Basis der Untersuchung von unterschiedlichen Sprachen (Tamil von Südindien, Tzeltal von Mayaindianern in Mexiko, sowie amerikanisches und britisches Englisch) und sich daraus ergebender Ähnlichkeit. Dies stellt den Anspruch auf Universalität ihrer Theorie dar, besonders weil die in Betracht gezogenen Sprachen nicht miteinander verwandt sind. B/L Ansatz stützt sich auf einen/eine angenommen Sprecher/in, eine Modellperson, die zwei Merkmale besitzt: Rationalität und *face*.

*Face* bezeichnet das öffentliche Selbstbild, welches jede erwachsene und kompetente Person einer Gesellschaft hat und überdies weiß, dass es auch jede andere Person der Gesellschaft besitzt. Wie der Ausdruck *das Gesicht verlieren* ganz anschaulich erläutert, kann das Selbstbild einer Person bedroht und bewahrt werden. Die Modellpersonen haben daher beim Kommunizieren unterschiedliche Gesichtsbedürfnisse, die in der Interaktion gewahrt werden sollten. Dies führt zu einer weiteren Unterteilung des Begriffes, d.h. die Unterteilung

---

<sup>11</sup> In der deutschen Literatur wird dieser Begriff entweder als solcher übernommen oder mit Gesicht übersetzt.

<sup>12</sup> Die Begriffe *face* und *Gesicht* werden in der vorliegenden Arbeit synonym verwendet. *face* wird als Fachterminus zur Bezeichnung des Phänomens bevorzugt und *Gesicht* wird in Wortkompositionen wie gesichtsbewahrend etc. verwendet.

<sup>13</sup> Siehe auch Watts / Ide / et al. 1992: 10.

zwischen *negativen* und *positiven Gesicht*. Das *negative Gesicht* bestimmt das Bedürfnis eines erwachsenen kompetenten Mitglieds auf Handlungsfreiraum und die Bedürfnisfreiheit, in dem Sinne, dass es ohne Zwang durch andere handeln kann. Kurz gesagt spiegelt es Freiheit, Selbstständigkeit, Autonomie und Selbstverantwortung eines Individuums wider. Während das *positive Gesicht* stellt das Bedürfnis nach Anerkennung und Akzeptanz eines Individuums in der Gesellschaft darstellt. Das (positive oder negative) Gesicht ist deshalb ein starkes individuelles Merkmal, das stets die Stellung eines Individuums innerhalb der Gesellschaft ausdrückt.

Unter *Rationalität* verstehen B/L die Eigenschaft eines Individuums logische Schlüsse zu ziehen, was sich auf das erwähnte Gricesche Kooperationsprinzip bezieht. Auf diese Weise wird ein Zusammenhang mit den Implikaturen hergestellt. Im Unterschied zum Griceschen Modell ist aber Rationalität nicht nur hierfür notwendig, sondern bedeutet auch, dass ein Individuum Überlegungen anstellen kann, um gewisse Ziele zu erreichen. Somit kann es eben die Konsequenzen aus bestimmten Handlungen einschätzen. Jedes Individuum ist sich bewusst, dass ein anderes Individuum, mit dem es kommuniziert, ein Gesicht besitzt, welches durch bestimmte Handlungen bedroht werden kann. *Vice versa* ist es sich bewusst, dass das eigene Gesicht von dem anderen Individuum bedroht werden kann. Somit werden die ideellen Personen versuchen, beiderseitig auf ihre Gesichter Rücksicht zu nehmen sowie sogenannte gesichtsbedrohende Akte womöglich zu vermeiden. Wenn man die soziale Interaktion so betrachtet, rückt man an das Gespräch als Schnittpunkt zwischenmenschlicher Handlung heran, indem die Gesichter der Gesprächsteilnehmenden bedroht werden. Sprechakte sind hierbei die Handlungen, die von den Modellpersonen verwirklicht werden, die die schlimmste Bedrohung für ihr eigenes oder das Gesicht ihres/ihrer Gesprächspartners/in verkörpern.

Die verschiedenen Sprechakte, die laut L/B gesichtsbedrohend sind, sind diejenigen, die *face-threatening acts* (im Folgenden kurz: *FTA*) genannt werden. Jene können sowohl das Gesicht des/der Adressaten/ins (H) als auch das Gesicht des/der Senders/in (S) bedrohen. Außerdem kann differenziert werden, ob sie das negative oder positive Gesicht bedrohen. B/L unterscheiden die FTA je nach dem, welches *face* bedroht wird, sowie nach der Bedrohung für das Gesicht von H oder von S. Diesen Kategorien werden gewisse Sprechakte wie Bitten, Befehle, Aufforderungen, Ratschläge, Vorschläge, Warnungen, Versprechungen, Angebote, Ablehnungen, Komplimente, Entschuldigungen, Gefühlsäußerungen, Eingeständnisse usw. zugeordnet (vgl. Brown / Levinson 1978). Dies bedeutet, dass je nach Art der FTA unterschiedliche Strategien vorhanden sind, um die Gesichtsbedrohung zu vermeiden bzw. möglichst gering zu halten. So stellen B/L dies dar:

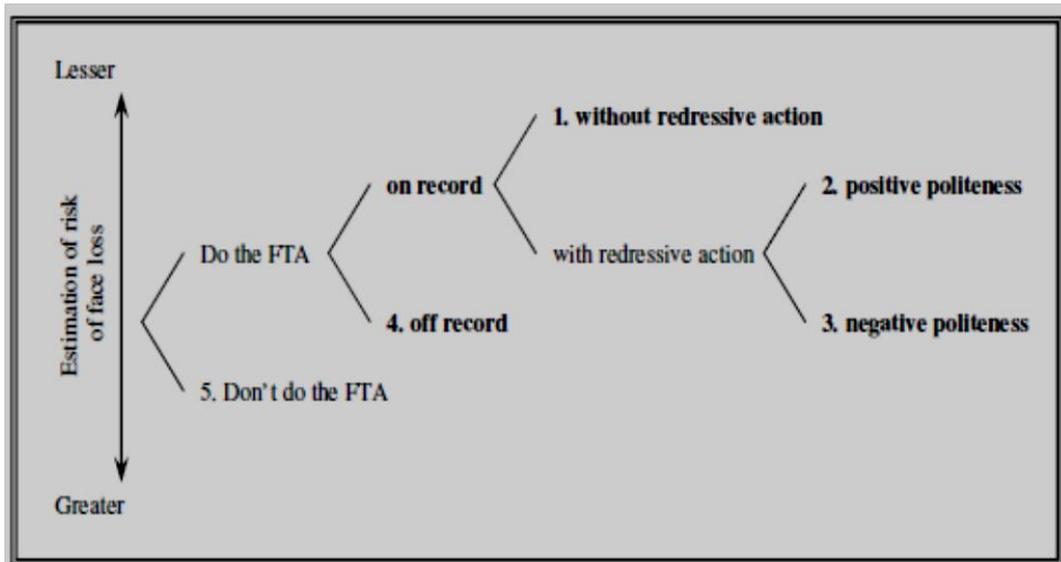


Abb. 1<sup>14</sup>: B/L Circumstances determining choice of strategy

Laut B/L entscheidet sich also eine Person je nach Gefahr des Gesichtsverlusts für eine Strategie, um einen FTA auszudrücken. Auf diese Weise wird ein weiterer Aspekt des Modells geklärt, der von der Rationalität der Modellpersonen abgeleitet wird: jeder Mensch überlegt ständig, ob und wenn ja, wie er/sie sein/ihr Ziel durch sprachliche Handlungen erreichen kann. Im Fall eine FTAs existieren verschiedene Strategien, die gewählt werden können, und zwar:

- *Off record* bedeutet, dass man den FTA so vermittelt, sodass er möglichst vielsagend ist, d.h. dass er unterschiedlich interpretiert werden kann. Die Ambiguität führt also eine zweifache Gesichtsbewahrung herbei;
- *On record* sind die FTA die den Gesprächsteilnehmenden deutlich die Absicht vermitteln, egal ob direkt oder indirekt. Dies wiederum kann auf verschiedene Weisen oder mit verschiedenen Strategien erfolgen;
- *Without redressive action, baldly*, d.h. ohne Abschwächung des FTA, also den FTA klar und knapp zu formulieren. Dies entspricht somit den Konversationsmaximen von Grice, bzw. dem Kooperationsprinzip. Dies geschieht aber laut B/L nur aufgrund gewisser Bedingungen wie z.B. stillschweigender Verzicht auf Gesichtsbewahrung aufgrund von Dringlichkeit, etc.;
- *With redressive action* sind jene FTA, die irgendwie abgeschwächt werden, vor allem indirekter ausgedrückt werden.

Darüber hinaus umfasst *positive politeness* alle Strategien, die das positive Gesicht von H bewahren, d.h. dass mitgeteilt wird, dass die Bedürfnisse von S denjenigen von H (zumindest

<sup>14</sup> Die Graphik wurde nach Brown / Levinson (1978: 74) adaptiert.

teilweise) entsprechen; während *negative politeness* dagegen alle Strategien, die das negative Gesicht von H betreffen sind.

Kurz zusammengefasst bietet dieses Modell viele Kategorisierungsmöglichkeiten und Untersuchungsansätze zur Erforschung von Kommunikation, in spezieller Hinsicht zur Untersuchung von Höflichkeit, zumindest jene, die im B/Ls Modell als solche bezeichnet wird. Dieses komplexe Modell von Höflichkeit liefert aber ebenso viel Angriffsfläche für Kritik und somit noch mehr Möglichkeiten, um sich mit diesem Phänomen wissenschaftlich zu beschäftigen. Grundlegend für die vorliegende Arbeit ist die Feststellung, dass B/Ls Modell auf zweckgerichtete Kommunikation fokussiert ist, wobei Höflichkeit mithilfe von bestimmten ausgewählten Strategien operiert.

### 3.7. Lakoff

Lakoff (1990) bezeichnet Höflichkeit als ein System persönlicher Beziehungen, das dazu dient, Interaktion durch die Einschränkung möglicher Konflikte und Konfrontationen, die sich in allen zwischenmenschlichen Interaktionen abspielen können, zu erleichtern. Lakoff (1990) untersucht Höflichkeit aus pragmatischer Sicht und zeigt Schwächen von traditionell linguistischen Höflichkeitstheorien auf. Außerdem stellt Lakoff Höflichkeit mit dem Kooperationsprinzip von Grice in Zusammenhang (vgl. Eelen 2001).

Laut Lakoff (1973: 14) gehören zu den grundlegenden Pfeilern der sprachlichen und nichtsprachlichen Interaktion zwei pragmatische Kompetenzen,:

- 1) „Make yourself clear“
- 2) “Be polite”

Lakoff geht davon aus, dass, wenn man die grundlegenden Höflichkeitsregeln beachtet, eine harmonische Interaktion gewährleistet wird. Lakoff spricht also von Regeln anstatt von Strategien, aber wie auch Brown&Levinson, beruft Lakoff sich auf die Griceschen Konversationsmaxime. Deshalb dienen Höflichkeitsregeln ebenso wie Konversationsmaxime, ihrer Meinung nach, zur Gestaltung von kooperativen zwischenmenschlichen Handlungen mit geringem Aufwand. Die zweite Kompetenz umfasst drei Höflichkeitsregeln, die Lakoff ebenso wie B/L als allgemeingültig auffasst (Lakoff 1973: 19):

- 1) “**Don’t impose**; remain aloof”
- 2) “**Allow the addressee his options**“
- 3) “Act as though you and addressee were equal; **make A (=Alter) feel good**”

Die erste Regel kommt zum Tragen, wenn der/die Sprecher/in die Distanz zum/zur Hörer/in aufrecht erhält. Diese Norm bezieht sich beispielsweise auf Tischmanieren, auf höfliche Anredepronomina, auf unpersönliche Formen, etc. Diese Norm kommt vor allem im akademischen und geschäftlichen Rahmen sowie in Gesprächen mit einem Anwalt, Arzt usw.

zum Einsatz. Diese Regel ist nicht nur unter dem sprachlichen Aspekt wichtig: Sie trägt zur Schaffung einer emotionalen Distanz zum Gesprächsthema (wie Tabuthemen) bei. So versucht man das Thema zu umschreiben oder durch Euphemismen auszudrücken (Lakoff 1973). Die oben erwähnte zweite Regel lässt den/die Adressat/in über seine/ihre eigenen Möglichkeiten entscheiden. Wenn man Unsicherheit ausdrücken oder zeigen möchte, dass er/sie den/die Adressat/in zu keiner Entscheidung zwingen möchte, kommt diese Regel ins Spiel. Auch in diesem Fall versucht man, gewisse Themen durch Euphemismen abzuschwächen oder nicht direkt anzusprechen. Die dritte Regel ist die Gleichheitsregel: Diese wird angewendet, wenn der/die Sprecher/in eine höher- oder gleichgestellte Position gegenüber dem/der Adressaten/in einnehmen will. In derartigen Situationen kommen das informelle *du*, das Nennen beim Vornamen oder Partikel zur Anwendung, um das Gefühl von Solidarität zu vermitteln (Lakoff 1973).

Lakoff geht davon aus, dass Konversations- und Höflichkeitsregeln vieles gemeinsam haben und dass eine Grundregel jeder Konversation ist, sich klar auszudrücken. Lakoff (1973) verweist allerdings darauf, dass diese Regeln nur bis einem gewissen Punkt wirksam sind. In Extremsituationen haben sie keine Wirkung. Diese Konversationsregeln, die der Klarheit dienen sollen, verkörpern eine Untergruppe der Höflichkeitsregeln. Höflichkeitsregeln unterscheiden sich außerdem nicht nur von Kultur zu Kultur, sondern ebenso innerhalb eines kulturellen Kontexts, von einer Person zur anderen: „There may well be different idiolects for politeness: what is courteous behaviour to me might be boorish to you, because we have slightly differently formulated rules, or because our hierarchy of acceptability is different” (Lakoff 1973: 26). Lakoff kommt in diesem Sinne zum Schluss, dass jede Person eine persönliche Auffassung von Höflichkeit hat und nach sehr individuellen Perzeption interpretiert er/sie, verschiedene Verhaltensweisen.

Laut Schulze (1985) ist Lakoffs Versuch zu Beginn der 70er Jahre im Bereich der Linguistik sehr fortschrittlich. Die Konversationsmaxime von Grice werden in ihre Interpretationen integriert und eine funktionale Beschreibung von zusätzlichen Regeln gegeben. Außerdem kritisiert Schulze (1985), dass Lakoffs Begriff von Höflichkeit nicht genau abgegrenzt wird und unscharf bleibt. Laut Schulze kann Höflichkeit nur als Teilbereich pragmatischen Handelns betrachtet werden, welches wiederum von den Annahmen der Interaktionspartner/innen sowie deren sozialer Beziehung abhängig ist.

### 3.8. Leech

The CP [cooperation principle] enables one participant in a conversation to communicate on the assumption that the other participant is being cooperative [...]. It could be argued, however, that the PP [politeness principle] has a higher regulative role than this: to maintain the social equilibrium and the friendly relations which enable us to assume that our interlocutors are being cooperative in the first place. (Leech 1983: 82)

Der Ausgangspunkt für Geoffrey N. Leechs (1983) in seinem Werk *Theorie zur Pragmatik* ist das Gricesche Kooperationsprinzip (CP). Leech fügt ein konkurrierendes Prinzip hinzu, das sogenannte *politeness principle* (vgl. Held 1995). Dieses neue Prinzip steht nicht nur in Widerstreit mit Gricescher Theorie von Höflichkeit, sondern ist „dieser im alltäglichen Kommunikationsverhalten vorgeordnet [...] und [hat] damit in der pragmatischen Kompetenz absolute Priorität“ (Leech 1983: 70). Aus dem Höflichkeitsprinzip entwickeln sich sechs Maxime (*tact, generosity, approbation, modesty, agreement, sympathy*), die in jeder Kultur unterschiedlich sein können (Leech 1983: 132). Leech weist so darauf hin, dass Höflichkeit die Beziehung zwischen zwei Teilnehmer/innen betrifft. Die wichtigste Maxime ist die *Taktmaxime*, die das Zentrum der Höflichkeitstheorie von Leech bildet (vgl. Held 1995). Bei diesen Maximen ist überdies zu beachten, dass die ersten vier Maxime eine Gruppe bilden, weil die „deal with unipolar scales: the cost-benefit and praise-dispraise scales“, d.h. die Kosten-Nutzen-Skala, und die anderen zwei „deal with unipolar scales: the scales of agreement and sympathy“ (Leech 1983: 132). Der erste Teil der Maxime beruft sich auf die negative Höflichkeit von B/L, während der zweite Teil sich auf die positive Höflichkeit beruft. Diese Maxime dienen zur Minimierung der Kosten des/der anderen Gesprächspartner/in und zur Maximierung des Nutzens des/der anderen Gesprächspartner/in.

Leechs Modell leistet für die Höflichkeitsforschung einen großen Beitrag und seine Theorie ermöglicht unter verschiedenen Aspekten zu kategorisieren und auch zu typologisieren. Zudem werden viele Maxime, Skalen sowie Situationen präsentiert, wonach die Höflichkeitstypologien ausgewählt werden. Trotz oder gerade wegen dieser Vielschichtigkeit ist dieses Modell schwer zu verwenden, oder mit Watts / Ide / et al. Worten (1992:7):

The model is far too theoretical to apply to actual language usage and too abstract to account for either the commonsense notion of politeness nor some notion which fits into a general theory of social interaction. What arises from this approach is an implied classification of speech act types as polite or nonpolite. In particular, indirect speech acts will appear in most circumstances to warrant the label "polite" whereas direct speech acts will only be polite under certain very restricted circumstances. What is interesting in Leech's approach is that politeness is not seen to have anything to do with pragmatic inferencing process, but rather with the attainment of social goals. At this point we once again enter the realm of social norms.

Der Vollständigkeit halber soll erwähnt werden, dass zahlreiche weitere Modelle zur Beschreibung der Höflichkeit existieren. Einerseits beinhalten sie Ergänzungen bzw. Modifikationen zu den vorgestellten Modellen, andererseits handelt es sich um Ansätze, die die bereits vorgestellten Modelle unterstützen. Im Folgenden werden einige davon kurz beschrieben, da sie innerhalb der Höflichkeitsforschung zu den „core theories“ zählen (Eelen 2001: 23).

### 3.9. Watts

Richard Watts leistet in seinem Ansatz (1992) einen anderen wichtigen Beitrag zum Thema Höflichkeit. Watts grenzt „linguistic politeness“ und „politic behaviour“ voneinander ab (Watts 1992: 50-52). Der Begriff „*politic behaviour*“ erfasst jene allgemeinen Aspekte des kommunikativen Verhaltens, welche das Gleichgewicht der Beziehungen zwischen Menschen innerhalb einer sozialen Gruppe aufstellen bzw. erhalten (Watts 1992: 43). „Linguistic politeness“ ist ein Subset der (höflich) markierten Formen kommunikativen Verhaltens, die von den kulturellen Konventionen abhängen. Man wählt also stets die Formen, die je nach Situation konventionell als höflich gelten, um höflich zu sein. Sie sind keine spezifischen sprachlichen Formen, sondern hängen immer davon ab, welches „*politic behaviour*“ gerade angemessen ist (Eelen 2001: 20).

### 3.10. Arndt/Janney

Arndt/Janney (1992) liefern einen innovativen Ansatz, der zunächst abseits der anderen grundlegenden Theorien ist. Arndt/Janney konzentrieren sich auf soziopsychologische Faktoren von Höflichkeit und kritisieren die Modelle, bei denen sich „angemessenes Verhalten“ in den Vordergrund der Erklärung spielt (Arndt/Janney 1992:22). Bei Arndt/Janney ordnet sich Höflichkeit in einem Kommunikationsmodell ein, welches *emotionale* und *emotive* Kommunikation unterscheidet. Die erste Art von Kommunikation kennzeichnet sich durch spontanen und affektiven Ausdruck von Gefühlen, während die zweite sich durch zielgerichtete an Gesprächsteilnehmenden angepasste Äußerung von Gefühlen, um Konflikte auszuweichen, kennzeichnet (Arndt/Janney 1992). Goffmans und B/Ls angelehnten Gesichtsbedürfnisse stellen die Grundlage der Konfliktvermeidung dar. Um diese Bedürfnisse in der zwischenmenschlichen, emotativen Kommunikation zu erfüllen, existieren verschiedene *emotive Strategien*. Die „supportive strategies“ (unterstützende Strategien), wie die Benennung selbst sagt, unterstützen die zwischenmenschliche Kommunikation und zeigen positive/negative Gefühle womöglich konfliktvermeidend. Diese Strategien werden *Takt* genannt und als Synonym für zwischenmenschliche Höflichkeit

verwendet. Davon wird die sogenannte *soziale Höflichkeit*, die auf Konventionen basiert, um kommunikative Aufgaben der Routine - wie z.B. Gesprächseröffnung, Verabschieden usw. - erfolgreich zu lösen.<sup>15</sup> Arndt/Janneys Modell orientiert sich an den kulturellen Konventionen und betrachtet Höflichkeit als Regelsystem. Trotzdem räumen Arndt/Janney auch ein, dass Takt beim Sozialisationsprozess erworben wird, weswegen er auch kulturgeprägt bzw. -bedingt ist.

### **3.11. Fidancheva: von einem kommunikativ-pragmatischen Interaktionsmodell zur interpersonalen Höflichkeit**

Fidancheva (2012) bettet Höflichkeit in einem Modell ein, wobei höfliches Handeln „sich semiotisch in einem kommunikativ-pragmatischen Interaktionsmodell von Höflichkeit erfassen“ lässt. In diesem Modell scheinen die Akteure/innen sowohl gleichzeitig Produzent/innen als auch Konsument/innen zu sein. Dies bedeutet, dass ein ständiges Wechselspiel der Rollen zwischen den Gesprächspartner/innen erfolgt. Fidancheva konzentriert sich bei ihrer Forschung auf drei Komponenten der Interaktion: die Absicht bzw. Motivation des/der Senders/in, die Wirkung bei dem/der Empfänger/in und die Interaktion (vgl. Fidancheva 2012). Hinsichtlich dieser triadischen Perspektive nimmt Fidancheva an, dass Kommunikation gleichwohl eine Interpretation impliziert, „da ja Interpretieren ein heuristisches Vorgehen voraussetzt, dessen Ziel das Verstehen ist, in dem der interaktiven Sinnkonstruktion Rechnung getragen wird“ (Fidancheva 2012:111). Wenn man die Interaktion auf der Beziehungsebene betrachtet, kann man sagen, dass sie „nolens volens zu einem gewissen Informationsaustausch führt - denn jede Information über eine Bedeutung verfügt - da ja auch dann etwas kommuniziert und somit interpretiert wird“ (ebd., 111).

Laut Fidancheva (2012) soll man Höflichkeit als ein funktionales Zeichen betrachten, das sich seine Funktionalität - mit Austins Worten - in dem perlokutionären Sprechakt äußert, d.h. in der Wirkung bei dem/der Empfänger/in. Ihrer Meinung nach ist das Zeichen „fremdreferentiell“ (ebd., 111) deswegen findet man die Bedeutung von Höflichkeit außerhalb desselben, zwar im Kontext bzw. in den Rahmenbedingungen der potentiellen Bedeutung, welche nicht allein zustande kommt, sondern auch abhängig von externen Situationsfaktoren wie Status, Epoche, (Neuro)Psychologie und soziologischen Faktoren usw.) ist. „Ein sozialer Effekt von Konventionen und Ritualisierungen [verbirgt sich] und somit der Höflichkeit oder insgesamt der Umgangsformen innerhalb der Interaktionsrituale in der Kontingenzreduzierung“ (Fidancheva 2012:111f). Was ausdrückt wird, kann außerdem, nicht nur verbaler sondern auch nonverbaler Natur sein oder aus einem Zusammenspiel von beiden entstehen.

---

<sup>15</sup> Siehe auch *Takt vs. soziale Höflichkeit* nach Arndt/Janney (1992: 22-24)

Fidancheva (2012:111) stellt fest, dass in diesem kommunikativ-pragmatischen Höflichkeitsmodell eine zweifache Verletzung erfolgen kann, weswegen sie in diesem Sinne von „verletzender Macht höflichen Handelns“<sup>16</sup> spricht:

Zum einen kann die Interaktion selbst verletzt werden - die semantische und pragmatische Bedeutung fallen auseinander -, zum anderen kann es zur Verletzung der Rollenerwartungen und somit zu drohendem Selbstwertverlust, Beleidigung oder sogar Integritäts- und Identitätsverlust der Interaktanten kommen.

Bei Beschäftigung mit Höflichkeit kommt Fidancheva zu einer Erkenntnis: Sie bezeichnet das Höflichkeitsphänomen als „interpersonal“. Fidancheva plädiert also für eine Revision des höflichen Handelns, die nah am Konzept von Takt<sup>17</sup> ist, sodass verletzende Wirkungen höflichen Handelns vermieden oder gemildert werden können.

Ich setzte mich für individuelle interpersonale Höflichkeit ein, die die persönlichen Wünsche und Bedürfnisse des Individuums sowie die tradierten Konventionen in Übereinstimmung und konventionalisierten Vorschriften zum Ausdruck bringt. Daher muss für Angemessenheit und Adäquatheit der Höflichkeitsvorstellungen und -handlungen gesorgt werden, nicht für eine eingefrorene erstarrte Form und Etikette, sondern vielmehr für etwas, das intrinsische Eigenschaft und ein zentrales Element jeder zwischenmenschlichen Interaktion werden soll. Damit tendiere ich vor allem zu mehr Flexibilität, einem Einfühlungs- und Unterscheidungsvermögen und zu guten Umgangsformen. (Fidancheva 2012:115)

Diese Konzeption der Höflichkeit unterstützt vorwiegend die vorliegende Arbeit. Nach der Betrachtung von allen vorher angeführten Theorien, wird in dieser Arbeit Fidanchevas Höflichkeitstheorie für die am besten geeignete gehalten, weil sie Höflichkeit nicht nur aus einer linguistischen Perspektive betrachtet, sondern auch, dass sie - mit Fidanchevas Worten- „hauptsächlich *in situ* entschlüsselt“ (vgl. Fidancheva 2012).

---

<sup>16</sup> Was „die verletzende Macht“ der Höflichkeit betrifft, siehe auch Fidancheva, Iva (2013) *Die verletzende Macht der Höflichkeit*. Paderborn; Wien [u.a.]: Schöningh

<sup>17</sup> Fidancheva Taktbegriff ist auf die Unterscheidung zwischen *social politeness* und *tact* von Arndt/Janney zurückzuführen: „Tact is a mutual concern for maintaining face during interaction. It is therefore not a question of behaving in a socially way, but rather in interpersonally supportive way“ (Arndt/Janney 1992:25).

## 4. Höflichkeit und Translation

### 4.1. Höflichkeit als transkulturelles und translationsrelevantes Phänomen

In Kapitel 3 hat sich herausgestellt, dass Höflichkeit nicht nur anhand der bekanntesten linguistischen Theorien geklärt sein sollte, sondern dass die Anwendung und die Häufigkeit von Höflichkeitsstrategien auf kontextuellen, kotextuellen und soziokulturellen Faktoren zurückzuführen ist (vgl. Krüger 1997). Nicht nur das: Es wurde außerdem erklärt, dass Höflichkeit in jeder unterschiedlichen Interaktion bzw. kommunikative Situation entschlüsselt deswegen kann Höflichkeit als „interpersonales“ Phänomen bezeichnet werden (Fidancheva 2012:114). Wie bereits anhand Erhardt (2002) festgestellt wurde, hat Höflichkeit auch eine regulierende Funktion im zwischenmenschlichen Leben in der Gesellschaft: Durch sprachliche und nicht-sprachliche Mittel drückt ein/e Sprecher/in seine/ihre Einschätzung der Kommunikationssituation angesichts der sozialen Variablen aus. Höflichkeit ist also Teil der Kommunikation und trägt dazu bei, dass keine Probleme oder Störungen bei der Verständigung auftreten. Aus diesem Grund ist es ausschlaggebend, dass Translator/innen als Kommunikationsexpert/innen beim Übersetzen oder Dolmetschen die soziokulturellen Kontexte, in der die jeweiligen Ausdrücke für Höflichkeit eingebettet sind, berücksichtigen und deren Bedeutung für die Zielkultur erfassen. Nur auf diese Weise kann eine adäquate Umsetzung bzw. Translation erfolgen und Kohärenz in ihrer sprachlichen sowie besonders in ihrer außersprachlichen bzw. kulturellen Gesamtheit garantiert werden (vgl. Kußmaul 2003). Darüber hinaus, wie in Kapitel 1 erwähnt, haben Translator/innen in ihrer Funktion als Kommunikationsexpert/innen, Sprachmittler/innen und Kulturexpert/innen zu bedenken, dass Höflichkeitsmarkierungen kulturgebunden sind und unterschiedliche Kulturgemeinschaften ihre Ausdrucksweise bzw. Kommunikation auf verschiedene Weise gestalten. Es wurde gezeigt, dass es von der Kultur abhängig ist, wie man kommuniziert und wie Höflichkeit ausgedrückt wird. Alle diese in Betracht gezogenen Aspekte sind für das translatorische Handeln bzw. für die vorliegende Arbeit von großer Relevanz.

In diesem Kapitel werden alle bisher angestellten Betrachtungen in Zusammenhang mit dem Thema *Translation* gebracht. Darüber hinaus wird das in der vorliegenden Arbeit verwendete Translationsmodell vorgestellt.

### 4.2. Was ist Translation? Cookes Ansatz der Translation

Bevor man sich mit den in der vorliegenden Arbeit vorgestellten/verwendeten Theorien auseinander setzt, soll vorher keine spontane, wenn auch nicht einfache, Frage gestellt werden: Was ist Translation?

Wenn man von *Translation* spricht, bezieht man sich auf das Transferieren von Wörtern aus einer Sprache in eine andere, z.B. aus dem Italienischen ins Deutsche. Ziel dieses Kapitels ist es jedoch zu zeigen, dass der Begriff *Translation* weitaus mehr umfasst: dass, im weiteren Sinne, Translation ein wesentlicher Teil sowohl der Alltags- als auch der Wissenschafts- sowie der interkulturellen Kommunikation ist.

Cooke (2012) erläutert den Translationsbegriff mit zwei Überlegungen: Erstens stellt sie fest dass, Translation Erklären ist, wobei durch Translation erklärt wird, was jemand meint, wenn er/sie spricht oder schreibt. Ein Bekenntnis von Cooke in ihrem Werk *The lightning flash* (2011:97) macht ihre Erkenntnis deutlich:

*To promote understanding people between people, cultures and nations. I wish I could say that's way I became a translator. But, no. I became a translator because I needed a job. And because I needed to figure out what made people not understand me - even when I used the right words. I needed to learn how to translate myself.*

Es wird der Realitätsbezug einer Person explizit gemacht, sodass die andere Person ihren eigenen Realitätsbezug in den Erfahrungshorizont der anderen Person bringen kann. Zweitens bemerkt Cooke, dass Translation auch Verstehen ist, weil man Erklärungen liefert, wenn man erkennt, dass der/die Gesprächspartner/in ihn/sie nicht verstanden hat oder nicht verstehen kann. Es kann sein, dass der/die Gesprächspartner/in selbst sagt, dass er/sie nicht verstanden hat; es kann auch vorkommen, dass im Laufe eines Gesprächs klar wird, dass der/die Sprecher/in von dem/der Zuhörer/in missverstanden worden ist; manchmal geht man einfach davon aus, dass sich die Gesprächspartner/innen nicht verstehen können. Dies ist der Fall, wenn man zum Beispiel mit einem Kind spricht oder mit jemandem, der/die etwas Neues lernen will. Alle drei Fälle stellen eine Situation dar, in der man nicht verstanden wird, weil die Zuhörer/innen sich anders auf die Realität beziehen als der/die Sprecher/in: Sie haben entweder eine andere Beziehung zum Thema, oder gar keine. Doch nicht nur das: Um erklären zu können, muss man nicht nur verstehen, was er/sie meint, sondern auch verstehen, was der/die andere Gesprächspartner/in meint, und zwar wie er/sie sich auf eine bestimmte Realität bezieht. Mit Cookes (2012:65) Worten: „Translation setzt Verstehen voraus“. Wenn man etwas erklären soll, muss man also einen Vergleich anstellen. Man vergleicht seine/ihre Wahrnehmung der Realität mit der Sicht des/der anderen Kommunikationspartners/in, d.h. der Zielperson der Erklärung: „Wir versuchen also, die Dinge „durch ihre Augen“ zu sehen. Erst dann können wir abschätzen, was sie wissen und somit verstehen können. [...] Translation zu betreiben bedeutet, gleichzeitig zu verstehen und zu erklären“ (Cooke 2012: 65). In der vorliegenden Arbeit werden also die Ausführungen von Cooke berücksichtigt, weil angenommen wird, dass man beim Durchführung von Translation unterschiedliche Erfahrungswerte und Realitätsbezüge vergleicht; der/die Translator/in erkennt das Gemeinsame und versucht das Gemeinte in den Erfahrungshorizont des/der anderen Kommunikationspartner/in und Zielperson zu bringen.

The story of the Tower of Babel tells an emotional truth: We do not understand each other. We will never understand each other. [...] We don't say what we mean. And we don't mean what we say. It's not the words that matter. We will never understand each other. Not-understanding has to hurt, because otherwise we wouldn't try to put a stop to it. We put our words out there. *Our words*- not somebody else's. We want people to know, what our words mean, because we want them to see who we are.

(Cooke 2011: 98)

Nach der Betrachtung dieser Überlegung gelangt man zu folgender Erkenntnis:: Translation ist etwas, das jeden Tag und mehrmals an einem Tag erfolgt, und das jede/r tun kann. Man erklärt - oder versucht, zu erklären -, was er/sie selber meint, und auch, was andere meinen oder sagen wollen. Dies geschieht meist unbewusst, wobei es jedoch jeder Mensch tun kann, d.h., wenn der/die Sprecher/in versteht, was gemeint wird und was die andere Person verstehen kann. Es wird erklärt, indem an das bereits vorhandene Wissen der anderen Person angeknüpft wird. Cooke (2012) stellt das anschauliche Beispiel einer Ärztin vor, welche ihrem/ihrer Patient/in erklärt, welche Krankheit er/sie hat, welche Medikamente er/sie nehmen soll und wie diese wirken. Sie versucht, die Welt aus der Sicht des/der Patient/in zu sehen und zu verstehen. Würde die Ärztin ihm/ihr die körperlichen Prozesse und deren Zusammenwirken mit den Medikamenten aus ihrer Sicht bzw. anhand ihrer fachspezifischen Erfahrung auf dem Gebiet erklären, würde der/die Patient/in wahrscheinlich nichts verstehen.

Eine gute Ärztin weiß (meist implizit), dass ihr Wissensvorsprung ihr einen anderen Zugang zur Realität eröffnet als einem nicht medizinisch gebildeten Menschen. Damit der Patient an ihrem Wissen Anteil haben kann, muss sie die Dinge aus seiner Perspektive betrachten und an seinen Wissensstand anknüpfen. Sie muss ihr Wissen in seiner „Sprache“, also in seinem Diskurs ausdrücken. Mit anderen Worten, sie übersetzt. Sie betreibt Translation.

(Cooke 2012: 66)

In diesem Sinne betreibt und kann jede Person Translation betreiben, da Translation geschieht, wenn man beim Kommunizieren einen Perspektivenwechsel vornimmt. Wenn man versucht, zu präzisieren, was gemeint ist, und sich genauer auszudrücken, damit man verstanden wird, man bemüht sich um einen Perspektivenwechsel. Dies bedeutet, dass man nach unterschiedlichen Möglichkeiten sucht, um das Gemeinte so zu formulieren, sodass es an die Erfahrung des/der Gesprächspartner/in anknüpft. Laut Cookes Auffassung (2012) sind wir alle imstande, diesen Perspektivenwechsel zu vollziehen, da wir alle in dieser Welt leben und uns auf die Realität beziehen können. Translation wird also in die allgemeinen menschlichen Fähigkeiten eingebettet: „We are all translators. Some more, some less. Some of us do it for a living. We all do it, because we live“ (Cooke 2011: 100).

### 4.2.1. Translation als transkulturelle Kommunikation

Cooke (2012) hebt außerdem hervor, dass Translation nicht nur zwischen Sprachen stattfindet - was beim Gedanken an Translation meist angenommen wird. Translation findet besonders zwischen Diskursen statt und wird gebraucht, wenn Kulturen, d.h. Menschen mit einer bestimmten Wahrnehmung der Realität sowie einem spezifischen Zugang zu dieser Welt, einander verstehen wollen. Im Translationsprozess werden daher nicht bloß Wörter transferiert, sondern es wird - wie oben angeführt - die Sicht auf die Realität gewechselt. Etwas mit sprachlichen Mitteln zu äußern ist nur ein Weg, um sein/ihr Welterleben auszudrücken. Cooke (2011: 92ff) bemerkt dazu:

Language, using words, is one way of sharing what we live through with others. We know that sometimes we know what people are getting at. And sometimes we don't. [...] We know it's not what you say, it's how you say it. And: what you don't say. We know when people mean what they say. Or if they're just mouthing the words. [...] It's not about the words. We all know that. If it were about the words, we'd all know what we meant. If it were just about the words, we'd always know what we were saying. If words were all-important, there would be nothing between the lines. Or behind the words. We would only be *saying* things and could not mean them. If it were just about the words, we'd never be able to put things into our own words. We have no proof. Except our experience. We know that these things happen, are true, because we have lived them. [...] Revealing our inner life, our emotional truth, through what we say, is inevitable. It is inevitable, because that's what language is there for. Communication is an emotional imperative.

So sieht ein/e Kommunikationspartner/in die Welt durch die Augen der anderen Person und kann das Gemeinte für den/die andere/n Kommunikationspartner/in verständlich machen. Auf diese Weise kann die neue Sicht eines bekannten Rahmens, mit bekannten Wörtern in einer bekannten Sprache vorgestellt werden.

Ein anderer Aspekt, der berücksichtigt werden muss, ist die Tatsache, dass alltäglich betriebene Translation mehr oder weniger automatisch erfolgt, wobei es leichter oder schwerer fallen kann, die Perspektive des Gegenübers einzunehmen. Die Tatsache, dass alle Menschen auf irgendeine Weise Translator/innen sind und dass es nicht möglich ist, das alltägliche In-Kontakt-Treten ohne Translation zu vermeiden, bedeutet jedoch nicht, dass man auf die Leistung professioneller Translator/innen verzichten kann. Die Betrachtung der Translation als Alltagsphänomen und der Translationsfähigkeit als Teil des menschlichen Grundrüstzeuges erklärt hingegen, warum man professionelle Translator/innen bedarf. Wie auch Cooke (2012:71) dazu anmerkt, bedürfen Menschen professioneller Translation, „weil sie nicht immer selber alles verständlich machen können, was andere verstehen sollen“; Menschen brauchen professionelle Translation, weil sie „im weitesten Sinne des Wortes unterschiedliche Sprachen sprechen und jemanden brauchen, der beide Sprachen spricht, das heißt beide Realitätsbezüge miteinander verknüpfen kann“. Deswegen braucht man jemanden, der professionelle Translation betreibt.

Kann aber Alltagstradition wie professionelle Translation betrachtet bzw. geschätzt werden? Worin liegt der Unterschied zwischen professioneller und alltäglicher Translation? Wie bereits mehrmals erwähnt, kann die Fähigkeit, Translation zu betreiben, in die allgemeinen menschlichen Fähigkeiten eingebettet werden: „So wie alle Menschen aufgrund ihres Menschseins grundsätzlich die Fähigkeit zum Schwimmen besitzen, so können alle potenziell die Dinge aus der Sicht anderer Menschen verstehen und ihnen das Verstandene erklären. Dieses Wissen bleibt aber [...] meist implizit und unbewusst“ (Cooke 2012:72). Der wichtigste Unterschied liegt also darin, dass professionelle Translator/innen zielorientiert und bewusst Translation betreiben. Sie sind sich der Notwendigkeit und der Rolle der Translation bewusst; sie wissen, was damit bezweckt wird und wie der Translationsprozess ablaufen muss, sodass sich die Translation für die Kommunikationssituation als passend erweist. Ausschlaggebend ist die Tatsache, dass sie sich bewusst sind, dass sie Translation betreiben: „Die professionelle Tätigkeit der Translation erfordert also ein *bewusstes* Zusammenführen zweier Zugänge zu einem Realitätsausschnitt“ (Cooke 2012:72).

Cooke berücksichtigt nebenbei die Ausbildung für den Beruf für professionelle Translator/innen und unterstreicht, dass ein/e Translator/in lernen muss, „wie man sich in unterschiedliche Erfahrungshorizonte begeben und die Welt aus unterschiedlichen Perspektiven betrachten kann“ (Cooke 2012:74). Die bewusste Fähigkeit von Translator/innen eröffnet also eine Vielzahl an Betätigungsfeldern. Wenn festgestellt wird, dass, obwohl im Global Communication Age Englisch als *lingua franca*<sup>18</sup> angesehen wird, darf man trotzdem nicht außer Acht lassen, dass Menschen trotzdem Verständigungsprobleme haben. Wie bereits erwähnt, treten Probleme bei der Kommunikation nicht nur und nicht hauptsächlich zwischen Kommunikationspartner/innen unterschiedlicher Nationalsprachen auf, sondern entstehen immer, wenn die Sprecher/innen sich nicht auf ähnliche Weise auf das Gesagte bzw. das Kommunizierte beziehen. Mit Cookes Worten (Cooke 2012:74): „Wenn sie die Dinge anders sehen“. Dies ist z.B. der Fall von zwei Personen aus dem gleichen Land und mit der gleichen Muttersprache, die miteinander kommunizieren und Kommunikationsprobleme haben: Sie verwenden die „gleichen“ Wörter, aber meinen etwas anderes. Cooke führt das Beispiel eines Gespräches zwischen Engländer/innen und Inder/innen an. Sie sprechen angeblich „dieselbe Sprache“ aber der Kulturunterschied, der sich sprachlich ausdrückt, verursacht ein Kommunikationsproblem. Dieses Problem führt zu Verständigungsschwierigkeiten auf der Beziehungsebene der Kommunikation und kann nur gelöst werden, wenn erkannt wird, was von beiden Sprecher/innen gemeint wird und wie die Äußerung von beiden gesehen und verstanden werden soll. Hier spricht man also von einem bewussten translatorischen Akt. Wie auch im Folgenden betrachtet wird, impliziert sprachliche Ähnlichkeit oder Gleichheit nicht, dass die Kommunikationspartner/innen sich verstehen: „Um wissen zu können, was

---

<sup>18</sup> Sie stellt in diesem Sinne eine Verkehrssprache eines größeren mehrsprachigen Raums dar.

andere meinen, müssen wir die Welt durch ihre Augen sehen und die Wörter in ihrem Sinn interpretieren“ (Cooke 2012:75).

#### 4.2.2. Das Know-how von Translator/innen

Jede professionelle Tätigkeit unterscheidet sich durch bestimmte Kompetenzen, die für sie wesentlich sind, um die Tätigkeit angemessen sowie bestmöglich auszuführen. Translator/innen als professionelle Kommunikationsexpert/innen, Sprachmittler/innen und Kulturexpert/innen müssen über ein bestimmtes Know-How verfügen, um ihre Translationsfähigkeit bewusst einsetzen zu können. Cooke (2012:76) stellt fest, was Translator/innen konkret leisten können:

- Sie erfassen Kommunikationsprobleme bei einem In-Kontakt-Treten. Sie können erkennen, wann Missverständnisse vorliegen und wissen, welche Äußerungen und Handlungen Kommunikationsprobleme verursachen (könnten). Translator/innen besitzen in diesem Sinne die Fähigkeit, komplexe Kommunikationsvorgänge zu analysieren;
- Sie haben gelernt, das Gemeinte hinter den Wörtern einer Aussage zu suchen sowie zu verstehen, was die Menschen ausdrücken wollen;
- Translator/innen haben gelernt und wissen, dass die Wörter ein Mittel sind, wodurch die Menschen ihre bestimmte Haltung zur Welt ausdrücken. Jede Sprache, die eine Kultur darstellt, sowie jede Gruppierung innerhalb einer Kultur äußern sich entsprechend der eigenen Welterfahrung;
- Translator/innen erkennen die kulturspezifischen Werte und Erfahrungsmuster, die in einer sprachlichen Äußerung enthalten sind und sind in der Lage diese für sich und für andere explizit machen. Translator/innen besitzen weiters Kenntnisse der soziokulturellen Unterschiede und des daraus entstehenden kommunikativen Verhaltens sowie der sozio-politischen Gegebenheiten der Länder und Kulturen ihrer Partner/innen;
- Sie können auf die Welt bzw. auf das Gesagte oder Geschriebene gleichzeitig „durch ihre Augen“ sowie durch die von unterschiedlichen Menschen blicken, d.h. unterschiedliche Erfahrungen und Interpretationen der Welt anknüpfen;
- „Sie können die kulturspezifischen Werte und Erfahrungsmuster unterschiedlicher Gruppen von Menschen in den unterschiedlichsten Kommunikationssituationen analysieren und miteinander vergleichen“ und wissen, wie diese unterschiedlichen Erfahrungen desselben Sachverhaltes sprachlich bzw. kommunikativ zusammengebracht werden können;

- Sie können Menschen vermitteln, wie andere Menschen dieselbe Welt sehen und können für andere Menschen „bewusste, gezielte, verständliche Kommunikation betreiben“, d.h. „sie können die Kommunikation zwischen Diskursen und über Kulturgrenzen hinweg für andere Menschen ermöglichen“. Sie sind in der Lage, Texte für unterschiedliche Informationsbedürfnisse und für unterschiedliches Zielpublikum zu erstellen; dies bedeutet, dass sie mündliche sowie schriftliche Kommunikationskompetenzen in den Sprachen ihrer professionellen Ausbildung hoch entwickelt haben;
- Sie wissen, dass sie als professionelle Kommunikationsexpert/innen, Sprachmittler/innen und Kulturexpert/innen eine gesellschaftliche Verantwortung tragen und „können auch die ethischen Folgen ihrer Handlung abschätzen“;
- Translator/innen haben außerdem eine wissenschaftlich entwickelte Flexibilität, um den ihnen gestellten Anforderungen angemessen und einfallsreich zu entsprechen.

#### 4.2.3. In welchen Bereichen ist also Translation wichtig?

Die meisten Menschen glauben, dass sie Translationsdienstleistungen nur brauchen, wenn sie Texte von einer Sprache in eine andere übertragen lassen müssen bzw. wollen. Wie bereits Reiß/Vermeer (1984), Hönig (1988a, 1988b) Kußmaul (2000) beobachtet haben, zeigt auch Cooke (2012: 79), dass „es sozusagen noch kein öffentliches Bewusstsein für das Produkt Translations-Know-how besteht, weil noch wenig bis kein Marketing dafür betrieben worden ist“. Cooke spricht von „Produkt“, wenn sie sich auf „Translations-Know-how“ bezieht. Relevant hierbei ist, dass Translationskompetenz überall gebraucht wird, wo es um erfolgreiche Kommunikation geht. Der translatorische Bedarf findet sich bei allen Menschen in allen Arbeitsbereichen, wenn das Gelingen der beruflichen Beziehungen vom angemessenen Kommunikationsverhalten abhängt. Man braucht Translation, wenn man die Kommunikation gezielt lenken und das Risiko einer misslungenen Kommunikation reduzieren will. „Translation-Know-how ist also ein Produkt, das alle brauchen, die ihr eigenes Image und ihre Kommunikationspartner/innen ernst nehmen“. (Cooke 2012: 80)

Translation ist nicht nur in multinationalen Unternehmen notwendig, die alltäglich professionell, konsequent und zielbewusst mit Personal, Kund/innen und Geschäftspartner/innen aus vielen verschiedenen Kulturen in Kontakt treten müssen. Gezielte Kommunikation wird zum Beispiel auch in der PR-Branche und von Werbefachleuten gebraucht. Translator/innen besitzen nicht nur die Kompetenzen, um überzeugende Texte zu erstellen, sondern - wie oben erwähnt- können auch kreativ sein und neue Ideen sowie Sichtweisen in den Erfahrungshorizont ihrer Zielgruppen einsetzen: „Sie machen eine bisher fremde Sicht der Dinge durch einen vertrauten Blickwinkel und in einer bekannten Sprache

nachvollziehbar. Dadurch wird die neue Botschaft wirklich verstanden und so in die Denkprozesse der Kommunikationspartner/innen assimiliert“ (Cooke 2012: 80).

Aufgrund all dessen kann festgestellt werden, dass die Einsatzmöglichkeiten des Translations-Know-hows und der Translation fast unbegrenzt sind: in der PR-Branche, in der Politik, in der Verwaltung, in der Wissenschaft, im sozialen Bereich (z.B. im Integrationsbereich) und vielen anderen Fachgebieten. Translation als gelernte und professionelle Tätigkeit hätte die Möglichkeit, sich auch in denjenigen Kommunikationsbereichen zu entwickeln, die sich bisher mit der „unsystematischen, ungenauen und nicht verlässlichen Alltagstradition von translatorisch ungebildeten Personen begnügen mussten. Die professionelle Tätigkeit könnte in vielen Bereichen in Anspruch genommen werden, wo heute auf die Alltagstradition zurückgegriffen wird“ (Cooke 2012: 103). Ein anschauliches Beispiel dafür ist das Krankenhaus. Wenn Alltagstradition in einem interkulturellen Kommunikationsbereich betrachtet wird, können außerdem Situationen wie die von einem Flughafen oder eines großen Einkaufszentrums als Beispiele angeführt werden. Zwei von den Orten, die von der Verfasserin für die Durchführung der Interviews ausgewählt wurden, sind ein Einkaufszentrum und ein Outlet.

In Anbetracht der bisher angeführten Bedeutungen von Translation kann folgender Schluss gezogen werden: Translation ist

- das Verständlichmachen für unterschiedliche Zielgruppen und unterschiedliche Kommunikationszwecke;
- ein Kommunikationsprozess, in dem der Bezug von zwei oder mehreren Kommunikationspartner/innen zur realen Welt und deren Interpretation verbunden werden. Es wird darüber hinaus davon ausgegangen, dass Kommunikation nur gelingt, wenn verstanden wird. Auch Translation impliziert Verstehen und das Verständlichmachen, was die Basis für erfolgreiche Kommunikation ist. Also kann gesagt werden, dass keine gelungene Kommunikation ohne Translation stattfinden kann: „Communication ist the key“ und „No translation, no successful communication“ (vgl. Cooke 2012: 104);
- ein mentaler Akt, der die Erfassung eines Realitätsbezuges mit den Mitteln einer anderen Erfassung verständlich macht;
- ein wesentlicher Bestandteil der Alltags- und der Wissenschaftskommunikation: „Translation wird überall dort gebraucht, wo Menschen für andere verständlich machen wollen, was sie tun oder meinen“ (Cooke 2012:84).
- Translation wird in die allgemeinmenschlichen Tätigkeiten eingebettet und erfolgt sowohl unbewusst, unkontrolliert und intuitiv als auch bewusst, gezielt und professionell. Alltägliche und professionelle Translation unterscheiden sich deswegen nicht wesentlich voneinander. Wie auch im Folgenden erklärt wird, mindert die

Feststellung, dass die professionelle translatorische Tätigkeit Ähnlichkeiten mit der alltäglichen Translation aufweist, auf keine Weise ihren Wert;

- Translation ist nicht der bloße Austausch von Wörtern und ist nicht auf die Kommunikation zwischen Sprachen zu beschränken, sondern findet auch innerhalb einer Sprache statt.
- Translation erfolgt durch einen Perspektivenwechsel der Realität, der durch den Vergleich und die Analyse der beteiligten Realitätsinterpretationen geschieht: „Die Ausgangsinterpretation wird mit den Mitteln der Zielsprache neu gestaltet und so in das Interpretationsmuster der Zielkultur integriert“ (Cooke 2012:81).

Was wird denn verständlich gemacht? Was kann man an die Leute bringen? Es wurde mehrmals festgestellt, dass man zwei Perspektiven berücksichtigen muss, um gelungene Translation zu ermöglichen. Man bezieht sich hier auf die Perspektive des/der Kommunikationspartners/in oder Gemeinschaft, der/die verstanden werden möchte, und auf die Perspektive derjenigen, die verstehen sollten. Cooke (2012:108) meint hierzu: „Da es darum geht, das Gemeinsame an den beiden Perspektiven zu finden, um sie aneinander zu knüpfen, müssen zwangsläufig gewisse Elemente der beiden Sichtweisen außer Acht gelassen werden. [...] man kann nicht alles für den/die anderen verständlich machen“. Man bzw. der/die Translator/in muss entscheiden, was für die Zielgruppe relevant ist: In diesem Sinne wird in der vorliegenden Arbeit Translation als zielgerichtet intendiert: Der Fokus der Translation liegt auf dem Ziel. Im folgenden Abschnitt dieser Arbeit wird also an diesen Ansatz angeknüpft und die Skopostheorie von Reiß/Vermeer (1984) sowie die Theorie von Ammann (1990) erläutert.

### **4.3. Die Skopostheorie von Reiß/Vermeer und Ammanns Auffassung**

Die Skopostheorie gehört unter der Vielzahl translationswissenschaftlicher Modelle und Theorien zu den strittigsten Ansätzen, da die in der Skopostheorie vorgestellten Standpunkte im Gegensatz zu den bisherigen vorherrschenden Ansätzen der Translationslinguistik und der gängigen Auffassungen von Translation stehen. Es ist daher nicht verwunderlich, dass Vertreter/innen wie z.B. Stolze (1992) und Schreiber (1993) ihre wissenschaftlichen Kolleg/innen stark kritisiert haben.

1978 veröffentlicht Hans Vermeer, der im Fachbereich für Angewandte Sprachwissenschaft in Germersheim tätig war, den Aufsatz *Ein Rahmen für eine allgemeine Translationstheorie* in dem Fachblatt *Lebende Sprachen*. Mit dieser Veröffentlichung legt Vermeer den Grundstein für einen innovativen, funktionsorientierten Ansatz im Bereich der Translationswissenschaft (vgl. Dizdar 1998), der insbesondere bei Vermeers Kolleg/innen in Germersheim auf positive Resonanz stößt (vgl. Siever 2008). 1984 erweitert Vermeer mit

Katharina Reiß seine in *Lebende Sprachen* präsentierte Theorie in dem Werk *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. In diesem Werk greifen Reiß/Vermeer auf den Begriff *Translation* zurück, der von Otto Kade als Oberbegriff für Übersetzen und Dolmetschen verstanden wird (Reiß/Vermeer 1991). Sie orientieren sich darüber hinaus besonders an dem Konzept der „dynamischen Äquivalenz“ von Eugene Nida (Siever 2008:157). Nida wird von Prunč (2001:107) als der Begründer der Translationswissenschaft als eigene wissenschaftliche Disziplin gesehen. Reiß/Vermeer weisen also die Auffassung der „Linguistik als Leitdisziplin“ bewusst zurück, da „von ihr keine Antwort auf die entscheidenden Fragen zu erwarten sei“ (Prunč 2001:161). Mit dem Werk *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie* erlebt die Translationswissenschaft nicht nur im Bereich der Linguistik eine Emanzipierung, sondern ermöglicht mit den zu Beginn der 1980er Jahre vorherrschenden translationswissenschaftlichen Ansätzen und Paradigmen neue Sichtweisen auf dem Gebiet der Translation. Neben Reiß/Vermeer greift auch Justa Holz-Mänttari eine neue Sichtweise auf und präsentiert 1984 die Theorie vom Translatorischen Handeln in ihrem Werk *Translatorisches Handeln: Theorie und Methode*, das 1984 fast gleichzeitig mit der *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie* veröffentlicht wird. In diesem Werk wird Translation nicht mehr nur als bloßes Transferieren bzw. bloße Umwandlung betrachtet, sondern als Handlung verstanden.

Kernpunkte der Theorie von Reiß/Vermeer ist die Auffassung bzw. Klassifizierung der Translation als Sondersorte einer Handlungstheorie: „Anders als bei einer allgemeinen Handlung sei im Falle der Translation jedoch mit dem Ausgangstext bereits eine Aktion gegeben, auf die nun reagiert wird“ (Reiß/Vermeer 1991: 95). Jede Handlung ist zielgerichtet. Wenn Übersetzen Handeln ist, hat jedes Handeln eine Motivation und somit soll jegliches Handeln einen Zweck erfüllen. Deswegen muss als logische Schlussfolgerung gelten: „Die Dominante aller Translation ist deren Zweck“ (Reiß/Vermeer 1991: 96). Laut Reiß/Vermeer muss man sich also nicht mehr auf den Ausgangstext, sondern auf den Zweck der Handlung fokussieren. Alle Entscheidungen, die im Hinblick auf die Strategie der Übersetzung zu treffen sind, sind dem Zweck unterzuordnen (vgl. *ibid.*: 100). Diese Theorie stellte also Neuerungen vor, die durch einen neuen, spezifischen Terminus unterstrichen werden: Den *Skopos*. „Als *Skopos* (von griech. *skopos*, das Ziel, pl. *Skopoi*) versteht man die Zielvorgabe/das Ziel einer Translation“ (Prunč 2001: 163). Wie auch Ammann schreibt (1990:55): „Ein wesentliches Merkmal von Handlung ist, dass sie immer im Hinblick auf ein Ziel vorgenommen wird. Als Handlung erfolgt somit auch Translation immer auf ein Ziel hin. Translation ohne irgendeinen Grund gibt es nicht“.

Der Zweck (*wozu?*) ist natürlich eng mit der Frage *für wen?* verknüpft und beide sind eng mit Translation verbunden. Außerdem sind beide Fragen für die Translationsstrategie, die anzuwenden ist ausschlaggebend. Laut Ammann (1990:56) ist ein Kriterium für die Evaluierung einer guten oder schlechten Übersetzung die Tatsache dass:

sie in der Zielkultur funktioniert, in dem Sinne, dass ein Mitglied der E-Kultur<sup>19</sup> (R<sub>e</sub>) die Möglichkeit hat, mit der Information, die ihm von einem Mitglied der Ausgangskultur (P<sub>a</sub>) angeboten wird, etwas anzufangen. Und zwar nicht irgend etwas, sondern das, was sich P<sub>a</sub> vorgestellt hat, dass R<sub>e</sub> mit der Information anfangen können sollte. („Müssen“ muss R<sub>e</sub> natürlich nicht.)

Die Information wird von Ammann als „Text“ bezeichnet: „*Text* ist also mehr als etwas, das schriftlich fixiert ist, wie man es sich gemeinhin vorstellt“ (Ammann 1990:56). Ammann greift die Konzeption von Vermeer auf, wonach ein Text ein Handlungsprodukt ist (vgl. Vermeer 1986) und erklärt, dass dies einerseits heißt, dass jeder Text von einem/einer Produzent/in zu bestimmtem Zweck, einer bestimmten Zeit und für bestimmte Rezipient/innen produziert wird; andererseits bedeutet dies auch, dass ein Text zum Text wird, wenn der/die Rezipient/in ihn, aus einem bestimmten Grund, zu einer bestimmten Zeit wahrnimmt (vgl. Ammann 1990). Was weiterhin für die vorliegende Arbeit bedeutend bzw. entscheidend ist, ist die Feststellung von Ammann, wonach ein Text nicht nur als Text betrachtet werden kann, wenn er schriftlich erscheint: „Texte gibt es nicht nur in schriftlich fixierter Form. Wenn meine Tochter wütend ist, dann ist ihr Blick Text genug...“ (Ammann 1990: 57).

Deshalb wird ein Text nicht mehr als etwas Isoliertes verstanden, sondern - mit Ammanns Worten - als „Text-in-Situation“: Der Text entsteht in einer bestimmten Kommunikationssituation und wird in einer anderen rezipiert. Auf diese Weise verliert dann der Ausgangstext an Gewicht. Die Skopostheorie lehnt die Überbetonung des Ausgangstexts ab und stellt die Frage nach dem Zweck einer Übersetzung: Welche Funktion soll und kann eine Übersetzung in einer anderen Situation, in einer anderen Kultur, erfüllen? Die Übersetzungsstrategie wird also folgerichtig gemäß der Funktion eines Texts in der Zielkultur bestimmt.

Der/Die Übersetzer/in wird aus diesem Grund entscheiden müssen, welche Funktion die Übersetzung in der Zielkultur erfüllen soll. Dies stellt eine Entscheidung dar, worin die Verantwortung des/der Übersetzers/in liegt:

Dass seine Entscheidung nicht nur eine sprachliche ist, dürfte auf der Hand liegen. Wenn der Translator weiß, wozu seine Übersetzung benötigt wird, dann wird er beginnen, zu überlegen, wie er die ausgangskulturelle Information in der Zielkultur realisieren kann. (Ammann 1990: 59)

Der/ die Übersetzer/in muss sich z.B. vorstellen, was sich die Leser/innen der Zielkultur von einer Gebrauchsanweisung erwarten; also was notwendig ist, damit die Leser/innen, den ihnen vorgelegten Text als Gebrauchsanweisung rezipieren.

Darüber hinaus bezeichnet Vermeer (1982) Translation als *Informationsangebot*. Als Translator/in *bietet* man einem/einer E-Leser/in Informationen aus eines A-Texts *an*. Wie

---

<sup>19</sup> Im Ammanns Original steht „Z-Kultur“ und „Rz“ aber in der vorliegenden Arbeit werden die genannten Begriffe mit „E-Kultur“, und „R<sub>e</sub>“ wegen Tippschwierigkeiten ersetzt.

auch Ammann (1990) erklärt, umfasst Information jedoch nicht nur „Sinn“ oder „Facts“, weil auch die Form eines Textes als informativ gesehen werden kann:

Kaffeeflecken auf einem Referat können als Interesselosigkeit des Referenten aufgefasst werden. Und wenn in einem chinesischen Gedicht, in dem es um Einsamkeit geht, die gewählten Schriftzeichen im Verlauf des Gedichts immer weniger Striche aufweisen, ist auch die Form „informativ“.  
(Ammann 1990:61)

Ein/e Translator/in wird nicht die Form erklären, sondern dem/der E-Leser/in eine zielkulturelle Form anbieten, die es ihm/ihr ermöglicht, sie als informativ zu begreifen: Der/die Translator/in ist jedoch kein „Fremdenführer“ (vgl. Lutze 1971).

### 4.3.1. Translation als Sondersorte der Kommunikation

Bereits im ersten Kapitel wurde festgestellt, dass Kommunikation Folgendes beinhaltet:

- Das Verhalten, das von einer anderen Person wahrgenommen wird und daher auch interpretiert wird;
- Eine Beziehung zwischen zwei oder mehreren Kommunikationspartner/innen, die von der Kultur, in der sie leben, geprägt ist;
- Ein Prozess, in dem die Realitätsbezüge von zwei oder mehreren Kommunikationspartner/innen in Kontakt treten;
- Nicht die bloße Transkodierung von Wörtern und Austausch von Informationen;
- Nicht immer eine bewusst geplante sowie gezielte Handlung. „Man kann nicht *nicht* kommunizieren“ (Watzlawick 2007:51), d.h. man kann nicht entscheiden, auf Kommunizieren zu verzichten: Auch wenn man nichts sagt, drückt man etwas aus. Kommunikation findet also grundsätzlich bewusst oder unbewusst statt. Man kann versuchen, Kommunikation zu analysieren, zu kontrollieren und zu steuern, um einen bestimmten Zweck zu verfolgen bzw. erreichen; oder man kann einfach Kommunikation stattfinden lassen, ohne bewusst Einfluss darauf zu nehmen, wie der/die andere Kommunikationspartner/in sein/ihr Verhalten interpretiert.

Zuletzt wird also festgestellt, dass für die gegenseitige menschliche Verständigung während der Kommunikation oft ein Akt der Translation notwendig ist.

Translation ist also immer Kommunikation. Trotzdem ist nicht jede Kommunikation Translation, wie auch Cooke (2012:117) bemerkt:

Translation bedeutet: Realitätsbezüge zusammenzubringen, den Erwartungshorizont der Gesprächspartner/innen zu erweitern und so einen gemeinsamen Erfahrungsrahmen zu schaffen. Zweifellos existieren Kommunikationsformen, die nicht auf Translation

zurückgreifen müssen; diese existieren allerdings meist nicht in einem kommunikativen Vakuum, sondern sind mit translatorischen Elementen verflochten. Immer, wenn ein Gesprächspartner präzisieren will, was er meint, muss er translatorische Strategien anwenden.

Wenn also kein/e der Kommunikationspartner/innen auf den/die andere/n zugeht bzw. wenn kein Perspektivenwechsel stattfindet, dann ist Kommunikation nicht Translation. In solchen Fällen kommt es nämlich zu keinem Verknüpfen der jeweiligen Realitätsbezüge. Wenn z.B. niemand den Kommunikationsverhalt aus der Sicht des/der anderen betrachten kann, sagt man umgangssprachlich auch, dass Menschen „aneinander vorbei reden“, sodass oft das Gefühl entsteht, „nicht von derselben Sache“ zu sprechen (vgl. Cooke 2012). Dies ist beispielsweise hier der Fall: eine Sache, aus zwei (oder mehreren) unterschiedlichen Perspektiven berücksichtigt, sieht für jede/n Beobachter/in anders aus. Wenn zwei (oder mehrere) Kommunikationspartner/innen sich auf unterschiedliche Weise auf dieselbe Sache beziehen, sie unterschiedlich interpretieren, nehmen sie sie wörtlich anders wahr. „Wenn also die Wahr-Nehmung der Kommunikationspartner/innen getrennt bleibt, sich nicht an irgendeiner Anschlussstelle treffen kann, können wir nicht von nicht-translatorischer Kommunikation sprechen“ (Cooke 2012:118): Translation kann deshalb während eines Kommunikationsprozesses von nicht-translatorischer Kommunikation nicht klar abgegrenzt werden, weil beide Kommunikationsformen eng miteinander verflochten sind.

#### **4.3.2. Translationswissenschaft und Kommunikation**

Wie oben erwähnt, ist Translationswissenschaft eine noch sehr junge Disziplin, jedoch hat es Übersetzen und Dolmetschen als praktische Tätigkeiten schon immer gegeben. Auch Cooke (2012) zeigt, dass Menschen immer andere Menschen gebraucht haben, die die Sprache der Fremden verstehen, um sie für sie verständlich zu machen. Deswegen glauben die meisten Menschen zu wissen, was *Übersetzen* oder *Dolmetschen* genau bedeutet, und zwar der bloße Austausch von Wörtern zweier Sprachen, um das Gleiche zu sagen. Sie glauben das, weil dies alles ist, was sie von dem Übersetzungsprozess wahrnehmen und was sie wahrnehmen können. Es wird nur das Endergebnis des Prozesses berücksichtigt. Wenn Translation in erster Linie als eine abgehobene Expert/innentätigkeit verstanden wird, welche nur von Eigeweihnten praktiziert und/oder verstanden wird, wird ihre Bedeutung und Komplexität nicht angemessen verstanden: „Eine solche Darstellung *entfremdet* die Menschen von der Translation, weil sie diese als etwas Unbekanntes kennzeichnet, etwas, das abgetrennt ist von ihrem eigenen Leben“ (Cooke 2012:120). Wenn aber Translation als menschliche Praxis im Kontinuum des allgemeinen Menschenlebens beschrieben wird, bekommen die Menschen, die nicht in diesem Fachbereich operieren, einen Anhaltspunkt, auf den sie sich beziehen können: Ohne diesen Bezug ist das Verstehen der Rolle von Translation nicht möglich. Diese

Einbettung der Translation in das menschliche Alltagsleben schmälert auf keine Weise deren gesellschaftliche Bedeutung: Dagegen begründet sie die Notwendigkeit der professionellen Translation durch Expert/innen, „weil sie eben die Zusammenhänge mit der restlichen Lebenspraxis der Menschen identifiziert und so auch die Komplexität der Bedingungen für gelungene Translation beschreibt“ (Cooke 2012:120).

Man kann schließlich feststellen, dass alle Menschen, die mit anderen Kommunikationspartner/innen aus anderen Sprach- und Kulturgemeinschaften in Kontakt treten, von der Erkenntnis profitieren, dass interkulturelle Kommunikation durch Translation erleichtert und bewusst herausgearbeitet werden kann. Wenn unterschiedliche Diskurse zusammenkommen und Verständigung zwischen diesen erwünscht ist, hat Translation eine bedeutende und tragende Rolle.

Die Erkenntnis dessen, was Translation ist, macht uns bewusst, dass sie integraler Teil fast jeglicher Kommunikation ist und dass wissenschaftlich ausgebildete Translator/innen das Know-how besitzen, eine Vielzahl von Kommunikationsproblemen zu lösen, die weit über das konventionelle Übersetzen und Dolmetschen hinausgehen. (Cooke 2012:122)

Wie bereits gesagt, findet in der Translationswissenschaft seit 1978 eine Neuorientierung statt. Der Blick der neueren Theorien richtet sich auf „das ganze soziale Gefüge“ (Ammann 1990: 26), indem die Fähigkeiten von Translator/innen gefordert werden: „Man erkennt, dass Übersetzen und Dolmetschen, jetzt wegen der gemeinsamen theoretischen Grundlage unter Translation gefasst, etwas anderes ist als sprachliche Vermittlung. Translation wird eingesetzt, damit Kommunikation möglich sei“. In der vorliegenden Arbeit wird auch auf die Theorie von Margret Ammann verwiesen, die ebenfalls formuliert hat, dass Translation Kommunikation ermöglichen soll und eine Sondersorte von Kommunikation darstellt: Translation wird als eine Sondersorte von Kommunikation bezeichnet und Kommunikation als Sondersorte von Interaktion und Interaktion, wenn ihr eine Absicht zugrunde liegt, als Handlung (vgl. Ammann 1990). Wie in der vorliegenden Arbeit anhand der Auffassung von Cooke (2012) bereits erläutert wurde, stellt auch Ammann fest dass man im alltäglichen Umgang mit Menschen Situationen, in denen Kommunikation nur mit der Unterstützung eines/r Dritten möglich ist, erlebt. Diese Situationen sind mit dem Grundmuster einer Translationssituation vergleichbar (siehe auch Ammann 1990:32, Bsp 1). Ammann ist der Meinung, dass damit alltägliche Kommunikation zustande kommt, analysiert man den/die Kommunikationspartner/in, der/die von Ammann (1990:33f) auch „Adressat“ oder „Rezipient“ genannt wird:

Wir überlegen uns als erstes, wer unser Kommunikationspartner ist, wer von uns angesprochen werden soll. Und wenn wir genauer sind, müssen wir sagen: Wir berücksichtigen das, was wir *annehmen* über unseren Gesprächspartner zu wissen. Wir nähern uns unserem Gesprächspartner mit einem Bild von ihm, mit Annahmen über seine Vorlieben oder Abneigungen. Unsere gesamten Annahmen über unsern Gesprächspartner sind ausschlaggebend nicht nur für das, *was* wir ihm erzählen, sondern auch für das *Wie*,

für die Art und Weise, wie wir erzählen, um bei ihm eine von uns gewünschte Reaktion zu erreichen.

Es ist festzustellen, dass um sein/ihr Ziel zu erreichen es ausschlaggebend ist, wie man sich ausdrückt, „. Hier kommt also die Höflichkeit ins Spiel. Ammanns Gedanke stellt einen der Gründe dar, weshalb das Thema Höflichkeit in der vorliegenden Arbeit behandelt wird. Wenn die menschliche Ausdrucksweise notwendig ist, „um eine von uns gewünschte Reaktion zu erreichen“ (Ammann 1990:33f), ist dann nicht auch eine angemessene Berücksichtigung bzw. Verwendung von Höflichkeit in der Kommunikation bzw. Translation ausschlaggebend? Ammann (1990) fügt hinzu, dass Annahmen über einen Gesprächspartner auch dann eine Rolle spielen, wenn sich die Menschen gar nicht persönlich kennen. Wie man über einen Sachverhalt spricht, also was man sagt und was nicht, hängt unter anderem davon ab, mit wem man spricht und was man z.B. annimmt, dass sein/ihr Gesprächspartner/in schon weiß oder was ihn/sie interessieren könnte. Üblicherweise wird diese Analyse nicht bewusst im Einzelnen durchgeführt. Menschen kennen im Allgemeinen die Normen und Regeln ihrer Kultur, wie z.B. dass:

Auf eine Frage in den meisten Fällen eine sinnvolle Antwort zu geben ist, dass Sachlichkeit oft der Weitschweifigkeit vorgezogen wird oder, ganz allgemein z.B., dass die Situation als Ganzes, in der Kommunikation stattfindet (Raum und Zeit), eine Rolle spielt und zu berücksichtigen ist. Meistens sind uns die herrschenden (und von uns befolgtten Regeln) unbewusst.  
(Ammann 1990:34f)

Dadurch kommt man zu einem zentralen Merkmal der Kommunikation: „Kommunikation, findet statt, weil etwas Bestimmtes gewollt wird. Und um ein bestimmtes Ziel zu erreichen, berücksichtigen wir weit mehr als nur sprachliche Mittel, die insgesamt eine untergeordnete Rolle spielen“ (Ammann 1990:35). In diesem sowie im ersten Kapitel wurde die Tatsache festgestellt, dass Kommunikation in den meisten Fällen unbewusst geschieht. Dies bedeutet aber nicht, dass der/die Kommunikationspartner/in, der/die sich beim Kommunizieren ausdrückt, kein Ziel beim Kommunizieren hat. Hier kommt also der/die Translator/in ins Spiel, der/die eine tragende Rolle spielt und spielen kann, weil er/sie bewusst, gezielt und professionell handelt und handeln kann.

Wie gesagt entscheidet man meistens ad hoc und intuitiv, je nach Kommunikationssituation, nach Ort, welches Mittel/welche Lösung entwickelt werden soll. In anderen, meist weniger alltäglichen Situationen, stellt man sich vorher genauer vor, welches Verhalten angebracht ist. Ammann (1990:36) führt diesbezüglich das Beispiel die Vorbereitung für ein Vorstellungsgespräch an: „Kommunikation besteht somit nicht nur daraus, *was* und *wie* etwas gesagt wird. Das *wozu* einer Kommunikation macht es erforderlich, auch noch das ganze Auftreten und Verhalten miteinzubeziehen“. Dieser Aspekt ist für die vorliegende Arbeit von besonderer Bedeutung, da Höflichkeit nicht nur die Verwendung von sprachlichen, sondern auch außersprachlichen Mitteln impliziert: „Das

Auftreten unterliegt genauso einer „Grammatik“ wie sprachliche Äußerungen“ (Ammann 1990:36). Das Menschenverhalten wird - wie bereits im ersten Kapitel erwähnt - durch die prägende Kultur, die existierenden Wertvorstellungen, Normen und Erwartungen bestimmt. Zusammengefasst kann also das Folgende festgestellt werden: Wenn man mit jemandem kommuniziert, hat man ein bestimmtes Ziel vor Augen. Um dieses Ziel zu erreichen, überlegt man sich, wer der/die Gesprächspartner/in ist und welches Verhalten oder welche Konventionen für das Ziel (und den/die Gesprächspartner/in) adäquat sein könnten. Es sollte jedoch beachtet werden, dass, „jede Situation [...] für sich genommen wieder etwas Neues [bietet], etwas, das sie von vorangegangenen oder darauf folgenden unterscheidet“ (Ammann 1990:37). Denselben mentalen Prozess sollte man abwickeln, wenn man Höflichkeit betrachtet: Sie entschlüsselt hauptsächlich *in situ* (vgl. Fidancheva 2012).

Translation ist also eine vielschichtige Handlung, die - wie bereits anfangs betont wurde- in eine kommunikative Situation eingebettet ist. Zur kommunikativen Situation wird das gesamte Verhalten von Mitgliedern einer bestimmten Kultur zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Ort gerechnet. Laut Ammann (1990) wird das Verhalten jedes Mitglieds „P“ einer Kultur hauptsächlich durch drei Faktoren bestimmt und geprägt:

- 1) ganz allgemein durch die Gesellschaft ( als „Kultur“ genannt), in der P lebt, wobei der Begriff *Kultur* in *Parakultur*, *Diakultur* und *Idiokultur*<sup>20</sup> weiter spezifiziert werden;
- 2) die aktuelle äußere Situation, in der sich das Mitglied P zu einem bestimmten Zeitpunkt befindet;
- 3) die aktuelle innere Situation (auch „Disposition“ genannt) von Mitglied P zu einem bestimmten Zeitpunkt (z.B. schlechte Laune).

Eine Handlung darf daher nie von der Situation losgelöst oder einzeln betrachtet werden. Man versteht eine Handlung nur, wenn er/sie die Gesamtsituation berücksichtigt: die äußeren Zustände oder sein/ihr persönliches Wissen und Erklärungsmuster für ähnliche Kommunikationssituationen. Die Art und Weise, wie man die Gesamtsituation versteht oder deutet, hängt außerdem mit der Kultur und dem kulturell bedingten Wissen der Person zusammen, wobei Wissen nicht allein auf „tatsächlich nachvollziehbaren“ Gegebenheiten beruht. Denn das, was man nicht weiß oder man überhaupt mit Sicherheit wissen kann, nimmt man an: Ammann (1990) erklärt hierzu, dass Erklärungen konstruiert und Annahmen aufgestellt werden - die genauso, wie das tatsächliche Wissen, kulturgebunden sind -, um eine bestimmte Situation zu verstehen. Ammann (1990) bemerkt aber auch, dass somit die Möglichkeiten des Verstehens immer begrenzt sind und dass die Wahrscheinlichkeit eines Missverständnisses immer vorhanden ist. Ammann bringt darüber hinaus vor, dass eine Person für sich eine Situation konstruiert, um das Verhalten einer anderen verstehen zu

---

<sup>20</sup> Ammann (1990:38) bezeichnet Parakultur als „Kultur einer bestimmten Gesellschaft“, Diakultur als „Kultur einer bestimmten Gruppe“ und Idiokultur als „Kultur einer bestimmten Person“

können. Ob ihre Erklärungen zutreffen oder nicht, ist es unwichtig. Ammann (1990:43) führt diesbezüglich Folgendes an:

Haben wir es mit einer uns fremden Kultur zu tun, verfahren wir im Normalfall ähnlich, ohne dabei zu berücksichtigen, dass unsere Erklärungen für Situationen in unserer Kultur zutreffen mögen, nicht aber unbedingt auch für Situationen in der uns fremden Kultur.

In diesem Sinne muss also die Fähigkeit zur Abstraktion der Translator/innen entwickelt werden, welche es ermöglicht von den eigenen kulturgebundenen Wertvorstellungen und Meinungen zu abstrahieren. Dies wird von mehreren Wissenschaftler/innen<sup>21</sup> vertreten, u.a. zählt auch Cooke (2012): Translator/innen können auf die Welt bzw. auf das Gesagte oder Geschriebene gleichzeitig durch ihre Augen sowie durch die Augen von unterschiedlichen Menschen blicken, d.h. unterschiedliche Erfahrungen und Interpretation der Welt zusammenbringen. Ammann (1990:43) präzisiert weiters, dass es dabei nicht um „sich in etwas hineinzusetzen“ geht, denn ein völliges „sich einfühlen“ ist nicht möglich. Man nähert sich den anderen Kommunikationspartner/innen von einem bestimmten Standpunkt aus, der kulturgebunden ist. „Kulturgebunden“ heißt in diesem Zusammenhang laut Ammann (1990:44), „dass er in einer spezifischen kulturellen Situation eingebettet, von ihr geprägt ist“. Kommunikation soll also über Kulturgrenzen hinweg möglich sein: Man muss lernen, von seinem/ihrem Standpunkt zu abstrahieren und einen Perspektivenwechsel vorzunehmen. Ammanns Begriff ist mit Cookes Perspektivenwechsel in Verbindung zu bringen, wonach jede Person Translation betreibt und betreiben kann, da Translation geschieht, wenn man beim Kommunizieren einen Perspektivenwechsel vornimmt. Wenn man also versucht, zu präzisieren, was gemeint ist und sich genauer bzw. besser ausdrückt, damit sein/ihr Gesprächspartner/in ihn/sie verstehen kann, bemüht man sich um einen Perspektivenwechsel. Dies bedeutet, dass man nach unterschiedlichen Möglichkeiten sucht, um das was man meint so zu formulieren, dass es an die Erfahrung des/der Gesprächspartner/in anknüpft. Der Perspektivenwechsel, zum Beispiel durch ein Mitglied R der Kultur A, gründet anhand von Ammanns Theorie auf einer dreifächerten Einschätzung durch P (1990):

- a) wie sich ein Mitglied R in der Kultur B sieht;
- b) wie R aus Kultur B die Kultur A einschätzt;
- c) wie Kultur B von Kultur A gesehen wird.

### **4.3.3. Translation als interkulturelles Handeln**

Zu Beginn dieses Kapitels wurde festgestellt, dass Translation in einer Kommunikationssituation stattfindet. Kommunikation kann nicht nur zwischen Angehörigen derselben Kultur stattfinden, sondern auch zwischen Angehörigen unterschiedlicher Kulturen.

---

<sup>21</sup> Siehe auch Ammann (1995), Nord (1997), Witte (2000) und Löwe (2002).

Dies bedeutet also, dass Translation auch in einem Kontext von interkultureller Kommunikation erfolgen kann<sup>22</sup>. Ammann (1990:49)<sup>23</sup> bringt in diesem Zusammenhang dieses Argument vor:

Eine Person (P) aus einer Kultur (A) will Kontakt aufnehmen zu einer Person (R) aus einer anderen Kultur (Z), in der Meinung, R etwas anbieten (mitteilen) zu können, für das sich R interessiert, oder weil P sich für etwas interessiert, das (so nimmt P zumindest an) R ihm anbieten könnte. Dass P und R unterschiedlichen Kulturen angehören, kennzeichnet die Situation einer interkulturellen Kommunikation, während die Tatsache, dass P den Kontakt zu R sucht, um ihn über ein bestimmtes Anliegen zu informieren, generell für jede Kommunikation gilt. P und R sind von ihren jeweiligen Kulturen geprägt. [...] Wenn nun P<sub>a</sub> nicht derselben Kultur wie R<sub>e</sub> angehört und ihm die in der Kultur von R<sub>e</sub> herrschenden Normen, Regeln und Konventionen fremd sind, wird er sich an einen Translator (TR) wenden, der R<sub>e</sub> über das Anliegen von P<sub>a</sub> informieren soll. Als herbeigeholter Fachmann muss TR sich in der Kultur von P<sub>a</sub> und in der Kultur von R<sub>e</sub> auskennen. Er muss wissen, in welcher Form er R<sub>e</sub> über das Anliegen von P<sub>a</sub> informieren kann, d.h., er muss die Situation „aufbauen“, in der das Informationsangebot stattfinden kann. Dabei muss sich auch TR darüber bewusst sein, dass er genauso von seiner eigenen Kultur geprägt ist.

Wie auch Cooke schließt also Ammann daraus, dass der/die Translator/in eine viel wichtigere Rolle spielt, als man für gewöhnlich annimmt. Von ihm/ihr hängt es ab, ob eine Information aus einer Kultur auch in einer anderen „funktioniert“, d.h., er ist verantwortlich für das Gelingen oder Misslingen interkultureller Kommunikation“ (Ammann 1990:51). So erklärt Ammann (1990:53f), dass in modernen theoretischen Theorien zum Übersetzen und Dolmetschen der Rolle von Translator/innen eine zentrale Stellung zukommt: „Der Translator ist Fachmann für interkulturelle Kommunikation“. Dies wurde auch von Holz-Mänttari (1984) gefordert und stellt eine ausschlaggebende Wende dar, weil ältere Theorien Translator/innen in erster Linie als „Mittler“ zwischen zwei Sprachen bezeichnen. Translator/innen können ihrer Aufgabe im interkulturellen Kommunikationsprozess nur gerecht werden, wenn sie als eigenständige Fachleute auftreten, die für das, was sie tun, selbst verantwortlich sind (vgl. Ammann 1990).

Nachdem man die Rolle der Translator/innen als Fachleute berücksichtigt hat, kommt man schließlich zum Begriff der Kulturkompetenz. Es wurde bereits festgestellt, dass es bei der Translation nicht um den Austausch von Wörtern geht und ein Text nicht nur etwas Schriftliches sein muss. Aus diesem Grund ist Ammanns Begriff von Kulturkompetenz von Bedeutung, welcher bereits im ersten Kapitel angeführt wurde: Der/die Translator/in muss abgesehen von Textkompetenz auch *Kulturkompetenz* besitzen, wobei laut Ammann (1990: 77)

Kulturkompetenz „die Fähigkeit [ist], von der eigenen Kultur zu abstrahieren, die fremde Kultur in ihrer Besonderheit und im Vergleich zu der eigenen zu betrachten und die dabei

---

<sup>22</sup> Was in der vorliegenden Arbeit als „interkulturelle Kommunikation“ verstanden wird, wurde es schon im ersten Kapitel präzisiert.

<sup>23</sup> Im Ammanns Original steht „Rz“ aber in der vorliegenden Arbeit wird der genannte Begriff mit „R<sub>e</sub>“ wegen Tippschwierigkeiten ersetzt.

gemachten Beobachtungen und Annahmen in einer bestimmten (kulturspezifischen) Situation ziel- und kulturgerecht anzuwenden.

Dies impliziert eine Kompetenz, die sich in der Fähigkeit im bewussten Umgang mit kulturellem Denken, kulturellen Verhaltensmustern und Wertorientierungen sowie durch Abstraktion und Vergleich ausdrückt (Ammann 1990: 74):

In seiner beruflichen Tätigkeit wird der Translator permanent kulturvergleichend vorgehen müssen, um z.B. entscheiden zu können, inwieweit in einer bestimmten Situation Zusatzangaben notwendig sind, um die von einem Mitglied der Kultur A angebotene Information einem Mitglied der Kultur E anzubieten. Diese translatorische Entscheidung ist bereits Teil der interkulturellen Kommunikation [...]. Durch den Kulturvergleich wird der Blick geschärft für die Spezifik verschiedener Kulturen, und man lernt, dass Phänomene, die in zwei Kulturen beim ersten Hinsehen ähnlich scheinen, in ihrer Bedeutung oder Auswirkung durchaus verschieden sein können.

Dies wird bei den *Kommunikationsstrategien* deutlich - wann etwas wie kommuniziert wird - (vgl. Ammann 1990), wie zum Beispiel bei den Höflichkeitsstrategien. „Reden“ und „Schweigen“ können - unterschiedlich interpretiert werden. Freude, Ärger und Trauer werden in unterschiedlichen Kommunikationssituationen in verschiedenen Kulturen unterschiedlich ausgedrückt (Ammann 1990: 74f):

Wenn ich mich auf Deutsch bedanke, dann benutze ich dazu auch Wörter, und je nach Situation falle ich jemandem um den Hals und sage „danke“, formeller oder schriftlich werde ich z.B. „herzlichen Dank“ oder auch „verbindlichen Dank“ verwenden. Bei den Kiswahilis z.B. kann man sich auch ohne Wörter bedanken: eine leichte Verbeugung mit übereinandergelegten Händen vor der Brust.

Daher geht es bei der interkulturellen Kommunikation vom Standpunkt der Translator/innen darum zu wissen, *was in welcher Kommunikationssituation wie (mit welchen Mitteln)* geäußert wird. Dies umfasst sowohl das unterschiedliche verbale als auch das nonverbale Verhalten. Wie bereits im ersten Kapitel präzisiert wurde, gehören zum nonverbalen Verhalten, wie z.B. Gestik und Mimik, Kleidungskonventionen etc.. Höflichkeit kann ebenfalls nonverbal ausgedrückt werden.

Anhand des Translationsbegriffes von Cooke, Reiß/Vermeer und Ammann kann daher der Schluss gezogen werden, dass Translation wie Kommunikation einen Berührungspunkt zwischen Menschen, welche verschiedene Sprachen sprechen und aus verschiedenen Kulturen kommen, darstellt. Höflichkeit ist in einem interkulturellen Kontext, wo sich also unterschiedliche Sprachen bzw. Kulturen zusammentreffen ein Phänomen von großer Bedeutung, das auch für Translator/innen sehr relevant ist und - berücksichtigen werden sollte. Wie auch Valtl (1986:46) in seiner Dissertation meint, muss

der in der vorliegenden Arbeit vertretene Höflichkeitsbegriff daher deutlich von einem operationalen wie überhaupt von einem Höflichkeitsbegriff auf Zeichenebene unterschieden werden. Höflichkeit im hier intendierten Sinne ist nicht gegeben durch das bloße Vorkommen bestimmter isolierbarer Zeichen. Höflichkeit ist vielmehr ein

kommunikatives Phänomen, das im Rahmen der Sprecherintention und der Hörerseitigen Interpretation sowie die Dimension der situativen Faktoren (vertikale und horizontale Distanz der Kommunikationspartner, Gewichtigkeit des gesichtsbedrohenden Akts, Situationsdefinition u.a.) mit einbezieht. In diesem relativ weit gesteckten Rahmen wird Höflichkeit zu bestimmen sein als ein System von Strategien (...), die den Kommunikationspartner zur wechselseitigen Wahrung ihres Gesichts zur Verfügung stehen.

#### 4.4. Ist Höflichkeit vermittelbar? Die Suche nach der Adäquatheit

Es wurde bisher Folgendes festgestellt: Mit *Translation* bezieht man sich normalerweise auf die Tätigkeiten Dolmetschen und Übersetzen, die von der Translationswissenschaft mit unterschiedlichen Interpretationen der Ergebnisse untersucht wurden und werden. Heutzutage existiert eine umfangreiche Literatur, die sich mit diesen Tätigkeiten beschäftigt. Es gibt jedoch eine große Zahl von Situationen, in denen wir alle, d.h. Menschen, die keine professionellen oder ausgebildeten Translator/innen sind, übersetzen oder dolmetschen. Dies passiert aber unbewusst, ohne es zu wissen. Dieser Aspekt der Translation ist überzeugend, weil es erkennen lässt, dass Translation über die Herstellung von Übersetzungen oder Dolmetschungen hinausgeht. Dieser Aspekt betont die Wichtigkeit der Translation als urmenschlichen Vorgang, der aus dem menschlichen In-Kontakt-Treten mit anderen - d.h. aus dem Bedarf an Kommunikation - entsteht.

We know that the need to communicate is an innate human urge. We know that communication means sharing how we experience the world; sharing our reality, our take on things. This sharing, this communion, can take many forms: painting, music, a touch, a look, art, science - and language. Language, using words, is one way of sharing what we live through with others. (Cooke 2011: 92)

Wie allgemein bekannt, braucht man für eine Übersetzung einen Ausgangstext und ein Zielpublikum, für das ein/e Translator/in einen neuen Zieltext produziert. Batlogg erklärt jedoch, dass dieses Konzept von Übersetzen erweitert werden kann, und schreibt (2008: 158):

Was geschieht nur, wenn wir die Elemente „Ausgangstext“, „Zielpublikum“ und „Zieltext“ ein wenig flexibler auffassen als üblicherweise? Angenommen, meine Gedanken und Gefühle sind ein Ausgangstext, meine Zielgruppe ist ein Mensch in meiner Umgebung und mein Zieltext ist etwas, das ich zu diesem Menschen sage: Ist dies nicht aus Translation? Viele werden jetzt einwenden, dass dies nichts anderes als Kommunikation sei - aber ist denn nicht Kommunikation an sich Translation?

So sieht man Translation also aus einer neuen Perspektive, und zwar als Teil der Kommunikation. In der vorliegenden Arbeit wird diese Auffassung der Translation in berücksichtigt, weil hier angenommen wird, dass der wichtigste Aspekt der Translation nicht nur in der bloßen Übertragung von Wörtern liegt, sondern in der Tatsache, dass auch Translation zwischenmenschliche Kommunikation ermöglicht und sie verbessern kann.

Höflichkeit ist in diesem Zusammenhang als ein Mittel zu sehen, , das zu diesem Ziel beiträgt. Daher sollten Translator/innen bei ihrer Tätigkeit auch Höflichkeit berücksichtigen.

Die Translationswissenschaft untersucht alle Kompetenzen und Vorgänge, die ein Translationsprozess beinhaltet und hat in diesem Sinne besonderes Wissen, das nicht nur den Text oder die verwendete Sprache betrifft. Sie verfügt auch über folgendes Wissen: Kultur, Kommunikation sowie Kommunikations- und Übersetzungsstrategien, Zielgruppen, Menschen als Teil soziokultureller Systeme. Wie auch Batlogg (2008: 161) festgestellt hat, ist „jede dieser Komponenten auch Teil anderer wissenschaftlicher Disziplinen (wie etwa der Kommunikationswissenschaft) und des menschlichen Lebens insgesamt“. In diese Richtung gibt es viele Schnittstellen mit anderen Wissenschaften und theoretisch könnten Millionen von Menschen an diesem Wissen interessiert sein. In ihrem Aufsatz *Wie man aus Eiern Marmelade macht: Von der Translationswissenschaft zur Transferwissenschaft* bringt Susanne Göpferich (2004:3) zum Ausdruck, dass Translationswissenschaft „zur Steigerung der Qualität von Kommunikation als Brückenbauerin“ beitragen kann, und zwar „nicht nur zwischen den Kulturen und ihren Sprachen, sondern auch zwischen den Disziplinen“. Göpferich führt außerdem Beispiele an, wie sich das Translationsparadigma bereits erweitert hat und wohin es eventuell zukünftig führen könnte oder sollte. Lange Zeit galt eine Übersetzung zum Beispiel als gut, wenn sie eine *äquivalente* Übersetzung des Ausgangstexts - im Sinne von ähnlich was Inhalt, Form und Stil betrifft - darstellte. Diesbezüglich ist Cooke (2011:94) dieser Meinung:

We cannot say *You know what I mean*, or *I know what you mean* with the same certainty as  $E=mc^2$ . There are no logical equations to show that *this* means that. There can never be equations of meaning, because no two people can ever mean the same thing. Not even if they use the same words“ (Cooke 2011: 94).

Wenn man also diese Anforderung strikt einhält, wird der kulturelle Aspekt jeder kommunikativen Handlung negiert. Batlogg (2008:162) meint außerdem:

Beinahe jedes Schulkind weiß heutzutage, dass es bei der Begrüßung in englischsprachigen Ländern völlig normal ist, sich, zumindest pro forma, nach dem Befinden des Gegenübers zu erkundigen („Hello. How are you?“). In Österreich den Verkäufer im Bekleidungsgeschäft mit einem „Grüß Gott. Wie geht es Ihnen?“ zu begrüßen, würde uns nicht im Traum einfallen (es sei denn, es verbindet uns ein persönliches Naheverhältnis).

Eine Übersetzung ist aber kein 1:1- Äquivalent zum Ausgangstext und wie bereits erläutert, ist Translation nicht nur ein sprachlicher, sondern auch ein kultureller Transfer. Wie bereits von Reiß/Vermeer (vgl. 1991:139) vertreten, erklärt Batlogg (2008:162), sind zwei Sprachen bzw. zwei Kulturen zwei verschiedene Dinge, was gleich auf allen Ebenen unmöglich zu finden ist: „Was aber sehr wohl möglich ist, ist eine *adäquate* Entsprechung zu finden“. Beim Translationsprozess sollte ein/e Translator/in also Prioritäten setzen und entscheiden, was für

ihn/sie das Wichtigste ist: Ist der Inhalt, die Form oder der Stil das Wichtigste? Was sollte erhalten bleiben und was geändert werden, um dem Zielpublikum zu entsprechen und die Funktion des Textes zu erfüllen?

In der jüngeren Zeit hat sich die theoretische Auseinandersetzung mit Translation im deutschsprachigen Raum von der Äquivalenz orientierten Theorie über die Skopostheorie und die Theorie vom translatorischen Handeln von Justa Holz-Männtäri weiterentwickelt. Die Skopostheorie wird von Christiane Nord (1993) ergänzt: Sie beschäftigt sich mit dem Anspruch einer funktionalen Übersetzung und mit der Verpflichtung des/der Translator/in zur Loyalität. „Übersetzer und Übersetzerinnen“ stehen in der Verantwortung „gegenüber ihren Haupthandlungspartnern, also sowohl gegenüber den Auftraggebern und den Zieltextempfängern als auch gegenüber dem Autor/der Autorin des Ausgangstexts“ (Nord 1993:18). Die vorliegende Arbeit schließt Susanne Göpferich und Aurelia Batlogg an, die meinen, dass dies für jede Art des Übersetzens gilt, auch für jene Formen, die nicht oder noch nicht in den Forschungsbereich der Translationswissenschaft fallen. Besonders wichtig für die vorliegende Arbeit ist außerdem die Feststellung von Batlogg, wonach „erfolgreiche Kommunikation bzw. Translation nicht eine Frage des Inhalts“ ist, „sondern der Art und Weise, wie kommuniziert oder übersetzt wird. Jeder Inhalt ist vermittelbar, wenn man weiß, wie“ (Batlogg 2008: 165).

#### **4.5. Höflichkeit als Teil von interkultureller Kommunikation**

Bereits im ersten Kapitel wurde festgestellt, dass Höflichkeit Teil der Kommunikation ist, und zur zwischenmenschlichen Verständigung beiträgt. In diesem Kapitel wurde dann darauf aufmerksam gemacht, dass Translation kein bloßer Austausch von Wörtern ist sowie dass sie nicht nur die Tätigkeiten des Übersetzens und Dolmetschens betrifft; sondern sie ist auch eine allgemeinmenschliche Tätigkeit, die ein wesentlicher Teil der Alltags- und der Wissenschaftskommunikation betrifft. Translation ist -und impliziert- Kommunikation und stellt einen Berührungspunkt zwischen Menschen dar, welche verschiedene Sprachen sprechen und aus verschiedenen Kulturen kommen. Translation wird also hier im weitesten Sinn des Wortes verstanden. Trotzdem ist Kommunikation nicht nur Translation.

Aus diesem Grunde kann Höflichkeit - als Teil der Kommunikation mit ihrer regulierenden Funktion beim zwischenmenschlichen Kommunizieren - in ihrer verbalen und nonverbalen Verwendung - bei der Translation in einem interkulturellen bzw. transkulturellen Kontext verwendet werden, sodass Kommunikation erfolgreich stattfinden kann. Dies kann geschehen, wenn man die Tatsache nicht außer Acht lässt, dass nicht alles übersetzt werden kann bzw. werden muss; nur was notwendig ist bzw. was dem Ziel dient. Außerdem erfolgt Translation durch einen Perspektivenwechsel auf die Realität. Wenn man Höflichkeit in den

verschiedenen Kulturen bzw. Kontexten betrachtet, kann man beobachten, dass sie den Perspektivenwechsel ermöglicht und deswegen zu Translation gezählt wird.

Wenn Höflichkeit also Kommunikation ermöglicht bzw. vereinfacht, ist dies etwas Ausschlaggebendes für das translatorische Handeln. Höflichkeit ist folglich Teil von interkultureller Kommunikation und, wird als Akt der interkulturellen bzw. transkulturellen Kommunikation verstanden.

Deswegen werden die ausgewählten Fallbeispiele im 5. Kapitel mithilfe von Interviews, die mit den Verkäuferinnen geführt wurden, diskutiert. Die Proband/innen werden über ihr sprachliches und nicht-sprachliches Verhalten während der Arbeit befragt: Wie sprechen sie Kunden an, die aus verschiedenen Ländern kommen und deren Sprachen sie nicht kennen bzw. nicht beherrschen? Benutzen sie nur sprachliche Mittel oder auch non-verbale Elemente wie Mimik oder Körperhaltung? Welche Mittel bringen sie auf, um ihr Ziel zu verfolgen, d.h. ihre Produkte zu verkaufen? Die Interviews sollen also die Anfangshypothesen dieser Arbeit bestätigen: Kommunikation wie Translation liegt nicht nur in den Worten, die die Botschaft vermitteln, sondern in jeglicher Art des interpretierbaren Verhaltens; anhand von Höflichkeit können (interkulturelle) Kommunikation und Translation stattfinden.

In der vorliegenden Arbeit geht man abschließend davon aus, dass mittels Höflichkeit die transkulturelle Kommunikation bzw. die Translation erfolgen kann. In diesem Sinne wird hierbei angenommen, dass transkulturelle Höflichkeit zu realisieren, ein Akt der Translation ist.

Höflichkeit ist auf der Handlungs- und Ausführungsebene anzusiedeln und dient in erster Linie der phatischen Kommunikation und der Herstellung einer angenehmen und kooperativen Interaktionsatmosphäre. Demzufolge ist sie kein Ziel, sondern ein Mittel, eine Technik auf dem Weg, ein Ziel zu realisieren (Fidancheva 2013:24).

## 5. Beschreibung und Auswertung der Interviews

In diesem Kapitel wird versucht, konkret den Gebrauch von Höflichkeitsstrategien im interkulturellen beruflichen Kontext zu untersuchen. Es wurden ein Einkaufszentrum, ein Outlet sowie unterschiedliche Geschäfte im Stadtzentrum der italienischen touristischen Stadt Treviso als Fallbeispiele ausgewählt. Die Verfasserin der vorliegenden Arbeit hat persönlich die Verkäufer/innen der Geschäfte über ihr sprachliches und nicht-sprachliches Verhalten während der Arbeit befragt. Hauptfragen der Interviews waren z.B. die Art und Weise, wie die Verkäufer/innen Kund/innen normalerweise ansprechen, wenn diese aus anderen Ländern kommen und deren Sprachen sie nicht kennen bzw. nicht beherrschen; oder ob die Befragten nur sprachliche Mittel oder auch non-verbale Elemente wie Mimik oder Körperhaltung - die zur Höflichkeit gehören - beim Kommunizieren benutzen.

Die Ergebnisse sollen Aufschluss darüber geben, wie man in einem interkulturellen beruflichen Kontext kommuniziert, um ein Ziel zu erreichen, d.h. etwas zu verkaufen. Die Tätigkeit des Verkaufens wird mit derjenigen des Übersetzens und Dolmetschens verglichen, und zwar in dem Sinne, dass alle diese Tätigkeiten das Ziel haben, sich verständlich zu machen, um etwas zu erreichen. Der Gebrauch von Höflichkeitsstrategien in diesem ausgewählten Kontext wird berücksichtigt und analysiert, um zu untersuchen, ob dieser für die Kommunikation bzw. für die Translation wichtig ist. Es wird Wert darauf gelegt, solche Interviews durchzuführen, in denen Menschen persönlich erzählen bzw. erklären, wie sie sich in einer alltäglichen Konversation in einem interkulturellen beruflichen Kontext ausdrücken bzw. verhalten. Die Interviews sollen also die Anfangshypothesen der Verfasserin bestätigen: Kommunikation wie Translation liegt nicht nur in den Worten, die die Botschaft vermitteln, sondern in jeglicher Art des interpretierbaren Verhaltens wie auch in der Höflichkeit. So können (interkulturelle) Kommunikation und Translation stattfinden.

Die Verfasserin nimmt also eine qualitative Inhaltsanalyse von persönlich durchgeführten Interviews vor, anhand derer Höflichkeitsphänomene erforscht werden. Bei diesen Interviews handelt es sich also um eine direkte Datenquelle. Die Interviews wurden - wie oben angeführt - persönlich im August 2013 an drei verschiedenen Orten durchgeführt bzw. aufgenommen, wo interkulturelle Kommunikation stattfindet,:

- 1) In einem Einkaufszentrum in Conegliano (Treviso), das als Ort mit interkultureller Kommunikation betrachtet werden kann, weil viele Tourist/innen sowie Ausländer/innen auf der Durchfahrt sind zum Beispiel aus Slowenien, Österreich, Deutschland, Belgien, Rumänien, Brasilien, Spanien, England, Frankreich, Amerika<sup>24</sup>, Irland, Neuseeland, Russland, Marokko;

---

<sup>24</sup> In Aviano, d.h. im Friaul, findet sich ein sehr bekannter amerikanischer Stützpunkt.

- 2) In einem Outlet, das in der Nähe des Flughafens Marco Polo liegt, das von Tourist/innen und Ausländer/innen täglich stark frequentiert wird;
- 3) Im Stadtzentrum von Treviso, eine Stadt, die dank ihrer unmittelbaren Nähe zu Venedig viel besucht ist - besonders im Sommer.

Auf Basis der zuvor geleisteten theoretischen Einführung wurden für die Entwicklung der Interviews Situationen gezielt herausgearbeitet, die der Verwendung von Höflichkeitsstrategien unterliegen. Diese können somit auch für Translator/innen, welche sich wie die Verkäufer/innen verständlich machen müssen, in den unterschiedlichsten Situationen relevant sein. Die Verfasserin hat demzufolge für die Untersuchung der vorliegenden Arbeit aus der Fülle an möglichen translationsrelevanten Kommunikationssituationen folgende ausgewählt: Empfang des/der Kund/innen, Entwicklung der Konversation, Spontaneität der Kommunikation, Probleme bei der Verständigung, das Überwinden der Kommunikationsschwierigkeiten, das (Nicht-) Erreichen des kommunikativen Zieles.

## 5.1. Methodisches Vorgehen

Es wurden 25 Interviews aufgezeichnet und entsprechend den Kriterien qualitativer Forschungspraxis ausgewertet (vgl. Flick 2004), wobei versucht wurde, dem Gütekriterium der Objektivität gerecht zu werden. Die Zahl der Interviews ist exemplarischer Natur und wird nicht als empirischer Beweis behandelt. Es wurden darunter fünf Interviews ausgewählt, die vollständig transkribiert wurden. Diese sollen am besten illustrieren, was von der Verfasserin der vorliegenden Arbeit untersucht. Die Verfasserin hat außerdem eine CD mit allen Interviews beigelegt, sodass die Interviews für am Thema Interessierten zugänglich und überprüfbar sind.

Zuallererst ist es notwendig, zwei wichtige Punkte zu klären: Erstens wurden die Interviews auf Italienisch durchgeführt, da sie in Italien mit italienischsprachigen Verkäufer/innen aufgenommen wurden. Deswegen wurden erstens die Fragen, und später auch alle gesammelten Ergebnisse von der Verfasserin übersetzt, damit sie in der vorliegenden Arbeit auf Deutsch wiedergegeben werden können. Zweitens, was die transkribierten Interviews betrifft, wurden sie einem Transkriptionsprozess unterzogen, wobei aus dem Rohtext kein irrelevantes Material wie „ehm“, Wiederholungen usw. entfernt wurde, da die Verfasserin der Meinung ist, dass auch dieses Material, welches als irrelevant eingeschätzt wird, trotzdem als wesentlich zu betrachten ist. Wiederholungen, Zögern, Schweigen oder Lachen der Befragten tragen ihrerseits zur Bekräftigung der gegebenen Antworten bei. Der Transkriptionsprozess wird im Abschnitt 5.3. präsentiert.

Zuletzt wird im Folgenden kurz erklärt, warum die Verfasserin entschieden hat, eine qualitative anstatt einer quantitativen Forschung durchzuführen.

### 5.1.1. Warum *qualitativ* anstatt *quantitativ* forschen?

Die qualitative Forschung wurde in der vorliegenden Arbeit wegen ihrer charakteristischen Merkmale bzw. ihrer Vorgehensweise, die sich für den hier untersuchten Gegenstand bzw. das Phänomen besonders eignen.

Der Modus Procedendi qualitativer Forschung kennzeichnet sich grundsätzlich durch die Anwendung keiner einzelnen Methode, sondern erlaubt die Anwendung eines methodischen Spektrums unterschiedlicher Ansätze, die je nach Fragestellung ausgewählt werden können.

Ein weiteres kennzeichnendes Merkmal qualitativer Forschung ist darüber hinaus jenes, das qualitative Forschung eine starke Orientierung am Alltagsgeschehen sowie am Alltagswissen der Untersuchten hat: Es werden Handlungsprozesse - wie beispielsweise der Verlauf eines Beratungsgespräches – in ihrem alltäglichen Kontext situiert (vgl. Flick 2004). Deswegen sind qualitative Erhebungs-, Analyse- und Auswertungsvorgehen in reichem Maße dem Gedanken der *Kontextualität* unterworfen: Daten werden in ihrem originalen Kontext gesammelt und die Aussagen werden anhand einer längeren Antwort oder Erzählung, im Kontext des Interviewverlaufs insgesamt oder auch in Anbetracht der Biografie der Interviewpartner/innen analysiert. Auf diese Weise kann die Unterschiedlichkeit der Perspektiven der Beteiligten/innen berücksichtigt werden.

Überdies ist qualitative Forschung davon geprägt, dass die Reflexivität der Forscher/innen über ihr Handeln und ihre Wahrnehmungen im untersuchten Bereich „als ein wesentlicher Teil der Erkenntnis und nicht als eine zu kontrollierende bzw. auszuschaltende Störquelle verstanden wird“ (Flick 2004: 23). Das Erkenntnisprinzip qualitativer Forschung bezeichnet außerdem das Erfassen von komplexen Zusammenhängen als die Darlegung durch die Isolierung einer einzelnen (z.B. Ursache-Wirkungs-)Beziehung:

Verstehen richtet sich im Sinne des «methodisch kontrollierten Fremdverstehens» (Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen 1976) auf den Nachvollzug der Perspektive des anderen. Um dieser Perspektive möglichst großen Spielraum zu lassen und ihr so nahe wie möglich zu kommen, ist vor allem die Datenerhebung bei qualitativer Forschung vom Prinzip der Offenheit geprägt.  
(Flick 2004: 23)

Was bedeutet das? Das Prinzip der Offenheit sieht vor, dass die Fragen für die Erhebung der Daten offen formuliert werden müssen.

Wichtig für die vorliegende Arbeit ist weiterhin, dass qualitative Studien häufig an der Untersuchung bzw. der Analyse sowie Rekonstruktion von (Einzel-)Fällen ansetzen und erst im zweiten Schritt diese Fälle vergleichend und verallgemeinernd zusammenfassen oder sie stellen gegenüber. Grundlage der qualitativen Forschung ist die Konstruktion der Wirklichkeit. Sie geht von den subjektiven Konstruktionen der Untersuchten aus. Auch das Vorgehen der Forschung wird als konstruktiver Akt betrachtet (vgl. Flick 2004).

Die qualitative Praxis gehört trotz der zunehmenden Bedeutung visueller Datenquellen wie Bilder oder Filme vorwiegend zum Bereich der Textwissenschaft: „Sie produziert Daten als Text - etwa transkribierte Interviews oder ethnografische Feldnotizen - und ist für die Mehrzahl ihrer (hermeneutischen) Interpretationsverfahren auf das Medium des Textes als Arbeitsgrundlage angewiesen“ (Flick 2004: 24). In ihrer Zielsetzung ist qualitative Praxis immer noch eine entdeckende Wissenschaft und ist immer dort empfehlenswert, wo es um das Herausfinden eines bislang wenig erforschten Wirklichkeitsbereichs mithilfe von *sensibilisierenden* Konzepten (vgl. Blumer 1973) geht.

Die Verfasserin der vorliegenden Arbeit nimmt - wie bereits erwähnt - die Grundposition zur Bewertung qualitativer Forschung an, wonach quantitative Kriterien an qualitative angepasst werden. Charakteristisch für die Position ist, dass Kriterien der quantitativen auf die qualitative Forschung übertragen werden können. Hauptkriterien dabei sind: Objektivität, Reliabilität und Validität der experimentell-statistischen und der Hypothesen prüfenden Forschung sowie der Psychometrie (Fragebogen, Test, Skalen etc.) (vgl. Steinke 2004). Kriterien der quantitativen Forschung werden also auf qualitative Forschung übertragen und daran angepasst, indem sie wiederformuliert und operationalisiert werden. Laut Steinke (vgl. 2004) gehört hierzu auch der Vorschlag von Miles & Huberman, (1994:277ff) qualitative Kriterien wie z.B. Glaubwürdigkeit in die bekannte Ordnung quantitativer Kriterien (Objektivität, Reliabilität, Validität) aufzunehmen:

- Objektivität/Bestätigbarkeit/qualitativer Untersuchungen;
- Reliabilität/Verlässlichkeit/*auditability*;
- Interne Validität/Glaubwürdigkeit/Authentizität;
- Externe Validität/Transferierbarkeit/Passung;
- Nutzen/Anwendung/Handlungsorientierung.

### 5.1.2. Warum Interviews durchführen?

Es wurde also kurz erklärt, wodurch sich qualitative Forschung auszeichnet und warum sie für die vorliegende Arbeit ausgewählt wurde. Trotzdem ist eine Zwischenbemerkung einzuschieben, was die von Verfasserin getroffene Wahl der qualitativen Interviews betrifft.

Hopf (2004) stellt fest, dass qualitative Interviews - bzw. teilstandardisierte oder offene Interviews - in der Sozialforschung sehr verbreitet sind. Im Bereich qualitativer Sozialforschung sind ihre Einsatzmöglichkeiten vielfältiger und spielen laut Hopf eine wichtige Rolle z.B. in ethnografischen, auf teilnehmender Beobachtung basierenden Forschungsprojekten: „Sie dienen hier u.a. der Ermittlung von Expertenwissen über das jeweilige Forschungsfeld, der Erfassung und Analyse der subjektiven Perspektive der Beobachteten oder Erhebungen zu ihrer Biografie“ (Hopf 2004: 349). Hopf hat außerdem

beobachtet, dass qualitative Interviews in Forschungsprojekten, deren zentrale empirische Grundlage qualitative Interviews sind, noch gebräuchlicher sind - zumindest in der Bundesrepublik. Ist dies der Fall in der vorliegenden Arbeit? Wie Hopf (2004) präzisiert hat, gehören hierzu auch andere Projekten, wie z.B. aus dem Bereich der Biographieforschung, Studien zu politischen und sozialen Orientierungen unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen, Studien zu geschlechterbezogenen Fragestellungen oder Studien zum Berufszugang und zu beruflicher Sozialisation.

In der vorliegenden Arbeit wird demzufolge das Forschungsverfahren des qualitativen Interviews ausgewählt, da auch die hier analysierten Phänomene von Höflichkeit und Translation die soziale Wirklichkeit bzw. die zwischenmenschliche Interaktion sowie das Menschenleben betreffen.

### 5.1.3. Ein Halb-standardisiertes Interview

Flick (2007) beschreibt fünf verschiedene Typen des offenen Leitfaden-Interviews: das fokussierte Interview, das halbstandardisierte Interview, das problemzentrierte Interview, das Experten-Interview und das ethnografische Interview. Das in der vorliegenden Arbeit durchgeführte Interview ist ein halb-standardisiertes Interview, wo drei Fragetypen gestellt werden (können):

- Offene Fragen (die sechste Frage lautet beispielsweise: „Was tun oder was sagen Sie normalerweise, wenn ein/e Kund/in das Geschäft betritt?“);
- Theoriegeleitete, hypothesengerichtete Fragen (z.B.: „Wie verhalten Sie sich , wenn Sie bemerkt haben, dass Sie nicht dieselbe Sprache sprechen oder nicht ausreichend beherrschen?“)
- Konfrontationsfragen (z.B. die letzte Frage lautet: „Auch wenn Sie linguistische Schwierigkeiten bei der Kommunikation sowie Probleme bei der Verständigung gehabt haben, haben Sie trotzdem Ihr Ziel - d.h. Verkaufen erreicht oder haben die linguistischen Schwierigkeiten überwogen?“)

Die Verfasserin hat darüber hinaus die „vier Kriterien eines guten Interviews“ von Flick (2007) verfolgt, d.h.:

- 1) Nichtbeeinflussung der Interviewpartner/innen;
- 2) Spezifität der Sichtweise;
- 3) Breites Verständnis erfassen;
- 4) Tiefgründigkeit

Was die Nichtbeeinflussung der Interviewpartner/innen betrifft, soll diese laut Flick (2007) anhand von vier Möglichkeiten gelöst werden, und zwar durch „den Übergang von unstrukturierten zu strukturierten Fragen“, „die flexible Handhabung des Leitfadens“, „die Zurückhaltung mit eigenen Bewertungen“ und eine „non-direktive Gesprächshaltung“.

Bezüglich der Spezifität der Sichtweise hat Flick erklärt, dass die Bedeutung eines Ereignisses herausgearbeitet werden soll; also eine retrospektive Introspektion untergenommen werden soll; eine explizite Bezugnahme soll auf das betrachtete Ereignis gemacht werden und das Verhältnis von Spezifität und Allgemeinheit der Frage soll deutlich gemacht werden.

Das dritte Kriterium sieht ein breites Verständnis vor, im dem Sinne, dass alle relevanten Aspekte und Themen angesprochen werden sollen; die Themen der Interviewten müssen offen sein und die eigenen Themen sollen vertieft werden.

Das letzte Kriterium betrifft die Tiefgründigkeit der Interviews. Das impliziert, dass ein angemessenes Niveau der Tiefgründigkeit geschaffen werden soll, das nicht zu hoch und nicht zu niedrig sein soll, sowie dass, Hinweise auf vergleichbare Situationen gegeben werden sollen.

## 5.2. Die Fragen

Den Verkäufer/innen, die in den zwei Einkaufszentren sowie im Stadtzentrum von Treviso in unterschiedlichen Geschäften arbeiten, werden in dieser Reihenfolge folgende Fragen gestellt:

<b>Fragen</b>	<b>Formulierung</b>
<b>1.</b>	Treten Sie täglich in Kontakt mit Kund/innen, die keine Italiener/innen sind, also aus dem Ausland kommen?
<b>2.</b>	Können Sie also sagen, dass Sie auch Kund/innen, die nicht Italienisch sprechen, haben?
<b>3.</b>	Wenn ja, können Sie mir zum Beispiel sagen, aus welchen Ländern bzw. Kulturen diese Kund/innen kommen?
<b>4.</b>	Woher wissen Sie, woher die Kund/innen genau kommen? Wie bringen Sie das in Erfahrung? Verlassen Sie sich auch auf Stereotypisierungen?
<b>5.</b>	Haben sie häufig beruflichen Kontakt auf sprachlicher, also auch auf kultureller Ebene?
<b>6.</b>	Was tun oder was sagen Sie normalerweise, wenn ein/e Kund/in das Geschäft betritt?
<b>7.</b>	Wenn Sie bemerken, dass der/die Kund/in kein Italiener/in ist, verlassen Sie sich auf Vermutungen über Ihre Kund/innen oder erfolgt das kommunikative Verhalten und die Konversation spontan?

8.	Wie verhalten Sie sich , wenn Sie bemerkt haben, dass Sie nicht dieselbe Sprache sprechen oder diese nicht ausreichend beherrschen?
9.	Ist es Ihnen schon passiert, dass Sie das Gefühl hatten, dass der/die Kund/in Sie nicht (gut) verstanden hat? (Das könnte auch mit Italiener/innen passieren!)
10.	Wie verhalten Sie sich wenn dies passiert? Was sagen Sie?
11.	Haben Sie auch gehörlose Kund/innen?
12.	Auch wenn Sie linguistische Schwierigkeiten bei der Kommunikation sowie Probleme bei der Verständigung gehabt haben, haben Sie trotzdem Ihr Ziel - d.h. Verkaufen - erreicht oder haben die linguistischen Schwierigkeiten überwogen?

### 5.2.1. Fragen 1.,2.,3. und 4.

1.	<b>Treten Sie alltäglich in Kontakt mit Kund/innen, die keine Italiener/innen sind, also aus Ausland kommen?</b>
2.	<b>Können Sie also sagen, dass Sie auch Kund/innen, die nicht Italienisch sprechen, haben?</b>
3.	<b>Wenn ja, können Sie mir zum Beispiel sagen, aus welchen Ländern bzw. Kulturen diese Kund/innen kommen?</b>

Die ersten drei Fragen wurden von der Verfasserin formuliert, weil sie bestätigen wollte, dass der Kontext, in dem die Verkäufer/innen arbeiten, bzw. der Kontext der Interviews wirklich als „interkulturell“ betrachtet werden kann - wie es in den anfänglichen Hypothesen angenommen wurde. Deswegen hält die Verfasserin diese Fragen als zweckmäßig und notwendig, um die oben genannten Kriterien von Validität und Glaubwürdigkeit einzuhalten. Außerdem geben sie Aufschluss darüber, mit welchen Kulturen die Befragten in Kontakt treten.

4.	<b>Woher wissen Sie, woher die Kund/innen genau kommen? Wie bringen Sie das in Erfahrung? Verlassen Sie sich auch auf Stereotypisierungen?</b>
----	--

Die vierte Frage wurde auf diese Weise formuliert, um ein Phänomen der interkulturellen Kommunikation zu berücksichtigen, nämlich den Stereotypen. Stereotypisierungen sind oft entscheidend für die Entwicklung des In-Kontakt-Tretens und stellen eine Gefahr in der Kommunikation dar, weil sie diese beeinflussen, einschränken und manchmal auch behindern können. Es ist zu präzisieren, dass das Thema der vorschnellen Stereotypisierungen nicht Thema der vorliegenden Arbeit ist. Da sich die Arbeit mit Themen wie Höflichkeit, Kommunikation, Translation – welche sich in Zusammenhang mit dem Kulturproblem

entwickelt haben - beschäftigt, wird auch die Rolle der Stereotypisierung von der Verfasserin als erwähnenswert angesehen.

Grund für die Formulierung dieser Frage ist die Tatsache, dass eine Verkäuferin nicht mit Sicherheit wissen kann, ob es sich um den Kunden um einen Ausländer handelt. Diese Tatsache muss berücksichtigt werden. Der Frage, ob eine Stereotypisierung beim Verkaufspersonal vorliegt, sollte mithilfe dieser Fragestellung nachgegangen werden. So kann festgestellt werden, ob eine eventuelle Stereotypisierung seitens des Verkaufspersonals Einfluss auf die Kommunikation hat.

### 5.2.2. Die Bedeutung und die Rolle der Stereotypen

Es ist eine Tatsache, dass kulturelle Unterschiede beim Kommunizieren als potenzielle kommunikationspsychologische Barrieren wirken. Es bestehen erhebliche Unterschiede in Bezug auf kulturspezifische Normen und Verhalten, was den Kommunikationspartner/innen jedoch meist nicht bewusst ist und daher unterschätzt wird. Kulturspezifische Kommunikationsnormen und kulturspezifisches -verhalten können entscheidende Auswirkungen beim Gesprächskontakt haben, sodass bei Partner/innen sowohl das Selbstbild als auch das Fremdbild stark differieren.

Verständlich, wenn Einstellungen und Erwartungshaltungen, die auf das jeweilige unzutreffende Selbstbild und das falsch hypostasierte Fremdbild projiziert werden und in ein vermeintlich „angemessenes“ Kommunikationsverhalten überführt werden, zu Konflikten führen, die die kommunikationspsychologische Barriere zwar spüren lassen, sie jedoch nicht niederreißen können. Eine beträchtliche Rolle können in diesem Zusammenhang Stereotype spielen, die generell zwar in ökonomischer Weise eine Orientierungs- und Identifikationsfunktion erfüllen. (Bungarten 1999:28)

In Anbetracht all dessen sind trotzdem kommunikationspsychologische Barrieren aufgrund unterschiedlicher kulturspezifischer Einstellungen und Erwartungen an den Gesprächspartner, Kommunikationsnormen, Verhaltensweisen, sowie genereller kultureller Normen und Werte in interkulturellen Managementkontakten nicht zu vermeiden. Sie sollen positiv als Resultate sogenannter anthropologischer „Kultureme“ zu werten sein, wo sich die Vielfältigkeit und das Spektrum menschlichen Lebenstätigkeiten sowie menschlichen Werten erkennen lassen. In impliziter Weise wird allein schon durch ihr positives Bestehen der Anspruch erhoben, sie zu erfassen bzw. zu verstehen, sodass die Menschen in ihrer soziokulturellen Vielfalt verstanden werden können, um hierdurch auch sich selbst besser zu verstehen (vgl. Bungarten 1999): Die kommunikationspsychologischen Barrieren können verkleinert werden, wenn dieses fundamentale Verständnis gegeben ist und man sowohl für die fremde als auch für die eigene Kultur sensibel wird.

Wenn man in Kontakt mit verschiedenen Kulturen und ethnischen Gruppen tritt, sind Stereotypisierungen der anderen Kultur bzw. Ethnie üblich. Aussagen wie „die Deutschen sind sparsam“, „die Finn/innen sind schweigsam“ oder „der/die Italiener/in fährt chaotisch“ stellen typische Beispiele dafür dar. Auch Wissenschaftler/innen, die sich jeden Tag mit kulturellen Unterschieden beschäftigen, kommen um Stereotypisierung nicht herum: Unterschiede werden in Form von Stereotypen zum Ausdruck gebracht und stereotypische Vorstellungen steuern die Wahrnehmung. Es ist somit für die Praxis sowie für die Wissenschaft wichtig, aufzuklären, was Stereotype eigentlich sind und wie der Menschen mit ihnen umgehen.

Eine stereotypische Eigenschaft (verkürzt: Stereotyp) ist eine Eigenschaft, die man als Wissenskomponente für eine Klassenbildung benutzt, also ein relevantes Klassifizierungsmerkmal. Klassifiziert werden nicht nur Menschen, sondern allgemein Objekte, d.h. dass wir stereotypische Vorstellungen nicht nur von Individuen und Klassen von Individuen haben, sondern auch von Dingen, Zuständen, Verhältnissen usw. (Tiittula 1999:197)

Stereotypen gehören folglich zum geteilten Wissen einer Gruppe oder einer Gemeinschaft. Daher sind sie auch sehr haltbar. Auch wenn sich die den Stereotypen zugrunde liegende soziale Wirklichkeit verändert, gelten die Stereotypen lange noch als Standard. Aus diesem Grunde sind sie von den persönlichen Erfahrungen relativ unabhängig.

Im Allgemeinen wurde beobachtet, dass bei Stereotypen über ethnische Gruppen aus der Eigenperspektive eine positive Sichtweise resultiert, dagegen aus der Fremdperspektive eine negative Sichtweise. Kurz und bündig: Die eigene Gruppe stereotypisiert man meist im positiven Sinne, eine fremde Gruppe hingegen auf negative Weise. Diese Haltung beeinflusst natürlich die Wahrnehmungen einer Person. So werden z.B. negative Aktionen der anderen Gruppe bzw. Gemeinschaft eher wahrgenommen als die der eigenen Gruppe/Gemeinschaft. Jeder Akt der anderen wird im Grunde negativ interpretiert - auch wenn es sich um positive Akte handelt: „z.B. kann Hilfsbereitschaft als Aufdringlichkeit interpretiert werden. Es ist zu betonen, dass diese Negativität nur eine Tendenz ist, denn Stereotype überhaupt und auch stereotype Eigenschaften über Fremde können durchaus positiv sein“ (Tiittula 1999:197). Kulturelle Unterschiede werden tatsächlich oft als etwas Negatives wahrgenommen, was sie an sich nicht sein müssen. Der Gedanke, dass Unterschiede negativ sind, geht davon aus, dass es sich bei kulturspezifischen Unterschieden normalerweise um Abweichungen von gewöhnlichen Verhaltensweisen, von der Norm handelt: Es ist die eigene Kultur (bzw. die eigenen Verhaltensweisen), die sozusagen *die richtige* Norm darstellt. Wenn die Normalformervartung nicht erfüllt wird, kann das In-Kontakt-Treten bzw. die Kommunikation als unangenehm sowie als problematisch empfunden werden. Tiittula führt diesbezüglich ein anschauliches Beispiel einer deutschen Befragten an, die über ihre Erfahrungen mit „Finnen“ erzählt (1999: 202):

un: / da is mir / doch schon aufgefallen daß die // Finnen / relativ direkt sind. so zum Beispiel es würde keiner / in Deutschland / oder glaub ich kein Engländer oder Franzose sagen <ich hab jetzt keine Zeit> / für Sie. / sondern wir sagen / darf ich Sie in ner halben Stunde wieder anrufen, im Moment bin ich // total im Streß oder so also sich selbst zurücknehmen sich selbst s- \ einfach sagen ich hab jetzt keine Zeit für Sie is also \

....

ja gut wenn man jetzt weiß daß die Finnen sehr direkt sind / das sagt man ja auch von den von den Deutschen

... aber äh also ich hab mich schon das eine oder andere Mal bevor ich das wußte daß Finnen sehr direkt sind, hab ich mich schon / angegriffen oder unruhig gefühlt.

Da diese Frau in einer Fachzeitschrift gelesen hat, dass Finn/innen direkt sind, glaubt sie es nun zu wissen, was ihr in Kontaktsituationen mit Finn/innen hilft. Laut Tiittula (1999: 202) kann es jedoch sein, dass diese Stereotypisierung ganz einfach an den mangelhaften Deutschkenntnissen der Finn/innen liegt: „Für einen Fremdsprachensprecher sind Strategien und Formulierungen der Indirektheit und Höflichkeit nicht leicht“.

Es ist außerdem einerseits anzunehmen, dass Stereotype bestimmter Art einem Diskriminierungsverbot unterstehen: Es gibt Einschränkungen, nach denen einige Ausdrücke in bestimmten Kontexten nicht geäußert werden dürfen. Es ist eine Tatsache, dass Stereotype einer ethnischen Gruppe oft als diskriminierend und moralisch unanständig empfunden werden. Andererseits kann mit stereotypisierten Aussagen sehr schnell, ohne größeren Aufwand an gemeinsames Wissen erinnert werden.

Alles in allem spielen Stereotype in interkulturellen Geschäftskontakten eine zweifache Rolle: Einerseits wirken sie auf die Wahrnehmung ein und beeinflussen dadurch die menschlichen Handlungen. Andererseits werden Stereotypisierungen über die eigene Kultur beim Vorstellen der eigenen Produkte oder Firma aufgegriffen, um sie auszuräumen oder zumindest zu relativieren. Um den allgemein bekannten Sachverhalt kurz aber nicht diskriminierend zu äußern, greift man normalerweise auf bestimmte Strategien zurück, wie z.B. metakommunikative Einrahmungen, d.h. Abschwächungen, Relativierungen, indirekte oder höfliche Reformulierungen, etc. (vgl. Tiittula 1999). Aus diesem Grunde wurden Stereotype in der vorliegenden Arbeit berücksichtigt, d.h. um zu beobachten, ob sie auch im interkulturellen Kontext auftreten, ob sie die transkulturelle Kommunikation beeinflussen und ob sie eventuell mithilfe von Höflichkeit, Perspektivenwechsel oder anderen Mitteln überwunden werden kann.

### 5.2.3. Fragen 5. - 12.

<b>5.</b>	<b>Haben sie häufig beruflichen Kontakt auf sprachlicher, also auch auf kultureller Ebene?</b>
-----------	--

Wie oben hingewiesen, wird in der vorliegenden Arbeit die Höflichkeit als Akt der Translation in einem interkulturellen Kontext betrachtet. Deswegen wurde es von der Verfasserin als notwendig angesehen, den Kontext der Datenerhebung zu überprüfen, um die Bestätigung oder Widerlegung der anfänglichen Hypothesen als gültig zu betrachten.

Da im ersten Kapitel geklärt wurde, dass es sich bei dem Terminus *interkulturell* normalerweise um Sprach- und Kulturkontakte mit Ausländer/innen privater oder beruflicher Art handelt, wurde die fünfte Frage so geäußert.

<b>6.</b>	<b>Was tun oder was sagen Sie normalerweise, wenn ein/e Kund/in das Geschäft betritt?</b>
-----------	---

Die sechste Frage soll das In-Kontakt-Treten sowie die kommunikative Situation zwischen den Gesprächspartner/innen näher beleuchten. Es ist zunächst notwendig die Kommunikation in dem ausgewählten Kontext zu untersuchen, damit dann anschließend das translatorische Handeln - welches als Sondersorte von Kommunikation (vgl. Ammann 1990) in der vorliegenden Arbeit betrachtet wird - sachgemäß berücksichtigt werden kann.

<b>7.</b>	<b>Wenn Sie bemerken, dass der/die Kund/in kein Italiener/in ist, verlassen Sie sich auf Vermutungen über Ihre Kund/innen oder erfolgt das kommunikative Verhalten und die Konversation spontan?</b>
-----------	--

Auch Frage 7 beleuchtet das kommunikative Verhalten bzw. die Konversation ausführlicher. Im ersten Kapitel wurde in Bezug darauf festgestellt, dass sich Kommunikation meistens spontan entwickelt. Hier wird also die Reflexionsfähigkeit bzw. Bereitschaft der Menschen erfragt, um eine Vermutung der Verfasserin zu bestätigen oder eventuell zu widerlegen: Beobachten bzw. untersuchen die Verkäufer/innen ihre/n Kund/in, wie es ein/e Translator/in beim Analysieren und Untersuchen seines/ihres Zielpublikums tut, um einen zielgerichteten Text zu produzieren? Es ist zu präzisieren, dass die Verfasserin immer der Meinung ist, dass man sich normalerweise spontan äußert bzw. verhält. Wenn die Verkäufer/innen zielorientiert arbeiten möchten, könnten bzw. sollten sie ihre Kund/innen ein bisschen beobachten, um die Wünsche des/der Käufers/in erfüllen zu können und dadurch mehr verkaufen. Dasselbe passiert bei der Translation, die nach Ansicht der Verfasserin zielorientiert erfolgen sollte.

<b>8.</b>	<b>Wie verhalten Sie sich dann, wenn Sie bemerkt haben, dass Sie nicht dieselbe Sprache sprechen oder diese nicht ausreichend beherrschen?</b>
-----------	--

Frage 8 wird von der Verfasserin gestellt, weil sie der Meinung ist, dass Verkäufer/innen – genauso wie Translator/innen - ein bestimmtes Ziel haben: Verkaufen. Deswegen sollten sie trotz Sprachbarrieren eine Lösung finden, um sich verständlich zu machen und zu

kommunizieren. In diesem Sinne hätten die Verkäufer/innen dasselbe Ziel wie Translator/innen: Sie wollen etwas verständlich machen und kommunizieren. Das Übersetzen - ob alltägliches Übersetzen oder professionell - hätte also wie das Verkaufen dasselbe Ziel. Dies wird von der Verfasserin angenommen und in diesem Kontext erfragt.

Beim Interviewen hat die Verfasserin die befragten Personen auf konkrete Beispiele aufmerksam gemacht und danach gefragt. Die vorgeschlagenen Beispiele sind je nach Interview unterschiedlich ausgefallen, weil es je nach Ort unterschiedliche Geschäfte und kommerzielle Tätigkeiten gibt. Zum Beispiel hat die Verfasserin die Verkäufer/innen eines Schuhgeschäfts Folgendes gefragt: „Um sich verständlich zu machen, zeigen Sie einfach auf Ihre Waren?“; „Nicken Sie mit dem Kopf, um *ja* auszudrücken?“; „Wie zeigen Sie den Kund/innen z.B. die Größen?“; „Immer mit Händen, oder?“. Andere Möglichkeiten, die von der Verfasserin vorgeschlagen wurden, sind:

- Höflichkeit bzw. höflich handeln, was sowohl die Äußerungsebene (mit Begrüßung, Komplimenten, höflichem Staunen, Angeboten und Versprechungen, Themen- und Wortwahl, Dialekt, Slang und Jargon, Smalltalk, Zustimmung, Scherzen, Wünschen, Indirektheit, Schweigen, Entschuldigungen, usw.), als auch die grammatikalische Ebene (mit Modalpartikeln, Modalverben, Adverbien, Intonation, Interpunktion, Impersonalisierung von Sprecher/in und Hörer/in, Wortfolge im Satz, Konjunktiv, usw.) betrifft;
- Anwendung von Mimik und Gesten;
- unterschiedlicher Tonfall;
- Blickkontakt;
- andere Mittel der nonverbalen Kommunikation wie das Nicken des Kopfes oder das Kopfschütteln, das Eis mit einem Löffel zum Kosten anbieten oder eine Probe eines Parfums anbieten, usw.

Auf diese Weise sollte sich auch herausstellen, dass transkulturelle Höflichkeit in diesem Kontext sehr oft benutzt wird, weswegen Höflichkeit auch als translatorischer Akt verstanden werden kann.

<b>9.</b>	<b>Ist es Ihnen auch passiert, dass Sie das Gefühl hatten, dass der/die Kund/in Sie nicht (gut) verstanden hat? (Dies könnte auch mit Italiener/innen passieren!)</b>
-----------	---

Frage 9 wird gestellt, um das Problem des zwischenmenschlichen Verstehens zu berücksichtigen. Diesbezüglich wurde im ersten Kapitel bereits geklärt, was *sich verstehen* bedeutet und wann eine Verständigung zwischen Menschen erfolgt und wann nicht.

Der Kommentar „Dies könnte auch mit Italiener/innen passiert sein“ ist sozusagen provokatorisch, weil es nochmals die Aufmerksamkeit darauf lenkt bzw. impliziert, dass die

Missverständnisse zwischen Menschen nicht von der Sprache abhängen, sondern von der Kultur bzw. die Verständigung des Anders. Wie mehrmals erwähnt, erfordert das Verstehen sowie die Translation einen Perspektivenwechsel, um sich dem/der anderen Partner/innen zu nähern und mit ihm/ihr zu kommunizieren.

<b>10.</b>	<b>Wie verhalten Sie sich wenn dies passiert? Was sagen Sie?</b>
------------	--

Auch Frage 10 kann als provokatorisch angesehen werden, da diese erfragt, wie Verkäufer/innen auf diese Schwierigkeiten reagieren, welche scheinbar nur linguistisch sind, und wie sie sie zu überwinden versuchen - mithilfe von Höflichkeit, durch einen Perspektivenwechsel oder mit anderen Lösungen. Möglicherweise versuchen sie auch nicht, das Problem zu überwinden, weil sie denken, dass eine Verständigung in diesem Fall nicht möglich ist. All dies soll im Rahmen dieser Frage recherchiert werden.

<b>11.</b>	<b>Haben Sie z.B. auch Kund/innen gehabt, die Gehörlosen waren?</b>
------------	---

Frage 11 wird exemplarisch gestellt, weil im Fall von Kontakt mit Gehörlosen die Verkäufer/innen gezwungen sind, keine gesprochene Sprache anzuwenden. Wenn ein/e Verkäufer/in die Gebärdensprache nicht beherrscht, muss er/sie eine andere Lösung finden, - wie höflich handeln, d.h. mit nonverbaler Höflichkeit, die sich in Gesten und Interaktionsritualen ausdrückt, um sich zu verständigen.

<b>12.</b>	<b>Auch wenn Sie linguistischen Schwierigkeiten bei der Kommunikation sowie Probleme bei der Verständigung gehabt haben, haben Sie trotzdem Ihr Ziel - d.h. Verkaufen - erreicht oder die linguistischen Schwierigkeiten überwogen?</b>
------------	---

Ziel von Frage 12 ist es zu überprüfen, ob die Verkäufer/innen ihr Ziel trotz der linguistischen Schwierigkeiten erreicht haben oder nicht. Sollte der Fall auftreten, dass das Ziel nicht erreicht wurde, soll so festgestellt werden, ob das Problem rein sprachlicher Natur war oder ob die kulturelle Barriere zu groß war.

Diese Fragen sollen Zeigen, ob sich die Interviewten Höflichkeitsstrategien bedienen, um sich verständlich zu machen. Im 4. Kapitel wurde anhand von Cooke, Ammann und anderen Theoretiker/innen Folgendes festgestellt: Wenn das Verstehen und die Begegnung von Realitäten erfolgt, ist Kommunikation an sich Translation. Wenn Höflichkeit als Mittel für die erfolgreiche Kommunikation betrachtet werden kann, kann sie auch als Akt der Translation betrachtet werden, der von Translator/innen berücksichtigt werden sollte.

Die Frage, ob Höflichkeit übersetzbar ist oder nicht - oder übersetzbar sein muss-, soll am Ende der vorliegenden Arbeit beantwortet werden.

### 5.3. Transkription

Wie bereits erwähnt, wurden sechs aufgenommene Interviews transkribiert.

Unter Transkription versteht man die graphische Darstellung ausgewählter Verhaltensaspekte von Personen, die an einem Gespräch (z.B. einem Interview oder einer Alltagsunterhaltung) teilnehmen. [...] Transkripte sind nötig um das flüchtige Gesprächsverhalten für wissenschaftliche Analysen auf dem Papier dauerhaft verfügbar zu machen.

(Kowal & O'Connell 2004: 438)

Laut Flick (2007) kann sich beim Transkribieren kein einheitlicher Standard durchsetzen. Für jede wissenschaftliche Transkription ist aber ein festgelegtes Regelsystem notwendig. Wie die Transkriptionsregeln aussehen sollen, richtet sich nach den Forschungsabsichten der Verfasserin und den dafür notwendigen Angaben. Das Regelsystem soll eine eindeutige Nachvollziehbarkeit sowie eine einheitliche Gestaltung bei der Anfertigung des schriftlichen Datenmaterials ermöglichen. Obwohl die nachfolgenden Vorschläge für die empirischen Kulturwissenschaften empfohlen werden, können diese Regeln auch für die vorliegende Arbeit als angemessen angesehen werden. Es handelt sich hier um keine Untersuchung im Bereich der Linguistik, sondern um eine Untersuchung im Bereich der Translation, die eng mit Kultur verbunden ist.

Die Transkripte dieser Arbeit wurden größtenteils in Standardorthografie angefertigt. Das bedeutet, dass das gesprochene Wort gemäß den Regeln der italienischen Rechtschreibung geschrieben wurde. Ausnahmen wurden z.B. im Fall von Füllwörtern wie „Mmm“ oder „Ehm“ gemacht, die sich unzweideutig zu den italienischen Rechtschreibungsregeln zu ordnen lassen: Diese Wörter wurden so geschrieben, wie sie normalerweise ausgesprochen werden. Im Folgenden werden die Transkriptionsregeln ausführlich erläutert. Diese Arbeit orientiert sich nach den empfohlenen Transkriptionsregeln von Kuckartz et al. (2008):

- 1) Es wird nicht lautsprachlich oder zusammenfassend sondern wörtlich transkribiert;
- 2) Es wird in Schriftsprache transkribiert: Mundart-Aufnahmen werden direkt übersetzt und grammatikalisch angepasst. Dialektfärbungen sind trotzdem erlaubt;
- 3) Interpunktion und Sprache werden leicht geglättet, d.h. der Schriftsprache angenähert.
- 4) Alle Angaben, die den Rückschluss auf der/die Verkäufer/in erlauben, werden anonymisiert.
- 5) Längere und deutliche Pausen werden durch Gedankenstriche oder Auslassungspunkte markiert;
- 6) Betonte Begriffe werden durch Unterstreichung oder Großschreibung gekennzeichnet;

- 7) Zustimmungende oder bestätigende Lautäußerungen der Interviewerin - wie „mhm“, „aha“ etc. - werden nicht transkribiert, vorausgesetzt, dass sie den Redefluss der Befragten nicht unterbrechen.
- 8) Lautäußerungen des/der Interviewten, die die Aussage unterstützen oder verdeutlichen - wie Lachen oder Seufzen - werden in Klammern gestellt. Im Fall dieser Arbeit werden Lautäußerungen sowie Gefühlsäußerungen auf Deutsch notiert, auch wenn der transkribierte Text auf Italienisch ist.
- 9) Die Interviewerin wird durch ein „I“, die Befragten durch ein „B“, gefolgt von ihrer Kennnummer (z.B. „B4:“) gekennzeichnet.
- 10) Durch zweimaliges Drücken der *Enter*-Taste wird jeder Sprecherwechsel deutlich gemacht. So wird die Lesbarkeit durch die so entstehende Leerzeile zwischen den Sprechern deutlich erhöht.

Hier wird ein Beispiel von einem Transkriptionscode von der Webseite [www.audiotranskription.de](http://www.audiotranskription.de)<sup>25</sup> angeführt:

Interviewer: I - Befragter: B  
 Betonung unterstrichen: Das stimmt so.  
 Laut gesprochen fett: **Das stimmt so!**  
 Leise gesprochen kursiv: *Das stimmt so.*  
 Pause kurz: -  
 Pause mittel: --  
 Pause lang: ---  
 Lautäußerungen in Klammern: (lachen)  
 Gefühlsäußerungen (z.B. unterdrücktes Sprechen) durch Sterne gekennzeichnet, in Klammern erklärt: \*ich habe Hunger\* (unsicher gesprochen)  
 Äussere Merkmale (z.B. das Telefon klingelt) in Klammern: (Telefon klingelt).  
 Unverständliche Worte in Klammern: (unverständlich)  
 Abgebrochene/unterbrochene Sätze mit drei Punkten: ...

Zum Beispiel kann ein Auszug aus einem Transkript so aussehen, wie es in der oben gewählten Webseite angeführt wurde<sup>26</sup>:

B7: Ich habe, also ich habe so eine Lerngruppe mit meinem Freund. Das heißt, ich erkläre ihm alles zweimal und dann sitzt es bei mir auch. Und dann noch, ja, habe ich mich noch mal mit, mit einem aus meiner Arbeitsgruppe da von der Statistikgruppe getroffen.  
 I: Und wie, wie fühlst du dich dabei? Also, hast du positive oder negative Einstellungen gegenüber der Statistik oder... - -  
 B7: Ich mag das ganz gerne. *Hätte ich am Anfang auch nicht gedacht*, aber ich mochte auch Mathe, und deshalb finde ich das ganz okay.

<sup>25</sup> Vgl. <http://www.audiotranskription.de/deutsch/transkription/ueberblick---so-transkribiert-man/so-transkribiert-man-einleitung.html> (Abgerufen: 27. März 2009). In: Institut für Populäre Kulturen (2011): *Merkblatt. Zum Transkribieren*. Universität Zürich.

<sup>26</sup> Transkriptionsbeispiel aus <http://www.audiotranskription.de/deutsch/transkription/ueberblick---so-transkribiertman/so-transkribiert-man-einleitung.html> (Abgerufen: 2. März 2009). In: Institut für Populäre Kulturen (2011): *Merkblatt. Zum Transkribieren*. Universität Zürich,.

I: Und hat sich das im Laufe des Semesters verändert?

B7: **Ja!**

I Und wenn ja, wie?

Zuletzt in der vorliegenden Arbeit wurde das Transkriptionssystem zur Verschriftlichung der Aufnahme an der Lesbarkeit und Interpretierbarkeit der Verfasserin gemessen.

## 5.4. Ergebnisse der Untersuchung

Nachdem im vorherigen Abschnitt erläutert wurde, wie die Daten erhoben und transkribiert wurden, werden im Folgenden die Ergebnisse aus der durchgeführten Untersuchung präsentiert.

### 5.4.1. Fragen 1, 2, 3 und 5

1.	<b>Treten Sie alltäglich in Kontakt mit Kund/innen, die keine Italiener/innen sind, also aus Ausland kommen?</b>
2.	<b>Können Sie also sagen, dass Sie auch Kund/innen, die nicht Italienisch sprechen, haben?</b>
3.	<b>Wenn ja, können Sie mir zum Beispiel sagen, aus welchen Ländern bzw. Kulturen diese Kund/innen kommen?</b>
5.	<b>Haben sie häufig beruflichen Kontakt auf sprachlicher, also auch auf kultureller Ebene?</b>

Bei den durchgeführten Interviews bzw. bei den Antworten auf die Fragen 1), 2) und 5) ist zuerst bestätigt geworden, dass der Kontext der Interviews interkulturell ist.

Aus den Antworten auf die dritte Frage hat es sich ergeben, dass die Kund/innen der befragten Verkäufer/innen aus den folgenden Ländern oder Regionen dieser Welt kommen: Frankreich, England, Spanien, Argentinien, viele Leute aus Deutschland, Österreich, Schweiz; Türkei, Albanien, Rumänien, Marokko, Afrika, Neuseeland, Europa, aus Nord- und Lateinamerika, Holland, Ukraine, Serbien, Russland, China, Kroatien, Brasilien.

Bevor man sich mit den Ergebnissen der nächsten Fragen beschäftigt, ist eine Vorbemerkung notwendig : Die befragte Personen haben meist nicht eine einzige Antwort gegeben, sondern mit mehreren Überlegungen geantwortet. Deswegen wird den Antworten besondere Aufmerksamkeit geschenkt, die mehrmals aufgetreten sind und nicht denjenigen, die die absolute Mehrheit darstellen.

### 5.4.2. Frage 4

4.	<b>Woher wissen Sie, woher die Kund/innen genau kommen? Wie bringen Sie das in Erfahrung? Verlassen Sie sich auch auf Stereotypisierungen?</b>
----	--

Die wichtigsten Ergebnisse dieser Frage sind, dass 15 Befragte geantwortet haben, dass sie die Herkunft der Kunde/innen erfahren, weil sie sich auch auf Stereotypen verlassen: Zum Beispiel wie der/die Kund/in angezogen ist oder welchen linguistischen Akzent der/die Kunde/in beim Sprechen erkennen lässt. Dadurch behaupten die Befragten, dass sie erfahren, welche Sprache der/die Kunde/in spricht und woher er/sie kommt. Deshalb spielt die gesprochene Sprache, die sich erkennen lässt, eine wichtige Rolle. Zwei von den Befragten haben weiterhin geäußert, dass sie dies auch durch ihre mehrjährige berufliche Erfahrung erfahren können. Ein anderes Beispiel für das Auftreten von Stereotypen ist, dass ein/e Verkäufer/in bemerkt, dass ein/e Kund/in aus China kommt nur anhand der Tatsache, dass sie ein bestimmtes Äußeres bzw. bestimmte Gesichtszüge besitzen. Hier ist ein anderes anschauliches Beispiel in Bezug auf die Anwendung der Stereotypen. Ein/e andere Verkäufer/in hat geantwortet, dass er/sie sich auf die Handlungsweise und -haltung der Kund/innen stützt: Auch in diesem Fall sind Stereotype ins Spiel gekommen.

Fünf Befragte haben erzählt, dass sie direkt mit Kund/innen sprechen und diese dann persönlich von ihrer Herkunft berichten. Ein/e von diesen Befragten fügt hinzu, dass, da er/sie Deutsch und Englisch spricht, so kann er/sie dies auch erfahren, und zwar weil er/sie mit den Kund/innen spricht. Eine andere hat präzisiert, dass der/die Kunde/in selbst den/die Verkäufer/in fragt, ob er/sie seine/ihre Sprache spricht, weswegen der/die Verkäufer/in erfährt, woher er/sie kommt.

Eine weitere Person hat geantwortet, dass sie sich nicht auf Stereotypen verlässt, weil sie irreführend sein können. Trotzdem widerspricht sich diese Person, wenn sie dann behauptet: „Wir sehen, dass die Kund/innen keine Italiener/innen sind und sprechen mit ihnen“. Auf diese Weise hat er/sie sich widersprochen und gesagt, dass auch er/sie sich auf Stereotypisierungen verlässt.

In fünf weiteren Fällen haben die Verkäufer/innen erklärt, dass sie die genaue Herkunft der Kund/innen wissen, da diese meistens nicht aus nicht EU-Ländern kommen, weswegen viele Kund/innen *Tax free* kaufen und den Ausfuhrschein "Ausfuhr- und Abnehmerbescheinigung für Umsatzsteuerzwecke bei Ausfuhren im nichtkommerziellen Reiseverkehr" ausfüllen müssen. Hier müssen die Kund/innen ihr Herkunftsland angeben. Eine andere befragte Person sagt aus, dass sie periodisch Statistiken über ihre Kund/innen erstellen, weswegen sie auch wissen, aus welchen Ländern ihre Kund/innen kommen.

Eine andere befragte Person hat geäußert, dass er/sie der Herkunft seiner/ihrer Kund/innen sicher ist, aber gibt keine weitere Erklärung ab. Laut der Verfasserin scheint er/sie seiner/ihrer Meinung sicher, liefert jedoch keinen Beweis dafür. Zuletzt hat nur ein/e befragte/r Verkäufer/in erklärt, dass er/sie persönlich seine/ihre Kundschaft kennt. Deswegen kann man sagen, dass er/sie sich auf keine Klischees verlässt.

### 5.4.3. Frage 6

<b>6.</b>	<b>Was tun oder was sagen Sie normalerweise, wenn ein/e Kund/in das Geschäft betritt?</b>
-----------	---

Zunächst hat die Mehrheit der Interviewten also 16 Befragte - auf die sechste Frage geantwortet, dass sie, wenn ein/e Kunde/in ins Geschäft eintritt, grüßen. Grüßen gehört bekanntlich zu den Höflichkeitsstrategien und zum höflichen Handeln. Einige grüßen auch in verschiedenen Sprachen. Die Verkäufer/innen, die ihre Kund/innen sehr gut kennen, begrüßen sie außerdem mit Händeschütteln.

Neun befragte Personen haben hinzugefügt, dass sie normalerweise die sogenannten Standardfragen stellen: wie „Darf ich Ihnen behilflich sein oder möchten sie zuerst selbst einmal schauen?“ oder „Darf ich Ihnen unsere neue Kollektion zeigen oder haben Sie einen besonderen Wunsch?“ oder eben „Sie kommen zurecht?“. Sie versuchen also höflich zu sein und wenden sich an Höflichkeit mit ihren sprachlichen sowie nichtsprachlichen Mitteln.

Ein/e Verkäufer/in hat erklärt, dass sie/er einen höflicher Annäherungsversuch macht, um den/die Kunde/in anzusprechen. Er/sie spricht von einem Annäherungsversuch mit Anwendung von offenen und indirekten Fragen. „Höfliches Verhalten hat nämlich in vielen Fällen etwas mit Indirektheit zu tun“ (vgl. Zint-Dyhr/ Colliander 2011): „man fällt nicht mit der Tür ins Haus“ stellte Ehrhardt/Neuland (2009:34) fest. Ehrhardt/Neuland (2009) verstehen Indirektheit und kompensierende Handlungen und entsprechende Formen als „sprachliche Strategien zu einer Art prophylaktische[n] Reparatur von Kommunikationsstörungen“.

Ein/e befragte/r Verkäufer/in hat zum Beispiel behauptet, dass er/sie versucht, ein einfühlungsreiches Verhältnis mit den Kund/innen herzustellen, etwas, das unter Höflichkeit eingeordnet werden kann.

Die Verkäufer/innen von Geschäften, die erst seit Kurzem geöffnet haben oder in welchen etwas Neues angeboten wird, stellen sich und ihr Geschäft vor.

Mehr als ein/e Interviewte/r hat als Antwort gegeben, dass er/sie dem/der Kunde/in die Produkte bzw. die Waren betrachten lässt und dass der/die Kunde/in sich wie zu Hause fühlen soll. Kann dies nicht als Form von Höflichkeit verstanden? Natürlich stellt dieses Verhalten einen Versuch dar, höflich zu sei. Ob es von den Kund/innen wirklich als höflich empfunden wird, ist eine andere Frage, die man sich stellen könnte.

Für die vorliegende Arbeit Besonders interessant ist die Tatsache, dass ein/e Verkäufer/in gesagt hat, dass er/sie den/die Kund/in höflich empfängt und ein Lächeln für jede/n hat.

Nur eine befragte Person hat behauptet, dass sie zu wissen versucht, was der/die Kund/in bevorzugt, also, dass er/sie den/die Kunde/in mit dem Ziel empfängt, ihm/ihr zu helfen aber auch ihm/ihr etwas zu verkaufen.

Noch interessanter für die Arbeit ist die Antwort einer befragten Person, die geantwortet hat: „man versucht zu kommunizieren“.

#### 5.4.4. Frage 7

7.	<b>Wenn Sie bemerken, dass der/die Kund/in kein Italiener/in ist, verlassen Sie sich auf Vermutungen über Ihre Kund/innen oder erfolgt das kommunikative Verhalten und die Konversation spontan?</b>
----	--

Hier werden die sehr unterschiedlichen Antworten auf die Frage 7 aufgeführt:

- Beim Begrüßen beobachtet der/die Verkäufer/in den/die Kunde/in und versucht zu verstehen, was er/sie kaufen möchte. Aus diesem Grund überlegt sich er/die Verkäufer/in, wie er/sie sich dem/der Kund/in am besten annähern könnte.
- Der/die Verkäufer/in bemerkt, dass der/die Kund/in kein/e Italiener/in ist, weil der/die Verkäufer/in beobachtet, wie der/die Kund/in gekleidet ist und Rückschlüsse auf die Herkunft zieht. Das bedeutet also dass, er/sie sich auf seine/ihre Vermutungen über Ihre/n Kund/innen verlässt. Außerdem kann seiner/ihrer Meinung nach er/sie sich nach dem ersten Annäherungsversuch ein Bild von dem/der Kund/in vor dem Verkauf machen.
- Ein/e Verkäufer/in hat bemerkt, dass der/die Kund/in sich selbst Sorgen macht und fragt nach, ob der/die Verkäufer/in auch seine/ihre Sprache beherrscht oder nicht.
- In der Mehrheit der Fällen (19), erfolgt das kommunikative Verhalten bzw. die Konversation spontan, obwohl der/die Verkäufer/in bemerkt, dass der/die Kund/in kein/e Italiener/in ist. Er/sie analysiert den/die Kund/in nicht und verlässt sich auch nicht auf Vermutungen, die sich auf das Äußeren oder auf Stereotypisierungen stützen. Einige ausführliche Antworten sollen hier auch Erwähnung finden:
  - Eine befragte Person gibt an, die Herkunft der Kund/innen aufgrund ihres Körperbaus zu erkennen. Darüber hinaus erklärt sie, dass der/die Kund/in oft selbst nach Hilfe fragt. Dies ermöglicht, dass die Konversation trotzdem spontan erfolgen kann;
  - Die Kommunikation erfolgt grundsätzlich spontan, wobei das Personal aber auch darauf vorbereitet ist, die Kundschaft auf Englisch zu empfangen und ihr weiterzuhelfen;
  - Interessant für die vorliegende Arbeit ist die Tatsache, dass nur zwei befragte Personen gesagt haben, dass die Konversation spontan erfolgt, wobei ihrer Meinung nach der Erfolg des Verkaufes trotzdem vom linguistischen Niveau des/der Verkäufer/in abhängt;

- Zwei Interviewten haben ausgesagt, dass das Gespräch spontan erfolgt, sie aber den/die Kund/in beobachten und versuchen, zu verstehen, was er/sie einkaufen möchten. Auf diese Weise verstehen die Verkäufer/innen was der/die Kundin gerne einkaufen möchte und schlagen ihm/ihr dann andere ähnliche Kleidungsstücke vor;
- Drei Personen haben behauptet, dass Verkäufer/in und Kund/in meist ganz spontan versuchen, sich zu verstehen;
- Zuletzt hat eine befragte Person geantwortet, dass die kommunikative Situation spontan erfolgt aber von der Verkaufserfahrung des/der Verkäufer/in abhängt.

#### 5.4.5. Frage 8

<b>8.</b>	<b>Wie verhalten Sie sich dann, wenn Sie bemerkt haben, dass Sie nicht dieselbe Sprache sprechen oder diese nicht ausreichend beherrschen?</b>
-----------	--

Auf die achte Frage hat die Mehrheit der Interviewten geantwortet, dass sie Mimik und Gestik anwenden - Mimik und Gesten gehören ebenfalls zu den Höflichkeitsstrategien.

Zwei Verkäufer/innen haben höfliches Handeln sowie den Augenkontakt erwähnt. Zwei andere Verkäufer/innen haben geäußert, dass sie den/die Kund/in analysieren und versuchen, zu verstehen, was er/sie einkaufen möchte: zum Beispiel, welches Kleidungsstück sie besonders anschauen. Auf diese Weise verstehen sie, was der/die Kund/in gerne kaufen möchte und nähern sich dem/der Kund/in.

Auch der Tastsinn kommt sehr oft in Spiel und zwar besonders in den Geschäften, wo etwas verkauft wird, das mit dem Tastsinn getestet werden kann. In diesen Fällen ist die Firma bzw. das Geschäft selbst, das die Verkäufer/innen ausbildet, um die Kund/innen in einer bestimmten Weise nachzuhelfen oder mit dem Tastsinn die Waren probieren zu lassen.

Sieben Verkäufer/innen haben geantwortet, dass sie auf ein Produkt zeigen oder dass es der/die Kund/in selbst ist, der/die auf etwas Bestimmtes zeigt.

Fünf Interviewten haben festgestellt, dass Englisch als *lingua franca* wichtig ist und zwei befragten Personen haben erzählt, dass sie zum Beispiel einige Wörter von der Sprache des/der Kund/in zu verstehen versuchen. In diesem Sinne versuchen sie grundsätzlich das linguistische Mittel anzuwenden. In diese Richtung haben auch zwei andere Befragte erklärt, dass sie keine außersprachliche Lösung zu finden versuchen und dass sie nur die Kund/innen fragen, ob sie eventuell auch andere Sprachen sprechen.

Zwei Personen haben wenig konkret geantwortet: sie haben gesagt, dass sie versuchen, sich an die Situation anzupassen und sich durchzuschlängeln. Die Verkäufer/innen versuchen, dem/der Kund/in „mit dem was sie können“ zu helfen und zu empfangen - Sie

haben sich also nicht bewusst an Höflichkeitsstrategien gehalten aber ohnehin bemerkt, dass die Beherrschung der Sprache nicht ausschlaggebend ist.

#### 5.4.6. Frage 9

<b>9.</b>	<b>Ist es Ihnen auch passiert, dass Sie das Gefühl hatten, dass der/die Kund/in Sie nicht (gut) verstanden hat? (Dies könnte auch mit Italiener/innen passieren!)</b>
-----------	---

Die Mehrheit also 17 Interviewten haben die neunte Frage mit „ja“ beantwortet: Ein/er hat explizit bestätigt, dass Verständigungsprobleme, nicht nur wenn der/die Kund/in aus Ausland kommt, vorkommen. Außerdem haben vier Personen geantwortet, dass es nur manchmal geschehen ist

Nur sechs Interviewten haben mit „nein“ negativ geantwortet, eine davon hat betont, dass es ihm/ihr nicht passiert, weil er/sie beharrlich ist. Ein/er hat seine/ihre negative Antwort angesichts der Tatsache gerechtfertigt, dass auch wenn man z.B. erklären muss, wie das Eis gemacht ist und welche Sorten es gibt, den/die Kund/in das Eis ganz einfach probieren lässt. Dies kann eine Art und Weise darstellen, um sich anhand von nonverbalem Handeln, das zur Höflichkeit gehört, verständlich zu machen.

#### 5.4.7. Frage 10

<b>10.</b>	<b>Wie verhalten Sie sich wenn dies passiert? Was sagen Sie?</b>
------------	--

Im Fall von Verständigungsschwierigkeiten versuchen viele Interviewten, das Gespräch neu, anders oder einfacher zu gestalten sowie zu verstehen, was der/die Kund/in schon verstanden hat. Der/die Verkäufer/in behauptet, dass er/sie das Gesagte mit anderen Worten wiederholt. Umformulierung und Wiedererklärung des Gesagten sind also eine gängige Lösung, die sich aus den Interviews ergeben hat. Diesbezüglich haben zwei befragte Personen interessanterweise auf Italienisch Folgendes geantwortet: „faccio il giro dell'oca“ und ein/e andere/r „cerchiamo di girarci attorno“. Beide Ausdrücke bedeuten auf Italienisch, dass man sich viel einsetzt, um etwas (beim Sprechen) zu erreichen, in diesem Kontext also sich zu verstehen. Der erste Ausdruck vergleicht dies mit dem Gänsepiel (im Italienischen „gioco dell'oca“), wo man beim Spielen eine lange und schwierige Strecke hat. Kurz gesagt: Er/sie möchte versuchen, immer wieder den Satz umzuformulieren sowie die Perspektive zu wechseln, bis sich alle Gesprächspartner/innen verstanden haben, auch wenn dies langwierig und kompliziert ist.

Vier befragte Personen haben geantwortet, dass sie sich auch mit Gesten und Zeigen helfen. Wörtlich hat ein/er geantwortet: „Man versucht, eine Lösung - auch mit Gesten - zu

finden“ und so ein/e andere/r „Mit sprachlichen Mitteln und Gesten haben wir uns ohne Schwierigkeiten verstanden“.

Während sechs andere Interviewten ausgesagt haben, dass man mit Geduld versucht, sich verständlich zu machen. Sie geben jedoch kein konkretes Beispiel an. Was aber für die vorliegende Arbeit wichtig ist, ist die Tatsache, dass drei von diesen befragten Personen gesagt haben, dass sie alles Mögliche tun, um sich zu verstehen. Es stellt sich also heraus, dass die im ersten Kapitel betrachteten *Kooperativität* für das Kommunizieren wichtig ist.

Ein/e weitere/r Verkäufer/in ist davon überzeugt, dass, wenn so etwas passiert, es nicht möglich ist zu kommunizieren und deswegen lässt er/sie der Kundschaft Zeit, um sich umzuschauen und etwas an/auszuprobieren und selbstständig zu einer Kaufentscheidung zu kommen. Eine weitere befragte Person erklärt, dass sich versucht, sich zu verständigen aber ist der Meinung dass eine Kommunikation unmöglich ist.

Der/die Verkäufer/in sagt, dass er/sie sich dem/der Kund/in hilfsbereit aber nicht beharrlich mit Fragen oder Vorschlägen zeigt: „Man versucht sich verständlich zu machen, z.B. beim Zeigen mit dem Finger auf die Ankleidekabine aber nicht mehr als das“.

#### 5.4.8. Frage 11

<b>11.</b>	<b>Haben Sie z.B. auch Kund/innen gehabt, die Gehörlosen waren?</b>
------------	---

Sechzehn Interviewten haben auf die elfte Frage mit „ja“ geantwortet. Eine/r davon hat beim Interview ganz spontan spezifiziert, dass es in diesem Fall genug sei, höflich zu sein. Vier Verkäufer/innen haben hinzugefügt, dass die gehörlosen Kund/innen begleitet waren. Eine/r hat bemerkt, dass der/die gehörlose Kund/in den Lippenbewegung folgen konnte. Darüber hinaus haben zwei Befragte erklärt, dass sich Gehörlose selbst verständlich machen, weil sie damit schon Erfahrung haben: Eine gehörlose Person ist sich dessen bewusst, dass andere Leute vielleicht Probleme haben werden, mit ihr zu kommunizieren. Deswegen sind sich Gehörlose bewusst, dass sie sich irgendwie verständigen müssen!

Acht Personen haben nie Kontakt mit gehörlosen Kund/innen gehabt. Drei Befragte haben die Frage unabsichtlich nicht beantwortet und direkt die letzte beantwortet.

#### 5.4.9. Frage 12

<b>12.</b>	<b>Auch wenn Sie linguistischen Schwierigkeiten bei der Kommunikation sowie Probleme bei der Verständigung gehabt haben, haben Sie trotzdem Ihr Ziel - d.h. Verkaufen - erreicht oder die linguistischen Schwierigkeiten überwogen?</b>
------------	---

Was die letzte Frage anbelangt, kann man sagen, dass die Mehrheit der Befragten „mit ja“ geantwortet hat, wobei natürlich jede/r befragte Person eine unterschiedliche Erklärung gegeben hat. Nur drei Interviewten haben geantwortet, dass es nur manchmal passiert ist, nichts zu verkaufen. Eine befragte Person hat erzählt, dass es ihm/ihr passiert ist, dass er/sie sich mit dem/der Kunden/in nicht verstehen bzw. verständigen konnte und dass diese/r dann aus dem Geschäft ohne einen Einkauf zu tätigen aus dem Geschäft gegangen ist. Die anderen Interviewten hingegen haben diese Antworten gegeben:

- Beide Gesprächspartner/innen können und haben ohne Schwierigkeiten - nur mit Geduld und mehr Zeit - das Ziel erreicht: der/die Kund/in findet mithilfe von dem/der Verkäufer/in, was er/sie sucht und der/die Verkäufer/in ist erfolgreich gewesen;
- Der linguistische Aspekt ist für das Erreichen des Ziels nicht entscheidend. Mit Gesten oder anderen Mitteln versucht man sich, zu verständigen und einen Berührungspunkt zu finden. Auch in diesem Fall kommt also die Kooperativität beim Kommunizieren ins Spiel;
- Eine befragte Person hat wörtlich geantwortet: „Irgendwie man schafft es“;
- Mit Höflichkeit und Hilfsbereitschaft gegenüber den Menschen werden die anfänglichen Schwierigkeiten überwunden;
- Zwei erklären, dass es kein Problem gibt, weil der/die Kund/in etwas einkaufen will und ohnehin nach etwas Bestimmtem sucht;
- Besonders wenn es sich um einfache und notwendige Waren handelt, die eine Person alltäglich braucht, dann erfolgt der Verkauf problemlos;
- Beide Gesprächspartner/innen können ohne Schwierigkeiten absolut problemlos das Ziel erreichen, auch wenn die Kund/innen kein Englisch spricht.

Insgesamt wird die Tatsache bestätigt, dass es sich nicht nur um das Verstehen von Wörtern und Aussagen handelt, sondern um Kommunizieren, was ein Prozess ist, der nicht nur linguistische Mittel betrifft. Das Ziel konnte hier trotzdem erreicht werden und zwar mit Höflichkeit, Geduld und Zeit.

## 5.5. Zusammenfassung des Analyseteils

Die Antworten auf die Fragen 1), 2), und 5) haben die Hypothese der Verfasserin bestätigt: Der Kontext, in dem die Verkäufer/innen arbeiten bzw. der Kontext der Interviews kann als *interkulturell* betrachtet werden. Weiters wird auch bewiesen, dass der Kontext der Interviews tatsächlich in einen interkulturellen Umfeld stattfindet.

Aus den Antworten auf die dritte Frage hat sich ergeben, dass die Kund/innen der befragten Verkäufer/innen aus unterschiedlichen Ländern oder Regionen der Welt kommen (siehe Abschnitt 5.4.1.).

Das wichtigste Ergebnisse, das sich aus der vierten Frage ergibt, ist, dass fünfzehn Befragte angeben, dass sie die Herkunft von den Kund/innen erfahren, weil sie sich auch auf Stereotypen verlassen. Eine befragte Person hat geantwortet, dass sie sich auf keine Stereotypen verlässt, weil sie der Meinung ist, dass Stereotype irreführend sein können. Trotzdem widerspricht sie sich, wenn sie sagt: „Wir sehen, dass die Kund/innen keine Italiener/innen sind und sprechen mit ihnen“. Auf diese Weise hat er/sie sich widersprochen und gesagt, dass auch er/sie sich auf Stereotypisierungen verlässt. Deswegen ist zu beobachten, dass der Stereotyp einen entscheidenden Faktor in der interkulturellen Kommunikation darstellt. Stereotypisierung stellen also einen Einfluss auf die Kommunikation dar. Was die anfängliche Überlegung der Verfasserin - wonach ein/e Verkäufer/in nicht immer bzw. nicht sicher wissen kann, ob ein/e Kunde/in Ausländer/in ist oder nicht -, hat sie sich bestätigt, da vorschnelle Stereotypisierungen keinen konkreten Beweis bezüglich der Herkunft und den soziokulturellen Hintergrund einer Person liefern.

Die Mehrheit der Interviewten hat auf die sechste Frage geantwortet, dass sie, wenn ein/e Kund/in ins Geschäft eintritt, sie grüßen. Und Begrüßen gehört bekanntlich zu den Höflichkeitsstrategien bzw. zum höflichen Handeln. Einige grüßen oft auch auf verschiedenen Sprachen. Die Verkäufer/innen, die ihre Kund/innen sehr gut kennen, grüßen außerdem mit Händeschütteln. Außerdem haben neun befragte Personen hinzugefügt, dass sie normalerweise die sogenannten Standardfragen stellen - wie „Darf ich Ihnen behilflich sein?“ - , dies bedeutet, dass sie also versuchen höflich zu sein, und sie wenden sich an Höflichkeit mit ihren sprachlichen sowie nichtsprachlichen Mitteln.

Noch ein/e Verkäufer/in hat erklärt, dass er/sie versucht, die Kundschaft anzusprechen. Besonders interessant für die vorliegende Arbeit ist die Tatsache, dass ein/e Verkäufer/in gesagt hat, dass er/sie den/die Kund/in höflich empfängt und ein Lächeln für jede/n hat. Es wurde also das In-Kontakt-Treten sowie die kommunikative Situation zwischen den Gesprächspartner/innen näher betrachtet. Das Resultat ist, dass Höflichkeit beim Kommunizieren eine wesentliche Rolle spielen.

Frage 7 soll das kommunikative Verhalten bzw. die Konversation ausführlicher beleuchten und untersuchen. Im ersten Kapitel wurde in Bezug darauf festgestellt, dass sich Kommunikation meistens spontan entwickelt. Hier wird die Reflexionsfähigkeit und die Bereitschaft der Menschen erfragt. Aus den Interviews geht hervor, dass in der Mehrheit der Fälle (19 Antworten), die Kommunikation spontan erfolgt, obwohl das Verkaufspersonal bemerkt, dass es sich um Nicht-Italiener/innen handelt. Er/sie beobachtet den/die Kund/in nicht und verlässt sich nicht auf Vermutungen, die sich auf das Äußere oder auf Stereotypisierungen stützen. Trotzdem hat sich daraus ergeben, dass einige Befragten die Kund/innen beobachten und sich überlegen, wie sie sie am besten ansprechen könnten. Dies

betrifft nur einen kleinen Teil der Befragten. Interessant für die vorliegende Arbeit ist darüber hinaus die Tatsache, dass nur zwei befragte Personen gesagt haben, dass die Konversation spontan erfolgt aber ihrer Meinung nach der Erfolg des Verkaufes vom linguistischen Niveau sowie von der Erfahrung des/der Verkäufer/in abhängt. Alles in allem wurde die Hypothese der Verfasserin widerlegt: Verkäufer/innen beobachten ihre/n Kund/in in den meisten Fällen nicht; es wurde jedoch bestätigt, dass sich die Kommunikation immer spontan entwickelt. Trotzdem bleibt die Frage offen, ob der/die Verkäufer/in zielorientiert arbeiten könnte und ob er/sie ihre Kund/innen ein bisschen beobachten sollte, um ihre Wünsche erfüllen und dadurch mehr verkaufen zu können. Dies hat sich nur in wenigen Fällen aus den Antworten der Befragten ergeben. Diese anfängliche Hypothese kann deshalb nicht bestätigt werden.

Auf die achte Frage hat die Mehrheit der Befragten geantwortet, dass sie Mimik und Gestik anwenden, welche bei den Höflichkeitsstrategien eingeordnet werden: „Höflichkeit ist eine Eigenschaft des respektvollen verbalen und nonverbalen Umgangs unter Kommunikationspartnern. Sowohl Sprache als auch Gesten und Mimik können eine Standardmitteilung als besonders markieren, u.a. als höflich“ (Zint-Dyhr/Colliander 2011: 227). Auch Augenkontakt, Tastsinn und das Zeigen mit dem Finger auf etwas wurden von den Interviewten erwähnt und eine befragte Person hat außerdem Höflichkeit erwähnt.

Nur fünf Befragten haben festgestellt, dass Englisch als *lingua franca* wichtig ist, also dass die Beherrschung einer verbreiteten Sprache notwendig ist. Frage 8 wurde gestellt, weil die Hypothese, wonach die Verkäufer/innen – so wie Translator/innen- ein Ziel haben, bestätigen werden sollte. Dies wird durch die Interviews bestätigt, weil die Befragten immer „mit ja“ geantwortet haben: Sie haben gezeigt, dass sie, um ihre Produkte zu verkaufen, immer eine Lösung finden müssen. Außerdem resultiert daraus, dass höfliches Handeln in den meisten Fällen sehr wichtig ist und als Lösung im Fall von Verständigungsproblemen benutzt wird. Deshalb kann Höflichkeit als translatorischer Akt in der interkulturellen Kommunikation verstanden werden.

Was die neunte Frage angeht, haben 17 Verkäufer/innen „mit ja“ geantwortet, wobei eine Person bestätigt hat, dass dies auch der Fall sein kann, wenn er/sie es nicht mit Anderssprachigen zu tun hat. Außerdem haben vier davon geantwortet, dass es nur manchmal vorkommt. Frage 9 wurde gestellt, um das Problem des zwischenmenschlichen Verstehens zu beleuchten. In diesem Sinne wird anhand der Interviews festgestellt, wie im ersten Kapitel bereits erläutert wurde, was *sich verstehen* bedeutet und ob die Verständigung zwischen Menschen erfolgt oder nicht.

Die Antworten auf die provokative Frage 10 haben gezeigt, dass viele von den Interviewten und zwar zwölf von ihnen- versuchen, das Gesagte neu, anders oder einfacher auszudrücken sowie zu verstehen, was der/die Kunde/in schon verstanden hat. Umformulierung und Wiedererklärung des Gesagten waren also die am meisten erwähnte Lösung, Mithilfe von Höflichkeit, durch einen Perspektivenwechsel oder mit einer Mischung

aus Gesten, Geduld und Zeit versuchen die Verkäufer/innen, die Verständigungsschwierigkeiten zu überwinden.

Höfliche Umgangsformen zwischen Kommunikationspartnern sind charakterisiert durch gegenseitigen Respekt und geprägt durch das Bemühen, ohne Gesichtsverlust miteinander zu kommunizieren. Dabei geht es immer darum, sowohl das eigene Gesicht zu wahren, d.h. in Übereinstimmung mit der eigenen Selbstauffassung zu handeln, als auch gleichzeitig das Selbstwertgefühl des anderen nicht gering zu achten, wenn möglich sogar aufzuwerten.

(Zint-Dyhr/Colliander 2011: 230)

In dieser Hinsicht waren nur ein paar Leute davon überzeugt, dass es im Fall von Verständigungsschwierigkeiten unmöglich sei zu kommunizieren.

Frage 11 wurde gestellt, um auch den Fall von Kontakt mit Gehörlosen zu betrachten, der Menschen bzw. Verkäufer/innen zwingt, keine gesprochene Sprache anzuwenden. Wenn also der/die Verkäufer/in die Gebärdensprache nicht beherrscht, muss er/sie eine andere Lösung finden, um sich zu verständigen. Dies wurde bestätigt, da sechzehn Befragte auf diese Frage mit ja geantwortet haben und eine/r von ihnen ganz spontan beim Interview spezifiziert hat, dass es in diesem Fall genügt, höflich zu sein. Nur acht Personen haben nie gehörlose Kund/innen gehabt und drei Befragte haben die Frage gar nicht beantwortet.

Die letzte Frage hat die Mehrheit der Interviewten mit ja beantwortet und unterschiedliche Überlegungen hinzugefügt. Nur drei befragten Personen haben geantwortet, dass sie auch manchmal nichts verkaufen. Eine befragt Person hat erzählt, dass es auch vorkommt, dass Personen, mit denen man sich nicht verständigen kann, das Geschäft ohne einen Einkauf zu tätigen verlassen. Die anderen Befragten haben dagegen geantwortet, dass das Ziel ohne Schwierigkeiten und mit Geduld, mehr Zeit, Kooperativität und Höflichkeit erreicht werden kann.

Insgesamt wird die Tatsache bestätigt, dass es nicht nur um das Verstehen von Wörtern und Aussagen geht, sondern um Kommunizieren, was ein Prozess ist, der nicht nur linguistische Mittel betrifft. Das Ziel, genau wie bei der Translation, konnte hier anhand von Höflichkeitsstrategien erreicht werden. Es wurde festgestellt, dass transkulturelle Höflichkeit eine entscheidende Rolle bei der Kommunikation - also auch in der Translation - spielt.

## **5.6. Ist Höflichkeit überhaupt übersetzbar?**

Wie bereits im vierten Kapitel erläutert wurde, wird manchmal in der Sprachphilosophie für die Ansicht vertreten, dass Translation im konventionellen, engeren Sinne der Übersetzung zwischen zwei Sprachen nicht möglich sei, weil jede Sprache bzw. jede Kultur die Realität anders interpretiert. Es gibt also mehrere unterschiedliche Interpretationen der Realität und all diese haben nicht den gleichen Aussagewert. In diesem Sinne wird hier von Gleichwertigkeit

oder Äquivalenz gesprochen, weil behauptet wird, dass man nur Dinge übersetzen könne, die genau dieselbe Bedeutung haben. Trotzdem wurde diese Meinung in Kapitel 4 diskutiert und festgestellt, dass „es weder möglich noch notwendig ist, alles zu übersetzen“ (Cooke 2012:69). Es kann bzw. muss nicht alles übersetzt werden denn „es wird nur das übersetzt, was für das Kommunikationsziel wichtig und relevant ist“ (Cooke 2012:69).

Translation ist nur unmöglich, wenn man Translation als die Schaffung von absoluter Gleichwertigkeit bezeichnet. Dies hat wenig mit der Realität der zwischenmenschlichen Kommunikation zu tun und bekanntlich ist es sehr wohl möglich, einander zu verstehen, auch wenn man unterschiedliche Sprachen spricht. Man muss also nach einer Erklärung suchen, warum Translation möglich ist:

Translation ist möglich, weil wir alle in der realen Welt leben, weil wir uns alle auf die Realität beziehen können. [...], sind wir alle aufgrund unseres angeborenen Wissens in der Lage, alles in der Welt wahrzunehmen, das von Menschen wahrgenommen werden kann.[...] Wir besitzen von Natur aus die kognitive Fähigkeit, diese Welt zu erkennen und auf sinnvolle Weise einen sinnvollen Bezug dazu herzustellen. [...] Ohne diese angeborene Flexibilität des Realitätsbezugs wäre Translation gar nicht möglich. Denn ohne sie könnten wir uns nicht in die Erfahrungslage eines anderen Menschen versetzen, könnten wir unseren Blick auf die Realität nicht ändern und daher auch keinen Perspektivenwechsel herbeiführen. (Cooke 2012:69f)

Beim Translationsprozess sollte also ein/e Translator/in Prioritäten setzen und entscheiden, was für ihn/sie das Wichtigste ist: Ist es der Inhalt, die Form oder der Stil? Was sollte erhalten und was geändert werden, um dem Zielpublikum zu entsprechen und die Funktion des Textes zu erfüllen? Wie mehrmals in der vorliegenden Arbeit geklärt wurde, ist „erfolgreiche Kommunikation bzw. Translation nicht eine Frage des Inhalts“, „sondern der Art und Weise, wie kommuniziert oder übersetzt wird. Jeder Inhalt ist vermittelbar, wenn man weiß, wie“ (Batlogg 2008: 165). In dieser Arbeit wurde bestätigt, dass der Erfolg einer Kommunikation von der Ausdrucks- und Verhaltensweise beeinflusst wird. Höflichkeit spielt eine bedeutende Rolle bei der Kommunikation bzw. Translation, da sie durch sprachliche und außersprachliche Mittel eine regulierende Funktion des zwischenmenschlichen Lebens in der Gesellschaft erfüllt und sie den Perspektivenwechsel in einer Kommunikation bzw. das zwischenmenschlichen Verstehen ermöglicht.

Es ist schließlich festzustellen, dass Höflichkeit auch vermittelbar bzw. übersetzbar ist, auch wenn man keine äquivalente sondern eine adäquate Lösung findet. Eine wörtliche Entsprechung bei der Translation bzw. bei dem Übersetzen ist nicht das Wichtigste. Höflichkeit wird *in situ* entschlüsselt, das heißt, die kommunikative Situation sowie das Ziel einer Kommunikation bzw. Translation für grundsätzlich gehalten werden müssen. Je nach Kommunikationssituation und je nach Zielkontext muss ein/e Translator/in Prioritäten setzen und mithilfe von Höflichkeit, die einen Translationsakt in der interkulturellen Kommunikation darstellt, das zwischenmenschliche Verstehen und den Erfolg von Realitätenbegegnung realisieren.

## 6. Zusammenfassung und Conclusio

Die in der vorliegenden Arbeit präsentierte geschichtliche Entwicklung des Höflichkeitsphänomens sowie die durchgeführten Interviews haben gezeigt, dass Höflichkeit immer in Beziehung mit dem gesellschaftlichen Wandel, dem sozialen Kontext und den vorherrschenden Werten betrachtet werden muss. Außerdem wurde festgestellt, dass Höflichkeit einen dualen Charakter besitzt, weil es als universelles und gleichzeitig individuelles Phänomen angesehen werden kann: Das Höflichkeitsphänomen wird einerseits als universell angesehen und zwar in dem Sinne, dass alle Gesellschaften einige Verhaltensweisen gemeinsam haben, die für ein Mindestmaß an zwischenmenschlicher Harmonie sorgen. Zugleich kann Höflichkeit als individuell angesehen werden, weil jede Gesellschaft zahlreiche Unterschiede zu anderen Gesellschaften in Hinsicht auf Höflichkeit aufweist. Der duale Charakter der Höflichkeit stellte eine der größten Problematiken dar, was die Berücksichtigung des Phänomens betreffen. Höflichkeit regelt also das menschliche Zusammenleben, was im Zeitalter der zunehmenden Globalisierung und des darauf folgenden grenzüberschreitenden In-Kontakt-Tretens natürlich bestimmte Probleme mit sich bringen kann. Ein Ziel der vorliegenden Arbeit war es auch, darauf hinzuweisen, dass Kulturgemeinschaften für das Erreichen ihrer Ziele unterschiedliche Höflichkeitsmuster und -strategien anwenden, was in transkulturellen Kontexten sehr rasch zu Missverständnissen und zur Bildung von gewissen Stereotypen führen kann.

Die vorliegende Arbeit wurde vorwiegend von Fidanchevas Auffassung von Höflichkeit unterstützt, welche das Höflichkeitsphänomen nicht nur aus einer allgemeinen linguistischen Perspektive betrachtet, sondern auch als „interpersonal“ bezeichnet wird. Fidancheva plädiert für eine Revision des höflichen Handelns, was nah beim Konzept von Takt liegt, sodass eine verletzende Wirkung vermieden oder gemildert werden kann, indem höflich gehandelt wird. Nach der Betrachtung des historischen Überblicks über Höflichkeit sowie der Vorstellung von unterschiedlichen Theorien wurde in dieser Arbeit die Höflichkeitstheorie von Fidancheva als passendste ausgewählt, weil sie der Höflichkeit auch Rechnung trägt, dass sie hauptsächlich *in situ* entschlüsselt wird. Dies bedeutet somit, dass nicht nur kulturelle Konventionen und konventionalisierte Vorschriften zum Ausdruck gebracht werden sollten, sondern auch die persönlichen Bedürfnisse und je nach Situation die unterschiedlichen Perspektiven der Individuen betrachtet werden müssen.

Die Literaturrecherche bezüglich des Höflichkeitsbegriffes hat darüber hinaus verdeutlicht, dass Höflichkeit ein sehr vielschichtiges Phänomen darstellt sowie dass sie viele Bereiche und Disziplinen betrifft. Dies brachte auch in Licht die Problematik und die Komplexität des Höflichkeitsphänomens; auch in Bezug auf die Translationswissenschaft. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wurde Höflichkeit auch im Hinblick auf die nonverbale und paraverbale Höflichkeitsforschung im transkulturellen Kontext untersucht.

Translator/innen haben also in ihrer Funktion als Kommunikationsexpert/innen, Sprachmittler/innen und Kulturexpert/innen zu bedenken, dass Höflichkeitsmarkierungen kulturgebunden sind und unterschiedliche Kulturgemeinschaften ihre Ausdrucksweise bzw. Kommunikation auf unterschiedliche Weise gestalten. Es wurde gezeigt, dass es von der Kultur abhängt, wie man kommuniziert und wie Höflichkeit ausgedrückt wird. Alle diese berücksichtigten Aspekte sind für das translatorische Handeln bzw. für die vorliegende Arbeit von großer Relevanz. Kommunikation, Translation und Höflichkeit wurden in Zusammenhang gebracht. Mithilfe des Translationsbegriffes von Cooke, Reiß/Vermeer und Ammann kam die Verfasserin zu dem Schluss, dass Translation wie Kommunikation einen Berührungspunkt zwischen Menschen, welche verschiedene Sprachen sprechen und aus verschiedenen Kulturen kommen, darstellt. Höflichkeit ist in einem interkulturellen Kontext, wo unterschiedliche Sprachen bzw. Kulturen zusammentreffen können, ein Phänomen von großer Bedeutung, was auch für Translator/innen sehr relevant ist.

Translator/innen müssen nicht nach einer *äquivalenten* Übersetzung, sondern nach einer *adäquaten* Übersetzung suchen (vgl. Reiß/Vermeer 1984/1991, Batlogg 2008, Cooke 2011): Nur so kann alles – so auch Höflichkeit- vermittelbar bzw. übersetzbar sein. Besonders wichtig für die vorliegende Arbeit ist die Feststellung von Batlogg (2008:165) gewesen, wonach erfolgreiche Kommunikation bzw. Translation nicht eine Frage des Inhalts sei, sondern der Art und Weise, wie kommuniziert oder übersetzt wird: „Jeder Inhalt ist vermittelbar, wenn man weiß, wie“.

Bei der Durchführung bzw. nach der Auswertung der Interviews hat sich gezeigt, dass verbale und nonverbale Höflichkeit, als Teil der Kommunikation mit ihrer regulierenden Funktion beim zwischenmenschlichen Kommunizieren in der Translation in einem interkulturellen bzw. transkulturellen Kontext verwendet werden kann. So kann Kommunikation erfolgreich stattfinden. Eines der wichtigsten Ergebnisse, ist die Tatsache gewesen, dass die Mehrheit der Interviewten geantwortet hat, dass, wenn ein/e Kunde/in das Geschäft betritt, sie grüßen oder die sogenannten Standardfragen stellen, wie „Darf ich Ihnen behilflich sein?“. Grüßen gehört bekanntlich zu den Höflichkeitsstrategien und zum höflichen Handeln. Dies bedeutet, dass sie also als Erstes versuchen höflich zu sein. Sie benutzen die Höflichkeit mit ihren sprachlichen und nichtsprachlichen Mitteln.

Die Reflexionsfähigkeit und die Bereitschaft der Menschen wurde außerdem erfragt. Aus den Interviews ist hervorgegangen, dass in der Mehrheit der Fälle das kommunikative Verhalten bzw. die Konversation spontan erfolgt, obwohl der/die Verkäufer/in bemerkt, dass der/die Kunde/in kein/e Italiener/in ist. Daher wurde die Hypothese der Verfasserin widerlegt: Verkäufer/innen beobachten ihre/n Kund/in in meisten Fällen nicht; während bestätigt wurde, dass sich die Kommunikation immer spontan entwickelt. Trotzdem bleibt die Frage offen, ob der/die Verkäufer/in zielorientiert arbeiten könnte und ob er/sie ihre Kund/innen ein bisschen beobachten sollte, um ihre Wünsche erfüllen und dadurch mehr

verkaufen zu können. Dies hat sich nur in wenigen Fällen aus den Antworten der Befragten herausgestellt. Diese anfängliche Hypothese kann deshalb nicht bestätigt werden.

Die Mehrheit der Interviewten hat geantwortet, dass sie im Fall von Verständigungsschwierigkeiten mit Kund/innen, die aus dem Ausland kommen, Mimik und Gesten sowie Tastsinn, das Zeigen auf etwas und das Probieren lassen anwenden. Nur eine kleine Anzahl der Interviewten hat festgestellt, dass Englisch als *lingua franca* wichtig ist, also dass das sprachliche Mittel und die Beherrschung einer verbreiteten Sprache notwendig sind. Die Hypothese, wonach die Verkäufer/innen - wie Translator/innen- ein Ziel haben, wurde bestätigt, weil die Befragten immer positiv auf die Frage 8 geantwortet haben. Das hat gezeigt, dass sie, um zu verkaufen, eine Lösung immer finden müssen. Außerdem, bei den Antworten, folgte, dass Höflichkeit in den meisten Fällen benutzt wurde, deswegen auch als translatorischer Akt in der interkultureller Kommunikation verstanden werden kann. Frage 9 wurde gestellt, um das Problem des zwischenmenschlichen Verstehens in Betracht zu ziehen und in diesem Sinne kann man sagen, das, was im ersten Kapitel bereits geklärt war - bzw. was *sich verstehen* bedeutet und wenn die Verständigung zwischen Menschen erfolgt oder nicht-, wird mit den Interviews auch festgestellt und bestätigt. Die Antworten auf die provokatorische Frage 10 haben gezeigt, dass viele von den Befragten - und zwar zwölf von ihnen- versuchen, das Gespräch neu, anders oder einfacher auszudrücken sowie zu verstehen, was den/die Kund/in schon verstanden hat. Umformulierung und Wiedererklärung des Gesagtes waren also die am meisten zitierten Lösungen, die sich aus den Interviews ergeben haben. Mithilfe von Höflichkeit, durch einen Perspektivenwechsel oder mit einer Mischung Gesten, Geduld und Zeit versuchen die Verkäufer/innen, die Verständigungsschwierigkeiten zu überwinden. Durch die letzte Frage wurde schließlich bestätigt, dass ohne Schwierigkeiten mit Geduld, mehr Zeit, Kooperativität und Höflichkeit sein/ihr Ziel beim Sprechen, Kommunizieren oder Übersetzen erreichen kann.

Insgesamt wurde die Tatsache bestätigt, dass es nicht nur um das Verstehen von Wörtern und Aussagen handelt, sondern um Kommunizieren, welches ein Prozess ist, das nicht nur das linguistische Mittel betrifft. Das Ziel wie bei der Translation konnte hier ohnehin auch anhand von Höflichkeitsstrategien erreicht werden und wurde festgestellt, dass transkulturelle Höflichkeit eine entscheidende Rolle bei Kommunikation - also auch bei der Translation - spielt.

Alles in allem möchte die Verfasserin präzisieren, dass die in der vorliegenden Arbeit berücksichtigen bzw. untersuchten Punkte und Erkenntnisse bezüglich Kommunikation, Verstehen, Höflichkeit und Translation sollten weiter erforscht werden und dass die vorliegende Arbeit nur einen Ausgangspunkt für die Höflichkeitsforschung im transkulturellen Kontext darstellt. Die letzten Überlegungen von Cookes Werk *The lightning flash* (2011:99f) sind diesbezüglich durchaus zutreffend:

Of course, the circle is never complete, never quite exact. Whether in painting, art, science, language, music, or any other form of human communication, harmony will always be a fragile, temporary, tenuous affair. Perfect order is not a feature of life. It is the beginning of the end. The more we understand, the more gaps we see in the picture. And the disorder starts again, Things move. Life lives. We are always walking the tightrope between understanding and not-understanding. Between harmony and confusion. We could fall off the tightrope any minute. And we do. The Tower of Babel happened. We all lost our innocence. But we can all get it back - at least for a moment. We can always get back on the high-wire - or, at least, we can try. The excitement lies in the uncertainty.

Der Zusammenhang zwischen Kommunikation, Höflichkeit und Translation ist schließlich - wie in der Arbeit festgesellt wurde - von großem Interesse für Translator/innen, die auch als Sprachmittler/innen, Kultur- und Kommunikationsexpert/innen gesehen werden können. Deswegen wäre es interessant, dieses Phänomen auch für die schriftliche Textproduktion verstärkt zu untersuchen, da der Höflichkeitsforschungsbereich noch Defizite aufweist.

## 7. Literaturverzeichnis

- Adamzik, Kirsten (2001) *Sprache: Wege zum Verstehen*. Tübingen [u.a.]: Francke
- Agar, Michael (1994) *Language Shock. Understanding the culture of conversation*. New York: Morrow
- Ammann, Margret (1990) *Grundlagen der modernen Translationstheorie. Ein Leitfaden für Studierende*. Heidelberg: Abt. Allg. Übersetzungs- u. Dolmetschwiss. d. Inst. für Übersetzen u. Dolmetschen
- Ammann, Margret (1995) *Kommunikation und Kultur: Dolmetschen und Übersetzen heute; eine Einführung für die Studierende*. Frankfurt am Main: Verl. für interkulturelle Kommunikation.
- Apeltauer, Ernst (1997) *Zur Bedeutung der Körpersprache für die interkulturelle Kommunikation*. In: Knapp-Potthoff, Annelie / Liedke, Martina (1997) *Aspekte interkultureller Kommunikationsfähigkeit*. München: Iudicium-Verlag
- Ardt, Horst/ Janney, Richard (1992) *Intracultural Tactus versus Intercultural Tact*. In: Watts, Richard J./ Sachiko, Ide/Ehlich, Konrad (Hgg.) (1992) *Politeness in Language. Studies in its History, Theory and Practice*. New York: Mouton de Gruyter
- Argyle, M. (1975) *Bodily communication*. New York. Deutsch: (1979) *Körpersprache und Kommunikation*. Paderborn.
- Aristoteles (2003) *Nichomachische Ethik*. Bibliographisch ergänzte Ausgabe. Stuttgart: Reclam
- Auer, P. (1986) *Kontextualisierung*. *Studium Linguistik* 19, 22-47
- Batlogg, Aurelia (2008) *Ich, wir und die anderen: Wissenschaftskommunikation als Translation*. In: Kaiser-Cooke, Michèle (Hg.) *Das Entenprinzip: Translation aus neuen Perspektiven*. Frankfurt am Main/Wien [u.a.]: Lang, 143-195.
- Beetz, Manfred (1990) *Frühmoderne Höflichkeit: Komplimentierkunst und Gesellschaftsrituale im altdutschen Sprachraum*. Stuttgart: Metzler.
- Blumer, Herbert (1973) *Der methodologische Standort des symbolischen Interaktionismus*. In: Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hrsg.) *Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit*. Bd. I. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Brown, Penelope / Levinson, Stephen C. (1978) *Universal in language usage: Politeness phenomena*. In *Questions and politeness. Strategies in social interaction. Cambridge papers in social anthropology. Band 8*, Esther N. Goody (Hg.). Cambridge: Cambridge University Press. S. 56–289.

Brown, Penelope / Levinson, Stephen C. (1987) *Politeness. Some universals in language usage. Studies in interactional sociolinguistics. Band 4.* Cambridge: Cambridge University Press

Bungarten, Theo (1999) *Kommunikationspsychologische Barrieren in interkulturellen Managementkontakten.* In: Bungarten, Theo (1999) *Sprache und Kultur in der interkulturellen Marketingkommunikation: mit 1000 aktuellen Literaturhinweisen zur Theorie und Praxis der Marketingkommunikation.* Tostedt: Attikon-Verl, S. 26-35.

Burkart, Roland (1998) *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder.* Wien: Böhlau

Carnap, Rudolph (1942) *Introduction to Semantics.* Cambridge: Harvard University Press

Cicero, Marcus Tullius (1996) *De officiis.* Bamberg: Böhner

Clyne, Michael G. (1996) *Intercultural communication at work.* Cambridge University Press

Clyne, Michael G. (2009) *Language and human relations.* Cambridge University Press

Cooke, Michèle (2011) *The Lightning Flash. Language, longing and the facts of life.* Series: Translation Happens - Volume 1. Frankfurt am Main [u.a.]: Peter Lang

Cooke, Michèle (2012) *Wissenschaft, Translation, Kommunikation.* Wien: Facultas. S. 63-123.

Cooke, Michèle (2012) *Tell it like it is?: Science, society and the ivory tower (Translation Happens. Volume 2).* Peter Lang Verlag

Dizdar, Dilek (1998) *Skopostheorie.* In Hg. Mary Snell-Hornby, Hans G. Hönl, Paul Kußmaul und Peter A. Schmitt.: *Handbuch Translation.* Tübingen: Stauffenburg. S. 104-107.

Eelen, Gino (2001) *A Critique of Politeness Theories.* Manchester: St. Jerome Publishing

Ehlich, Konrad (1992) *On the historicity of politeness.* In: Richard J. Watts, S. Ide und K. Ehlich, eds. (1992) *Politeness in Language. Studies in its History, Theory and Practice.* Berlin, New York: Mouton de Gruyter. S. 233-247

Elias, Norbert (1939) *Über den Prozess der Zivilisation: Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen.* Bd.1: *Wandlungen des Verhaltens in den westlichen Oberschichten des Abendlandes.* Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Engel, Gisela / Rang, Britta / Scholz, Susanne / Süßman, Johannes (2009) *Konjunkturen der Höflichkeit in der Frühen Zeit.* Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann, S. 159-173.

Ehrhardt, Claus (2002) *Beziehungsgestaltung und Rationalität. Eine linguistische Theorie der Höflichkeit*. Trieste: Parnaso

Erhardt, Claus / Neuland, Eva (2009) *Sprachliche Höflichkeit in interkultureller Kommunikation und im DaF-Unterricht*. Frankfurt a.M.

Erickson, Frederick (1979) *Talking down: Some cultural sources of miscommunication of interracial interviews*. In Wolfgang, Aaron (1979) (ed.) *Nonverbal Behavior: Applications and Cultural Implications*. New York/ San Francisco: Academic Press

Ernst, Peter (2002) *Pragmalinguistik. Grundlagen, Anwendungen, Probleme*. Berlin, New York: de Gruyter.

Feyereisen, Pierre / Lannoy, Jaques-Dominique (1991) *Gestures and Speech: Psychological Investigations*. Cambridge: Cambridge University Press

Fidancheva, Iva (2012) *Die (Nicht-) Rationalität des höflichen Handelns*. In: Bohmann, Ulf [Hrsg.] (2012) *Das Versprechen der Rationalität*. München [u.a.]: Fink

Fidancheva, Iva (2013) *Die verletzende Macht der Höflichkeit*. Paderborn; Wien [u.a.]: Schöningh

Flick, Uwe & Kardorff, Ernst von & Steinke, Ines (2004) *Was ist qualitative Forschung?*. In: Flick, Uwe & Kardorff, Ernst von & Steinke, Ines (Hg.) *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Hamburg: Rowohlt Taschenbuchverlag, S. 3-29.

Flick, Uwe (2007) *Qualitative Sozialforschung: eine Einführung*. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag

Fraser, Bruce (2001) *The form and function of politeness in conversation*. In *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 2. Halbband: Gesprächslinguistik. *Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. Band 16,2*, Klaus Brinker / Gerd Antos / Wolfgang Heinemann / Sven F. Sager (Hgg.). Berlin, New York: Walter de Gruyter. S. 1406–1425.

Goffman, Erving (1986) *Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation*. übers. v. Renate Bergsträsser, Sabine Bosse. *Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft. Band 594*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Göhring, Heinz (2003) *Interkulturelle Kommunikation*. Germersheim. In Snell-Hornby, Mary (Hrsg.) (2003) *Handbuch Translation*. Tübingen: Stauffenburg-Verlag, 112-115.

Göpferich, Susanne / Engberg, Jan (2004) *Qualität sprachlicher Kommunikation*. Tübingen: Gunter Narr Verlag

Graham, J.A. / Argyle, M. (1975) *The cross-cultural study of the communication of extra verbal meaning by gestures*. *International Journal of Psychology* 10,1, 57-67.

Grice, Herbert P. (1991) *Studies in the way of words*. Cambridge [u.a.]: Harvard Univ. Press.

Grice, Herbert Paul *Logik und Konversation*. In Meggle, Georg (Hrsg.) (1993) *Handlung, Kommunikation, Bedeutung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp-Verlag. S. 243–265, (Deutsche Übersetzung).

Gumperz, John J. (1975) *Sprache, lokale Kultur und soziale Identität*. Düsseldorf: Schwann.

Günthner, Susanne (2002) *Höflichkeitspraktiken in der interkulturellen Kommunikation - am Beispiel chinesischer-deutscher Interaktionen*. In: Lüger, Heinz-Helmut (Hrsg.) *Höflichkeitsstile*. Frankfurt am Main: Peter Lang. S. 295-313

Haferland, Harald / Paul, Ingwer (1996) *Eine Theorie der Höflichkeit*. Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 52 [Themenheft zu Höflichkeit]

Hansen, Klaus. P. (2011) *Kultur- und Kulturwissenschaften*. Stuttgart: UTB

Harras, Gisela (2003) *Konvention oder Kooperation? Das Fundament der diskursiven Sinnfindung*. In: Hagemann, Jörg / Brinker, Klaus (2003) *Schriftliche und mündliche Kommunikation. Begriffe - Methoden - Analysen*. Tübingen: Stauffenburg-Verlag

Held, Gudrun (1992) *Politeness in linguistic research*. In Richard J. Watts, S. Ide und K. Ehlich, eds. (1992) *Politeness in Language. Studies in its History, Theory and Practice*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter. S. 131-153.

Held, Gudrun (1995) *Verbale Höflichkeit. Studien zur linguistischen Theoriebildung und empirische Untersuchung zum Sprachverhalten französischer und italienischer Jugendlicher in Bitt- und Dankessituationen*. Tübingen: Narr Verlag

Held, Gudrun (2005) *Politeness in Italy: The Art of Self-Representation in Requests*. In: Hickey, Leo [Hrsg.] (2005) *Politeness in Europe*. Clevedon: Multilingual Matters. S. 292-306.

Heringer, Hans Jürgen (2004) *Interkulturelle Kommunikation : Grundlagen und Konzepte*. Tübingen: Francke

Heringer, Hans Jürgen (2011) *Interkulturelle Kommunikation - ohne Sprache?*. In: Czuzca, Eckehard / Neuland, Eva, unter Mitwirkung von Baher Elogihary (Hg.): *Interkulturelle Kommunikation. Perspektiven einer anwendungsorientierten Germanistik*. München: Iudicium. S. 51-61.

Herrmann, Theo / Joachim Grabowski (1994) *Sprechen. Psychologie der Sprachproduktion*. Heidelberg/Berlin/Oxford: Spektrum

Hickey, Leo (2005) *Politeness in Spain: Thanks But Not 'Thanks'*. In: Hickey, Leo [Hrsg.] (2005) *Politeness in Europe*. Clevedon: Multilingual Matters. S. 317-331.

Holz-Mänttari, Justa (1984) *Translatorisches Handeln. Theorie und Methode*. Annales Academiae Scientiarum Fennicae. Helsinki: Suomalainen Tiedeakatemia.

Holz-Mänttari, Justa (1985) *Interkulturelle Kommunikation und Translation*. In: Rehbein, Jochen (Hg.) *Interkulturelle Kommunikation*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 464-482.

Holtgraves, Thomas M. (2005) *Social psychology, cognitive psychology and linguistics politeness*. In *Journal of Politeness Research* 1, 2005 (1). S. 73-93.

Hönig, Hans G. (1988a) *Wissen Übersetzer eigentlich, was sie tun?*. In: *Lebende Sprachen* 1/1988, S. 10-14.

Hönig Hans G. (1988b) *Übersetzen lernt man nicht durch Übersetzen. Ein Plädoyer für eine Propädeutik des Übersetzens*. In: *FLuL. Fremdsprachen lehren und lernen*. 17/1988, S. 154-167.

Hopf, Christel (2004) *Qualitative Interviews- ein Überblick*. In: Flick, Uwe & Kardorff, Ernst von & Steinke, Ines (Hg.) *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Hamburg: Rowohlt Taschenbuchverlag, S. 349-360.

House, Juliane (2005) *Politeness in Germany: Politeness in Germany?*. In: Hickey, Leo [Hrsg.] (2005) *Politeness in Europe*. Clevedon: Multilingual Matters. S. 13-29.

Jung, Sarai (2005) *Höflichkeit kontrastiv: Verbalisierungsformen von direktiven Sprechhandlungen in Deutschland und Spanien*. Magisterarbeit, Universität Würzburg.

Kadrić, Mira & Kaindl, Klaus & Kaiser-Cooke, Michèle (2005) *Translatorische Methodik. Basiswissen I*. Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels AG.

Kadrić, Mira / Kaindl, Klaus / Kaiser-Cooke, Michèle (2007) *Translatorische Methodik*. Wien: Facultas

Kaiser-Cooke, Michèle (2003) *Translation, Evolution und Cyberspace. Eine Synthese von Theorie, Praxis und Lehre*. Frankfurt am Main/Wien [u.a.]: Lang.

Kaiser-Cooke, Michèle (2004) *The missing link: Evolution, reality and the translation paradigm*. Frankfurt am Main; Wien[u.a.]: Lang

Kaiser-Cooke, Michèle (Hrsg.) (2008) *Das Entenprinzip. Translation aus neuen Perspektiven*. Frankfurt am Main [u.a.]: Peter Lang.

Kaiser-Cooke, Michèle (2008) *Warum ich sehe was du siehst*. In: Kaiser-Cooke, Michèle (Hg.) *Das Entenprinzip: Translation aus neuen Perspektiven*. Frankfurt am Main/Wien [u.a.]: Lang, 13-17.

Kallen, Jeffrey L. (2005) *Politeness in Ireland: '...In Ireland, It's Done Without Being Said'*. In: Hickey, Leo [Hrsg.] (2005) *Politeness in Europe*. Clevedon: Multilingual Matters. S. 130-145.

Keim, Lucrecia (1994) *Interkulturelle Interferenzen in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation*. Frankfurt am Main/Wien [u.a.]: Lang

Kerbrat-Orecchioni, Catherine (2004) *¿Es universal la cortesía?* In: Bravo, Diana & Briz, Antonio (eds.) *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona: Editorial Ariel. S. 39-54.

Kleinberger Günther, Ulla (2001) *Sprachliche Höflichkeit in E-Mails*. In: Lüger, Heinz-Helmut (Hg.) *Höflichkeitsstile*. Frankfurt/Main: Lang, 147-164.

Knapp, Karlfried & Knapp-Potthoff, Annelie (1990) *Interkulturelle Kommunikation*. In: *Zeitschrift für Fremdsprachenforschung 1*, 62-93.

Knapp-Potthoff, Annelie / Liedke, Martina (1997) *Aspekte interkultureller Kommunikationsfähigkeit*. München: Iudicium-Verlag

Knigge, Adolph von (1995) *Über den Umgang mit Menschen*. 5. Aufl. Frankfurt am Main: Insel Verlag

Knoblauch, Hubert (1991) *Kommunikation im Kontext. John J. Gumperz und die Interaktionale Soziolinguistik*. *Zeitschrift für Soziologie*, Jg. 20, Heft 6. Stuttgart: F. Enke Verlag, 446-462.

Kowal, Sabine & Daniel C. O'Connell (2004) *Zur Transkription von Gesprächen*. In: Flick, Uwe & Kardorff, Ernst von & Steinke, Ines (Hg.) *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Hamburg: Rowohlt Taschenbuchverlag, S. 437-446.

Krüger, Elke (1997) *Aspekte sprachlicher Höflichkeit aus dolmetschdidaktischer Sicht, dargestellt am Beispiel des Sprachenpaares Deutsch und Spanisch*. In: Fleischmann, Eberhard & Kutz, Wladimir & Schmitt, Peter A. (Hg.) *Translationsdidaktik. Grundfragen der Übersetzungswissenschaft*. Tübingen: Narr Verlag, 298-303.

Kuckartz, Udo et al. (2008) *Qualitative Evaluation: Der Einstieg in die Praxis*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Kusmaul Paul (2000) *Kreatives Übersetzen*. Tübingen: Stauffenburg.

- Kußmaul, Paul (2003) *Semantik*. In: Snell- Hornby, Mary et al. (Hg.) *Handbuch Translation*. 2. Aufl. Tübingen: Stauffenburg Verlag, 49-53.
- Lakoff, Robin (1990) *Talking power: The politics of language in our lives*. Glasgow: HarperCollins.
- Lakoff, Robin (1973) *What You Can Do With Words: Politeness, Pragmatics and Performatives*. University of California: Berkeley.
- Lange, Willi (1984) *Aspekte der Höflichkeit. Überlegungen am Beispiel der Entschuldigungen im Deutschen*. Frankfurt am Main, Bern, New York: Peter Lang
- Leech, Geoffrey N. (1983) *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- Löwe, B. (2002) *Translatorische Kulturkompetenz: Inhalte - Erwerb - Besonderheiten*. In: J. Best & S. Kalina (Hrsg.) *Übersetzen und Dolmetschen. Eine Orientierungshilfe*. Tübingen - Basel: Francke, S. 148-161.
- Lüger, Heinz-Helmut (Hrsg.) (2001) *Höflichkeitsstile*. Frankfurt am Main: Peter Lang
- Luhmann, Niklas (1980) *Gesellschaftsstruktur und Semantik - Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft*. Bd. 1. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Lüsebrink, Hans-Jürgen (2012) *Interkulturelle Kommunikation: Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer*. Stuttgart: Metzler
- Lutze, Lothar (1971) *Literatursoziologie auf kommunikationstheoretischer Grundlage als sozialwissenschaftliches Korrektiv. Ein Beitrag zur wissenschaftstheoretischen Diskussion in der gegenwartsbezogenen Asienforschung*. In: *Internationales Asienforum* 2. S. 515-523.
- Machwirth, Eckart (1970) *Höflichkeit. Geschichte, Inhalt, Bedeutung*. Diss. Trier.
- Maletzke, Gerhard (1996) *Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen*. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Márquez Reiter, Rosina (2002) *Estrategias de cortesía en el español hablado en Montevideo*. In: Placencia, María E. & Bravo, Diana (eds.) *Actos de habla y cortesía en español*. München: Lincom Europa, 89-106.
- Mead, George Herbert (1934) *Geist, Identität und Gesellschaft. Aus der Sicht des Sozialbehaviorismus*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Mermert, Gérard/ Coquer, Luc (1999) *Francoscopie 1999. Comment vivent les français*. Parisse: Larousse
- Miles, M. B., & Huberman, A. Michael. (1994) *Qualitative data analysis: An expanded source book*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Morris, Charles William (1938) *Foundations of Theory of Signs*. Chicago. Dt.: (1974) *Grundlagen der Zeichentheorie. Ästhetik und Zeichentheorie*. Frankfurt am Main.
- Neubert, Albrecht (1968) *Pragmatische Aspekte der Übersetzung*. In: Neubert Albrecht (Hg.) *Grundfragen der Übersetzungswissenschaft II*. Leipzig: Enzyklopädie, 21-33.
- Nord, Christiane (1993) *Einführung in das funktionale Übersetzen. Am Beispiel von Titeln und Überschriften*. Tübingen: Francke.
- Nord, Christiane (1997) *Übersetzen- Spagat zwischen den Kulturen?* In: *TexTconText 11*, 149-161.
- Nowikow, Wiaczeslaw (2006) *Sobre algunos conceptos básicos*. In: Schrader-Kniffki, Marina (ed.) *La cortesía en el mundo hispánico. Nuevos contextos, nuevos enfoques metodológicos*. Frankfurt am Main: Vervuert. S. 183-192.
- Placencia, María E. & Bravo, Diana (eds.) (2002) *Actos de habla y cortesía en español*. München: Lincom Europa
- Prunč, Erich (1997) *Translationskultur. Versuch einer konstruktiven Kritik des translatorischen Handelns*. In: *TexTconText 11*, 99-127.
- Prunč, Erich (2001) *Einführung in die Translationswissenschaft*. Band 1: Orientierungsrahmen. Graz: Institut für Translationswissenschaft.
- Raible, Wolfgang (1987) *Sprachliche Höflichkeit. Realisationsformen im Deutschen und Französischen*. In *Zeitschrift für Französische Sprache und Literatur 97*. S. 145-168.
- Rang, Britta / Süßmann, Johannes (2009) *Einleitung*. In: Engel, Gisela/Rang, Britta/Scholz, Susanne/Süßmann Johannes [Hg.] (2009) *Konjunkturen der Höflichkeit in der Frühen Neuzeit*. Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann. S. 159-173.
- Reiß, Katharina + Vermeer, Hans J. (1984) *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübingen: Niemeyer. (Linguistische Arbeiten 147, Teil I)
- Reiß, Katharina + Vermeer, Hans. J (1991) *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. 2. Auflage. Tübingen: Niemeyer.
- Saussure, Ferdinand de (1967) *Grundfragen der Allgemeinen Sprachwissenschaft*. Berlin
- Schefflen, Albert E. (1964) *Die Bedeutung der Körperhaltung in Kommunikationssystemen* (zitiert nach der deutschen Übersetzung in: Scherer/ Wallbott 1979, 151-175)
- Schmid, Benjamin (2012) *Tinfoil hats and city maps. Dumbing down versus breaking down and the relevance factor in science communication*. In: Cooke, Michèle (2012) *Tell it like it is?: Science, society and the ivory tower (Translation Happens. Volume 2)*. Peter Lang Verlag

- Schreiber, Michael (1993) *Übersetzung und Bearbeitung. Zur Differenzierung und Abgrenzung des Übersetzungsbegriffs*. Tübingen: Narr.
- Schrodt, Richard (1995) Der Sprachbegriff zwischen Grammatik und Pragmatik: Was ist österreichisches Deutsch? In: Muhr, Rudolf & Schrodt, Richard & Wiesinger, Peter (Hg.) *Österreichisches Deutsch: Linguistische, Sozialpsychologische und sprachpolitische Aspekte einer nationalen Variante des Deutschen*. Wien: Hölder-Pichler –Tempus, 52-58.
- Schulze, Rainer (1985) *Höflichkeit im Englischen: zur linguistischen Beschreibung und Analyse von Alltagsgespräche; mit einem Zusammenfassung in englischen Sprache*. Tübingen: Narr
- Schütz, Alfred / Luckmann, Theoder (1979) *Strukturen der Lebenswelt*. Frankfurt.
- Siebold, Kathrin (2008a) *Die interkulturelle Pragmatik- Angenehm, Sie kennenzulernen!* [www.fage.es/magazin/18/04\\_KATHRIN\\_SIEBOLD.pdf](http://www.fage.es/magazin/18/04_KATHRIN_SIEBOLD.pdf) (22. April 2009)
- Siever, Holger (2008) *Übersetzen und Interpretation: die Herausbildung der Übersetzungswissenschaft als eigenständige wissenschaftliche Disziplin im deutschen Sprachraum im Zeitraum von 1960 bis 2000*. Habilitationsschrift. Philologische Fakultät der Universität Leipzig.
- Sperber, Dan & Deidre, Wilson (1986) *Relevance. Communication and Cognition*. Oxford: Basil Blackwell.
- Spiegel, J. und Machotka, P. (1974) *Messages of the body*. New York.
- Steiner, Claudia (2004) *Politeness. A cross-cultural analysis of selected speech acts in German, English and Spanish*. Diplomarbeit zur Erlangung des Magistergrades der Philosophie aus Studienrichtung Anglistik und Amerikanistik an der Geistes- und Kulturwissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien.
- Steinke, Ines (2004) Gütekriterien qualitativer Forschung. In: Flick, Uwe & Kardorff, Ernst von & Steinke, Ines (Hg.) *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Hamburg: Rowohlt Taschenbuchverlag, S. 319-331.
- Stolze, Radegundis (1992) *Hermeneutisches Übersetzen. Linguistische Kategorien des Verstehens und Formulierens beim Übersetzen*. Tübingen: Narr.
- Sugitani, Masako (1997) *Das Selbstkonzept im Sprachverhalten*. In: Knapp-Potthoff, Annelie / Liedke, Martina (1997) *Aspekte interkultureller Kommunikationsfähigkeit*. München: Iudicium-Verlag
- Thomas, Alexander (1993) *Psychologie interkulturellen Lernens und Handelns*. In: ders. (Hg.). *Kulturvergleichende Psychologie*. Göttingen: Hogrefe, 377-424
- Tiittula, Liisa (1999) *Stereotype in der internationalen Geschäftskommunikation*. In: Bungarten, Theo (1999) *Sprache und Kultur in der interkulturellen*

*Marketingkommunikation: mit 1000 aktuellen Literaturhinweisen zur Theorie und Praxis der Marketingkommunikation.* Tostedt: Attikon-Verl, S. 196-206.

Trosborg, Anna (1995) *Interlanguage Pragmatics. Request, Complaints and Apologies.* Berlin, New York: Mouton de Gruyter

Valtl, Karlheinz (1986) *Erziehung zur Höflichkeit: Höflichkeit als Wertkonzept der Alltagsinteraktion, als Gegenstand empirischer Forschung in den Humanwissenschaften und als Aufgabe der Erziehung.* Dissertation

Vermeer, Hans J. (1982) Translation als Informationsangebot. In: *Lebende Sprachen* 27, 3. S. 97-101.

Vermeer, Hans J. (1986) *Übersetzen als kultureller Transfer.* In: Snell-Hornby, Mary (Hg.) (1986) *Übersetzungswissenschaft. Eine Neuorientierung. Zur Integrierung von Theorie und Praxis.* Tübingen: Francke. S. 30–53.

Vermeer, Hans J. (1990) *Skopos und Translationsauftrag - Aufsätze.* Heidelberg: Universitätsdruckerie

Vollmuth, Isabel (2002) *Möglichkeiten der Initiation interkultureller Lernprozesse im Englischunterricht an der Grundschule.* In: Volkmann, Laurenz & Stierstorfer, Klaus & Gehring, Wolfgang (Hg.) *Interkulturelle Kompetenz.* Tübingen: Narr Studienbücher, 49-68.

Warga, Muriel (2004). *Pragmatische Entwicklung in der Fremdsprache: der Sprechakt "Aufforderung" im Französischen.* Tübingen: Narr.

Watts, Richard J., Sachiko, Ide und Ehlich, Konrad eds. (1992) *Politeness in Language. Studies in its History, Theory and Practice.* Berlin, New York: Mouton de Gruyter

Watzlawick, Paul / Beavin, Janet H. / Don D. Jackson. Mental Research Institute Mental Research Institute, Palo Alto, California (2007) *Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien.* Bern: Huber Hans

Watzlawick, Paul / Beavin Bavelas, Janet / Don D. Jackson (2011) *Pragmatics of human communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes.* New York: W.W. Norton

Weinrich, Harald (1986) *Lügt man im Deutschen, wenn man höflich ist?* Mannheim; Wien [u.a.]: Duden Verlag

Westermayer, Ulrike (2001) *Politeness in cross-cultural business communication.* Diplomarbeit zur Erlangung des Magistergrades der Philosophie aus Studienrichtung Anglistik und Amerikanistik an der Geistes- und Kulturwissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien.

Weydt, Harald (2003) *(Warum) Spricht man mit Partikeln überhaupt höflich?* In *Partikeln und Höflichkeit. Cross cultural communication. Band 10*, Gudrun Held (Hg.) Frankfurt am Main, Wien [u.a.]: Lang. S. 13–39.

Witte, Heidrun (1987) *Die Kulturkompetenz des Translators- Theoretisch abstrakter Begriff oder realisierbares Konzept?* In: *TextconText* 2, 109-226.

Witte, Heidrun (2000) *Die Kulturkompetenz des Translators: Begriffliche Grundlegung und Dikaktisierung.* Tübingen: Stauffenburg-Verlag.

Wolfgang, A. (Hrsg.) (1979) *Nonverbal behaviour.* New York.

Zint-Dyhr, Ingeborg/ Colliander, Peter (2011) *Graduelle Höflichkeit in deutschen und dänischen Sprachhandlungen.* In: Ehrhardt, Claus / Neuland, Eva / Yamashita, Hitoshi (Hrsg.) (2011) *Sprachliche Höflichkeit zwischen Etikette und kommunikativer Kompetenz.* Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien: Peter Lang

## 8. Anhang

### 8.1. Interviews: Transkription

#### Interview 1

I: Entra quotidianamente o comunque molto spesso in contatto con clienti che non sono italiani e quindi vengono dall'estero?

B1: Sì, mi capita spesso.

I: Può dunque dire di avere anche clienti che non parlano italiano?

B1: Sì.

I: Riuscirebbe a dirmi da quali paesi questi clienti provengono?

B1: Sì, ce ne sono diversi sia dall'Europa che dall'altra parte del mondo. Ehm - mi viene in mente francesi, inglesi, ehm - spagnoli, argentini, tedeschi, austriaci, ehm - turchi, albanesi, rumeni, marocchini, africani e - poi qualche australiano. Una volta mi è capitato un neozelandese.

I: Ok, Lei mi ha detto questi paesi. Sa dirmi con certezza che provengono da questi paesi - come fa a dire che ad esempio questo cliente era neozelandese?

B1: Perché ho avuto un colloquio col cliente, conoscitivo, sia del prodotto di cui lui voleva essere informato, sia io ho preso informazioni, insomma, per ...

I: Quindi non si è basato su stereotipi, parlando è venuto fuori che il cliente era di una determinata nazionalità?

B1: Il cliente alla mia richiesta in lingua italiana, la lingua parlata nel nostro territorio - e, mi è stato risposto magari in lingua francese o in lingua inglese, quindi... eh, in base alla risposta o magari l'accenno riuscivo a capire che tipo di linguaggio loro parlavano, o anche semplicemente dal modo di vestire - a volte si può capire lo stesso.

I: Ok, quindi in parte anche in base a stereotipi.

B1: Certo, sì, sì.

I: Ha quindi molto spesso contatti linguistici con persone straniere di natura lavorativa, nel suo ambito lavorativo?

B1: Sì, sì.

I: Ok. Che cosa fa o che cosa dice quando un cliente entra in negozio? Indipendentemente se sia italiano o straniero.

B1: Saluto - col buongiorno, ciao, hello, ecc. - Poi insomma dalla risposta del cliente, in base a - di solito è sempre affermativa o positiva, insomma comunque c'è sempre la risposta del cliente - capisco, riesco a capire se mi risponde in italiano, se è un italiano non originario -- non italiano, cioè nato in Italia - se è una lingua, una seconda lingua magari parlata da parte del cliente - e quindi mi gestisco insomma...

I: Quindi può dire che, tutto sommato, quando entra un cliente, non lascia che la conversazione avvenga in maniera spontanea ma in qualche modo cerca di studiarlo, guarda, com'è vestito...?

B1: Sì, decisamente prima, prima ancora di - mentre lo saluto, o comunque, qualche istante prima o istante dopo, comunque - lo sguardo insomma, la cognizione visiva, ehm, amplifica diciamo, da già delle caratteristiche sulle quali io posso basarmi, insomma, su che tipo di persona è o che, da dove proviene - se è una persona di colore, sicuramente dipende quanto, magari è una persona africana o ha un colorito di pelle o di carnagione che è molto scura.

I: Lei sa che ovviamente potrebbe essere comunque una persona italiana e...?

B1: Certo, certo.

I: Come si comporta poi quando nota che questo dato cliente non parla la stessa lingua o comunque capisce, che la lingua che parla Lei e quella che parla il cliente, non è la stessa e quindi magari può avere delle difficoltà linguistiche, come fa a vendere comunque, nel suo caso, le scarpe?

B1: Beh, ovviamente c'è una comunicazione di linguaggio visiva - sia anche - si soprattutto visiva, in questo caso perché...

I: Lei intende "contatto visivo"?

B1: Sì, perché, magari il cliente, se non parla la mia lingua o la mia seconda lingua, che è la lingua inglese, insomma comunque, non riesco a comunicare perché non abbiamo una lingua comune, comunque il cliente è indirizzato a un articolo o ad un oggetto, io quell'oggetto, insomma cerco - ovviamente, glielo propongo, gli chiedo, misuro il piede... - prendo una serie di informazioni per far sì che la scelta del cliente, sia adeguata a - al suo fisico, a... nel mio caso specifico...

I: Certo, ma come fa ad avere queste informazioni oltre al contatto visivo? Usa la mimica, i gesti, indica le cose con le mani...?

B1: Certo, indico le cose con le mani, indico...

I: Cambia anche il tono della voce per, non so, cercare di essere più gentile...?

B1: In quel caso - sì, certo -- c'è anche quel tipo di colloquio, insomma...

I: Nel senso, se non sa dire parole, essenziali nel suo caso, come la taglia, il tipo delle scarpe, come fa a comunicare questo al cliente?

B1: Beh sì, in modo visivo oppure direttamente ho un metodo di misurazione per il numero, per la misura delle scarpe senza che io debba nemmeno - cioè indicando però poi con la posizione del cliente (B1 zeigt, dass der/die Kund/in beim Ausprobieren sitzen bleibt) dall'attrezzo si riesce a determinare la misura, e quindi la richiesta del cliente, è sì del cliente, però io, misuro - ho un dato, riesco ad avere una misurazione precisa.

I: Ok, ma come fa ad esempio a misurargli il piede? cioè a chiedergli se può misurargli il piede? ovviamente immagino in maniera gentile, nel senso, perché Lei deve vendere una scarpa e magari non tutti possono avvicinarsi ed alzargli il piede...

B1: Tendenzialmente con un cliente straniero cerco di avvicinarmi alla sua lingua parlata, ovviamente la lingua inglese è diciamo la lingua internazionale, la più conosciuta, la più usata come seconda lingua. Se ho un cliente straniero con il quale ho bisogno di comunicare eccetera - come prima cosa, mi propongo con la lingua inglese.

I: Nel caso in cui non sappia neanche la lingua inglese?

B1: Provo - vado sempre a percezione, a idea - magari sento che il cliente, la signora sta discutendo col compagno, con la figlia, o quello che possa essere, in lingua che io conosco, magari francese, mi propongo anche con un mix di language sia in inglese, ma anche qualche parola in francese per far sentire il cliente compreso, più diciamo in un...

I: Ok, mettiamo il caso che proprio non vi riuscite a capire, ad esempio ha avuto anche clienti sordomuti, ciechi o comunque che ovviamente non potevano utilizzare lo strumento linguistico? cioè in quel caso, non poteva affidarsi all'inglese piuttosto che all'italiano.

B1: Certo, certo.

I: In quel caso, come faceva a comunicare?

B1: In modo indicativo. Il cliente magari mi indicava l'articolo o l'oggetto che era di suo desiderio e io gentilmente glielo mostravo o glielo porgevo, in modo molto, sì, indicato.

I: Riuscirebbe a dirmi se, in questi casi, è comunque riuscito a ottenere il suo scopo, nel suo caso a vendere le scarpe, o, siccome non avevate in comune la stessa lingua...?

B1: No, no. Sicuramente abbiamo raggiunto l'obbiettivo di entrambi. Il cliente è entrato per - visionare e scegliere il suo articolo, ha trovato il suo articolo e io ho avuto il modo di poter svolgere il mio lavoro, ovviamente portando a termine la mia vendita.

I: Ha mai avuto la sensazione di non essere capito dal cliente? Questo ovviamente può succedere anche con la stessa lingua italiana, lei cerca di spiegare un concetto riguardo alle scarpe...

B1: Certo, certo, sì. Ma anche semplicemente non un concetto di lingua, ma un concetto di espressione -- le incomprensioni, anche nella stessa lingua, insomma, ci possono essere, insomma.

I: E in quel caso come si comportava? Cercava...

B1: Modificando, modificando lo stesso oggetto dell'argomentazione, ponendolo in modo diverso, semplificandolo.

I: Cercava di mettersi dalla parte del cliente, cioè cambiava prospettiva, nel senso, se lui non capiva quello che Lei spiegava, provava a capire, quello che lui intendeva?

B1: \*Certo, certo, esattamente.\* (Sicher gesprochen) Cercavo di interpretare quello che il cliente - se il cliente non capiva il concetto, cercavo di esplicarglielo insomma, anche visivamente o anche facendogli provare oggettivamente la cosa, indossandola eccetera.

I: Ok, perfetto. La ringrazio.

B1: Prego.

## **Interview 2**

I: Allora, entra quotidianamente o comunque molto spesso in contatto con clienti che non sono italiani e quindi vengono dall'estero?

B2: Sì, per lavoro devo dire che, visto che mi occupo dei mercati esteri, parlo principalmente con persone non italiane.

I: Ok. Quindi può dire di avere clienti che non parlano italiano.

B2: Esatto.

I: Esatto. Se sì, riuscirebbe a dirmi da quale paese questi clienti provengono?

B2: Uhm, da tutta Europa, oltre che dal nord e il sud America.

I: Ok. Lo dice perché sa la provenienza del cliente o si basa su stereotipi?

B2: \* No, no.\* (Sicher gesprochen) Conosco esattamente il cliente, personalmente. Insomma, diciamo di persona, sì.

I: Ok, perfetto. Quindi può dire che ha molto spesso contatti linguistici con persone straniere di natura lavorativa?

B2: Assolutamente sì.

I: Ok. Che cosa fa o che cosa dice di solito quando si avvicina con un cliente? Con cosa inizia...?

B2: Solitamente con - se è una persona che ovviamente non conosco, ehm, con la... mi presento, di solito con la stretta di mano e da che azienda provengo, e il motivo per cui sono a parlare con lui.

I: Ok, perfetto. Come - se non sa se il cliente parla italiano o meno - diciamo, da che cosa nota la differenza tra un cliente italiano e un cliente estero, diciamo?

B2: Prima della lingua...?

I: Sì, prima della lingua, diciamo.

B2: Mah, solitamente mi baso sull'aspetto esteriore, su tratti fisici.

I: O anche da com'è vestito...- può essere?

B2: \*Sì, sì, sì - da com'è vestito. Sì, sì, anche.\* (Sicher gesprochen). Sì, sì, diciamo dalla parte estetica, fisica o dall'abbigliamento.

I: Ok. Quando inizia una conversazione lavorativa, si delle idee mentali o lascia che la conversazione si svolga spontaneamente? O studia il cliente?

B2: Bah, se devo essere onesto, dopo il primo approccio, sì, c'è già un'idea dietro la persona, che poi con la conversazione può essere confermata o meno. Però sì, mi faccio un'idea...

I: Prima del... ok, perfetto. Come si comporta poi quando nota di non parlare la stessa lingua del cliente o comunque, mettiamo il caso che anche se ha delle basi della stessa lingua del cliente, però non la parla ovviamente spigliatamente come un madrelingua, usa altri mezzi anche non linguistici? Che ne so, la mimica, cambia il tono di voce, contatto visivo... cose del genere?

B2: Io cerco di adattarmi anche di fronte... - nel senso, magari due parole in croce della sua lingua, magari cerco di capire...sennò solitamente sì, con i gesti.

I: Ok. Nel caso... - non so, ha mai avuto la sensazione di non capirsi col cliente? Anche cioè... anche quando magari parlava, non so, poniamo l'inglese, la stessa lingua, anche allo stesso livello linguistico, ha avuto comunque la sensazione di non capirsi? Di dover riformulare la stessa frase?

B2: \*Sì, sì, è successo, succede.\* (Sicher gesprochen) Non di frequente, ma succede che bisogna riformulare domande... comunque sì, ci possono essere delle difficoltà nel comprenderci.

I: Ok. Ha avuto anche cliente sordomuti, sordi, che quindi non parlavano e ha dovuto, non so, cercare un mezzo per capirsi?

B2: Onestamente fino ad adesso no.

I: Ok, perfetto. Nel caso abbia avuto difficoltà linguistiche è comunque riuscito a raggiungere l'obiettivo che sperava? Non so, diciamo nella maggioranza dei casi... - non so, o non c'è mai riuscito? Era molto importante l'aspetto linguistico o è comunque...?

B2: Forse, diciamo che, lo scopo principale nella maggioranza dei casi è stato raggiunto. Forse perché l'aspetto linguistico non era così fondamentale per la riuscita della conversazione, o comunque dello scopo finale. Quindi con i gesti o con - altri strumenti si è riusciti comunque a trovare un punto d'accordo per riuscire comunque a capire di cosa stavamo parlando.

I: Ok. Perfetto, La ringrazio.

B2: Finito?

I: Sì.

#### **Interview 14**

I: Entra quotidianamente o comunque molto spesso in contatto con clienti che non sono italiani e quindi vengono dall'estero?

B14: \*Sì, assolutamente sì. E' quasi la maggior parte delle nostre entrate.\* (Sicher gesprochen)

I: Può dunque dire di avere anche clienti che non parlano italiano?

B14: Sì.

I: Se sì, riuscirebbe a dirmi da quale paese questi clienti provengono?

B14: Russia, Corea, America.

I: Me lo sa dire in qualche modo, con certezza, perché firmano il tax free o...?

B14: Sì, firmano il tax free e alcuni sono anche clienti che tornano spesso.

I: Ok. Si basa anche su stereotipi? Nel senso, come sono vestiti, la corporatura... oltre che alla lingua ...

B14: Sì, si possono riconoscere.

I: Ha quindi molto spesso contatti linguistici con persone straniere di natura lavorativa?

B14: Sì.

I: Che cosa fa o cosa dice di solito quando un cliente entra in negozio?

B14: Si fanno delle domande assolutamente aperte. Mai domande chiuse, perché? Per continuare un dialogo, per instaurare un dialogo e quindi portare il visitatore a diventare cliente, si formulano domande aperte.

I: Si comunque cerca di essere gentile, di entrare in contatto...

B14: C'è il saluto, c'è il "come posso aiutarla?", se si vuole, cercare magari di non partire con la domanda diretta, magari si parte apprezzando qualcosa che loro indossano, piuttosto che parlando di altri argomenti. Cioè si cerca di instaurare un legame empatico con il cliente.

I: Ok. Quando capisce che il cliente non è italiano, questa cosa in qualche modo la preoccupa? Mira il discorso in un determinato punto, o, diciamo, lascia che la conversazione sia molto spontanea? Senza...

B14: \*No, non c'è preoccupazione.\* (Sicher gesprochen) Per lo meno per me, forse per qualche altra persona dello staff che magari non ha delle altissime capacità di comunicazione in inglese, o che magari... C'è chi è più predisposto a lavorare con il cliente italiano, e chi riesce a fare anche meglio nella comunicazione con lo straniero.

I: Ok. Come si comporta quando il cliente non parla l'italiano e non parlate la stessa lingua? Utilizza la mimica, il contatto visivo, piuttosto che altri modi di essere gentile.

B14: La gentilezza, il sorriso, la battuta, il comunque far...l'importante è con qualsiasi formula, far sentire il cliente in un ambiente confortevole, sì.

I: Perfetto. Le è mai successo di avere la sensazione di non essere capita dal cliente?

B14: \*Sì, spesse volte.\* (Sicher gesprochen). Perché non tutti parlano inglese o parlano in altre lingue.

I: Che cosa fa in quel caso?

B14: Eh, in quel cerchi di far capire che c'è la disponibilità ma di non continuare la comunicazione perché lo metti in imbarazzo.

I: Ah ok, ok.

B14: Cioè dai la disponibilità, fai vedere che sei lì presente, cerchi di farti capire. Se vedi che guarda qualcosa, magari gli indichi la possibilità di andare al camerino.

I: Cerca di capire il cliente cosa vuole, insomma.

B14: Però non continui con domande, anche in inglese perché lo metti in una posizione di disagio.

I: Ok. Ha avuto anche clienti, sordomuti? Che magari - sì, solo con la lingua dei segni...?

B14: Mhm - no, di recente no. Mi è capitato in passato, ma a volte sono accompagnati.

I: Ok, quindi parla con l'altro. Nel caso di difficoltà linguistiche, è comunque riuscita a vendere la merce in esposizione o la lingua è stata un deterrente? E quindi non ha potuto raggiungere il suo obiettivo, diciamo.

B14: No, non è mai successo.

I: Ok, perfetto, a posto. Grazie.

## **Interview 18**

I: Entra quotidianamente o comunque spesso in contatto con clienti che non sono italiani e quindi vengono dall'estero?

B18: Sì, sì.

I: Può dunque dire di avere anche clienti che non parlano italiano?

B18: Yes, sì, sì.

I: Ok. Se sì, riuscirebbe a dirmi da quali paesi questi clienti provengono?

B18: Varie ed eventuali?

B18: Sì, sì.

B18: Ehm - Dall'Est molto spesso, sennò comunque ci sono tanti... - Germania penso, comunque, sì, tedeschi, svizzera...

I: Ok, me lo sai dire perché, non so, magari dall'Est ti firmano il tax free o perché...- parlano una lingua diversa?

B18: \*No, no\* (Sicher gesprochen). Perché parlano la loro lingua, quindi noi alla fine intercediamo sempre in inglese, il 70 per cento delle volte, però comunque abbiamo molti clienti che vengono dalla Svizzera, soprattutto.

I: Ahn, ok.

B18: Sì.

I: Perfetto. Ha quindi molto spesso contatti linguistici con persone straniere di natura lavorativa?

B18: Sì.

I: Che cosa fa o che cosa dice di solito quando un cliente entra in negozio? In generale. Può essere italiano o straniero.

B18: Come salutiamo, come accogliamo...?

I: Cosa fai, saluti...?

B18: Sì, salutiamo, accogliamo il cliente. Di solito se non è italiano lo rende noto da subito. Quindi dice "non capisco" o "non parlo italiano". Quindi cerchiamo di...

I: Accoglierlo...?

B18: \*Sì, sì.\* (Sicher gesprochen).

I: Se capisce che il cliente non è italiano, questa cosa la mette in difficoltà o comunque la comunicazione è sempre molto spontanea, non pensata, diciamo?

B18: Cioè se mette in difficoltà me o se mette...?

I: Sì, come venditore.

B18: \*No.\* (Sicher gesprochen)

I: Molto spontanea?

B18: Sì, non c'è differenza. Poi penso che dipenda anche dalla padronanza che uno ha delle lingue straniere.

I: Ok. Poniamo il caso che l'inglese il cliente non lo capisca, come fa? Con i gesti, non so, con il contatto visivo? Non so, mostra un reggiseno o un altro capo in esposizione?

B18: Si usano molto le mani. Con la gestualità. Si mostra il triplo che con una persona che capisce. (Lachen) Quindi si cerca di aiutarsi, di comprendersi.

I: Le è successo di avere la sensazione di non essere capita dal cliente?

B18: \*Sì.\* (Sicher gesprochen) (Lachen)

I: In quei casi cosa fa? (Lachen)

B18: Eh, faccio il giro dell'oca per... Cioè ricomincio da un'altra strada.

I: Cambia la prospettiva, diciamo, del discorso.

B18: \*Esatto, esatto.\* (Sicher gesprochen)

I: Perfetto. Ha avuto anche clienti sordomuti? Che quindi non parlavano...

B18: Ehm, sì ma sono sempre accompagnati.

I: Sono sempre accompagnati, quindi...

B18: Sì, solo una volta mi è capitato, ma comunque erano due ragazze che venivano proprio da una situazione di accoglienza. Quindi entrambe avevano delle problematiche, diciamo. Però l'amica della sua amica era riuscita ad aiutarmi a capirla, quindi...

I: Ok. Per creare un ponte come...

B18: \*Sì, sì.\* (Sicher gesprochen)

I: Nel caso comunque di queste difficoltà, è riuscita comunque a vendere il prodotto e a raggiungere lo scopo?

B18: Sì, con più pazienza e...

I: Però comunque anche se non sapevate la stessa lingua, è riuscita lo stesso a vendere?

B18: Sì, sì.

I: Ok, perfetto. A posto, grazie.

B18: Di niente.

## **Interview 21**

I: Entra quotidianamente o comunque spesso in contatto con clienti che non sono italiani e quindi vengono dall'estero?

B21: \* Assolutamente sì.\* (Sehr sicher gesprochen)

I: Può dunque dire di avere anche clienti che non parlano italiano?

B21: Sì, sì. Maggiormente durante l'estate. C'è una grande affluenza qua a Treviso.

I: Ok. Se sì, riuscirebbe a dirmi da quali paesi questi clienti provengono?

B21: Allora, soprattutto, quest'anno abbiamo visto persone che venivano dalla Francia e statunitensi. Qualche tedesco.

I: Me lo sa dire perché si basa su stereotipi o perché riconosce la lingua?

B21: Mah, oddio, anche. Anche da stereotipi, dagli atteggiamenti delle persone.

I: O magari loro dicono "veniamo da..."?

B21: Beh, dopo c'è anche la nostra curiosità di sapere da dove vengono. Cercare - io, so abbastanza le lingue. Anche quel poco, però per ogni lingua. Anche per farli sentire un po' a casa loro. Perché secondo me, se entra un cliente e gli parli solo in italiano, magari non c'è più quell'affatto.

I: Si sentono magari più a casa...

B21: \*Sì.\* (Sicher gesprochen).

I: Ha quindi molto spesso contatti linguistici con persone straniere di natura lavorativa?

B21: Sì.

I: Che cosa fa o che cosa dice di solito quando un cliente entra in negozio? Che sia italiano o straniero?

B21: \*Bisogna sempre salutarlo, un gran bel sorriso. “Buongiorno“, „Guten Tag“...\* (Sicher gesprochen) (Lachen).

I: Esatto.

B21: \*Cerco di accoglierli nel migliore dei modi.\* (Sicher gesprochen)

I: Se nota la differenza che il cliente è straniero, questa cosa la preoccupa, anche linguisticamente parlando, o comunque le conversazioni sono tutte spontanee?

B21: Allora, a me personalmente non preoccupa. Forse le ragazze che sono dietro al banco sono un po' più preoccupate. Infatti cercano sempre magari di chiamarmi, di avere un supporto, un aiuto. Però vedo che negli ultimi mesi, cerco anche di dirgli quelle due o tre parole perché se ne vengano anche loro fuori da una situazione.

I: Certo, sì, di cavarsela da soli. Se non riesce a parlare la stessa lingua del cliente, come fa a farsi capire?

B21: Fai una risata e sei a posto. (Lachen)

I: (Lachen) No, nel senso, mimica...

B21: Mimica, prendi in mano il cono, la coppetta, segni i numeri con le dita, cerchi di andargli incontro.

I: Prezzi, stessa cosa...

B21: Sì, sì.

I: Perfetto. Le è mai successo di avere la sensazione di non essere capito, proprio per niente?

B21: Se devo dire....\*no.\* (Sicher gesprochen) Raro. Sui gusti più che altro. Non tanto sulla scelta di quante palline, cono o coppetta.

I: Ah, dice quando deve spiegare un gusto, non so, piuttosto che un altro. (Dies bezieht sich auf die Eissorten zum Verkauf)

B21: Eh, è difficile. \*Però la nostra fortuna è che abbiamo il cucchiaino e glielo facciamo assaggiare!\* (Sicher gesprochen)

I: Giusto, certo. Ok, nel caso ci siano difficoltà linguistiche, cosa fa?

B21: Eeh...(lachen)

I: Fa il giro del discorso?

B21: Sì, cerchiamo di girarci attorno. Tra far assaggiare... E' capitato anche che magari non ci si capiva sul prezzo, gli sono andato incontro e non gli ho fatto pagare prezzo pieno, gli ho fatto pagare meno.

I: Perfetto.

B21: Piuttosto che magari dopo lascino un commento negativo o si facciano un'idea sbagliata di quello che è, alla fine... sì, sì.

I: Ha avuto anche clienti sordomuti che quindi non usavano il mezzo linguistico?

B21: Sì, sì.

(Das Interview wird von einer dritten Person kurz abgebrochen, dann geht spontan weiter.)

B21: Sì, è successo. Fortunatamente ho la mia ragazza che conosce qualche...

I: Qualche altra lingua..? Ahn, no giusto la...

B21: No, la lingua dei segni. E comunque, sempre mostrando cono o coppetta, si fa.

I: Nel caso di difficoltà linguistiche è comunque riuscito a vendere il gelato?

B21: In qualche modo sì. Perché comunque è un alimento veramente facile da vendere che non è a livello del ristorante - che forse è un po' più difficile. Vedo, capita anche a me quando vado in altri paese, apro il menù e di cavolo (lachen) - Cosa ordino qua?

I: Magari sono anche tradotti male...

B21: Hai capito? Se trovi qualcuno, il gelato è molto facile da...

I: Vendere...

B21: \*Sì, sì.\* (Sicher gesprochen)

I: Perfetto, grazie mille.

B21: Grazie a te.

## **Interview 22**

I: Entra quotidianamente o comunque spesso in contatto con clienti che non sono italiani e quindi vengono dall'estero?

B22: Abbastanza, direi un 20 per cento.

I: Ok. Può dunque dire di avere anche clienti che non parlano italiano?

B22: Sì.

I: Ok. Se sì, riuscirebbe a dirmi da quali paesi questi clienti provengono?

B22: Francia, Germania, Regno Unito. Raramente qualche russo, ma raramente. Poi turisti dall'Est.

I: Questo me lo sa dire perché si basa su stereotipi, perché chiede da dove provengono? Si presentano e dicono..

B22: Perché parlano inglese o tedesco quindi interagisco con loro.

I: Ok, perfetto. Ha quindi molto spesso contatti linguistici con persone straniere di natura lavorativa?

B22: Sì.

I: Ok. Cosa fa o cosa dice di solito quando un cliente entra in negozio, o in bar diciamo?

B22: Straniero, o...?

I: Sì, anche italiano presumo.

B22: "Buongiorno", "che cosa gradisce?"... (Lachen)

I: Saluta, a posto. Se nota che il cliente non è italiano ma è straniero questa cosa la mette tra virgolette in difficoltà, non so, cioè o comunque la conversazione è spontanea?

B22: (Zuerst) No, no.. (Auf die zweite Frage) \*Sì, sì.\* (Sicher gesprochen). Chiedo ovviamente prima in inglese perché è ovviamente la lingua internazionale, poi se percepisco che invece hanno un'altra estrazione, interagisco con un'altra lingua.

I: Ok, perfetto.

B22: Cerco di agevolarli. Cerco che non abbiano la difficoltà di capire quello che gradiscono, di comunicare ...

I: Di comunicare. Esatto. Nel caso non vi capiate linguisticamente parlando ... gesti, contatto visivo, indica, non so, la pastina ...

B22: Nel mio caso non succede. (Lachen). Nel mio caso non succede. Può essere che siano russi...

I: No però poniamo il caso che venga uno, non so, cinese. Che lei non sappia il cinese e non sappia...

B22: No, prevalentemente è il russo, Perché non parla né l'inglese, né il tedesco. Quindi allora sì, a gesti o sibilano qualcosa che assomiglia e... (Unverständlich)

I: E allora si riesce... Ok.

B22: Scusa un attimo.

(Das Interview wird kurz abgebrochen, dann geht weiter.)

I: Le è mai successo di avere la sensazione di non essere mai capito dal cliente? -- Può essere anche un cliente italiano anche, cioè...

B22: -- No, generalmente no.

I: Ok. Nel caso succeda, come si comporta? Nel senso sia linguisticamente, che proprio di comportamento.

B22: Beh, faccio di tutto perché ci sia una comprensione.

I: Cambia discorso? Gira e rigira finché non ci si capisce?

B22: Sì, sì sì. Tento di fargli capire, gli mostri le varie cose. Se parliamo a livello di ordine, cioè, nel senso di richiesta.

I: Sì.

B22: Sì, sì.

I: Ha avuto anche clienti sordomuti?

B22: \*Sì.\* (Sicher gesprochen)

I: Ok, che anche lì...

B22: Coi gesti.

I: Perfetto. Nel caso di difficoltà linguistiche comunque siete riusciti a capirvi? Ha bevuto il caffè? O si è sentito a disagio ed è andato via o cose del genere?

B22: (Zuerst) Sì, sì. (Auf die zweite Frage) No, no. Anche perché con la cortesia, con la gentilezza e la disponibilità verso le persone, questo viene ovviato.

I: Ok.

B22: Se non trovano una barriera...

I: Sì, sì, esattamente. A posto. Grazie mille.

## 8.2. Abstract

Menschen verstehen einander nicht immer: Das ist die Realität, die man zur Kenntnis nehmen muss. Schwierigkeiten und Missverständnisse bei der Kommunikation sind an der Tagesordnung. Geht es nur um Missverständnisse bei der Sprache oder hängt es nicht ausschließlich vom Sprachproblem ab? Kann Höflichkeit einen entscheidenden Faktor in diesem Prozess darstellen? Jede Kulturgemeinschaft definiert Höflichkeit nach ihrem eigenen Gesichtspunkt. Daher kann das In-Kontakt-Treten mit anderen Kulturen zu interkulturellen Konflikten führen, die anhand von Höflichkeitsstrategien geklärt werden können. Diesbezüglich hat sich die Verfasserin also einige Fragen gestellt – was auch eine große Herausforderung bedeutet: Wie kann man mit Menschen, die aus anderen Ländern und Kulturen kommen, kommunizieren, sich verständlich machen und als höflich wahrgenommen werden? Ist das überhaupt möglich? Inwiefern beeinflusst die Höflichkeit die Kommunikation zwischen den Menschen? Was genau passiert in einem beruflichen Kontext, in dem das Ziel der Verkauf von Waren ist?

All dies hat die Verfasserin der vorliegenden Arbeit dazu motiviert, sich ausführlicher mit dieser Thematik auseinanderzusetzen und als Gegenstand in einem bestimmten Rahmen zu untersuchen. Der Verfasserin ist bewusst, dass Höflichkeit ein Phänomen von interkultureller Bedeutung darstellt, welches deshalb bei der Translation ins Spiel kommt und für Translator/innen von großer Bedeutung ist. Bei eingehender Auseinandersetzung mit dem Thema hat sich herausgestellt, dass Höflichkeit ein vielschichtiger und schwer zu fassender Begriff ist.

Nach einer theoretischen Betrachtung der Themen Höflichkeit, Kommunikation und Translation wird die Theorie in die Praxis umgesetzt. Der Gebrauch von Höflichkeitsstrategien wird im interkulturellen beruflichen Kontext konkret untersucht. Drei Orten von interkultureller (beruflicher) Kommunikation werden als Fallbeispiele ausgewählt. An diesen Orten wurden von der Verfasserin halb-standardisierte Interviews durchgeführt. Nach der qualitativen Auswertung der Interviews hat sich ergeben, dass verbale und nonverbale Höflichkeit als Teil der Kommunikation mit ihrer regulierenden Funktion bei der Translation in einem interkulturellen Kontext verwendet werden kann. Auf diese Weise kann Kommunikation erfolgreich stattfinden. Mithilfe von Höflichkeit, durch einen Perspektivenwechsel oder mit einer Mischung aus Gesten, Geduld und Zeit versuchen die Verkäufer/innen, die Verständigungsschwierigkeiten zu überwinden.

Insgesamt wird die Annahme bestätigt, dass es beim Kommunizieren nicht nur um das Verstehen von Wörtern und Aussagen geht, sondern aus einem Prozess besteht, der nicht nur das linguistische Mittel betrifft. Das Ziel des Kommunizierens kann, genau wie bei der Translation, anhand von Höflichkeitsstrategien erreicht werden. Es wird also festgestellt, dass transkulturelle Höflichkeit eine entscheidende Rolle in der Kommunikation spielt. Der

Zusammenhang zwischen Kommunikation, Höflichkeit und Translation, der aus der vorliegenden Arbeit herausgelöst wird, ist darüber hinaus für Translator/innen von großem Interesse, da sie auch als Sprachmittler/innen, Kultur- und Kommunikationsexpert/innen wirken. Die vorliegende Arbeit stellt zuletzt nur einen Ausgangspunkt für die Höflichkeitsforschung im transkulturellen Kontext dar.

## 8.3. Lebenslauf

### ◆ Persönliche Daten

Name:	Roberta Perazzetta
Geburtsdaten:	29.08.1987, in Treviso, Italien
Nationalität und Staatsangehörigkeit:	Italienisch
Familienstand:	Ledig

### ◆ Schulbildung

März 2011 – November 2013	Studium an der Universität Wien, Zentrum für Translationswissenschaft  Angestrebter Abschluss: Master of Arts in Fachübersetzen (Deutsch - Italienisch - Spanisch)
2006 – 2010	Bachelorstudium an der Universität Triest,  bei der „Scuola Superiore di Lingue Moderne per Interpreti e Traduttori“ („Hochschule für modernen Sprachen für Dolmetscher und Übersetzer“)  Abschluss: BA in „Comunicazione Linguistica Applicata“ („Angewandte interlinguistische Kommunikation“): Deutsch, Spanisch, Englisch
1993 – 2006	Grundschulen und Gymnasium in Treviso; Abitur

### ◆ Praktika und berufliche Erfahrungen

- Juli 2012 - September 2012: Tätigkeit als Verkäuferin bei der Firma *Airest* auf dem Flughafen „Antonio Canova“ in Treviso
- 15. Oktober 2010 - 15. November 2011: Tätigkeit als Lehrerin für einen individuellen intensiven spanischen Sprachkurs bei der Sprachschule und Übersetzungsbüro *Just! Venice* in Treviso
- 14. März 2009 – 12. April 2009 : Praktikantin im zentralen Verkaufsbüro der Ramada Hotels Rhein Main, Ramada Hotel Micador in Niederhausen bei Wiesbaden, Deutschland

- 1. Oktober 2006 – 31. Oktober 2006: Tätigkeit als Mitarbeiterin des Personalchefs und Sekretärin des Informationsbüro bei der sozialen Genossenschaft *Nuovi Orizzonti Sociali ONLUS* in Treviso

- 1. Juli 2004 – 31. Juli 2004: Tätigkeit als Babysitter bei der Kinderkrippe *Bimbolandia* in Treviso

### **Sprachen**

---

A Sprache (Muttersprache): Italienisch

B Sprache: Deutsch

C Sprache: Spanisch

D Sprache: Englisch

### **EDV**

---

- Sehr gute Microsoft Word-, Excel-, Access-, Powerpoint- Kenntnisse

- European Computer Driving Licence (ECDL) im Jahr 2010

### **Sonstige**

---

- Seit 2010: Nachhilfe- und Privatstunden in Deutsch, Spanisch, Englisch sowie künstlerische und literarische Schulfächer

- Mehrere Auslandsaufenthalte in Deutschland und Spanien (von 2 bis 4 Wochen)

- Lateinische Kenntnisse