

Gintarė Gelūnaitė-Malinauskienė
Vytautas Magnus Universität, Litauen

DIE INTERAKTIONAL-SOZIOLINGUISTISCHE ANALYSE DER DYNAMIK VON MACHT UND SOLIDARITÄT IN DEUTSCH-LITAUISCHEN GESCHÄFTSVERHANDLUNGEN

Zusammenfassung. In dem Artikel werden englischsprachige / deutsch-litauische Geschäftsverhandlungen analysiert, wobei ins Zentrum des Interesses die Fragen nach der Dynamik von Macht und Solidarität (Tannen, 1993, 1995), realisiert durch verschiedene Höflichkeitsstrategien (Brown und Levinson, 1987), rücken. Bei der Auswertung des Audiomaterials und der Bestimmung des Gesprächstyps „Geschäftsverhandlung“ wurde von der Auffassung ausgegangen, dass es sich dabei um eine Kommunikationssituation handelt, in der die Beteiligten von verschiedenen oder gleichen Zielvorstellungen ausgehend eine Vereinbarung treffen wollen (Wagner 1995). Im ersten Analyseschritt wurden die Auszüge der Gespräche ermittelt, um feststellen zu können, welches Ziel dabei von den Beteiligten verfolgt wird. Im nächsten Schritt werden die von den Beteiligten verwendeten Höflichkeitsstrategien erläutert, um feststellen zu können, wie gesprächslokal die Dynamik von Macht und Solidarität entsteht und welche Intentionen dadurch von den Beteiligten realisiert werden bzw. welchem besonderen Zweck die lokale Dynamik vor dem Hintergrund des allgemeinen Gesprächsziels dient. Die exemplarische Analyse bezieht sich auf die theoretisch-methodologischen Ansätze von Gumperz, Brown und Levinson sowie Tannen, wobei eine besondere Bedeutung den Studien zukommt, die sich mit den Höflichkeitsstrategien im Hinblick auf die Erzeugung der Dynamik von Macht und Solidarität in der institutionellen Interaktion speziell aus der Sicht der Gesprächsanalyse beschäftigen (Kulbayeva, 2020; Zhuang und Huang, 2020). Die Ergebnisse der Analyse könnten hilfreich für die Lernenden und Lehrenden einer Fremdsprache sein, besonders wenn sie sich für die interkulturelle Wirtschaftskommunikation den Fachsprachenunterricht interessieren und authentisches Material behandeln wollen.

Schlüsselwörter: Wirtschaftskommunikation; Geschäftsverhandlung; interaktionale Soziolinguistik; Dynamik; Macht; Solidarität; Höflichkeitsstrategien; Fachsprachenlehren.

Einleitung

Im Zeitalter der fortschreitenden Globalisierung gilt als die am häufigsten verwendete Sprache der internationalen Kommunikation oder als *lingua franca* das Englische, das als globale Weltsprache gesehen wird (Richter, 2009, S. 49). Im Wirtschaftsbereich läuft die internationale bzw. interkulturelle Geschäftskommunikation fast ausschließlich auf Englisch ab, weil das Englische die Kommunikation über sprachliche und kulturelle

Diferenzen hinweg erleichtert (Höhenstein und Spörri, 2012, S. 32). Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass auch die Geschäftskommunikation zwischen Deutschen und Litauern meistens auf Englisch stattfindet. Im Laufe der Erhebung von Forschungsdaten für ein größeres Dissertationsprojekt sowie für den vorliegenden Beitrag hat sich bestätigt, dass die litauischen Unternehmen bei der Kommunikation und insbesondere bei den Geschäftsverhandlungen mit ihren deutschen Partnern das Englische bevorzugen, nur in Ausnahmefällen wird auf die vermittelnde Hilfe der deutsch-litauischen Übersetzer zurückgegriffen (von insgesamt 14 Verhandlungsaufnahmen, die der Autorin des Beitrags zur Verfügung gestellt wurden, fanden 9 auf Englisch statt und nur bei 5 wurden die Übersetzer eingesetzt, sodass die Kommunikation in den jeweiligen Muttersprachen der Beteiligten stattfinden konnte).

Die Forscher vom Englischen als *lingua franca* weisen jedoch darauf hin, dass die Nutzer sich nicht ganz von muttersprachlichen Strukturen lösen und zu bestimmten Vereinfachungen des normgerechten Sprachgebrauchs (Standardenglisch), insbesondere im mündlichen Bereich, tendieren, daher auch die Bezeichnung 'Word Standard Spoken English' ('WSSE') (Crystal 2003, S. 136). Smith (1983, S. 3–4) bemerkt, dass auch in den Fällen, wo die Sprecher sich beim verbalen Ausdruck ihrer Gefühle des 'International Auxiliary English' bedienen, im Bereich der non-verbalen Zeichen zum Ausdruck von Zorn, Freude, Zuneigung, etc. bei ihren bisherigen Gewohnheiten bleiben. Hier liegt jedoch die Annahme nahe, dass bisherige kulturelle bzw. muttersprachliche Gewohnheiten auch das sprachliche Verhalten selbst beeinflussen, so etwa was die Bevorzugung von bestimmten Höflichkeitsstrategien betrifft. Die litauischen Studien zum Ausdruck der Höflichkeit behaupten, dass für Litauer positive Höflichkeit typisch ist und dass sie eine freundliche, respektvolle Aufmerksamkeit gegenüber ihren Hörern äußern, so z.B. bei Ausdruck von Bitten verwenden sie häufig Heckenaustrücke (Hilbig, 2009) oder in den spontanen institutionellen Gesprächen bevorzugen sie Direktive (Kamandulytė-Merfeldienė und Vainilavičiūtė, 2018). Andererseits kann man in der institutionellen Kommunikation auch die negative Höflichkeit beobachten, die beim Ausdruck von Grüßen, Abschied, Dank oder auch Bitten durch die Verwendung von

Pronomen in zweiter Person Plural oder Modalverben in Konjunktiv II vorkommt (Kamandulytė-Merfeldienė und Vainilavičiūtė, 2018; Dranseikaitė, 2020). Die deutschen Studien zeigen, dass in der deutschen Kommunikation die negative Höflichkeit dominiert (Siebold, 2010; Alonso, 2015), z.B. die Verwendung einer distanzierteren Form wie Sie, um das negative Gesicht zu schützen oder die Verwendung der Adverbien oder Modalverben, um Bitten und Aufforderungen abzuschwächen (Alonso, 2015, S. 30; 55). Ogiermann (2009) bemerkt, dass von Deutschen die Bitten oft indirekt geäußert werden. Im Hinblick auf diese bereits vorliegenden Forschungserkenntnisse ist die Frage interessant, wie der Höflichkeitsausdruck zwischen Litauern und Deutschen funktioniert, wenn sie auf Englisch miteinander verhandeln.

Verhandlungen kommen im Wirtschaftsleben in mündlicher und schriftlicher Form vor. Sie können sich über Wochen, Monate oder Jahre hinziehen. Sie sind ein fester Bestandteil der betriebsexternen (z.B. Preis- oder Vergabeverhandlungen) sowie betriebsinternen Kommunikation (zwischen Mitarbeitern und Vorgesetzten, zwischen Kollegen, zwischen Abteilungen sowie zwischen Betriebsrat und Betriebsleitung) (Brünner, 2000, S. 147). Verhandeln kann man aus der Perspektive von verschiedenen Disziplinen (Wirtschaft, Psychologie, Kulturwissenschaft, etc.), nicht zuletzt auch aus der Perspektive der Linguistik analysieren. In dem vorliegenden Beitrag wird auf die sprachlichen Höflichkeitsstrategien speziell im Hinblick auf die Dynamik von Macht und Solidarität mit Hilfe eines interaktional-soziolinguistischen Analyseansatzes näher eingegangen. Zhuang und Huang (2020) weisen zutreffend darauf hin, dass die auf die Erreichung ihrer wirtschaftlichen Ziele fixierten Teilnehmer der Geschäftsverhandlungen häufig die Rolle der Sprache missachten, was die Verhandlungen zum Mislingen führen kann. Und im Gegenteil: Wenn die Beteiligten der Wirkung von bestimmten linguistischen Strategien bewusst sind, können sie effizienter miteinander kommunizieren und erfolgreicher ihre Geschäftsziele erreichen.

Die Wirtschaftskommunikation, insbesondere Verhandlungen, bleibt in den linguistischen Forschungen immer noch wenig erforscht (Charles, 1995; Bastos, 1996; Zhuang und Huang, 2020). Im Wirtschaftsbereich stellen die Geschäftsverhandlungen dagegen einen wichtigen Forschungsgegenstand dar, wobei ein relevanter Aspekt, der bei den

Forschern auf besonderes Interesse stößt, eben die Frage der Verhandlungsmacht ist (*En. bargaining power*) (Chamberlain, 1951; Hofstede, 1984; 1994, Peleckis, 2014; Volkema et. al., 2015), weil sie für die Gestaltung der Verhandlungsstrategie wichtig ist (Peleckis, 2014, S. 72). Die Kategorie Macht ist auch Gegenstand der (sozio)linguistischen Forschungen, was vor allem mit dem Wunsch zu tun hat, im Gespräch nicht unterdrückt zu werden (Tannen, 1994, S. 121). Laut Tannen (1994, S. 122) ist die Kategorie Macht mit der Kategorie Solidarität eng verbunden, weil sie sich in der Kommunikation gegenseitig aus- und einschließen. Die meisten linguistischen Forschungen, die Macht und Solidarität analysieren, konzentrieren sich auf solche Aspekte, wie Geschlechterunterschiede im Kommunikationsstil (Tannen, 1994; 1996), Diskursanalyse der Gerichtssprache (Ehrlich, 2011), Frauensprache in der Bildungskommunikation (Kulbayeva, 2020) oder die familiäre Alltagskommunikation (Nguyen, 2020). Geschäftsverhandlungen werden von den Sprachwissenschaftlern unter dem Aspekt, nämlich der sozialen Variablen Macht und Solidarität, kaum analysiert; einiges dazu findet man bei Charles (1995), Tannen (1995), Zhuang und Huang (2020).

In Bezug auf Macht und Solidarität argumentiert Tannen (1993, S. 168), dass diese sprachlichen Strategien mehrdeutig sind und dass eine der Hauptquellen der Ambiguität in der sprachlichen Interaktion die Dynamik von Macht und Solidarität ist. Dies liegt daran, dass dieselben sprachlichen Mittel verwendet werden, um Macht und Solidarität zu erzeugen, sodass in jedem einzelnen Fall die gesprächsinternen und -externen Kontexte genau berücksichtigt werden müssen. Der Wirtschaftswissenschaftler Peleckis (2014, S. 72) bemerkt auch, dass die Kommunikation in den Geschäftsverhandlungen dynamisch ist (*„in negotiation communication works many dynamic variables [...]“*) und dass die Qualität der Verhandlungen von verschiedenen Fähigkeiten der Beteiligten (sprachlich, kulturell, psychologisch, etc.) abhängt.

Höfliches Verhalten ist ein wesentlicher Bestandteil einer gut funktionierenden Kommunikation (Ryvitytė, 2011, S. 65). Die Frage danach, welche Höflichkeitsstrategien die Beteiligten in den englischsprachigen / deutsch-litauischen Geschäftsverhandlungen wählen, kann mit Hilfe der auf dem Gesichtskonzept von Goffman (1967) basierenden Höflichkeitstheorie

von Brown und Levinson (1978, 1987) analysiert werden. Darauf aufbauend lassen sich auch einige Schlüsse zur Dynamik von Macht und Solidarität in den untersuchten Verhandlungen ziehen. Der eine oder andere sprachliche Ausdruck kann das positive und negative Gesicht des Hörers und Sprechers bedrohen oder wahren: Wenn die an den Geschäftsverhandlungen Beteiligten mit dem Gesichtskonzept vertraut wären, könnten sie entsprechende linguistische Strategien verwenden, um das Gesicht beider Seiten zu wahren (Zhuang und Huang, 2020, S. 344; 349).

Was die soziolinguistischen Forschungen betrifft, so wurden bisher die Höflichkeitsstrategien in der Bildungskommunikation, Wirtschaftskommunikation (Kuzhevskaya, 2019), am Arbeitsplatz (Serdyukova, 2007), vor kurzem auch in den Geschäftsverhandlungen, jedoch in einem außereuropäischen Kommunikationskontext (Zhuang und Huang, 2020), analysiert. Deshalb kann die interaktional-soziolinguistische Analyse der Höflichkeitsstrategien mit einem besonderen Fokus auf die Dynamik von Macht und Solidarität im Wirtschaftsbereich, genauer noch in den deutsch-litauischen Geschäftsverhandlungen als ein völlig neuer Schritt zur Erforschung der interkulturellen mündlichen Fachkommunikation gesehen werden.

Die Studien von Gumperz (1982, 1999, 2001) zur interaktionalen Soziolinguistik, Browns und Levinsons Beiträge zu Höflichkeitsstrategien (1978 / 1987) sowie Tannens Überlegungen zur sprachlichen Dynamik von Macht und Solidarität (1984, 1993, 2000, 2005) bilden die methodisch-theoretische Grundlage dieses Beitrags. Im Zentrum der Mikroanalyse steht dabei die Frage, *wie* die Gesprächsbeteiligten durch bestimmte Höflichkeitsstrategien die Dynamik von Macht und Solidarität erzeugen, um ihre gesprächslokalen Ziele zu erreichen.

Korpus und Methoden

Der Untersuchungskorpus besteht aus drei authentischen englischsprachigen Geschäftsverhandlungen zwischen den Beteiligten der deutschen und litauischen Unternehmen, die insgesamt 01:38:82 St. dauern. Die Gespräche haben online (2020) stattgefunden, d.h. in der Zeit, als die ganze Welt von

dem Coronavirus (Covid 19) gefangen war. Jedes Gespräch wurde mit dem Transkriptionseditor FOLKER 1.3 bearbeitet. Die Transkription folgt den GAT-2 Konventionen (Selting u. a., 2009) und hilft, die Mikro- und Makroanalyse der Gespräche durchzuführen. Die makroanalytische Ebene erlaubt es, die Manifestationen der Macht und Solidarität in der globalen Gesprächsorganisation (Gesprächseröffnung, Gesprächsmitte/Kernphase, Gesprächsbeendigung) zu bestimmen, während auf der mikroanalytischen Ebene die Höflichkeitsstrategien und deren Auswirkungen auf die Dynamik von Macht und Solidarität sowohl in einem individuellen Redebeitrag als auch in der Interaktion zwischen den Beteiligten, also innerhalb einer größeren Sequenz, als zentraler Analysegegenstand gelten. Die betriebsinternen Prozesse, Namen und andere Informationen sind maskiert. Zwischen der Forscherin und den Unternehmen wurden Schweigeerklärungen unterschrieben.

Da die zu analysierende Verhandlungssprache authentisch bzw. natürlich ist, wurde die interaktionale Soziolinguistik (Gumperz, 1982) als eine mögliche methodische Vorgehensweise gewählt. Laut Gumperz (2001, S. 223) ist die interaktionale Soziolinguistik, anders interpretative Soziolinguistik, ein Ansatz der Diskursanalyse, der auf einer qualitativen Analyse und einer Interpretation der verborgenen Bedeutungen des Gesprächs basiert. „Das Interesse der interaktionalen Soziolinguistik richtet sich auf die Erfassung des engen Zusammenspiels zwischen Sprache, Gesellschaft, Kultur und kommunikativer Verschiedenheit“ (Gumperz, 1999, S. 453, in: Keim, 2007 S. 70). Die wichtigen Aspekte bei so einer interaktional-soziolinguistischen Analyse seien die wahrscheinlichsten Interpretationen, die Voraussetzungen und Inferenzprozesse, durch die diese Interpretationen erreicht werden und wie sie sich auf das beziehen, was wörtlich gesagt wird.

Die Linguistin Deborah Tannen (1993; 1995; 2000) behauptet, dass das, was in einem Gespräch zwischen den Beteiligten vorgeht, die auf eine oder andere Weise mit dem Ausdruck von Macht und Solidarität zusammenhängt, was im Fall eines Verhandlungsgesprächs besonders relevant zu sein scheint. Dabei soll die Macht die asymmetrischen Beziehungen und die Solidarität die symmetrischen Beziehungen

kennzeichnen. Zwischen diesen soziolinguistischen Variablen steht das Phänomen der Dynamik. Laut Tannen (1993, S. 168) liege der Dynamik von Macht und Solidarität eine Mehrdeutigkeit zugrunde, weil die beiden Variablen mit gleichen sprachlichen Mitteln geäußert werden. So sei jede Sprachstrategie relativ und könne eingesetzt werden, um sowohl die Macht als auch Solidarität zu erzeugen, deswegen müsse sie im Hinblick auf den spezifischen Kontext unter Berücksichtigung der Beziehungen und des kulturellen Hintergrunds der Beteiligten interpretiert werden (Tannen 1993, in: Kulbayeva, 2020, S. 161). Die Dynamik von Macht und Solidarität kann man z.B. durch die Verwendung von Pronomen Sie, du oder durch eine bestimmte Anrede erkennen (Brown und Gilman, 1960; Tannen, 1990). Sie kann sich auch durch Indirektheit (Kulbayeva, 2020), durch Unterbrechung, *topic raising* oder Widrigkeiten manifestieren (Tannen, 2001, S. 22), was in unterschiedlichen Situationen verschiedene Bedeutungen haben kann (Tannen, 1990, S. 520–524).

Die von Brown und Levinson (1978; 1987) vorgeschlagene Höflichkeitstheorie, die auf dem Konzept des Gesichts (*face*) und der gesichtsbedrohende Akte (*FTA*) beruht, hilft, die Analyse der ausgewählten Verhandlungsgespräche bzw. einzelner Gesprächsauszüge zu konkretisieren. Brown und Levinson gehen davon aus, dass jeder Mensch ein positives und ein negatives Gesicht, genauer ein Verständnis von sich selbst hat bzw. von dem man denkt, dass die anderen es hätten. Das Gesicht ist etwas, was bewahrt werden, aber auch verloren gehen kann. Die Verwendung von bestimmten sprachlichen Mitteln kann dazu beitragen, sowohl das eigene Gesicht als auch das Gesicht bzw. die Gesichter der Gesprächspartner zu bewahren und sich an dem öffentlichen Gesicht, das einem zugeschrieben wird, zu orientieren (Brown und Levinson 1987, S. 62). Mit dem positiven Gesicht ist das Bedürfnis gemeint, von den anderen akzeptiert und anerkannt zu werden, nämlich „the desire to be approved“ (Brown und Levinson, 2009, S. 13), wodurch auch ein Gemeinschaftsgefühl gebildet wird. Das negative Gesicht bedeutet, dass man die Handlungsfreiheit erhalten bzw. nicht von den anderen behindert werden will: „the desire to be unimpeded in one’s action“ (Brown und Levinson, 2009, S. 13). Mit der gesichtsbedrohenden Akte (*FTA*) werden in der Theorie von Brown und Levinson die

Kommunikationsfälle gemeint, in denen das Gesicht des Sprechers oder des Adressaten bedroht wird, so kann z.B. das negative Gesicht und somit die Handlungsfreiheit einer anderen Person durch solche sprachlichen Handlungen wie Bitten, Vorschläge oder Befehle bedroht werden (Brown und Levinson, 1987, S. 65–66). Zu den das positive Gesicht bedrohenden Handlungen gehören diejenigen, die annehmen lassen, dass die Gefühle des anderen dem Sprecher nicht wichtig wären, dass der Sprecher nicht dieselben Bedürfnisse wie der Adressat hat, so etwa Kritik, Beschuldigungen, Unterbrechungen, etc. (Brown und Levinson, 1987, S. 66–67). Um das eigene Gesicht oder das Gesicht des anderen zu bewahren, verwenden die Sprecher die Strategie der positiven oder die der negativen Höflichkeit. Die negative Höflichkeit (im allgemeinen Verständnis die formale Höflichkeit) wird eingesetzt, um eine Distanz zu schaffen (z.B. sich entschuldigen oder eine Frage stellen), und die positive Höflichkeit dient dazu, Zugehörigkeit und Nähe zu erzeugen (z.B. Einigung suchen oder Streit vermeiden). Brown und Levinson (1987, S. 70) beschreiben fünf Höflichkeitsstrategien, die jedoch eng miteinander verbunden sind, nämlich bald on record, negative Höflichkeit, positive Höflichkeit, off-record und keine Handlung (z.B. Schweigen), und auf die im Folgenden Bezug genommen werden soll.

An dieser Stelle sei noch darauf hinzuweisen, dass auch Brown und Levinson in ihren Ausführungen zum Konzept des Gesichts und zu den oben erwähnten Höflichkeitsstrategien als wichtige Faktoren die relative Macht und soziale Distanz erwähnen, die die Bedeutung von FTA und somit auch die Präferenz von bestimmten Höflichkeitsstrategien beeinflussen (Brown und Levinson, 1987, S. 76–77). Für welche sprachliche Handlung man sich in einer konkreten Situation entscheidet, hängt also eng mit der Reaktion auf die Machtposition und den Status einer anderen Person, d.h. was man einer anderen Person und wie man es ihr sagen darf, zusammen: Soziale Distanz wird oft mit dem negativen Gesicht verbunden, wogegen die soziale Nähe eher mit dem positiven Gesicht assoziiert wird (ebd.). Damit rückt die Höflichkeitstheorie in die Nähe des Macht- und Solidaritätsansatzes von Tannen, weshalb die beiden Aspekte bei der weiteren Analyse der deutsch-litauischen Verhandlungsgespräche zusammen behandelt bzw. aufeinander bezogen werden.

Ergebnisse: Höflichkeitsstrategien und die Dynamik von Macht und Solidarität

Im ersten Schritt wurden die Gespräche transkribiert, danach wurde nach den Situationen gesucht, in denen die Dynamik von Macht und Solidarität in der sprachlichen Interaktion zum Vorschein kommt. Die relevanten Fälle wurden aus dem Korpus aussortiert und die darin vorkommenden Höflichkeitsstrategien eingehend erläutert. Die Beispiele 1a und 1b zeigen die Kommunikation zwischen einem Auftragnehmer (L) und einem Auftraggeber (D2) sowie seiner Mitarbeiterin (D3), die einen niedrigeren Status als L besitzen (asymmetrische Kommunikation). Das Beispiel 2 zeigt auch die asymmetrische Kommunikation zwischen einem Auftragnehmer (D) und einer Auftraggeberin (L), die einen niedrigeren Status als D besitzt, aber in den Verhandlungen für ihren Geschäftsführer (L2) spricht (dieser ist zwar anwesend, aber wegen unzureichender Englischkenntnisse kaum am Gespräch beteiligt). Das Beispiel 3 präsentiert eine symmetrische Beziehung zwischen den Leitern eines litauischen und eines deutschen Unternehmens, die im Hinblick auf ihre Positionen im Unternehmen einen gleichen Status besitzen.

Beispiel 1

Das litauische und das deutsche Unternehmen führen ein Gespräch, um die Lieferunterlagen des Produkts, das in Land x hergestellt und von dem litauischen Unternehmen nach Deutschland geliefert wird, auszuhandeln. An dem Gespräch nehmen zwei Beteiligten teil: L – Leiter des litauischen Unternehmens und D2 – stellvertretender Leiter des deutschen Unternehmens. Die Kommunikation zwischen den Beteiligten ist asymmetrisch. Das Ziel des Gesprächs ist, die Details der Produktlieferung zu verhandeln. Das deutsche Unternehmen benötigt die Unterlagen y und der Vertreter des litauischen Unternehmens will erklären, in welcher Phase sich die für die Produktlieferung erforderlichen Unterlagen befinden, die er von dem Partner aus dem Land x bekommen soll. D2 erinnert L an die Wichtigkeit der Unterlagen y, für die L und sein Kollege im Drittland verantwortlich sind,

aber die Aufgabe nicht erledigt haben. Das Gespräch spiegelt das erste Setting der Verhandlungen nach Wagner (1995, S. 12) wider (A has goal X, B has goal Z. Neither A nor B has control over both goals). Beide Vertreter sollen die Koordination ihrer Handlungen besprechen. Das deutsche Unternehmen gilt als Auftraggeber, daher auch seine dominierende Position, und das litauische Unternehmen gilt als Auftragnehmer sowie Vertreter des Herstellers in Land x. Das ist nicht das erste Gespräch zwischen den Vertretern der beiden Unternehmen. Die Zusammenarbeit ist fortgeschritten, aber es gibt immer noch offene Fragen, die ausgehandelt werden sollen, deswegen haben die Unternehmen ein online-Treffen (00:23:11 St.). Das Gespräch findet im März 2020 statt, also in der Anfangsphase der Covid 19-Pandemie. Der zu analysierende Auszug befindet sich am Anfang der Kernphase des Gesprächs. L steigt in die Kernphase des Gesprächs ein, indem er sein Anliegen bzw. den Wunsch, offene Fragen zu besprechen, konkret und eindeutig formuliert:

Beispiel 1(a): Schaffen einer gemeinsamen Basis, um den Vorwurf zu mildern

- {03:55} **0050 D2** There's a request for a certificate for the lifting rope and for the (Produktname). **It's just** something **I** have already told many times to your colleague peter, the thing is he is bothering me in for more times, **so but this is** something that is written into it and is requested **So this is** something **you should** have for the quality documentation
- {04:35} **0051 L** **I see**, because this is what **I** missed and this is where **I did not get** the response the feedback from peter. **And to say the truth, I did not require those** (Unterlagen) from (Drittland 1) and from (Drittland 2)
- {04:49} **0052 D2** **yeah** that's why **I asked you** for the (Unterlagen) of the products. **we have spoken** about that. **my question was months ago** what was tested, how much was tested, yeah...
- {05:27} **0053 L** **yes, yes bernd**, this is what **I** requested and **I** did not receive the response from (Land x), so **I** will send the reminder to them. yes, **I** do remember this discussion with **you**.
- {05:37} **0054 D2** and I think they have also provided to you (Produkte), right

In seinem Redebeitrag (Z: 0050) erinnert D an die Wichtigkeit der Unterlagen, über die er den Kollegen (L) bereits früher informiert hat. Seinen

Vorwurf mildert er durch die Strategie der negativen Höflichkeit mit einer Hecke *just*. Brown und Levinson (1987, S. 147-148) zufolge kann dadurch die illokutionäre Kraft der Äußerung modifiziert werden (It's just something I have already told many times [...]). In dem gleichen Redebeitrag betont D mit einer Hecke *so*, die hier als Verstärkungspartikel gilt, dass L die Unterlagen unbedingt besorgen muss ([...] so but this is [...], [...] So this is something you should have [...]). L reagiert auf D2s Erinnerung und berichtet in seinem Redebeitrag (Z: 0051), dass er die erforderlichen Unterlagen nicht hat. Er schiebt die Verantwortung dafür an einen anderen abwesenden Partner, um sich zu rechtfertigen und seine soziale Macht nicht zu beschädigen. Zuerst mildert er die Situation durch die Strategie der positiven Höflichkeit mit einem Diskursmarker *I see*. Er verwendet das Pronomen *I*, mit dem er zeigen will, dass auch er davon betroffen ist (*I missed, I did not get*). In einem darauf folgenden Schritt mildert er durch die Strategie der negativen Höflichkeit, realisiert durch den Heckenausdruck *and to say the truth* (vgl. dazu Grice's (1968) Maxime der Qualität der Wahrheit und der Ethik), sein Bekenntnis, dass er die Unterlagen gar nicht beantragt hat (*I did not require*), und versucht somit, sein positives Gesicht zu wahren. D2 reagiert mit einem Heckenausdruck (*yeah*), der hier als Füller und als Zeichen einer aktiven Zuhörerschaft (Zimmermann und West, 197, in: Rosanti und Jalani, 2016, S. 32) gelten kann. Weiter expliziert D2 (Z: 0052) einen gesteigerten Vorwurf, dass L die Unterlagen nicht angefordert hat, obwohl er dies längst hätte tun müssen (*I asked you; we have spoken; my question was months ago*). Er sagt direkt und höflich, dass das Problem ungelöst bleibt. D2 verwendet dabei die Pronomen *I* (ich), *you* (du/Sie) und *my* (meine), um die Verantwortung des Gesprächspartners zu verstärken. Es handelt sich um eine Vorwurf-Rechtfertigungs-Kommunikation (*I asked you*), die sowohl der Erreichung arbeitsrelevanter Ziele als auch der Demonstration der sozialen Macht dient. Um seinen deutlich ausgedruckten Vorwurf, der Ls positives Gesicht bedrohen könnte, und die Aufforderung in der asymmetrischen Kommunikation zu mildern, pluralisiert D2 das Pronomen *I* mit dem institutionellen exklusiven *we* (Brown und Levinson (1987, S. 203) (*we have spoken about that*). Die Strategie der positiven Höflichkeit mit der Pluralisierung des Pronomens der ersten Person hilft, das positive Gesicht Ls

zu wahren. In seinem Redebeitrag bestätigt L (Z: 0053) die Berechtigung des Vorwurfes (yes, yes bernd [...]) und verspricht, das Problem zu lösen (so I will send the ... reminder to them).

Da es in dem Redebeitrag D2s Solidarität manifestiert, zeigt auch L seine Solidarität und Empathie (Brown und Lewinson, 1987, S. 119), die er durch die Verwendung des Vornamens (bernd) dem deutschen Partner (D2) gegenüber äußert und dies durch die Wiederholung der Antwortpartikeln (yes, yes) verstärkt. Als Reaktion auf D2s Vorwurf äußert L für ihn eine Rechtfertigung, um seine Schuld jedoch durch die Verschiebung der Verantwortung an einen anderen abwesenden Partner zu reduzieren (I requested and I did not received the response from (Drittland)). Er möchte sich mit dem deutschen Partner solidarisieren auch seine Freundlichkeit (Tannen, 1994, S. 264) zeigen, zugleich auch deutlich machen, dass sie beide ein Team sind (Kuzhevskaya, 2019, S. 40). Am Ende seines Redebeitrags bildet er durch die Strategie der positiven Höflichkeit eine gemeinsame Basis, indem er die Pronomen I (ich) und you (du/Sie) verwendet. Durch die positive Höflichkeit wahrt er sein positives Gesicht, indem er teilweise D2s Kritik akzeptiert, um die Solidarität mit den deutschen Partnern zu erzielen und seine soziale Macht zu verstärken. L möchte durch die positive Höflichkeit die negative Seite des Herstellers hervorheben und in dem gleichen Moment dem deutschen Partner näherkommen. Es ist dem litauischen Vertreter wichtig, die Seriosität seines Unternehmens zu betonen.

Die Wahl, solidarische Beziehungen zu schaffen und nicht die Macht in der Kommunikation zu demonstrieren, zeigt den Wunsch, die produktive Zusammenarbeit zwischen zwei Vertretern mit einem unterschiedlichen Status zu erzielen und die gemeinsamen Tätigkeiten zu koordinieren. Durch die Strategie der positiven Höflichkeit mit dem exklusiven Pronomen we signalisiert der Auftraggeber seine Solidarität im Hintergrund der Macht, indem er seinen Vorwurf zu mildern sucht. Die von ihm strategisch eingesetzte Dynamik von Solidarität zur Macht hilft ihm, den Auftragnehmer, der einen höheren Status besitzt, zu überzeugen. D2s Redebeitrag (Z: 0054) signalisiert, dass sein Anliegen von L begriffen wurde, und er kann zu einer anderen offenen Frage übergehen.

Beispiel 1(b): Ausdruck von Vorwürfen und Verantwortungsverschöbung

Weiter diskutieren die Vertreter über die Produktlieferung und die Lieferunterlagen y aus dem Drittland nach Deutschland. Zum Gespräch ist noch eine weitere Mitarbeiterin des deutschen Unternehmens hinzugekommen (D3 – Abteilungsleiterin). Die Kommunikation findet in dem vorgeführten Auszug zwischen der Auftragsgeberin (deutsch) und dem Auftragsnehmer (litauisch), die in ihren Unternehmen einen unterschiedlichen Status haben, statt und ist als asymmetrisch zu bezeichnen:

- {18:05} **0134 D3** so so, in my check list for today, there's only one thing left, which is the transporter site. some months ago **you offered us** transport site for all the (products). so **but** until today, **I didn't** receive **anything**.
- {18:22} **0135 L** **bettina** look (.) aaa here **we have** two things on the list, **first** of the thing is **we have to have** final packing lists in order to ask for the transportation price. **another** is to have a delivery schedule, to have an idea when those can be done. **third thing** for this is **we** still don't know from **your** side how many deliveries are to be organized. **is it one spot? should we split it in two or three deliveries, on what time?** Timing and everything. **so let** this do it step by step **let us** arrange the packing list.
- {19:03} **0136 D3** **but but**
- {19:04} **0137 L** then split them two deliveries and then send inquiries for transportation companies

In ihrem Redebeitrag (Z: 0134) erinnert D3 den litauischen Partner daran, dass sie schon vor ein paar Monaten (some months ago) ihn darum gebeten hatte, das Produkt zu liefern. Den ersten Teil ihres Redebeitrags fängt sie mit dem Hinweis auf ein früheres Transportangebot seitens L an (you offered us). Mit der Verwendung der Pronomen you (du/Sie) und us (uns) hebt sie ihre Kooperation hervor. Unmittelbar drückt sie jedoch durch die Konjunktion but direkt (*bald on record*) den Vorwurf aus (I didn't receive anything), dass L seine Aufgabe nicht erfüllt hat. Zuerst setzt sie auf Kooperation, verweist auf die guten Absichten seitens L (you offered us) und erst danach äußert sie ihren Vorwurf (but until today, I didn't receive anything) und geht zur Vorwurfs-Rechtfertigungs-Kommunikation über. Damit bedroht sie Ls positives Gesicht. Obwohl sie höflich spricht, manifestiert sich im zweiten Teil

ihres Redebeitrags Selbstschutz (Tannen, 1994, S. 78). In dem nächsten Redebeitrag (Z: 0135) signalisiert L, dass ihm der Vorwurf D3s nicht gefällt, und er fängt an, sich zu rechtfertigen. Zuerst verwendet er die Strategie der positiven Höflichkeit und spricht seine deutsche Partnerin mit dem Vornamen (bettina) an, um Freundlichkeit zu signalisieren (Tannen, 1994b, S. 264) und den Imperativ (look) abzuschwächen, damit das positive Gesicht der Auftraggeberin bewahrt wird. Er rechtfertigt sich, dass er das Produkt noch nicht geliefert hat, und erinnert die Partnerin daran, dass noch nicht alles fertig abgesprochen ist. L präsentiert sich als Lehrer (Ylönen, 1992, S. 17), wenn er die Gründe nummeriert auflistet (first, another, third). Zuerst signalisiert er seine Solidarität und bezieht sowohl sich selbst als auch D3 durch die Verwendung inklusiven Pronomens *we* in gemeinsames Handeln ein (*we have two things; we have to have final packing lists*), was sich als Ausdruck der positiven Höflichkeit bewerten lässt.

In dem gleichen Redebeitrag greift er jedoch auch zur Strategie der negativen Höflichkeit, indem er das Pronomen *we* von dem inklusiven ins exklusive ändert und somit die Bedeutung von seiner eigenen Person auf die von ihm vertretene Institution verlegt, um im Namen des Unternehmens sprechen zu können, was seine institutionelle Macht verstärkt (*we still don't know from your side*). Ebenfalls wird auch D3 durch das von L verwendete Pronomen *your* mit ihrer Institution gleichgesetzt, sodass sein Vorwurf als negative Bewertung (Brown und Levinson, 1987, S. 66) von D3s positivem Gesicht verstanden werden kann. Um die Position des Lehrers zu stärken, Kritik zu äußern und die Eigenverantwortung zu vermeiden, verwendet er rhetorische Fragen (*Is it one spot?, should we split it in two or three deliveries, on what time?*) und lässt die Antworten in der Luft hängen (Brown und Levinson, 1987, S. 223). In dem Moment versucht er, durch die Höflichkeitsstrategie *off record* seine Verantwortung und den früheren Vorwurf D3s abzulehnen, wobei die institutionelle Hierarchie und damit die Kategorie Macht in den Vordergrund rückt (Kulbayeva, 2020, S. 185).

Am Ende seines Redebeitrags gibt L zuerst sehr direkt (*bald on record*) eine Anweisung und macht einen Vorschlag (*so let*), womit er wiederum D3s Gesicht bedroht. Um die Beziehung nicht zu stark zu gefährden und die Kooperationsbereitschaft zu signalisieren, beendet er

seinen Redebeitrag mit dem inklusiven wir (let us) der positiven Höflichkeit. Dass das Gesicht D3s von L bedroht wurde, spiegelt sich in der Überlappung durch Konjunktionen (but but) wider, denn D3 will ihren Widerspruch möglichst schnell äußern (Z: 0136). D3 wird aber sofort durch L unterbrochen und gestört, ihre Äußerung zu beenden, womit L die Kontrolle über die Situation bewahrt (Charles, 1955, S. 155; Fairclough, 2001, S. 38). Das Beispiel zeigt die Manifestation der Dynamik von Solidarität und Macht in einer asymmetrischen Kommunikation. Die Dynamik von Solidarität und Macht spiegelt sich in dem Redebeitrag des hierarchisch höherstehenden Auftragnehmers wider und hilft ihm, auf der lokalen Gesprächsebene die Geschäftsbeziehung aufrechtzuerhalten, gleichzeitig jedoch die Verantwortung zu vermeiden bzw. an seine Partnerin zu schieben.

Beispiel 2: Machtanspruch durch Kundenrolle und Fremdsprachenkenntnisse

An dem online-Gespräch nehmen die Vertreter eines litauischen und eines deutschen Unternehmens teil. L ist stellvertretende Leiterin, L2 ist Leiter des litauischen Unternehmens und D ist Leiter des deutschen Unternehmens. Der Auszug gilt als Beispiel der asymmetrischen Kommunikation. Das kurze Gespräch fand im November 2020 statt (00:05:46 St.). Da online-Treffen in der Zeit der Corona-Pandemie zum Alltag gehören, verhandeln Unternehmen häufiger, aber kürzer, sodass sich Verhandlungstreffen in der Regel mit nur einem Thema befassen. Das Gespräch entspricht dem 4. Setting der Verhandlungen: A has goal X. B has goal Z. X is controlled by B, Z by A (Wagner, 1995, S. 12). Das litauische Unternehmen beschäftigt sich mit der Textilproduktion und das deutsche Unternehmen stellt Geräte für die Textilproduktion her. Das Ziel des litauischen Unternehmens ist, ein neues Produkt von dem deutschen Partner zu kaufen. Das Ziel des deutschen Unternehmens ist, das neue Produkt für den Festpreis zu verkaufen. Die Kommunikationssprache ist Englisch, aber das Sprachniveau der Beteiligten ist unterschiedlich: L2 hat schlechte Englischkenntnisse, L und D können dagegen sehr gut auf Englisch kommunizieren. Aufgrund besserer Englischkenntnisse erlaubt der litauische Leiter (L2) seiner Mitarbeiterin (L),

im Verhandlungsgespräch zu dominieren. Der Auszug, der der Kernphase des Gesprächs entnommen ist, schildert eine relevante Sequenz, in der die Verhandlungspartner ihre gegenseitigen Wünsche bzw. Vorschläge einander präsentieren:

{03:12} **0010 D** we can offer **you** (.) (.) for price x (.) instead of price y

{03:36} **0011 L** [for (.) is **this the last offer because I've not received the last offer** on the email, **yeah**, the **last offer** the price (x)]

{03:45} **0012 D** price x exactly

{03:51} **0013** [L und L2 sprechen leise und unverständlich miteinander auf Litauisch]

Wenn D ein spezielles Angebot macht, signalisiert er seine Kooperationsbereitschaft mit der Strategie der positiven Höflichkeit und wahrt Ls positives Gesicht (Z: 0010, we can offer you), indem er für das litauische Unternehmen die Möglichkeit gibt, das Angebot zu akzeptieren oder abzulehnen. In dem gleichen Moment verstärkt er durch das Pronomen we seine soziale Macht und zeigt, dass er hier im Namen seines Unternehmens agiert. Er signalisiert, dass der angebotene Preis nicht verhandelbar ist, da er bereits auf Unternehmensebene vereinbart wurde. In seinem Angebot verwendet D das Modalverb can, das als performativer Heckenausdruck gilt und der tatsächlichen Informierung dienen soll (Panther, 2015, S. 129). Sein Angebot, das sich durch den performativen Heckenausdruck manifestiert, ruft die negative Bewertung Ls hervor. Ls Redebeitrag (Z: 0011) beinhaltet Wiederholungen (last offer) und verdeutlicht somit ihre Unsicherheit (Kreutz, 2002, S. 235), ob der Preis für sie akzeptabel ist und ob das litauische Unternehmen die Maschine tatsächlich für den genannten Preis bekommen wird. Um sich zu versichern, überlappt sie den deutschen Partner mit dem Hinweis auf das fehlende schriftliche Angebot per E-Mail, wodurch sie nicht nur Zweifel, sondern auch ihren Enthusiasmus bezüglich des Vorschlags (Tannen, 1994, S. 227) signalisiert. Mit dem Vorwurf (I've not received), den sie direkt mit dem Pronomen I äußert und mit der Interjektion yeah verstärkt, was laut Poyatos (2002, S. 150) als Ausdruck der Empörung verstanden werden kann, bedroht sie Ds positives Gesicht. In dem nächsten

Redebeitrag bestätigt D durch exactly den von Ls in der Zeile 0011 genannten Preis. Seine selbstbewusste Ausdrucksweise ist ein Signal dafür, dass darüber nicht weiter zu diskutieren ist und dass der Preis sich nicht ändern wird, was auch als Ignorierung des Vorwurfes gelten kann. Als Reaktion darauf bedrohen L und L2 in der Zeile (0013) das positive Gesicht des Partners, weil sie sich miteinander auf Litauisch unterhalten (Code-Switching) und dem Gesprächspartner in dieser Phase keine Aufmerksamkeit schenken. In dem Fall spiegelt sich die Manifestation der Macht zwischen den Beteiligten wider.

Dieser Auszug verdeutlicht die Dynamik bzw. den Übergang von Solidarität zur Macht in einer Gesprächsphase, wo die zentrale Frage der Verhandlungen entschieden werden soll, nämlich der Preis. Es ist bemerkenswert, dass die Vertreterin des litauischen Unternehmens, die eigentlich einen niedrigeren Status im Unternehmen und in dieser Kommunikationssituation besitzt, ihre Macht durch das negative Gesicht manifestiert. Aufgrund ihrer guten Englischkenntnisse ist sie von L2 zur Vertretung des Unternehmens berechtigt und demonstriert trotz des asymmetrischen Verhältnisses ihre Macht. Ihre Dominanz kann in dem Fall auch dadurch erklärt werden, dass sie als Vertreterin des Auftraggebers agiert und ihre höhere Position als Kundin zur Geltung bringt.

Beispiel 3: Schaffen eines geschäftlichen Vertrauensverhältnisses

Das litauische und das deutsche Unternehmen führen ein Gespräch über das Bauen eines Gebäudes x und eines Gebäudes y in Litauen. Das deutsche Unternehmen gilt als Auftraggeber und das litauische Unternehmen als Auftragnehmer, darüber hinaus gilt es als Vermittler mit einem anderen Unternehmen in Litauen. Beide Unternehmen haben früher nicht zusammengearbeitet, also handelt es sich um die erste Verhandlung zwischen ihnen. Die Kommunikation ist symmetrisch. An dem Gespräch nehmen zwei Beteiligten teil: L ist Leiter des litauischen Unternehmens und D ist Leiter des deutschen Unternehmens. Das Ziel des Gesprächs besteht darin, das Projekt des neuen Gebäudes x und des Gebäudes y abzusprechen und zu

entscheiden, ob das litauische Unternehmen dieses Projekt durchführt. Das Gespräch spiegelt das vierte Setting nach Wagner (1995, S. 12) wider: A has goal X, B has goal Z. X is controlled by B, Z by A. Beide Vertreter müssen eine Vereinbarung treffen, um den Vertrag unterschreiben zu können. Das Gespräch findet im Januar 2021 online statt, weil die Corona-Pandemie ein physisches Treffen hindert. Die Beteiligten haben deswegen ein längeres Online-Treffen (01:10:25 St.). Bereits am Anfang des Gesprächs gibt L zu verstehen, dass das litauische Unternehmen nur das Gebäude x bauen kann, aber nicht das Gebäude y, weil sie dadurch gegen die litauischen Regelungen verstoßen würden. Gegen Ende der Kernphase des Verhandlungsgesprächs fängt D an, erneut über das Gebäude y zu sprechen. Er versucht, von L relevante Informationen zu bekommen, die hilfreich für das Bauen sein könnten. Er will ein Unternehmen finden, das das Gebäude y nach den Wünschen des deutschen Unternehmens errichten oder durch seine Teilnahme den Baupreis reduzieren könnte:

{01:01:11} **0096 D** but it is only for tendering or **it could happen** what in reality **we could** make a deal with them or **it just like aaa how to say just** to use them for pressing the price?

{01:01:24} **0097 L** aaaa **you know** aaa **I don't want** to be advisor from which guy

{01:01:29} **0098 D** **yes sure yes**

{01:01:30} **0099 L** to buy something but yes they **could** be real real suppliers and they **could** supply this if they are competitive in the price

{01:01:43} **0100 D** mhm ok

D verwendet in seinem Redebeitrag (Z: 0096) die Strategie der negativen Höflichkeit und drückt seine Vorsicht mit dem Heckenausdruck (could) und der indefiniten Form (it could happen) aus, um akzeptiert zu werden und riskante Meinungsverschiedenheit zu minimieren (Brown und Lewinson, 1987). Die zweimal verwendete Hecke (could) wird mit dem exklusiven we verstärkt, wodurch er sein positives Gesicht zu wahren versucht, zugleich aber seine Unsicherheit signalisiert. Seinen Redebeitrag beendet D mit einem Heckenausdruck (just like aaa how to say just) und erst dann stellt er seine Frage über andere litauische Bauunternehmen. Ls Antwort (Z: 0097) kann zuerst als Ausdruck der Verzweiflung verstanden werden, weil er die für ihn verfügbaren Informationen für D nicht weitergeben will. Durch den

Diskursmarker (you know) zeigt er aber seine Bereitschaft zur Kooperation und verwendet dabei die Strategie der positiven Höflichkeit, um sein eigenes Gesicht nicht zu bedrohen. Wenn D fragt, ob man evtl. von dem im Gespräch genannten dritten Unternehmen profitieren könnte (Z: 0096), bekommt er von L eine direkte Antwort, dass er damit nichts zu tun haben möchte (Z: 0097). Das Gesprächspartikel (aaa) in dem Redebeitrag von L (Z: 0097) signalisiert jedoch seine Verwirrung, die er in seinem nächsten Redebeitrag (Z: 0099) löst. Die positive Höflichkeit, die mit Hilfe einer wiederholten Zustimmung (yes sure yes) (Z: 0097) realisiert wird, signalisiert sein Einfühlungsvermögen und sein Verständnis für die Haltung des Partners. Seine Reaktion lässt sich als Solidarität betrachten, weil D den Wunsch Ls befriedigt. Auch Ls höfliche und informative Antwort (Z: 0099) zeigt seine Solidarität und den Wunsch, dem deutschen Partner zu helfen. Seine Einschränkung der vorherigen Verweigerung durch die Konjunktion but und die Bestätigung der Meinung des Gesprächspartners durch die Zustimmung yes, wenn der Lieferant bestimmte Bedingungen erfüllt, signalisiert die Bereitschaft, ein Vertrauensverhältnis und somit eine Grundlage für die zukünftige Zusammenarbeit durch einen offenen Meinungs austausch zu schaffen. Mit der Strategie der negativen Höflichkeit (die zweimalige Verwendung der Hecke could) wird seine kategorische Haltung gemildert. D äußert seine Zustimmung durch die Gesprächspartikel (mhm) und akzeptiert Ls Solidaritätsbereitschaft mit einem ok.

Die Beteiligten schaffen im Gespräch ein Vertrauensverhältnis, denn „Vertrauen ist für Unternehmen substanziell wichtig“ (Reinmuth, 2006, S. 326). Die Entscheidung, nicht über die anderen Unternehmen zu diskutieren (Z: 0097), ist das Zeichen des Respekts, mit dem sie einander, aber auch die anderen Geschäftsteilnehmern behandeln. Das gegenseitige Vertrauen steigt, wenn Ls Machtdemonstration verringert wird. Laut Rod (2007, S. 149) ermöglicht die solidarische Kommunikation den Gesprächspartnern, einander besser kennenzulernen und Vertrauen zu schaffen, was insbesondere in der Anfangsphase der möglichen Zusammenarbeit relevant ist.

Schlussfolgerungen

Die Dynamik von Macht und Solidarität, die durch unterschiedliche Höflichkeitsstrategien realisiert wird, wird in den als Beispiel angeführten englischsprachigen / deutsch-litauischen Geschäftsverhandlungen seitens der deutschen und litauischen Beteiligten eingesetzt. Die Analyse hat gezeigt, dass solch eine Dynamik sich nicht nur zwischen den Beteiligten, sondern auch in einem individuellen Redebeitrag manifestieren kann. Die Beteiligten sind in der Lage, im Laufe des Gesprächs die sozialen Variablen Solidarität und Macht durch die Realisierung von verschiedenen Höflichkeitsstrategien (bald on record, positive und negative Höflichkeit und off record) zu ändern, wodurch im Gespräch eine strategische Dynamik entsteht.

In der asymmetrischen Kommunikation wird die Solidarität durch Macht mit Hilfe der positiven Höflichkeit ersetzt, wenn der deutsche Auftragsgeber, der einen niedrigeren hierarchischen Status besitzt, seinem Gesprächspartner einen direkten Vorwurf mit den Pronomen I, my macht und diesen Vorwurf sofort mit dem exklusiven we mildert, um seinem Partner eine Erinnerung und Aufforderung zu äußern.

Die Solidarität wird auch durch Macht mit Hilfe der negativen Höflichkeit ersetzt, wenn der litauische Auftragsnehmer, der einen höheren Status besitzt, seinen Gesprächspartner freundlich mit dem Vornamen anspricht und ins Gespräch holt, anschließend aber Anweisungen gibt und somit in die Rolle eines Lehrers schlüpft. Der deutsche Auftragsnehmer drückt zunächst durch ein spezielles Angebot seine Solidarität dem litauischen Kunden gegenüber, unterbricht jedoch aus einer Machtposition weitere Diskussionen über den angebotenen Preis. Die litauische Auftragsgeberin, die einen niedrigeren Status besitzt, reagiert darauf mit Code-Switching, um die Situation mit ihrem Geschäftsführer unter sich zu diskutieren, womit sie das positive Gesicht des deutschen Partners bedroht. In einer anderen Situation lenkt der litauische Auftragsnehmer, der einen höheren Status als sein Gesprächspartner besitzt, durch den Übergang von einem solidarischen inklusiven zu exklusiven we die Aufmerksamkeit von seiner eigenen Person auf das von ihm vertretene Unternehmen, um Kritik an den Partner zu stärken und die Verantwortung zu vermeiden.

Die Solidarität wird durch Macht auch mit Hilfe der Strategie bald off record ersetzt, wenn der litauische Auftragsnehmer, der einen höheren Status besitzt, indirekt auf die Vorwürfe der deutschen Geschäftspartnerin mit rhetorischen Fragen reagiert, nachdem er in demselben Redebeitrag seine Solidarität geäußert hat.

In der symmetrischen Kommunikation wird die Macht durch Solidarität mit Hilfe der negativen Höflichkeit ersetzt, wenn der litauische Auftragsnehmer zunächst seine Machtposition ausnutzt und sich weigert, die von dem deutschen Partner gewünschte Information weiterzugeben, später aber doch auf die Frage eingeht, um gemeinsames Vertrauensverhältnis zu schaffen.

Insgesamt lässt sich schlussfolgern, dass die Dynamik von Macht und Solidarität in den englischsprachigen / deutsch-litauischen Geschäftsverhandlungen überwiegend mit der Realisierung von institutionellen und gesprächsllokalen Zielen zusammenhängt und hilft, die persönliche soziale Macht bzw. die unternehmerische Position zu stärken, zugleich auch eine partnerschaftliche Geschäftsbeziehung aufzubauen und die Zusammenarbeit zu ermöglichen. Da es in den Geschäftsverhandlungen vor allem um die Durchsetzung von jeweiligen Intentionen seitens der beteiligten Parteien geht, manifestiert sich solch eine Dynamik in den Fällen, in denen die Solidarität durch Macht mit Hilfe der negativen Höflichkeit ersetzt wird, was besonders typisch für die asymmetrische Kommunikation ist.

Inwiefern eine Generalisierung der Ergebnisse dieser Fallanalyse möglich ist, muss unter Heranziehung von weiteren Geschäftsverhandlungsgesprächen überprüft werden. So ist zum Beispiel zu untersuchen, ob die genannten Fälle der Dynamik von Macht und Solidarität auch in anderen Geschäftsverhandlungen vorkommen, ob sich eventuell auch weitere Fälle feststellen lassen und, wenn ja, welche verhandlungsstrategischen Funktionen sie dabei erfüllen. Die umfassenden sprachlichen Analysen von Geschäftsverhandlungen könnten interessante Einblicke in die Fachkommunikation nicht nur für die Geschäftsleute, die in ihrem Beruf immer wieder interkulturell verhandeln müssen, sondern auch für die Fremdsprachenlehrer ermöglichen, insbesondere für die, die Fremdsprachen im unternehmerischen Kontext unterrichten. Die Arbeit mit

authentischem Sprachmaterial könnte zweifellos die Lernmotivation stärken und zum Lernerfolg beitragen.

Literatur

- Alonso, M. M. (2015). *Die sprachliche Höflichkeit: linguistische Analyse der direktiven Sprechakte aus spanisch-deutscher kontrastiver Sicht*. Santiago de Compostela.
- Bastos, L. (1996). Power, solidarity and the construction of requests in service encounters. *The ESPecialist*, 17(2), 151–174. https://www.researchgate.net/publication/277065625_Power_Solidarity_and_the_Construction_of_Requests_in_Service_Encounters
- Brown, P., & Levinson, C. S., & Gumperz, J. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511813085>
- Brünner, G. (2000). *Wirtschaftskommunikation: Linguistische Analyse ihrer mündlichen Formen*. Max Niemeyer Verlag. <https://doi.org/10.1515/9783110943320>
- Charles, M. (1995). Organisational power in business negotiations. In K. Ehlich, & J. Wagner (Hrsg.), *The discourse of business negotiation* (SS. 151–174). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110881516.151>
- Crystal, D. (1997; 2003). *English as a global language*. Cambridge University Press.
- Ehrlich, S. (2011). Courtroom discourse. In R. Wodack, B. Johnstone, & P. Kerswill (Hrsg.), *The SAGE handbook of sociolinguistics* (SS. 361–375). <https://doi.org/10.4135/9781446200957.n26>
- Gumperz, J. (1982). *Discourse strategies*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511611834>
- Gumperz, J. (1999). On interactional sociolinguistic method. In S. Sarangi, & C. Roberts (Hrsg.), *Talk, work and institutional order* (SS. 453–472). Mouton de Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110208375.4.453>
- Gumperz, J. J. (2005). Interactional sociolinguistics: A personal perspective. *Handbook of Discourse Analysis*. In D. Schiffrin, D. Tannen &

- H. E. Hamilton (Hrsg.), *The handbook of discourse analysis* (215–228). Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9780470753460.ch12>
- Hofstede, G. (1984). Cultural dimensions in management and planning. *Asia Pacific J Manage*, 1, 81–99. <https://doi.org/10.1007/BF01733682>
- Hofstede, G. (1994). The business of international business is culture. *International Business Review*, 3(1), 1–14. [https://doi.org/10.1016/0969-5931\(94\)90011-6](https://doi.org/10.1016/0969-5931(94)90011-6)
- Höhenstein, Ch., & Spörri, S. M. (2012). Englisch als Lingua Franca in Unternehmen. Herausforderungen und Chancen von Sprachdiversität in interkulturellen Arbeitsteams. *Themenschwerpunkt*, 32–36.
- Kamandulytė-Merfeldienė, L., & Vainilavičiūtė, S. (2018). Positive and negative politeness in spoken Lithuanian. *Philologia Estonica Tallinnensis*, 3, 66–94. <https://doi.org/10.22601/PET.2018.03.03>
- Keim, I. (2007). Internationale Soziolinguistik und kommunikative, soziale Stilistik. *Sociolinguistica Jahrbuch*, 20, 70–91. <https://doi.org/10.1515/9783484604841.70>
- Kreutz, J. H. (2002). *Sprachliche Wiedervereinigung Ost-West. Eine pragmlinguistische Untersuchung zu Erscheinungen kommunikativer Unsicherheit bei jungen Ostbürgern*. IDS Amades 1 (02), Mannheim.
- Kulbayeva, A. (2020). Balancing power and solidarity through indirectness: A case study of Russian and Kazakh meeting chairs. *Journal of Politeness Research*, 16(2), 159–191. <https://doi.org/10.1515/pr-2017-0054>
- Kuzhevskaya, E. B. (2019). Politeness strategies in business English discourse. *Training, Language and Culture*, 3(4), 36–46. <https://doi.org/10.29366/2019tlc.3.4.4>
- Nguyen, N. M. N. (2020). *Power and solidarity in moral, affective, and epistemic positioning: Constructing identities in everyday Vietnamese family discourse* [Dissertation, Georgetown-Universität]. Washington.
- Ogiermann, E. (2009). Politeness and indirectness across cultures: A comparison of English, German, Polish and Russian requests. *Journal of Politeness Research*, 5, 189–216.
- Peleckis, K. (2014). International business negotiations: Innovation, negotiation team, preparation. *Procedia – Social and Behavioral*
-

- Sciences*, 110, 64–73. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.848>
- Poyatos, F. (2002). *Nonverbal communication across disciplines. Volume I: Culture, sensory interaction, speech, conversation*. John Benjamin Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/z.ncad1>
- Reinmuth, M. (2006). *Vertrauen schaffen durch glaubwürdige Unternehmenskommunikation. Von Geschäftsberichten und den Möglichkeiten und Grenzen einer angemessenen Sprache*. [Dissertation, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf].
- Richter, H. (2009). *Interkulturelle Kommunikation Kosten und Nutzen einer Lingua franca* [Dissertation, Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg].
- Rosanti, E. D., & Alan, J. (2016). The use of lexical hedges in spoken language by female and male students. *English Journal*, 16, 29–39.
- Selting, M., Auer, P., Barth-Weingarten, D., Bergmann, J., Bergmann, P., Birkner, K., Couper-Kuhlen, E., Deppermann, A., Gilles, P., Günthner, S., Hartung, M., Kern, F., Mertzluft, Ch., Meyer, Ch., Morek, M., Oberzaucher, F., Peters, J., Quasthoff, U., Schütte, G., Stukenbrock, A., & Uhmann, S. (2009). Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2). *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion*, 10, 353–402.
- Smith, L. E. (1983). English as an international auxiliary language. In Ders (Hrsg.), *Readings in English as an International Language* (SS 1–5). Pergamon.
- Tannen, D. (1984). *Language and power*. In Forum: Georgetown Graduate Review. 1.1.
- Tannen, D. (1990). Rethinking power and solidarity in gender and dominance. In K. Hall, J. P. Koenig, M. Meacham, S. Reinman, & L. A. Sutton (Hrsg.), *Proceedings of the 16th annual meeting of the berkeley linguistics society* (SS. 519–29). Berkeley Linguistics Society. <https://doi.org/10.3765/bls.v16i1.3433>
- Tannen, D. (1993). The relativity of linguistic strategies: Rethinking power and solidarity in gender and dominance. In D. Tannen (Hrsg.), *Gender and conversational interaction* (SS. 165–188). Oxford University Press. Nachgedruckt in D. Tannen (1994), *Gender and discourse* (SS. 19–52). Oxford University Press. Nachgedruckt in

- T. A. van Dijk (Hrsg.) (2007), *Discourse Studies*, 5, 76–98. Sage.
- Tannen, D. (1994). *Das hab' ich nicht gesagt! Kommunikationsprobleme im Alltag. Aus dem Amerikanischen von Maren Klostermann*. Goldmann Verlag.
- Tannen, D. (1996). *Du kannst mich einfach nicht verstehen. Warum Männer und Frauen aneinander vorbeireden*. Ernst Kabel Verlag.
- Tannen, D. (2000). Indirectness at work. In J. Peyton, P. Griffin, W. Wolfram & R. Fasold (Hrsg.), *Language in action: New studies of language in society, essays in honor of Roger W. Shuy* (SS. 189–212). Hampton Press.
- Tannen, D. (2001). *Deborah Tannen: He said, she said – gender, language, & communication [and] Deborah Tannen: In depth. Part 2*. [Videotapes and Teaching Guide].
- Tannen, D. (2005). Interactional sociolinguistics as a resource for intercultural pragmatics. *Journal of Intercultural Pragmatics*, 2(2), 205–208. <https://doi.org/10.1515/iprg.2005.2.2.205>
- Volkema, R., Kapoutsis, I., Bon, A., & Almeida, J. R. (2015). *The influence of power and individualism-collectivism on negotiation initiation*. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2016150072>
- Wagner, J. (1995). 'Negotiating activity' in technical problem solving. In A. Firth (Hrsg.), *The discourse of negotiation. Studies of language in the workplace* (SS. 223–246). Pergamon Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-042400-2.50015-7>
- Zhuang, Z., & Huang F. (2020). A research on English business negotiation strategies in the framework of politeness theory. *Sino-US English Teaching*, 17(12), 343–350 <https://doi.org/10.17265/1539-8072/2020.12.001>

Gintarė Gelūnaitė-Malinauskienė

Vytautas Magnus University, Lithuania

gintare.gelunaite-malinauskiene@vdu.lt

INTERACTIONAL-SOZIOLINGUISTIC ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF POWER AND SOLIDARITY IN GERMAN-LITHUANIAN BUSINESS NEGOTIATIONS

Summary. The article analyses German-Lithuanian business negotiations in the English language, focusing on questions of the dynamics of power and solidarity (Tannen, 1993, 1995), realized through various politeness strategies (Brown & Levinson, 1987). In the evaluation of the audio material and the determination of the type of conversation as "business negotiation", it has been assumed that this is a communication situation in which the participants want to make an agreement based on different or identical objectives (Wagner, 1995). In the first phase of the analysis, the excerpts of the discussions were selected to determine which goal is being pursued by the participants. In the next phase, the politeness strategies used by the participants are explained to determine how the dynamics of power and solidarity arise locally and which intentions are thereby realized by the participants or what special purpose the local dynamics serve against the background of the general discussion goal. The exemplary analysis refers to the theoretical-methodological approaches of Gumperz, Brown, and Levinson as well as Tannen, whereby special importance is given to the studies that deal with the politeness strategies with regard to the generation of the dynamics of power and solidarity in institutional interaction, especially from the point of view of conversational analysis (Kulbayeva, 2020; Zhuang & Huang, 2020). The results of the analysis could be helpful for learners and teachers of a foreign language, especially if they are interested in intercultural business communication and teaching language for specific purposes and want to deal with authentic material.

Keywords: business communication; business negotiation; interactional sociolinguistics; dynamics; power; solidarity; politeness strategies; language teaching for specific purposes.

Gintarė Gelūnaitė-Malinauskienė

Vytauto Didžiojo universitetas, Lietuva
gintare.gelunaite-malinauskiene@vdu.lt

INTERAKCINĖ-SOCIOLINGVISTINĖ GALIOS IR SOLIDARUMO DINAMIKOS VOKIEČIŲ-LIETUVIŲ VERSLO DERYBOSE ANALIZĖ

Santrauka. Straipsnyje analizuojamos vokiečių-lietuvių verslo derybos anglų kalba, daugiausia dėmesio skiriant galios ir solidarumo dinamikos klausimams (Tannen, 1993, 1995), realizuojamiems per įvairias mandagumo strategijas (Brown ir Levinson, 1987). Vertinant garso medžiagą ir nustatant pokalbio tipą kaip „verslo derybos“, buvo daroma prielaida, kad tai yra komunikacinė situacija, kurioje dalyviai nori susitarti remdamiesi skirtingais arba vienodais tikslais (Wagner, 1995). Pirmajame analizės etape buvo atrinktos pokalbių ištraukos aiškinantis, kokio tikslo siekia dalyviai. Kitame etape tirta, kokias mandagumo strategijas naudoja dalyviai, siekiant nustatyti, kaip galios ir solidarumo dinamika kyla lokaliai ir kokius ketinimus tokiu būdu įgyvendina dalyviai arba kokiam ypatingam tikslui tarnauja lokali dinamika bendrojo diskusijos tikslo fone. Pavyzdinėje analizėje remiamasi Gumperzo, Browno ir Levinsono bei Tannen teorinėmis-metodologinėmis priegomis, pagal kurias ypatinga reikšmė teikiama tyrimams, kuriuose mandagumo strategijos nagrinėjamos galios ir solidarumo dinamikos susidarymo institucinėje sąveikoje atžvilgiu, ypač pokalbių analizės požiūriu (Kulbajeva, 2020; Zhuang ir Huang, 2020). Analizės rezultatai galėtų būti naudingi besimokantiesiems ir užsienio kalbos mokytojams, ypač jei jie domisi tarpkultūrine verslo komunikacija bei kalbos mokymu specifiniais tikslais ir nori dirbti su autentiška medžiaga.

Pagrindinės sąvokos: verslo komunikacija; verslo derybos; interakcinė sociolingvistika; dinamika; galia; solidarumas; mandagumo strategijos; kalbos mokymas specifiniais tikslais.