

## DIE SPRACHE UND DAS PHÄNOMEN *HÖFLICHKEIT* AM BEISPIEL EINES YOUTUBE-INTERVIEWS

## THE LANGUAGE AND THE PHENOMENON OF POLITENESS IN THE CONTEXT OF A YOUTUBE INTERVIEW

Gëzim Xhaferri<sup>1</sup>, Biljana Ivanovska<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Südosteuropäische Universität, Tetovo, R. Nordmazedonien*

<sup>2</sup>*Philologische Fakultät, Universität „Goce Delchev“, Štip, R. Nordmazedonien*

<sup>1</sup>*g.xhaferi@seeu.edu.mk*

<sup>2</sup>*biljana.ivanovska@ugd.edu.mk*

**Abstract:** In diesem Beitrag wird die linguistische Analyse eines auf YouTube veröffentlichten Online-Interviews durchgeführt, in dem das Phänomen *Höflichkeit* als soziokulturelle Entität definiert und dargestellt wird. Dazu werden die wichtigsten Theorien zur Höflichkeit vorgestellt und das Konzept *Gesicht* bzw. *Gesichtsverlust* erklärt sowie der Unterschied zwischen positiver und negativer Höflichkeit aufgezeigt. Es wird dargelegt, wie *Höflichkeit* die Wahl der Sprachmittel beeinflusst und wie die gewählten sprachlichen Einheiten die kommunikative Situation verändern können. Darüber hinaus werden die Funktionen der sprachlichen Mittel in der Anpassung der Sprache illustriert und dargestellt. Dazu wird die Beziehung zwischen den Teilnehmern der gegebenen Kommunikation aufgezeigt und analysiert. Es wird ebenso gezeigt, wie die Sprecher die Höflichkeitsformen in Beziehung zu ihrem Gesprächspartner anpassen. Die Analyse der Sprachverwendung des Moderators und des (weiblichen) Gastes bestätigt die Annahme, dass die Sprache in Beziehung zur Gruppenzugehörigkeit der Sprecher steht und dass die Sprecher ihre Sprache in Abhängigkeit von der kommunikativen Situation anpassen. Die Analyse zeigt auch, dass in dem analysierten Interview eine positive Höflichkeit vorherrscht, was sich durch die Tendenz des Interviewers und des Interviewpartnerin gezeigt hat, die Distanz zu verringern, und zwar durch die Verwendung interpersonaler Diskursmarker sowie durch andere sprachliche Mittel.

**Stichwörter:** *Interview; Höflichkeit; sprachliche Elemente; emotionale Verstärkungen*

**Abstract:** The aim of this paper is the language analysis of an online-YouTube-interview, where the politeness is defined as a sociocultural entity. In this paper, the most influential theories of politeness are presented and the concept of *face* is explained. In addition to this, it presents in detail the difference between the positive and negative politeness. The data shows that politeness influences the choice of language means and how the language means can change the communicative situation where the functions of language means in adapting language are illustrated and shown. The results are based on an online-YouTube-interview which is analyzed linguistically by defining and showing the relationship

between the participants in the given communication. It also shows how the speakers adapt the politeness forms in relation to the conversation partner. The analysis of the language of the moderator and the guest confirms the assumption that the language is related to the situational context and that the speakers adapt their language depending on the communicative situation, which has been shown by the tendency of the moderator and the interviewed guest to reduce distance, through the use of interpersonal discourse markers as well as other language means.

**Keywords:** *Interview; politeness; language elements; emotional intensifiers*

### **1. Einleitung**

Das Phänomen *Höflichkeit* bezieht sich auf Verhaltensweisen und Umgangsformen, die dazu dienen, andere Menschen bzw. Gesprächspartner in der Kommunikation respektvoll und angemessen zu behandeln und die sozialen Beziehungen aufrechtzuerhalten. Dazu gehören beispielsweise Anreden, Danksagungen und Entschuldigungen. Höflichkeit kann je nach Kultur und Kontext unterschiedlich definiert, behandelt und gezeigt werden. Sie kann sich auf die Verwendung bestimmter Redewendungen, Gesten und ebenso auf die Körpersprache beziehen, sowie auf die Art und Weise, wie Meinungsverschiedenheiten und kontroverse Themen angesprochen werden. Es ist wichtig zu beachten, dass die Höflichkeit in Interviews auch durch kulturelle und soziale Faktoren beeinflusst werden kann, und dass es Unterschiede in der Höflichkeit zwischen verschiedenen Formen des Interviews und der Kulturen geben kann.

Die Textsorte *Interview*, die heutzutage eine wichtige Möglichkeit der Meinungs- und Informationsverbreitung geworden ist, diente ursprünglich nur den Journalisten als Werkzeug zur Informationsgewinnung. Im Duden-Bedeutungswörterbuch wird der Begriff *Interview* jedoch als ein

zur Veröffentlichung durch Presse, Rundfunk oder Fernsehen bestimmtes Gespräch zwischen einer bekannten Person und einem Reporter, in dem diese sich zu gezielten, aktuellen [politischen] Themen oder die eigene Person betreffenden Fragen äußert (Duden 2010: 522)

beschrieben. Ein Interview kann also als ein Frage-Antwort-Gespräch betrachtet werden, bei dem der Interviewer versucht, von dem Interviewten das zu erfahren, was er wissen möchte. Das Thema dieses Artikels ist entsprechend die Verwendung von Sprache, um ein bestimmtes kommunikatives Ziel in einer bestimmten kommunikativen Situation zu erreichen. Der situative Kontext ist ein Interview, das für Erwachsene (aber auch für Jugendliche) und ebenso für Fachleute bestimmt ist. Wir verfolgen die Rede des Interviewers und seiner Interviewpartnerin und analysieren dabei die verwendete Sprache, um so die Motivation für die Verwendung bestimmter sprachlicher Mittel zu entdecken.

### **2. Das Phänomen *Höflichkeit***

Die Höflichkeit stellt zweifelsohne einen der wichtigsten Aspekte im täglichen Kommunikationsverhalten von Menschen dar. Sie repräsentiert die

Aufrechterhaltung und Stärkung der Harmonie in der Gesellschaft durch positive Bewertungen und Handlungen, die rücksichtsvoll sind und/oder vom Gegenüber erwartet werden. Den Forschungsrahmen stellen zwei Höflichkeits-Theorien dar, diejenige von Brown & Levinson (1987) und diejenige von Watts (2003).

Das zentrale Konzept in der Theorie von Brown & Levinson (1987) ist das Konzept des Gesichtes (*face*): Es ist das Bild, das der Sprecher in der Öffentlichkeit von sich selbst erzeugen möchte. Brown & Levinson haben diesen Begriff von Goffman (1967) übernommen, der das *Gesicht* als positiven sozialen Wert ansieht, den ein Individuum während eines bestimmten Kontakts erwirbt. Die Theorien von Brown & Levinson (1978), Lakoff (1979) und Leech (2005) gelten in der internationalen, angloamerikanisch dominierten Höflichkeitsforschung als zentral. Ihre Autoren werden als die „Gründerväter der modernen Höflichkeitsforschung“ betrachtet (Eelen 2001: 23).

Die Sprachwissenschaftler Brown & Levinson entwickelten in den 1970er Jahren eine umfassende Höflichkeits-Theorie, die bis heute in der internationalen Höflichkeitsforschung von großer Bedeutung ist. Sie gehen davon aus, dass jeder Mensch sowohl ein *positives Gesicht* als auch ein *negatives Gesicht* besitzt, das in der Kommunikation von den Gesprächspartnern respektiert und bestätigt werden möchte. Diese Theorie baut auf dem Gesichtskonzept von Goffman aus dem Jahr 1967 auf.

Unter dem Begriff *positives Gesicht* verstehen Brown & Levinson das Selbstbild einer Person, unter dem Begriff *negatives Gesicht* das Bedürfnis nach Handlungsfreiheit. Sie postulieren, dass jede Äußerung das Potenzial hat, das positive oder negative Gesicht des Adressaten zu verletzen und somit jede Äußerung einen potentiellen „face-threatening act“ (FTA) darstellt. Um die Auswirkungen solcher Interaktion abzumildern, existieren zwei Arten von Kommunikationsstrategien: *positive politeness* und *negative politeness*, die jeweils auf das positive oder negative Gesicht des Adressaten ausgerichtet sind. Obwohl durchaus umstritten, ist das von Brown & Levinson (1987) vorgelegte Höflichkeits-Modell auch heute noch das in der Pragmatik-Forschung einflussreichste. An diesem Modell hauptsächlich kritisiert wird, dass es primär einen linguistische Ansatz darstelle und dass es sich als universell versteht (Spencer-Oatey 1996; Eelen 2001; Watts 2003; Haugh 2007; Bousfield 2008; Mills 2009; Arundale 2010; und Culpeper et al. 2017).

Als eine mögliche Alternative besteht in der Linguistik das soziale Modell von Watts (2003). Watts spricht von zwei Arten von Höflichkeit: (Un)Höflichkeit<sub>1</sub> und (Un)Höflichkeit<sub>2</sub>. (Un)Höflichkeit<sub>1</sub> bezieht sich auf die übliche Beschreibung des Verhaltens: zeigt Respekt, hilft anderen, unterstützt sie, gibt anderen einen Vorteil. Hier kommen die Anredearten, dann konventionelle Ausdrücke (Danke; Entschuldigung; Bitte) sowie andere sprachliche Mittel, die Ausdrücke abmildern können. Einige Menschen denken, dass höfliches Verhalten das angemessene Verhalten in Gesellschaft ist; andere betrachten dieses Phänomen als eine Verhaltensform der Höflichkeit oder als ein Zeichen der Bescheidenheit. Aber es gibt auch solche, die höfliches Verhalten negativ bewerten. Das Modell von Richard J. Watts ist ein theoretischer Rahmen, der dazu dient, die komplexe Natur von (Un)Höflichkeit in menschlichen Interaktionen zu erforschen und zu erklären. Es trägt dazu bei, die vielfältigen Wege zu verstehen, wie Menschen in verschiedenen sozialen Situationen höflich miteinander umgehen. Das Modell basiert auf der Idee, dass (Un)Höflichkeit in der Kommunikation nicht nur eine

Frage vom guten Benehmen ist, sondern ein komplexes soziales Phänomen, das stark von sozialen Normen und Erwartungen beeinflusst wird. Watts unterscheidet folgende Hauptaspekte der (Un)Höflichkeit: *Positives Höflichkeitsverhalten*: Dies bezieht sich auf Handlungen oder Verhaltensweisen, die dazu dienen, das Gesicht (die soziale Identität und das Ansehen) sowohl des Sprechers als auch des Hörers zu wahren oder zu schützen. Das positive Höflichkeitsverhalten umfasst: Komplimente, Lob, Dankbarkeit und eine positive Unterstützung; *Negatives Höflichkeitsverhalten*: Dies bezieht sich auf Handlungen oder Verhaltensweisen, die dazu dienen, Gesichtsbedrohungen oder Verletzungen zu vermeiden oder zu mildern. Dies kann beinhalten: Handlungen zu vermeiden, die unhöflich oder beleidigend wirken könnten, oder Distanz zu wahren, um das Gesicht des anderen zu schützen; *Unhöflichkeit<sub>1</sub>*: Dieses Phänomen, das in der Regel offensichtlich und leicht erkennbar ist, bezieht sich auf eine offene oder explizite Unhöflichkeit. Hierbei handelt es sich um Handlungen oder Äußerungen, die bewusst und absichtlich unhöflich sind. Beispiele dafür sind: beleidigende Bemerkungen, herablassendes Verhalten oder direkte Angriffe auf die Ehre oder das Ansehen einer Person; *Unhöflichkeit<sub>2</sub>*: Die Unhöflichkeit<sub>2</sub> bezieht sich auf die subtilen oder indirekten Formen der Unhöflichkeit. Dies sind Handlungen oder Äußerungen, die unhöflich sein können, ohne offensichtlich beleidigend oder aggressiv zu sein. Es handelt sich oft um indirekte Wege, um Gesichtsbedrohungen zu vermitteln oder unhöfliche Botschaften zu übermitteln, ohne direkt unhöflich zu erscheinen. Beispiele dafür sind: passiv-aggressive Kommentare, Ironie oder Sarkasmus, die das Gesicht des Gesprächspartners bedrohen können, ohne dabei explizit unhöflich zu sein. Watts argumentiert, dass Höflichkeit in verschiedenen Kulturen und sozialen Kontexten unterschiedlich definiert sein kann. Daher entwickelte er ein Modell, das es ermöglicht, (Un)Höflichkeit in spezifischen Interaktionen zu analysieren und zu verstehen. Sein Modell berücksichtigt die Faktoren, wie: die soziale Macht, den sozialen Abstand und die soziale Solidarität - die Elemente, die Höflichkeitsstrategien in der Kommunikation beeinflussen könnten.

Es gibt zahlreiche weitere Studien, Aufsätze und Bücher, die sich mit diesem Thema befassen und Einblicke in die komplexe Natur der Höflichkeit in der Kommunikation bieten. Meibauer J. (2001); Piller I. (2007); Locher, M. A. (2008); Schneider K. P. & Placencia, M.A. (2017); Locher, M. A., Jucker, A. H., Landert, D. et.al. (2023) und andere Vertreter und Forscher im Bereich der Pragmatik in der akademischen Welt beschäftigen sich mit dem Phänomen der Höflichkeit, Interkulturelle Kommunikation, Diskursanalyse, Interaktion, Fremdwahrnehmung und Kulturtransfer. Piller I. (2007) hat sich auch mit dem Thema der interkulturellen Kommunikation beschäftigt. Ihre Werke bieten wertvolle Einblicke in die Zusammenhänge zwischen Kultur, Gesellschaft, Interaktion und Höflichkeit in der Kommunikation. Ihre Werke sind eine wichtige Referenzquelle für Forschungen im Bereich der Gesellschaft, Kultur, als auch Höflichkeit in interkulturellen Kontexten. Meibauer J. (2001) hat auch über Höflichkeit in der Kommunikation geschrieben. In seiner Forschung hat er sich mit verschiedenen Aspekten der Pragmatik und der sozialen Interaktion beschäftigt, einschließlich höflichen Verhaltens in sprachlichen Kontexten. Seine Arbeiten berühren Themen wie Pragmatik, Höflichkeit, Sprechakte und die Art und Weise, wie Menschen ihre soziale Identität in der Kommunikation ausdrücken. Während seine Hauptforschungsbereiche breiter gefasst sind, hat er auch Beiträge zur Höflichkeitsforschung geleistet, insbesondere in Bezug auf die Pragmatik und die Verwendung von Sprache in der

sozialen Interaktion. Finkbeiner R. (2015) bietet eine umfassende Einführung in die Pragmatik in ihrem Werk "Einführung in die Pragmatik" und gibt eine ausführliche Darstellung der Untersuchung von Sprachgebrauch in kommunikativen Kontexten. In diesem Buch werden grundlegende Konzepte der Pragmatik, wie Sprechakte, Höflichkeit, Kontext und Interpretation, behandelt. Im Folgenden versuchen wir die Eigenschaften der Sprache im analysierten Interview näher zu beschreiben.

### **3. Die Sprache und das Phänomen der Höflichkeit im Interview**

#### **3.1 Allgemeine Gesichtspunkte**

Prof. Dr. Markus M. Lerch, der Kongresspräsident der Deutschen Gesellschaft für Innere Medizin (DGIM), führt ein Interview mit der früheren Schauspielerin und heutigen Ärztin Dr. Marianne Koch zur Verleihung der Ehrenmitgliedschaft der DGIM an ihren Vater, Prof. Rudolf Schindler. Das Interview fand am 27.04.2022 in München in der alten Bibliothek des LMU Klinikums statt und ist unter dem folgenden Link abrufbar: [https://www.youtube.com/watch?v=d5IkB\\_YmZ6U](https://www.youtube.com/watch?v=d5IkB_YmZ6U) (30.06.2023). Wir haben uns für die Analyse dieses Interviews entschieden, weil es bei diesem sich um ein aktuelles und interessantes Thema handelt.

Das Ziel des Interviews ist es, das Publikum über die Biographie von Frau Dr. Marianne Koch und über die wissenschaftlichen Leistungen ihres Vaters zu informieren und zu aktualisieren. Es folgt einer festgelegten Abfolge, bei der sowohl die Reihenfolge der Fragen und Antworten als auch die Zeit, die für jede Frage zur Verfügung steht, klar definiert sind.

Die persönliche Atmosphäre im Laufe des Interviews trägt dazu bei, die Stimmung aufzulockern. Eine solche Atmosphäre kann dazu beitragen, das Gespräch entspannt und natürlich zu gestalten und die Befragte zu ermutigen, offen und ehrlich zu antworten. Der Interviewer verwendet hierfür bestimmte Techniken, z.B. durch eine kurze Einführung zum wissenschaftlichen Hintergrund der Interviewpartnerin, durch ihr Ansprechen auf einer persönlichen Ebene oder durch die Wahl eines wissenschaftlichen Ortes für das Interview (hier Bibliothek des LMU Klinikums).

Die Interviewpartnerin ist nicht nur eine bekannte Person des öffentlichen Lebens, sondern – wie erwähnt – auch eine berühmte Filmschauspielerin, Internistin, Fachbuchautorin und hat eine eigene Radiosendung zu medizinischen Themen – all diese Dinge, die ihr Leben besonders machen. Das ganze Interview ist geprägt durch wissenschaftliches und biografisches Hintergrundwissen sowie durch Informationen zur Familie Schindler. Während des Interviews ist der Interviewer immer höflich distanziert und führt das Interview professionell, aber auf sehr menschliche Art und Weise durch. Er stellt Frau Dr. Koch als eine bemerkenswerte, mutmachende, intelligente und herausragende Frau von außergewöhnlicher Intelligenz vor. Das ganze Gespräch spielt in einer freundlichen, entspannten und höflichen Atmosphäre ab.

In der Analyse werden wir uns auf folgende Punkte konzentrieren:

- die Beziehung des Interviewers zu der interviewten Person,
- die von beiden verwendeten sprachlichen Mittel,
- die Art der sich jeweils manifestierenden Distanz
- die Anpassung des Interviewers an das Verhalten seiner Interviewpartner und die Situation allgemein und

- die Art der Gesprächsführung.

Professor Lerch beginnt das Interview ganz traditionell mit der Begrüßung „Liebe Kolleginnen und Kollegen“, und wendet sich dann an das Publikum, an seine Kolleginnen und Kollegen – also, in erster Linie an seine Mitarbeiter und solche Fachkräfte, die in der gleichen Branche oder in einer vergleichbaren Position tätig sind, aber auch an alle Zuschauer.

Der Interviewer verwendet einen offiziellen, formellen Stil, um das Interview anzukündigen und ebenso, um es später abzuschließen. Während des Interviews bemüht er sich bewusst, die Distanz zu seiner Interviewpartnerin zu verringern und die Nähe zu der potentiellen Zuschauergruppe zu erhöhen. Das Transkript wird hier von uns in entsprechende schematische Einheiten, die jeweils etwa 5-8 Sekunden umfassen, gegeben.

Im Folgenden werden wesentliche Charakteristika der Sprache des Interviewers und der derjenigen der Interviewpartnerin dargestellt.

### **3.2 Sprachliche Charakteristika des analysierten Interviews**

Das Interview fängt mit folgender Äußerung an:

0:05 - Liebe Kolleginnen und Kollegen. Wir sind in der alten Bibliothek des LMU Klinikums...

Die Eröffnungssphrase „Liebe Kolleginnen und Kollegen“ deutet darauf hin, dass die angesprochene Gruppe aus Mitarbeitern oder Fachleuten besteht, die in einer professionellen oder akademischen Umgebung arbeiten. Die Erwähnung der „alten Bibliothek des LMU Klinikums“ lässt darauf schließen, dass sich die Mitteilung in einem akademischen oder medizinischen Kontext befindet. Die Zielgruppe sind „Kolleginnen und Kollegen“, was auf eine Gruppe von Menschen hinweist, die beruflich miteinander verbunden sind. Es könnte sich um eine Versammlung von Ärzten, Pflegekräften, Forschern oder anderen Fachleuten im LMU Klinikum handeln. Das Treffen findet in der „alten Bibliothek des LMU Klinikums“ statt und zeigt, dass die Veranstaltung oder die Kommunikation in einem spezifischen physischen Raum organisiert wird und eine formelle oder professionelle Umgebung darstellt. Die Wahl der Bibliothek als Veranstaltungsort könnte auf eine Veranstaltung hinweisen, die mit Bildung, Forschung oder dem Austausch von Fachwissen zu tun hat. Bibliotheken sind oft Orte des Lernens und der Forschung. „LMU“ steht für „Ludwig-Maximilians-Universität“ und deutet darauf hin, dass es sich um eine Veranstaltung an einer Universität oder einem universitätsnahen medizinischen Zentrum handelt. „Klinikum“ zeigt an, dass es sich um einen Ort für medizinische Forschung und Praxis handelt.

### **3.3 Verbindung mit dem Publikum durch die Verwendung solidarischer Anredeformen**

Die Verwendung solidarischer Anredeformen kann dazu beitragen, die Sprache inklusiver zu gestalten und die Vielfalt der Geschlechtsidentitäten angemessen anzuerkennen. Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass die Verwendung solcher Formen je nach Kultur und Sprache variieren kann und nicht von allen Menschen akzeptiert oder bevorzugt wird. Es ist ratsam, die Präferenzen und Erwartungen der Zielgruppe zu berücksichtigen und respektvolle Kommunikation zu fördern.

0:12 - Bei mir ist Frau Dr. Marianne Koch, und der Grund, warum *wir* heute dieses Gespräch führen...

Der Sprecher erwähnt sich selbst („Bei mir ist Frau Dr. Marianne Koch“) und verwendet dann „wir“, um sich selbst und wahrscheinlich mindestens eine andere Person zu inkludieren. „Wir“ in diesem Kontext bezeichnet die Gruppe von Personen, die das Gespräch gemeinsam führen oder daran teilnehmen (die Gäste). Es zeigt an, dass der Interviewer und mindestens eine andere Person in irgendeiner Weise in das Gespräch involviert sind und gemeinsam über das angekündigte Thema sprechen oder diskutieren, das im weiteren Verlauf des Gesprächs behandelt wird.

5:20 - Komischerweise, [ähm] woran ich mich hauptsächlich erinnere, wie das, ja, überhaupt mit *unserem* Gedächtnis zu ist...

Die Verwendung des Pronomen "unserem" deutet darauf hin, dass die Sprecherin oder der Sprecher über das Gedächtnis in einer gemeinsamen oder geteilten Weise spricht. Dies könnte bedeuten, dass sie über das menschliche Gedächtnis im Allgemeinen sprechen oder sich auf die gemeinsame Erfahrung des Gedächtnisses beziehen, die sie mit anderen teilen, wie z.B. Menschen in ihrer Altersgruppe oder Kolleg:innen. Zusammengefasst bezieht sich „unserem“ in dieser Äußerung auf das Gedächtnis der Sprecherin oder des Sprechers und möglicherweise auf das Gedächtnis von Menschen, mit denen sie eine gemeinsame Erfahrung oder Perspektive teilen. Die Äußerung scheint sich auf das Phänomen des Gedächtnisses und die persönlichen Erinnerungen an dieses Thema zu beziehen.

### 3.4. Emotionale Verstärkungen

Emotionale Verstärkungen im Interview sind ein faszinierendes und weitreichendes Phänomen. Sie spielen eine entscheidende Rolle in der Kommunikation, da sie unsere Worte und Botschaften mit Gefühl und Intensität durchdringen können. Diese verstärkte Verwendung von Sprache ermöglicht es uns, unsere Emotionen, Überzeugungen und Gedanken auszudrücken, indem sie in unseren Äußerungen hervorstechen und so eine tiefere Verbindung zu unseren Gesprächspartnern herstellen. Obwohl emotionale Verstärkungen in verschiedenen Formen auftreten können – von intensiven Adjektiven bis hin zu wiederholten Ausrufezeichen – haben sie alle gemeinsam, dass sie die Sprache mit einem zusätzlichen Maß an Ausdruckskraft und Empfindung anreichern. In diesem Artikel werden wir uns näher mit emotionalen Verstärkungen in der Sprache befassen und ihre Rolle in der zwischenmenschlichen Kommunikation erkunden. Wir werden untersuchen, wie sie verwendet werden, um Emotionen zu betonen, Aufmerksamkeit zu erregen und unsere Botschaften wirkungsvoller zu vermitteln. Darüber hinaus werden wir auf die verschiedenen Arten von emotionalen Verstärkungen eingehen und Beispiele aus verschiedenen Kontexten präsentieren, um ihre vielfältige Anwendung zu verdeutlichen. Diese sprachlichen Einheiten haben die Funktion die Bedeutung von etwas zu erhöhen, zu intensivieren oder zu verstärken: physisch, gefühlsmäßig, elektronisch, akustisch oder optisch, was die folgenden Beispiele bestätigen:

5:53 - und ein *riesiges* Nilpferd vor mir stand [oh mein Gott] das kann man ja [lächeln], das sind die Dinge, die ich ...

12:19 - Eine[s] der *absolut* wichtigen Dinge eines, des ärztlichen Berufs ist der enge Kontakt, der vertrauensvolle Kontakt zum Patienten.

18:20 - hab' ich mich bemüht, *wirklich* bemüht, alles so zu erklären, dass es normale Menschen ...

36:48 - [Ähm] er wird heute..., er wird am 1. Mai die Posthume Ehrenmitgliedschaft der deutschen Gesellschaft für innere Medizin in Wiesbaden erhalten. Es [ist]  *toll*.

37:07 - Das ist für mich eine  *ungläubliche*  Ehre und ich freue mich  *wahnsinnig*  d[a]rüber.

### 3.5. Andere sprachliche Einheiten

Abschwächungen können dazu beitragen, die Kommunikation im Interview effektiver und angemessener zu gestalten, je nach den Anforderungen und Erwartungen der Gesprächspartner. Abschwächungen stehen im Gegenteil zu Verstärkungen und beschreiben die Handlung oder den Prozess, dass etwas in geringer Menge vorhanden ist oder etwas zu schwächen oder zu reduzieren ist ( *ein paar, einige, ein paar wenige, einige wenige, ein klein wenig, ein wenig, wenig, eine kleine Menge, eine geringe Menge* ). Sie können dazu beitragen, dass die Kommunikation im Interview höflicher und respektvoller wirkt. Diese sprachlichen Elemente können verwendet werden, um Kritik oder direkte Konfrontation zu vermeiden und stattdessen eine freundlichere Atmosphäre zu schaffen. Darüber hinaus können sie verwendet werden, um sicherzustellen, dass Äußerungen im Interview vorsichtig und korrekt sind. Dies kann besonders wichtig sein, wenn es um sensible Themen oder um die Darstellung von Fakten geht. Sie können auch verwendet werden, um Raum für Hinterfragen und Diskussion zu lassen, ohne dabei unhöflich zu erscheinen.

1:14 - ...Gremium und durch sie jetzt [ähm], ja,  *ein paar*  Sachen erzählen zu dürfen...[Intimität; eine kleine, nicht näher spezifizierte Anzahl von Dingen oder Gegenständen]

5:39 - ...zu einem  *kleinen*  wie alle als Schauspieler, Techniker auch zu einem  *kleinen*  Häuslein zu ändern...[das Haus ist nicht prunkvoll, sondern eher von bescheidener Größe oder Ausstattung]

36:02 - sie hat alles liegen und stehen gelassen gerade noch die Katze versorgt und es übergeflogen und, hier haben [wir]  *ein paar*  Tage später...[Unbestimmtheit beim Zeitpunkt]

#### -Gemeinsame Zugehörigkeit

Der Interviewer und seine berufliche Kollegin als Gast möchten beide Respekt voneinander zeigen, indem sie mit „unser“ ansprechen, vielleicht möchten beide Nähe und gemeinsame Zugehörigkeit ausdrücken.

14:34 -  *unser*  sehr, sehr gern gesehener Gast und hoffentlich sind Sie das auch wieder, wenn es um entsprechende Themen hingeht...[die Person, die spricht, oder die Gruppe, der sie angehört, den Gast besonders schätzt oder mag.  *Unser*  drückt auch die Zugehörigkeit oder die Beziehung zu der Person aus, auf die sich die Aussage bezieht]

23:37 - bei der von ihm gegründeten Fachgesellschaft, ich habe mal eins aus  *unserer*  Fundus mitgebracht und...[die Person besitzt einige interessante Gegenstände oder diese Gegenstände als Teil ihres Inventars oder ihrer Sammlung betrachtet]

-Verwendung von Fremdwörtern:  *Anglizismen, Italianismen, griechische Wörter, französische Wörter* :



Die Verwendung von Fremdwörtern in diesem Interview ist vom Kontext abhängig und den Zielen relevant. Die Wahl von Anglizismen und anderen Fremdwörtern hängt von der Zielgruppe des Interviews ab. Wenn das Interview an ein Fachpublikum gerichtet ist, das mit diesen Begriffen vertraut ist, können sie relevant sein. Bei einem breiteren Publikum kann die Verwendung von zu vielen Fremdwörtern jedoch abschreckend wirken und die Verständlichkeit des Interviews beeinträchtigen. Da das Interview ein medizinisches Fachthema behandelt, ist die Verwendung von Fremdwörtern notwendig, um bestimmte Konzepte präzise zu beschreiben, und die Relevanz dieser Begriffe zu erhöhen. Es ist jedoch wichtig sicherzustellen, dass die Begriffe nicht unbedingt erklärt werden müssen, da sie für die Zielgruppe vertraut sind. Die Verwendung von Anglizismen und Fremdwörtern sollte auch zur Authentizität des Gesprächs passen. Insgesamt hängt die Relevanz von Fremdwörtern in diesem Interview stark von den spezifischen Umständen ab. Es ist wichtig, die Zielgruppe, das Thema und den Kontext des Interviews zu berücksichtigen, um die angemessene Verwendung solcher Begriffe zu bestimmen. Im Folgenden stellen wir einige Beispiele dar:

- 0:35 - Schindler ist einer der wirklich großen in der inneren Medizin, der *Gastroenterologie* und insbesondere der ... [griech.]
- 0:42 - *Endoskopie*, er hat das erste selig flexible *Endoskope* gemeinsam mit Georg Wolf aus Berlin entwickelt und das war ... [griech.]
- 1:34 - ...*Job* bei den Kleiberbavaria Studios, dann sind sie für den Film entdeckt worden, [Umdrehung] ich hab' da in den Semesterferien... [engl.]
- 3:06 - Rudi Dolar der erste große *Italo-Western* von Sergio Leone mit der Musik ... [engl.]
- 3:51 - ...doch gemacht und ich habe es natürlich nicht bereut, weil vor allem der Sergio Leone der *Regisseur* ein ganz... [franz.]
- 4:42 - ...*dolce vita*, aber so deutsche war es nicht mehr... [ital.]
- 7:46 - ...hier gegenüber einmal im Monat *okay*, es ist aber trotzdem nicht mehr vorstellen ... [engl.]
- 9:20 - ein bisschen autonome reingekommen ist, gab keine *security*, es gab keine Polizei, gar nichts und haben gesagt, wir wollen... [engl.]
- 11:15 - dass die Bauersfrau war oder der *Top-manager*, ja, und wusste dem geht schlecht seelisch auch... [engl.]
- 31:13 - ...*long beach* und dann zieht sie zusammen wieder zurückgekommen nach München [engl.]
- 35:21 - zu dieser Zeit haben Sie dabei Kind nie erlebt, *ok* ich weiß auch nicht ob er mich mal ... [engl.]
- 35:38 - ...in die *USA gereist*, nein, nein, nein, das waren dass, sie hat es nicht erfahren er hat ... [engl.]

-*Tilgung / Verkürzung des Vokals* (Weglassen eines Lautes oder einer Silbe aus einem Wort, aus sprachökonomischen Gründen, meistens in Auslautposition, aber auch in Inlautposition).

- 3:45 - sie mich überredet ja auch ein bisschen [ähm] finanziell überredet [lächeln] und dann *hab' ich's*...
- 4:34 - das gibt es ja überall hier und so also, ich hatte keine Ahnung und *hab'* da eine ganze Menge gelernt was ja italienische...
- 5:07 - in Riehen Taylor, die schreien danach, erinnern sie sich da noch *d[a]ran*...

6:28 - ziemlich toll, Sie haben also nach dem Physikum ihr Studium aufgegeben... ich *hab'* gedacht ist aber...

6:40 - Medizinstudium hier bei uns an der LMU wieder aufgenommen, ja, ich bin zum Dekan gegangen, *hab'* gesagt wie steht es, da hat...

7:26 - *ich hab'* so mal gelesen aber ich habe natürlich nicht das Zeugnis, aber...

#### 4. Schlussfolgerungen

In diesem Beitrag wird eine Sprachanalyse durchgeführt und die Höflichkeit als soziokulturelles Phänomen definiert und dargestellt. Darüber hinaus werden die einflussreichsten Theorien der Höflichkeit laut Brown & Levinson (1987) und Watts (2003) vorgestellt. Die Arbeit zeigt auch, wie Höflichkeit die Wahl von Sprachmitteln beeinflusst und wie Sprachmittel die kommunikative Situation verändern können. Die Analyse eines online-YouTube-Interviews wird verwendet, um zu zeigen, wie SprecherInnen die Höflichkeit im Verhältnis zu ihrem Gesprächspartner anpassen, um die positive Höflichkeit im Interview auszudrücken. Die passende Verwendung der Sprache in einem Interview ist von entscheidender Bedeutung, da sie die Kommunikation, die vermittelt werden soll, maßgeblich beeinflusst. Die Wahl der Worte, der Tonfall und die Art der Formulierung können erheblichen den Erfolg des Interviews beeinflussen. Es ist wichtig, die Sprache an die Zielgruppe und den Kontext anzupassen, um eine klare und effektive Kommunikation sicherzustellen. Die Fremdwörter sollten in Abhängigkeit von der Zielgruppe und dem Thema des Interviews dosiert und gegebenenfalls erklärt werden. Die Höflichkeit in der Sprache ist ebenfalls von großer Bedeutung, da sie die Beziehung zwischen dem Interviewer und dem Interviewten beeinflusst. Insgesamt ist die Sprache im Interview ein mächtiges Werkzeug, um Informationen zu vermitteln, Eindrücke zu hinterlassen und eine erfolgreiche Interaktion zu gewährleisten.

Mit diesem Beitrag wird ein Versuch unternommen, die Sprachanalyse eines YouTube-Interviews darzustellen und die sprachlichen Elemente dabei zu analysieren. Es werden sprachliche Elemente, wie: Diskursmarker, Auswahl von bestimmten Lexemen, Tilgungen, Wiederholungen, Verstärkungen, Abschwächungen als auch das Vokabular, das für die ZuschauerInnen bzw. das Publikum des Interviews charakteristisch ist, analysiert und dargestellt.

Emotionale Verstärkungen spielen eine wichtige Rolle in der Sprache und dienen dazu Emotionen und Gefühle auszudrücken oder stärker zu betonen. Sie können Ausdruck von Empathie, Erzeugung von Spannung oder Betonung von Emotionen in einer Vielzahl von Kontexten unterstützen (*absolut, wirklich, riesig, unglaublich*). Abschwächungen können im Interview verschiedene Funktionen erfüllen, je nach Kontext und Zielsetzung: sie können Höflichkeit, Vorsicht und Genauigkeit, Hinterfragung und Offenheit, oder eine höfliche Ablehnung ausdrücken (*ein paar Sachen, kleines Häuslein, ein paar Tage*). Mit Fremdwörtern kann man Präzision und Fachkenntnisse in der Sprache als auch Eleganz und einen gewissen Stil vermitteln. Die Verwendung von Fremdwörtern kann dazu dienen, eine Verbindung zur Zielgruppe des Interviews herzustellen oder eine gewisse Exklusivität zu vermitteln (*Endoskopie, Job, Gastroenterologie*). Durch die Verwendung von Tilgungen in der Sprache kann Informalität und Anpassung an die Zielgruppe sowie Nähe und Vertrautheit ausgedrückt werden, was zur Verbesserung der Kommunikationseffizienz beiträgt (*dran, hab', hab's, 'ne*).

Höflichkeit spielt eine wichtige Rolle im Interviewprozess, da sie dazu beiträgt, eine angenehme und respektvolle Atmosphäre zu schaffen. Sprachliche Elemente wie Anreden, Diskursmarker, Wiederholungen, Verstärkungen, Verwendung von Fremdwörtern und andere sprachliche Elemente tragen dazu bei, die Beziehung zwischen dem Interviewer und dem Interviewten zu definieren und zu gestalten. Ein geschickter Umgang mit der Sprache kann ebenso dazu beitragen, die professionelle Distanz zu wahren, während gleichzeitig eine Nähe auf fachlicher und wissenschaftlicher Ebene aufgebaut wird. In Fällen von größeren Machtdifferenzen oder größerem Abstand kann eine solche Sprachfertigkeit dazu beitragen, diesen Abstand zu verringern. Zusammenfassend kann man sagen, dass Höflichkeit und die sprachlichen Elemente eine entscheidende Rolle beim Interviewprozess spielen und dazu beitragen, eine erfolgreiche, produktive und reibungslose Interaktion zu führen.

#### Literaturverzeichnis

- [1]. **Arundale, B. Robert** (2010): „Constituting face in conversation: Face, facework, and interactional achievement“, *Journal of Pragmatics* 42 (8), 2078-2105.
- [2]. **Bousfield, Derek** (2008): *Impoliteness in Interaction*. John Benjamins, Amsterdam.
- [3]. **Brown, Penelope & Levinson, C. Stephen** (1987): *Politeness, Some universals in language usage*. Cambridge University Press. Cambridge.
- [4]. **Culpeper, Jonathan & Haugh, Michael & Kádár, Z. Dániel** (2017): *The Palgrave Handbook of Linguistic (Im)politeness*. Palgrave Macmillan, London.
- [5]. **Der Duden** (2010): Das Bedeutungswörterbuch. 4. Auflage, neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Herausgegeben von der Dudenredaktion. Band 10. Dudenverlag. Berlin.
- [6]. **Edwards, John** (2009): *Language and Identity. An Introduction*, Cambridge University Press, Cambridge.
- [7]. **Eelen, Gino** (2001): *A Critique of Politeness Theories*. St. Jerome Publishing Manchester. Northampton, Manchester.
- [8]. **Finkbeiner, Rita** (2015). Einführung in die Pragmatik.WBG. Darmstadt. Germany.
- [9]. **Goffman, Erving** (1967): “On face-work: an analysis of ritual elements in social interaction”. In: E. Goffman, *Interactional Ritual: Essays on face-to-face behaviour*, Penguin Books, New York.
- [10]. **Haugh, Michael** (2007): „The discursive challenge to politeness theory: an interactional alternative“. *Journal of Politeness Research* 3 (2), 295-317.
- [11]. **Lakoff, Robin T.** (1979): Stylistic strategies within a grammar of style. In: Orasanu, Judith [Hrsg.]: *Language, sex and gender. Does 'la différence' make a difference? Result of a Workshop*, New York, 53-78.
- [12]. **Leech, Geoffrey** (2005): *Principles of Pragmatics*. Ersterscheinung 1983. London/New York.
- [13]. **Locher, A. Miriam** (2008): „Relational work, politeness and identity construction“, vo G. Antos, E. Ventola, T. Weber, *Handbooks of Applied Linguistics*, Volume 2: Interpersonal Communication, Mouton de Gruyter, Berlin/New York, 509– 540.

- [14]. **Locher, A. Miriam & Watts, J. Richard** (2008): „Relational work and impoliteness: Negotiating norms of linguistic behaviour“. In: D. Bousfield, M. A. Locher, *Impoliteness in languages, Studies on its interplay with power in theory and practice*. Mouton de Gruyter, Berlin/New York, 77-100.
- [15]. **Locher, Miriam A., Andreas H. Jucker, Daniela Landert and Thomas C. Messerli.** (2023). *Fiction and Pragmatics*. (Cambridge Elements). Cambridge: Cambridge University Press.
- [16]. **Meibauer, Jörg** (2001). *Pragmatik: Eine Einführung*. Stauffenburg Verlag. Berlin, Germany.
- [17]. **Mills, Sara** (2009): „Impoliteness in cultural context“, *Journal of Pragmatics* 41, 1047- 1060.
- [18]. **Piller, Ingrid** (2007). Linguistics and Intercultural Communication. *Language and Linguistics Compass*. Edited By: Edwin Battistella and Natalie Schilling. Online Journal. ISSN:1749-818X, © John Wiley & Sons Ltd.
- [19]. **Schneider, K. P., & Placencia, M. E.** (2017). (Im)politeness and regional variation. In J. Culpeper, M. Haugh, & D. Kádár (Eds.), *The Palgrave handbook of linguistic (im)politeness* (pp. 539–570). London: Palgrave Macmillan.
- [20]. **Spencer-Oatey, Helen** (1996): „Reconsidering power and distance“, *Journal of Pragmatics* 26, 1-24.
- [21]. **Watts, J. Richard** (2003): *Politeness*, Cambridge University Press, Cambridge.