

Morten Pilegaard

Interkulturel kommunikation og høflighed i anmodninger

Abstract

This paper deals with aspects of intercultural communication and presents the theoretical basis for a study of linguistic politeness in the realization of requests in English with the aim of analyzing requests in intercultural business correspondence (Danish/English). The hypothesis is that Danes corresponding in English are lacking in pragmalinguistic and sociopragmatic competence.

1. Introduktion

Lingvistisk høflighed har i løbet af det sidste 10-år fået en central placering inden for forskningen i pragmatik. Emnet er blevet behandlet ud fra en interdisciplinær synsvinkel - lingvistik, antropologi og sociologi - af bl.a. Goffman (1953, 1967), Brown/Levinson (1978, 1987) og Leech (1977, 1983). I høflighedsforskningen har interessen de seneste år samlet sig om brugen og konstruktionen af tiltaleformer, fraser der udtrykker ærbødighed ("honorifics") og realisering af talehandlinger. For talehandlingernes vedkommende har interessen særligt været fokuseret på, hvordan indirekte talehandlinger realiseres i forskellige kontekster og på forskellige sprog, og en del undersøgelser har søgt at afdække interkulturelle paralleller og forskelle med henblik på, hvordan høflighedsstrategier kommer til udtryk ved bestemte ansigts-truende handlinger (ATH) (Blum-Kulka/Olshtain 1984). Der har også været megen interesse for rutineprægede høflighedsfraser som f.eks. undskyldninger og taksigelser (Goffman 1967, Coulmas 1981). Fælles for disse og de mange andre studier af høflighed og beslægtede områder er, at genstandsfeltet traditionelt har været det talte sprog, og fokus har været på ansigt-til-ansigt "dagligdags" interaktion.

Udgangspunktet i dette arbejde vil også være teorier om lingvistisk høflighed, men teorien appliceres på et nyt område, nemlig det skriftlige fagsproglige register. Selv om skriftlig fagsproglig kommunikation ikke involverer ansigt-til-ansigt interaktion, er det en form for interaktion, hvor modtageren (M) såvel kan nævnes eksplicit som være implicit til stede, og afsenderens (A) synspunkt vil afspejles på den sproglige overflade (Stubbs 1986). Således også i den skriftlige non-segmenterede markeds kommunikation, som er valgt som register i dette arbejde.

Der er ikke tvivl om, at høflighedsteoriens anvendelse inden for skriftsprog er et nyt område, der vil blive genstand for betydelig interesse, bl.a. fordi en sådan tilgang vil være med til at klarlægge om teorier om lingvistisk høflighed kan appliceres på et skriftligt register, og fordi der vil kunne anlægges et mikrokulturelt (tværgruppe) perspektiv på detaljerne i høflighedsstrategier i forbindelse med et interkulturelt analyseperspektiv. Endnu har, så vidt jeg ved, kun et offentliggjort arbejde anvendt teorier om lingvistisk høflighed i en analyse af skriftlig kommunikation (Myers 1989), men der er for øjeblikket mindst et licentiatarbejde på vej, som grænser op til dette emne (Hansen 1989), uden at det dog eksplicit bygger på teorier om lingvistisk høflighed.

2. Interkulturel kommunikation

Termerne "interkulturel", "tværkulturel" og "interetnisk" bruges ofte synonymt. Studier af interkulturel kommunikation har primært været af talt sprog og mellem etniske grupper eller i forhandlingsinteraktion og er hyppigt studeret m.h.p. fremmedsprogsindlæring. Hvor skriftlig kommunikation er analyseret, har tilgangen oftest været kontrastiv eller komparativ, og der er kun i få tilfælde anlagt en interkulturel synsvinkel. Forskning i interkulturel kommunikation er kendetegnet ved en upræcis og arbitrær terminologi og af stor bredde i den metodiske tilgang, der ofte er makrolingvistisk og interdisciplinær. Der findes i dag ikke en universelt accepteret teoretisk ramme for interkulturel forskning, og det er tvivlsomt, om der ville kunne skabes enighed om etablering af en sådan ramme.

2.1 Paradigmatiske aspekter

Den interkulturelle forskning er placeret både i det **interpretative** og det **funktionelle paradigme** (Ting-Toomey 1984). For dette arbejde betyder det ganske kort, at forretningsverdenen betragtes som en subkultur, der bestemmer, hvad der er normen i en given kontekst. Den sproglige adfærd, her lingvistisk høflighed i anmodninger, vurderes af den pågældende subkultur som passende eller upassende i forhold til den aktuelle situation, og aktørernes interpretative og kontekstuelle adfærd afspejler de principper, der forventes at gælde i den respektive kultur. Aktørerne i forretningskulturen søger at påvirke og fortolke sproglige aktiviteter, som igen er et billede af aktørernes sociale og subkulturelle liv.

Der kan skelnes mellem tre hovedindfaldsvinkler til studiet af interkulturelle fænomener: Etnometodologi skolen, "konstruktivisme" skolen,

og "social action" skolen. Etnometodologi skolen kan underopdeles i formel etnometodologi, konversationsanalyse, og kognitiv psykologi. Fælles for de etnometodologiske tilgange er, at virkeligheden opfattes som et subjektivt fænomen og at almene fornuftsstrukturer skaber en fælles social virkelighed. De fleste studier inden for denne skole har beskæftiget sig med tosprogethed og kodeskift ("code shifting"), og den er derfor ikke umiddelbart relevant for dette arbejde. "Konstruktivisme skolen" har primært fokuseret på intra- og ikke interkulturel kommunikation, og den skal derfor kun kort omtales. Interessen inden for dette felt har samlet sig om betydningen af form og funktion i relation til hverdagsinteraktioner, aktørernes fortolkninger af deres sociale miljø og udvikling af teorier angående sammenhængen mellem kommunikation og miljø. Denne tilgangs metodik skønnes at være irrelevant for dette arbejde. "Social action" skolen er den dominerende retning blandt de undersøgelser, der har foretaget primært kvalitative interkulturelle studier, og det er den skole, jeg vil tillægge mest relevans for dette arbejde. Essensen af denne retnings tilgang er, at virkeligheden opfattes som en proces, hvor symbolske handlinger fortolkes på en bestemt måde, som er i overensstemmelse med den pågældende kulturs specifikke virkelighed. Virkeligheden består af forskellige måder at kommunikere på styret af regel- og/eller meningsstrukturer, som udgør en kulturel kode indlejret i diskursen. Der er en række fælles træk for den regel- og den meningsstrukturelle tilgang, at 1) der er fokus på hensigtsmæssigheden i de sociale aktørers symbolske handlinger, 2) aktørerne anses for at være systematiske i deres brug af regel- og meningsstrukturer og 3) menneskets symbolske diskurs er situationsbestemt. Analysefejlterne inden for denne skole er **konteksten**, forskellige **sprog-handlinger** (SH), og **kulturelle mønstre**. "Social action" skolen anlægger et kultur-specifikt kommunikationsperspektiv, som jeg mener er meget hensigtsmæssigt i dette arbejde, hvor jeg vil argumentere for, at forretningsverdens specifikke sproglige adfærd afspejlet i lingvistisk høflighed i anmodninger og afslag er netop subkulturelt specifikt.

Interkulturel interpretativ kompetence (interkulturel pragmatisk kompetence) opnås, når aktører fra forskellige kulturer (på makro- eller mikroniveau) har samme fortolkning af symbolsk mening på alle niveauer, d.v.s. det normgivende, det interpretative og det kontekstuelle (Ting-Toomey 1984). Interkulturelt pragmatisk sammenbrud opstår, når interaktanter fra to forskellige kulturer ikke har sammenfaldende normative, interpretative og/eller kontekstuelle regler i en given kommunikationssituation.

2.2 Definitoriske aspekter

Kulturbegrebet har fået en særlig rolle her sidst i 80'erne. Tiden har bud efter kulturen, sandsynligvis fordi der er en erkendelse eller følelse af, at mange aktuelle problemer i mindre grad end tidligere lader sig forstå som materielle mangler og tekniske problemer. Kulturen er således blevet et slagord inden for de humanistiske og samfundsfaglige discipliner. Appellen til kulturen kan imidlertid let komme til at stå i et tvetydigt lys i det omfang, den ikke blot bruges til at påvise nødvendigheden af at tage bredere og dybere hensyn men også til at foregøgle hurtige og billige genveje til fornyet succes på gamle præmisser (Hauge/Hortsbøll 1988). Det er derfor nødvendigt stedse at holde sig klart, at den kulturelle dimension ikke blot er et slagord, der skal åbne bevillingsdørene, men i høj grad en aktuell, nødvendig og applicerbar forklaringsmodel i forhold til dette arbejdes hypotese om, at danske firmaers non-segmenterede markedskommunikation ikke er sociopragmatisk og pragmatistisk optimal.

Kultur er et så **hyperkomplekst** begreb, at man kan ikke gennem en analyse af kulturbegrebets enkelte komponenter kan konstruere et samlet billede af, hvad begrebet kultur dækker. Kroeber og Gluckhohn har således opregnet 164 forskellige eksplicite definitioner af kultur (Kroeber/Gluckhohn 1952). Ordet kultur kommer af det latinske "cultura", en substantivform af verbet "colo, colou, cultum, colere", og har en hel familie af betydninger (dyrke, passe, pleje; bebo et sted, udsmykke, dekorere; dyrke, agte, ære) (Hauge/Hortsbøll 1988).

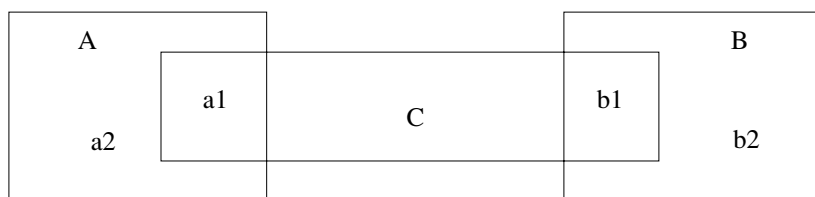
Med den tyske filosof Johann Gottfried Herders værker om kultur og menneskets historie i slutningen af 1800tallet sker der en voldsom indholdsmæssig udvidelse af ordets anvendelsesområde, som får stor betydning for ordets anvendelse i videnskabelige sammenhænge. Kulturbegrebet bliver et meget bredt og deskriptivt begreb om et folks eller en gruppes måder at leve på. Begrebet kultur får dermed et overmåde stort inventarium af mulige genstandsfelter for antropologisk, sociologisk og lingvistisk forskning, så som sæder, skikke, idealer, værdier, ideer, symboler, organisation, - og **sprog**. Eksplosionen i kulturelle genstandsfelter medførte, at kulturforskningen inden for den anglo-saksiske verden tog en lingvistisk drejning i starten af dette århundrede. To eksempler på en sådan forskning er den, der er udsprunget af Sapir-Whorf hypotesen om, at sproget determinerer bevidstheden og perceptionen. Over for den lingvistiske determinisme stod strukturalismens universalistiske opfattelse af, at sproget er et selvstændigt netværk af strukturer og systemer, der skal analyseres frigjort fra alle historiske eller kontekstuelle bånd.

Jeg har valgt her at benytte den tilgang til interkulturelle studier, som blev skitseret ovenfor under "Social action" skolen. Med dette udgangspunkt kan **kultur**, hvor genstandsområdet er sprog, defineres som summen af fælles **viden** om regel- og/eller meningsstrukturer blandt medlemmerne af en bestemt gruppe. En gruppe har en fælles viden, når aktørerne fra forskellige kulturer (på makro- og/eller mikroniveau) har samme måde, hvorpå de bruger og fortolker symbolsk mening på alle niveauer, d.v.s. på det normgivende, det interpretative og det kontekstuelle niveau.

Selv om der tages udgangspunkt i den videnskabelige betydning, at kultur er en abstrakt viden, og det forudsættes, at enhver viden er del af et specifikt kulturmønster, vil det være umuligt at sige, at denne specifikke viden alene repræsenterer den pågældende kultur, fordi en social enhed, der identificeres med en bestemt kultur, sjældent er homogen, og den viden, der karakteriserer en kultur, varierer mere eller mindre på alle sociale stratifikationsniveauer. Den ovenfor givne definition af kultur er derfor næppe helt dækkende, men er for indeværende det bedste bud i forhold til dette arbejde. Det er endvidere vanskeligt at skelne mellem **intrakulturel** og **interkulturel** kommunikation, fordi subkulturer (mikrokulturer) i forskellige makrokulturer kan dele samme viden. Hvis forskelle i socio-kulturel viden mellem ens subkulturer i forskellige makrokulturer betragtes som irrelevant, og subkulturerens fælles eksempelvis faglige viden anses for at udgøre en egen (sub)kultur, vil kommunikation mellem en subkultur A1 i kultur A og en subkultur B1 i kultur B således være intrakulturel kommunikation. Omvendt hvis man betragter socio-kulturel viden som den definerende parameter. I så fald vil forskelle i socio-kulturel viden i to subkulturer A1 og A2 i samme makrokultur A være et udtryk for interkulturel kommunikation, jfr. Figur 1 (Pilegaard 1989a).

Figur 1

Inter-/Intrakulturel kommunikation



Selv om kommunikationsproblemer opstår p.g.a. forskelle i fælles viden og dermed adfærd, sproglig som ikke-sproglig, både blandt medlemmer af forskellige makrokulturer og mellem subkulturer inden for samme makrostruktur - d.v.s. inter- og intrakulturelt - vil termen **interkulturel** blive brugt i dette arbejde om kommunikation, der foregår mellem mennesker tilhørende forskellige modersmålsgrupper. Denne definition vil blive fastholdt indtil den empiriske undersøgelse er gennemført. Såfremt der herved kan påvises forskelle og ligheder i realisation af lingvistisk høflighed på mikroniveau, som vil have betydning for definitionen, vil den blive taget op til fornyet overvejelse.

Kommunikation omfatter både verbale og non-verbale (prosodiske, paralingvistiske og kinetiske) komponenter, deres optræden, betydning og formelle organisering i ansigt til ansigt interaktion og i ritualiserede eller institutionaliserede former både i diskurs og tekst (Knapp/Knapp-Potthoff 1987). Dette betyder ikke, at den sociale situation, og hvad der specifikt bestemmer den, kan udelades. Jeg vil tværtimod fastholde, at kulturen er en del af konteksten, hvilket betyder at sproglig adfærd er kulturspecifik. I afsnit 4 om høflighed i interkulturel kommunikation gives en nærmere redegørelse for relevante analysefelter i interkulturel kommunikation og i afsnit 5.3. beskrives den aktuelle kommunikationssituation.

3. Høflighed

Kommunikationens formål er ikke blot at formidle information, men også at etablere et interaktionelt forhold mellem afsender (A) og modtager (M). Dette forhold etableres ved hjælp af sproglige midler. I dette arbejde forudsættes det, at kommunikationens formål er at bevare det interaktionelle forhold. I hensigtsmæssig kommunikation med dette formål forudsættes endvidere, at A bruger strategier, hvis formål er, at forme det sproglige indhold, så det modtages positivt af M ved, at A overholder de forventede og gældende regler for sproglig adfærd. Høflighed kan m.a.o. defineres som en kooperativ adfærd, en slags strategisk mål-opfyldelse v.h.a. applicering af samarbejds- eller forhandlingsstrategier, hvorved A og M undgår sammenbrud/konflikter i kommunikationen. Lingvistisk høflighed kan således ses som en afvigelse fra en på den sproglige overflade klar og rationel adfærd. Ud fra en **pragmatisk synsvinkel** er høflighed særdeles vigtig, fordi manglende kommunikation af høflig attitude generelt ikke kun ses som fravær af denne attitude, men som udtryk for en aggressiv holdning. Omvendt vil sproglig adfærd, der

er for høflig i forhold til de givne kontekstuelle relationer, virke distance-skabende og forstyrre det interaktionelle forhold mellem M og A. Graden af høflighed er derfor tæt knyttet til konteksten. Høflighed er kulturspecifik.

I dette arbejde anvendes Brown/Levinson's høflighedsstrategier (Brown/Levinson 1978, 1987), hvor individets ønske om at "bevare ansigt" ("face") styres af sociale parametre. Der består ifølge Brown/Levinson en universel korrelation mellem høflighedsstrategier og pragmatiske, semantiske, syntaktiske og leksikale manifestationer i sproget.

Leech og Lakoff (Leech 1983, Lakoff 1973) vælger en pragmalingsvis-tisk tilgang, som bygger på Austin og Searles sproghandlingsteori og Grices teori om konversationelle implikaturer. Ifølge Leech (1983) er der en forbindelse mellem et takt- og samarbejdsmaksime (Grice: "co-operation maxim") og illokutionære roller og sociale normer og konventioner. Leech forklarer høflighedsprincippet som forholdet mellem et sprogligt udtryks semantiske indhold og dets illokutionære betydning. Høflighed har ifølge Leech to niveauer, et relativt niveau ("relative politeness), der står i forhold til konteksten eller situationen, og et absolut niveau ("absolute politeness").

3.1 Ansigt

At bevare ansigt i en interaktion er det centrale element i den almindeligt accepterede betydning af høflighed, både hos Lakoff, Leech, og Brown/Levinson. Ansigts-bevarende mekanismer eller strategier er blevet betegnet som henholdsvis høflighedsstrategier (Brown/Levinson 1978, 1987), høflighedsregler (Lakoff 1973) og et taktmaksime (Leech 1983). Udtrykket **ansigt** kommer fra Goffman (Goffman 1955, 1967), som taler om den talendes ansigts-orientering; om et "eget ansigt" der tjener det defensive formål at bevare ansigt og et "interaktions-ansigt", der skal beskytte mod at tabe ansigt. Brown/Levinson (87,61) betragter ansigt som et universelt men kulturelt relativt begreb og definerer ansigt som følger:

Our notion of "face" is derived from that of Goffman and from the English folk term which ties up with notions of being embarrassed or humiliated, or "losing face". Thus face is something that is emotionally invested, and that can be lost or maintained, or enhanced, and must be constantly attended to in interaction.

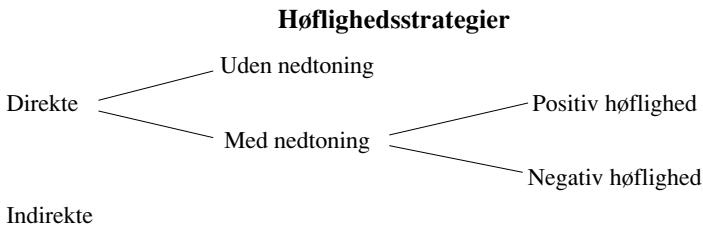
Enhver SH er styret af hensynet til A's eget eller M's ansigt. Der skelnes mellem et "negativt ansigt" (-a) og et "positivt ansigt" (+a). **Negativt ansigt** er ens krav på personligt og fysisk rum, et krav om integritet, d.v.s. frihed til at handle og det at være fri for at blive trængt ind på. **Positivt**

ansigt er ens positive billede af sig selv, ønsket om at blive bekræftet i sine værdier, ønsker og mål. Begrebet ansigt påstås at være universelt. Omfanget af $-/+a$ må imidlertid siges at være såvel kulturelt som individuelt bestemt. En SH kan være rettet mod såvel A's $-a$ og $+a$ og M's ditto. Visse handlinger indeholder en implicit eller eksplicit trussel mod A's eller M's ansigt, man kan kalde dem **ansigts-truende handlinger** (ATH) ("face-threatening acts").

3.2 Høflighedsstrategier

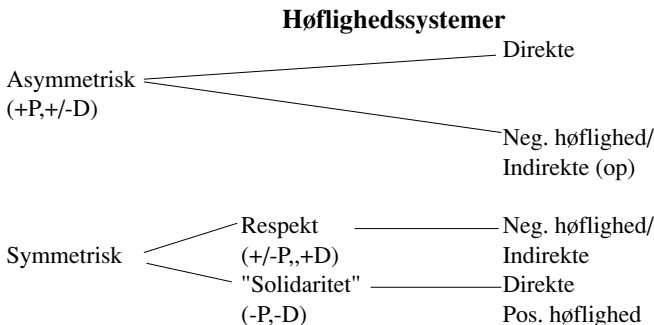
Brown/Levinson opregner en række høflighedsstrategier, som er systematisk relateret til graden af implicit trussel i den pågældende ATH forstået på den måde, at jo mere truende en SH er, jo høfligere en strategi vælges. Meget summarisk er strategierne som vist i Figur 2:

Figur 2



Valg af strategi og høflighedsniveau bestemmes af en række **kontekstuelle determinanter**: A's relative magt (P) over M, afstanden (D) mellem A og M, og vurderingen af en SH's byrde (R), d.v.s. hvor truende den pågældende handling opleves. Disse faktorer knytter sig til roller snarere end til personer som individer. Der kan opstilles forskellige høflighedssystemer for forskellige kommunikationssituationer afhængigt af P, D og R. Dette kan illustreres som foreslået af Scollon/Scollon (1981).

Figur 3.



Fokus i dette arbejde er på den **symmetriske** dimension, hvor der som hovedregel udvises "respekt" adfærd, der i det valgte register reguleres primært med den **negative høflighedsstrategi**. Kommunikationen er, som der argumenteres for senere, principielt og overvejende mellem jævnbyrdige parter med et gensidigt afhængighedsforhold. Det interessante i en lingvistisk analyse af interkulturel kommunikation med fokus på høflighed er, om den sproglige adfærd er sociopragmatisk eller pragmalingvistisk uhensigtsmæssig, fordi der er kulturbetingede forskelle på 1) opfattelsen af hvad en ATH er, 2) hvilke handlinger og hvilke personer der har krav på særlig beskyttelse af deres ansigt, 3) hvordan høflighedsniveauet påvirkes af faktorerne P, D og R, og 4) hvilke høflighedsdimensioner der, jfr. Figur 3, er relevante i den aktuelle kommunikationssituation.

4. Høflighed i interkulturel kommunikation

Hvilke komponenter består interkulturel kommunikation af? Kommunikation foregår inden for en ramme, der former den sproglige adfærd. Rammen er del af kulturen. **Den kulturelle ramme** består af et makroniveau og et mikroniveau eller subkultur imellem hvilke, der sker en gensidig påvirkning. Ved **makroniveau** forstås en kulturs generelle/almene eller generiske karakteristika. Den overordnede ramme består af a) den socio-psykologiske kontekst, der afspejler elementer som f.eks. struktureringsbehov, magtdistance, graden af maskulin kontra feminin dominans og forholdet mellem individualisme og kollektivism, b) den socio-økonomiske kontekst, c) den socio-etiske kontekst, der rummer værdinormer m.m., samt d) det etnocentristiske element eller stereotypien, d.v.s. hvilket billede man har af sig selv og af andre kulturer, såvel på makro- som mikroniveau. Meget få studier har endnu beskæftiget sig med interkulturelle forskelle og ligheder på makroniveau. Blandt de få, der eksisterer, er Hofstede (1980), som påviser forskelle mellem bl.a. Danmark og England inden for områder ovenfor betegnet individualisme, magtdistance og maskulinitet. Jeg skal ikke her gå nærmere ind på Hofstedes undersøgelser, men blot konstatere, at interkulturelle studier på makroniveau kan foretages, omend de metodiske problemer er meget komplekse.

Mikroniveauet udgøres af individuelle/differentierede virkeligheder indeholdt i makrokulturen, både de bestemmende kontekstrelevante faktorer og A-M rollekonstellationer. Man kan her operere med virkeligheder, som er defineret ved a) den lokale kontekst afgrænset geografisk, lokativt, fagligt, eller på anden lignende måde, b) en situationel kontekst alt efter interaktionens art, mål og midler, og endelig c) en "idialektisk"

kontekst, d.v.s. individets egen opfattelse af situationen (emotive og affektive aspekter).

Makrokulturen og de aktuelle mikrokulturer indvirker ikke blot på den sproglige men også på den ikke-sproglige adfærd, f.eks. normer for påklædning, madvaner, "proxemics" m.v., og på hvad man kan kalde den non-verbale adfærd, d.v.s. brug af kinetiske handlinger såsom gestikulation, nikken, smilen, etc.

I beskrivelsen af hvordan lingvistisk høflighed farves af den mikro- og makrokulturelle kontekst, vil jeg tage udgangspunkt i en klassifikation af høflighed som foreslået af Haverkate (1988). Høflighed kan beskrives på to niveauer, dels på det **socio-kulturelle niveau**, som man også kunne kalde et funktionelt niveau, og dels på det pragmalingvistiske eller formelle niveau. På det socio-kulturelle niveau kan der skelnes mellem 1) en metakommunikativ funktion og 2) en kommunikativ funktion. Den metakommunikative funktion kan være fatisk kommunikation (f.eks. den fatiske kommunikations retning, d.v.s. om den er A- eller M-orienteret eller neutral, hvad der opleves som tavshed, og hvornår det er nødvendigt at tale) og regler for diskursetikette (f.eks. regler for hvornår man må afbryde). Den kommunikative interaktion inddeles i a) høflige SH realiseret via eksempelvis ekspressiver (f.eks. at udtrykke taknemmelighed, acceptere tilbud) og kommissiver (f.eks. at tilbyde eller love) og b) ikke-høflige SH (f.eks. direktiver: Ordre og anmodninger). De høflige SH vil realiseres forskelligt i forskellige kulturer. Eksempelvis er der stor forskel på hvordan og i hvilke situationer det er normen at undskylde og takke. De ikke-høflige SH kan ned- eller optones, hvorved den pågældende ATHs illokutionære styrke vil svækkes, respektivt styrkes. På det **pragmalingvistiske niveau** opløses den pågældende SH i bestanddele, og komponenterne i høflighedsstrategierne analyseres formelt. Genstand for analysen kan f.eks. være a) de prosodiske træk, b) den illokutionære handling, c) valg af leksikale enheder, d) referentiel strategi. De prosodiske træk undersøges ikke i dette arbejde, da registeret er skriftligt engelsk. Den illokutionære handling kan analyseres i konkrete kontekster med veldefinerede P, D og R relationer på et overordnet og et underordnet niveau. På det overordnede niveau analyseres høflighed i diskurs, hvilket vil sige, at den illokutionære handling i den enkelte sætning ses i forhold til de sekvenser, der kommer før og efter handlingen. Realisering af en af de 5 overordnede strategier (Figur 2) udelukker ikke samtidig realisering af andre strategier, og det er derfor nødvendigt ikke blot at betragte udvalgte SH isoleret, de skal analyseres i kontekst og i forhold

til hinanden. På det underordnede niveau, eller det sætningsimmanente niveau, undersøges direktehed og indirekthed i SH. Normalt forbindes grad af direktehed med grad af høflighed, således at en mere indirekte formulering er mere høflig end en direkte formulering. I forbindelse med direktehed vil det være relevant særligt at analysere graden af konventionaliseret indirekthed. Høflighedsniveauet påvirkes også af andre faktorer, f.eks. udtrykt i modalitet og i valg af leksikale enheder. Ved referentiel strategi forstås en strategi til minimering eller styrkelse af A's eller M's rolle. Den udtrykkes i brug af tiltaleformer (De><du) og kan være fokaliserende eller defokaliserende. De fokaliserende elementer, der bruges til at vise ærbødighed, findes typisk i vokativer, og kan være A- eller M-orienterede. Defokaliserende elementer svækker A's eller M's rolle og minimerer den involverede ATH.

Figur 4

		KULTUR ←————→	SPROG
		<u>Kontekst</u>	<u>Udtrykt i</u>
KULTUR	<u>Niveau</u>		
	Makro	socio-psykologisk	struktureringsbehov magtdistance mask./fem. dominans individuel/kollektiv
		socio-økonomisk socio-etisk/moralsk kulturidentitet	makroøkonomisk status religion, etik m.m. stereotyper
	Mikro	lokativisk	geografisk lokativt fagligt
	situationel	interaktion rolle	
	idiolektisk	emotiv affektiv	
<hr/>			
SPROG	Sociopragmatisk	metakommunikativ	fatisk kommunikation diskurs etikette høflig spr.handl. ikke høflig spr.handl.
		kommunikativ	
	Pragmalingvistisk	prosodi illokution	tekst-immanent sætnings-immanent
		leksis	diminutiver eufemisme litote/underdrivelse sprog-immanente træk
	referentiel strategi	fokalisering defokalisering	

Ovennævnte bestanddele af interkulturel kommunikation kan opstilles grafisk som i Figur 4, hvor man skal forestille sig kulturniveauet som en pyramide, hvor det makrokulturelle niveau er den brede basis, hvorfra indsnævringen mod individets rolle i den situationelle kontekst sker. Den kulturelle konteksts indflydelse på den sproglige adfærd stiger i takt med indsnævringen mod de situations- og rollebestemmende dimensioner, hvor den kan og ofte vil blive synlig på den sproglige overflade (Pilegaard 1989a).

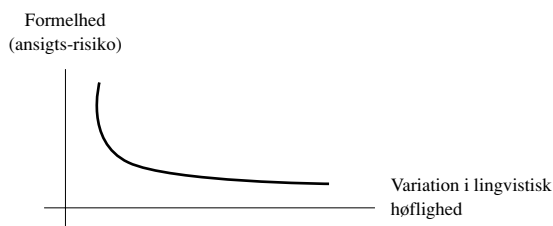
5. Høflighedstrategier i anmodninger

Udgangspunktet for dette arbejde er teorien om lingvistisk høflighed, men jeg applicerer teorien på et **nyt område**, nemlig det skriftlige fagsproglige register. Analysen vil omfatte SH anmodning og afslag, men denne artikel er begrænset til anmodninger. **Anmodninger** er valgt, dels fordi det er den SH, der indtil videre er bedst belyst i litteraturen om talehandlinger, og dels fordi det er en i handelskorrespondance meget hyppig SH, der findes i stort set enhver brevveksling. Afslag er valgt dels ud fra et ønske om, hvis det er muligt, at analysere brevvekslinger, for derved at kunne afdække mulige korrelationer mellem kommunikationsstrategier i bred forstand (anmodnings- versus afslagsstrategier), og dels fordi afslag er en SH, der indebærer stor ansigtsrisiko. Jeg er, som nævnt i introduktionen, ikke i tvivl om, at høflighedsteoriens anvendelse inden for skriftsproget er et nyt område, der bliver genstand for betydelig interesse, bl.a. fordi en sådan tilgang vil være med til at klarlægge om teoriens begrebsapparat kan udstrækkes til det skrevne sprog - og fordi der vil kunne anlægges et mikrokulturelt (tvær-gruppe) perspektiv på detaljerne i forskellige høflighedsstrategier og -systemer (jfr. Figur 2 og 3). Ved at påvise forskelle og ligheder i høflighedsstrategier i en subkultur (forretningsverdenens) vil undersøgelsen være med til at belyse teoriens universalitet, og det vil være muligt at sige noget om, i hvilket omfang kvaliteten af kommunikationen determineres af bestemte kulturelle vurderinger af P, D og R. Valg af netop det skriftlige register vil umiddelbart medføre to problemer: Identifikation af den umiddelbare adressat og bestemmelse af relevante kulturelle variable (Myers 1989). Adressatproblematikken er forholdsvis ubetydelig i dette projekt, da der analyseres non-segmenteret markedskommunikation, med hyppigt en - potentielt et par - veldefinerede adressater. Teoriens didaktiske A-M relation kan derfor stort set bibeholdes. Det er straks mere kompliceret at redegøre for de (mikro)kulturelle variable i den aktuelle kontekst, jfr. afsnit 5.3.

Handelskorrespondance opfattes hyppigt som en upersonlig formel kommunikation; som en række konventioner, der afspejler den bestemte norm, der gælder for denne type kommunikation. Det er korrekt for så vidt, at der i forretningsbrevet eksisterer et **formelhedselement**, som knytter an til de socio-situationelle faktorer, d.v.s. emnet og mediet. Men samtidig er der et **høflighedselement**, som afspejler A's holdninger inden for den givne ramme, d.v.s. A's holdning til M, og som kalder på en afvigelse fra et på den sproglige overflade klart og utvetydigt udsagn. Man kunne også sige det på den måde, at der eksisterer et spændingsforhold mellem 2 modsatrettede behov. Behovet for effektivitet kontra behovet for høflighed. En inddeling af forretningsbreve i konversationsfelter viser meget lidt variation i hvilke høflighedsmarkører, der kan bruges i brevets start- og slutfase. Dette stemmer overens med studier af lingvistisk variation i hilsesituationer, hvor graden af formelhed er omvendt proportional med variationen i lingvistisk høflighed (Laver 1981). En analyse af "faste vendinger" i forretningsbrevets start- og slutfaser opregnet i nyere præskriptive bøger om handelskorrespondance (Littlejohn 1989, Damsgaard et al. 1989, Beresford 1984, Ashley 1984, King 1979, Naterop 1977, Kench 1972) bekræfter til fulde, at jo mere formel en kommunikationssituation er, desto færre muligheder er der for variation i det sproglige udtryk. Det betyder, at jo større ansigts-risikoen er, jo stærkere er tendensen til, at det sproglige udtryk bliver formelt. Forholdet mellem formelhed/ansigts-risiko og variation i de sproglige udtryk kan illustreres som vist i Figur 5 (Pilegaard 1989b):

Figur 5

Formelhed versus lingvistisk variation



Mit argument ang. høflighedselementet er, at de særlige træk i handelskorrespondancen skal forstås som hensigtsmæssige (omend ikke altid bevidste) strategier, hvormed den sociale interaktion håndteres. En strategisk målopfyldelse kræver, at der ikke er åbenlyst tab af ansigt. Midlet hertil er lingvistisk høflighed. Jeg vil påstå, at der anvendes høfligheds-

strategier i anmodninger og afslag. Propositionen ned- eller optones på den ene eller anden måde for at gøre den høflig, og de anvendte strategier sammen med ned- og/eller optoning beviser tilstedeværelsen af R i en given ATH. Med andre ord, tilstedeværelsen af høflighedsstrategier viser, at A er klar over, at en SH indeholder et element af ansigtstrussel. Og R måles i forhold til dens konsekvenser for den sociale interaktion.

Mange diskussioner af pragmatiske aspekter af høflighed gør kun lidt brug af korpusdata og inddrager sjældent reelle kontekster, men diskuterer i stedet emnet ud fra kunstige eller sammensatte ytringer i et socialt vakuum (Holmes 1988), selv om det er konteksten - såvel den lingvistiske som den situationelle - der giver nøglen til forståelsen. Det er således efterhånden almindelig kendt, at der kan være diskurskohærens uden at være syntaktisk kohærens. Forholdet mellem den sproglige form og den kommunikative funktion er ikke konstant, og syntaktiske sætningskategorier svarer ikke 1:1 til diskursfunktionen. En SH's illokutionære styrke kan m.a.o. være forskellige fra propositionen eller den bogstavelige mening, jfr. afsnit 5.2. Jeg vil derfor analysere lingvistisk høflighed ikke i et vakuum men både i **lingvistisk** og **situationel** kontekst. Hvor høflighedsteorien og de fleste tidligere studier af lingvistisk høflighed betragter SH isoleret og på sætningsniveau, er det min ambition at analysere strategierne, både deres realisation på **sætningsniveau** og deres sekventielle realisation på **tekstniveau**.

Desuden vil jeg betragte positiv og negativ høflighed som to væsens- og funktionsforskellige strategier, hvor den **positive høflighed** (rettet mod M's +a, d.v.s. M's ønske om at blive bekræftet i sine handlinger og ønsker) er en overordnet strategi rettet mod alle aspekter af M's +a, mens **negativ høflighed** (rettet mod M's -a, d.v.s. vedkommendes frihed til ikke at blive trængt ind på), er knyttet mere specifikt til selve den aktuelle ATH. Hvor den positive høflighed er rettet mod et kontekstualiserende ansigts-hensyn, optræder den negative høflighed i tilknytning til den centrale proposition og er det instrument, der genopretter balancen, eller minimerer R i den pågældende ATH.

5.1 Anmodninger

Inden for sproghandlingsteorien typologiseres anmodninger typisk på verbet i den undersøgte SH, d.v.s. at man v.h.a. et verbum kan angive, at A vil en ændring i den ikke sproglige verden (direktiver) eller refererer til propositionens indhold (assertiver). Ved en analyse af høflighedsstrategier i anmodninger er det nødvendigt, ikke kun at tage udgangspunkt i

den sproglige manifestation alene, men også i kommunikationssituationen (d.v.s. partsforholdet og handlingsmotivet), fordi den er medvirkende til at bestemme hvilke sproglige udtryk, der vælges i en given situation.

I det følgende vil jeg bruge termerne illokutionær handling eller illokutionær akt som defineret af Austin (1962) og Searle (1969) i betydningen, den hensigt med hvilken et udsagn er fremsat, og Searles term propositionel handling eller propositionel akt om reference og prædikation. Denne skelnen er vigtig, fordi der til forskellige illokutionære handlinger kan være knyttet et og samme propositionelle indhold, og fordi et givet sproglig udtryk kan have forskelligt illokutionært indhold alt efter kommunikationssituationen. En **anmodning** kan defineres som en illokutionær handling, hvorved A søger at påvirke M til at udføre en handling. Temporalt spænder anmodningen over intervallet fra nuet til fremtiden (handlingen er endnu ikke realiseret). Forudsætningen for at anmodningen lykkes er, at en række betingelser opfyldes. Disse betingelser ("felicity conditions"), som herefter kaldes SH's gyldighedsbetingelser, er for anmodninger: At A ønsker at M udfører handlingen (h), at A formoder, M kan udføre h, at A formoder, at M er villig til at udføre h, og at A formoder, at M ikke ville udføre h, såfremt A ikke anmodede derom. A er i den kommunikative situation, der beskrives i dette arbejde, ikke selv i stand til at udføre h og forventer, at M vil være i stand til det.

I en analyse af anmodninger i forretningskorrespondance kan man arbejde med et **anmodningskontinuum** som eksempelvis Hansen (1989), der klassificerer anmodninger alene på grundlag af kommunikationssituationen. Jeg mener som sagt også at det er vigtigt at inddrage kommunikationssituationen i redegørelsen for det illokutionære aspekt, men vil primært gå ud fra kommunikationssituationen, hvor der er tale om indirekte eller konventionelt indirekte anmodninger. Betegnelsen anmodning vil her blive brugt om en SH, der spænder over et kontinuum, hvor det ene yderpunkt er en anmodning, der kan sidestilles med et juridisk/retsgyldigt krav, og hvor det andet kan lignedes ved et ønske, som A hverken har retsgyldigt, kutymemæssigt eller andet krav på, og som han ikke automatisk kan forvente at få opfyldt, fordi det kan være imod M's umiddelbare interesse at imødekomme den pågældende anmodning.

En anmodning betragtes inden for høflighedsteorien som en handling, hvorved M pålægges en byrde af en given størrelse (R). A's **handlingsmotiv** er, at påvirke M's intentionelle adfærd specificeret im- eller eksplisit i det sproglige udtryk. R varierer afhængigt af den kommunikative situation (defineret i punkt 5.3.) og af A-M relationen.

En anmodning er potentielt en ATH, idet M pålægges en **byrde**. Anmodningens trussel er "tovejs", d.v.s. rettet mod både A og M. For A er en anmodning en trussel mod vedkommendes eget +a, og jo større R og dermed sandsynlighed for afvisning, jo mere indirekte og jo flere modalitetsmarkører og høflighedsstrategier til minimering af egne potentielle ansigts-tab vil anmodningens sproglige udformning være garneret med. For M er anmodningen en trussel mod vedkommendes -a, idet A bevidst forsøger at påvirke M's intentionelle adfærd.

Anmodningers **illokution** kan inddeles efter deres gennemskuelighed (Trosborg 1988), d.v.s. efter om illokutionen er synlig på den sproglige overflade eller realiseres på en indirekte måde. Anmodninger med indirekte illokution kan opdeles i indirekte og konventionelt **indirekte anmodninger**. Termen **indirekte anmodning** bruges her om anmodninger, hvor A bryder Grice's konversationelle maksimer og tvinger M til selv at udlede illokutionen, d.v.s. at der i udsagnets proposition ikke ligger en eksplicit anmodning, og A specificerer ikke den propositionelle handling og udpeger ikke M som agens. Sådanne anmodninger vurderes normalt som minimalt ATH for både A og M, og de anvendes derfor i situationer, hvor sandsynligheden for afslag er stor. Formulering af en indirekte anmodning, som her defineret, svarer i Brown/Levinsons terminologi til at være indirekte, jfr. Figur 2 (Brown/Levinson 1987).

Termen **konventionelt indirekte anmodning** vil blive brugt om anmodninger, hvor der er en afstand mellem overfladeformen og den illokutionære hensigt, men hvor sidstnævnte er gennemskuelig i kraft af den kommunikative situation og eventuelt tydeliggjort gennem specifikation af den propositionelle handling og udpegning af M som agens. Anmodningen får implicit illokutionær styrke ved at A stiller spørgsmål ved en af SH's gyldighedsbetingelser. Ved behandlingen af konventionelt indirekte anmodninger er det hensigtsmæssigt, som foreslået af Trosborg (1988), at operere med henholdsvis A- og M-baserede anmodninger. **M-orienterede** konventionelt indirekte anmodninger kan være anmodninger, der involverer M's "parathed"; A kan, som redegjort for af Trosborg (1988), spørge om M's evne (den faktiske eller den kontekstuelle) eller vilje til at udføre en given handling. Anmodninger i denne kategori indebærer en større ansigts-trussel end de indirekte anmodninger, fordi anmodningen er gennemskuelig, evt. specificeret, men samtidig giver de M mulighed for afslag med begrundelse. En accept af at udføre handlingen vil være forbundet med et element af frivillighed. M's slutning vil være, at spørgsmål angående hans vilje/evne er et udtryk for, at A ønsker, at

M skal udføre den specificerede handling. Graden af direktehed er varierende, og M-orienterede konventionelt indirekte anmodninger udtrykt i en deklarativ sætning vil almindeligvis være mere direkte, end hvis de var udtrykt i en interrogativ sætning. I **A-baserede** konventionelt indirekte anmodninger er A's interesser det tematiske fokus, og anmodningens gyldighedsbetingelser inddrages ikke. Anmodninger i denne kategori er mere ansigtstruende end M-orienterede anmodninger, fordi det er klart, at et afslag er i modstrid med A's +a. Afslag kan gøres endnu vanskeligere gennem leksikale valg, der øger R (f.eks. "I need/want your accept as soon as possible").

Direkte anmodninger får illokutionær styrke via verbets modus. Imperativer kan og vil typisk signalere en SH af typen anmodning. Imperativer vil hyppigst forekomme i asymmetriske magtrelationer, og A vil generelt have mest magt (+P). En anmodning kan udtrykkes i en deklarativ sætning med et direkthedsniveau, der er tæt på imperativens ved, at A påkalder sig egen eller en andens autoritet gennem brug af modalverber (f.eks. "ought to, should" om moralsk forpligtelse, "have to" om pligt ifølge noget der ligger uden for A, og "must" om den pligt A pålægger M). Anmodninger kan også udtrykkes interrogativt, hvor illokutionen ligger tæt på den, der findes i en deklarativ eller imperativ sætning. Anmodninger kan også få direkte illokutionær styrke gennem leksikalt valg af performative verber. Uden nedtoning af det performative verbum (f.eks. "request, ask, order" etc) vil anmodningen være meget autoritativ, naturligvis afhængigt af konteksten. Valget af performativt verbum afgør anmodningens direkthedsniveau, men generelt er en direkte anmodning, hvor A ekspliciterer M's forpligtelse, en maksimal ATH. Accept tages for givet, og der er meget lille rum for afslag.

Den illokutionære styrke stiger med den propositionelle direktehed fra indirekte anmodninger, som har mindst illokutionær styrke (er mindst direkte) via M-orienterede og dernæst A-baserede konventionelt indirekte anmodninger, til direkte anmodninger (maksimal illokutionær styrke), hvor anmodningen er mest direkte.

5.2 Negative høflighedsstrategier

Den centrale overordnede høflighedsstrategi i anmodninger er negativ høflighed, der som tidligere nævnt er knyttet specifikt til den pågældende ATH, mens den positive høflighed er rettet mod kontekstualiserede ansigtshensyn. Jeg vil betragte negative høflighedsstrategier som strategier, der primært er anvendt med henblik på modifikation af anmodningens

centrale proposition, og vil derfor kalde dem **interne modifikationsstrategier** og positive høflighedsstrategier som et propositions-eksternt men –understøttende anliggende, altså **eksterne modifikationsstrategier**. I denne artikel omtales kun de interne modifikationsstrategier. Jeg vil dog ikke afvise at både de interne og eksterne strategier kan forekomme samtidig i.f.m. anmodninger, men blot konstatere, at det jeg kalder de eksterne strategier har en frekvens, der er marginal i forhold til negative høflighedsstrategier. I det følgende vil jeg give en beskrivelse af mulige lingvistiske realisationer af negativ høflighed.

Høflighed i anmodninger er kontekstspecifik og skal altid analyseres ud fra en viden om den konkrete situation. Høflighed varierer desuden med graden af direkte/indirekte og med lokutionens placering i sætningen. I beskrivelsen nedenfor af hvilke negative høflighedsstrategier, der vil kunne forekomme i anmodninger, tages der ikke hensyn til kommunikationssituationen, som der redegøres for senere, og lokutionens placering inddrages ikke. Der vil i et senere arbejde blive redegjort for betydningen af lokutionens placering.

Interne modifikationsstrategier består primært i at nedtone den illokutionære styrke. Eftersom en anmodning her betragtes som en potentiel ATH, vil der hyppigere være tale om nedtoning end optoning af den illokutionære styrke. Nedtoning kan være både syntaktisk (f.eks. tempus og aspekt) og leksikal (f.eks. valg af deciderede høflighedsmarkører, brug af modale sætningsadverbier og modalpartikler) (Trosborg 1988). Der kan med udgangspunkt i Brown/Levinsons model for negativ høflighed (1987,131) opstilles følgende interne modifikationsstrategier: 1) A kan vælge at udtrykke en **konventionelt indirekte anmodning** som beskrevet ovenfor. En generalisering af givne sproglige udtryks grad af høflighed kan kun foretages, hvor de situationelle variable er konstante, og det skal derfor ikke forsøges her. 2) A kan vælge ikke at formode eller tage for givet hvilke ønsker M har, og hvad der er relevant for M ved, at **spørge**, om M vil udføre en given handling, som beskrevet under M-orienterede konventionelt indirekte anmodninger. "**Hedging**" tjener samme formål som spørgsmål. Ved "hedging" forstås her et partikel, ord eller ordforbindelse, der modificerer et prædikats eller en substantivisk sætningsudsigelsesstyrke. Ved hedging er A intentionelt vag overfor den handling, der ønskes udført. Hedging kan bestå af en adverbial sætning ("send the goods if ..."), kan være adverbialer der anfægter et af Grice's maximer (kvalitet: "Frankly, ..." eller kvantitet: "approximately, more or less, ..."), eller de kan direkte signalere det ansigts-truende element ("frankly,

to be honest" ...). 3) Desuden kan A undgå at tvinge eller presse M ved at give M mulighed for ikke at handle, enten ved at være konventionelt indirekte, undlade at formode/forvente at M er villig til at udføre en given handling, eller ved at formode, at M ikke vil være tilbøjelig til at udføre handlingen. En sådan **negativ forventning** kan signaleres via brug af modal præteritum ("could/would you >> can/will you") eller brug af en negativ form ("I do not suppose there would be any ..."). 4) A kan desuden minimere den illokutionære styrke ved at underdrive aspekter af den ønskede handling og dermed **minimere R** (eufemismer, "just", "could you do us a small favour"), eller A kan 5) **vis ærbødighed** gennem brug af tiltaleformer. 6) Endvidere kan A gennem diverse præsekvenser ("embedding") give udtryk for sin modvilje mod at trænge ind på M's -a. Præsekvensen kan have form af udtryk for **taknemmelighed** ("we should very much appreciate if ..."). Gennem præsekvensen kan A **indrømme truslen** mod M's -a ("I ask you to do us a great favour"), A kan **visen tøyen** ("Normally, we would not ask you to do this, but ..."), **angive tvingende grund** ("We write to you in a matter of absolute urgency, ..."), eller A kan regulært **undskyld** ("We are sorry to bother you ..."). A kan desuden signalere, at han ikke ønskede at trænge ind på M's -a ved, 7) at dissociere både sig selv og M fra den pågældende handling gennem **brug af upersonlige verber** ("it is necessary that >> I want"), verber der tager **dativ** ("It would be desirable (for me) ..."), **dativ substantiviske bisætninger** ("Further details should have been sent (to us by you)..."), erstatning af "I/you" med **indefinite pronominer** ("one"), **tiltaleformer** for at undgå reference til 2. person, **referenttermer** for at undgå reference til 1. person ("The General Manager informed us ..."), og endelig synspunkt-distancering gennem **tempuskift** fra præsens til præteritum (recentring af deiktisk tid) ("I wondered /was/have been wondering whether I might ask you to do us a small favour"). 8) Samme agens-distance kan opnås ved at gøre den pågældende ATH til en **almindelig regel** ("the goods must be shipped for ...") eller ved 9) **nominalisering**, hvor den handlende generelt distanceres fra tekstens overflade jo mere nominaliseret sætningen er. Endelig kan A 10) være direkte og sprogligt give udtryk for, at han er **i gæld** til M.

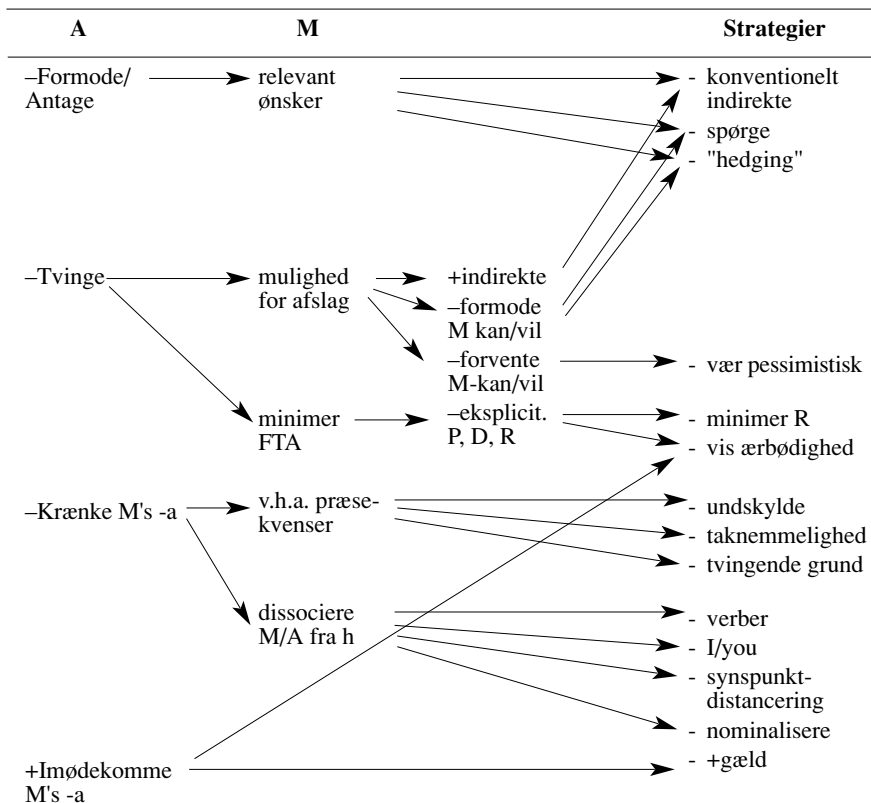
Ovennævnte system kan illustreres i figuren på næste side:

5.3 Kommunikationssituationen

Inden for pragmatikken er konteksten helt central for udledningen af et sprogligt udtryks betydningsindhold. Konteksten kan, som beskrevet

Figur 6

Negative høflighedsstrategier



ovenfor indeles i et makro- og et mikroniveau, hvor mikroniveauet, der er det interessante i denne sammenhæng, udgøres af individuelle/differentierede virkeligheder indeholdt i makroniveauet, både de bestemte kontekstrelevante faktorer, A-M rollekonstellationer og den kommunikative adfærds emotive og affektive dimension. Med en pragmatisk indfaldsvinkel skal det sproglige udtryk skildres i netop den specifikke kontekst i hvilken, det indgår. Jeg vil bruge udtrykket **kommunikativ situation** om den kontekstuelle ramme på mikroniveau og vil i den forbindelse her se bort fra de emotive og affektive aspekter. Jeg vil her anvende termen **sproghandling** om en betydningsbærende gestuel gørelse eller aktivitet inden for kommunikationens pragmatiske ramme på sætningsniveau og termen **kommunikativ handling** om en SH anskuet på teksthiveau.

Registeret er non-segenteret "fagsproglig" kommunikation; kommunikationens retning er horisontal - den er fra en forretningsforbindelse til

en anden og ikke eksempelvis fra en producent til en forbruger, hvilket jeg vil kalde vertikal segmenteret kommunikation. **Kommunikationens formål** er ikke blot at formidle information, men også at etablere og opretholde et positivt interaktionelt forhold mellem A og M, som nævnt i afsnit 3. Disse formål forudsættes at være overordnede i enhver kommunikation mellem forretningsforbindelser. Jeg formoder, at forretningsparter almindeligvis ønsker at opretholde en god forretningsmæssig kontakt af den simple grund, at der er et naturligt afhængighedsforhold mellem køber og sælger; et forhold som ganske vist afhænger af købers og sælgers relative magtpositioner. Både formidling af information og opretholdelsen af det interaktionelle forhold realiseres ved hjælp af sproglige midler, der skal have maksimal situationsadækvans. A forudsættes at bruge bevidste eller ubevidste strategier, der former det sproglige indhold, så det modtages positivt af M, og A forventes at overholde gældende regler for sproglig adfærd i den pågældende kommunikative situation.

Den sproglige udformning og brugen af strategier er tæt knyttet til **partsforholdet** og den kommunikative situation. Jeg skal derfor nedenfor give en nærmere beskrivelse af de bestemmende kontekstrelevante faktorer og mulige A-M rollekonstellationer. De mulige **A-M rollekonstellationer** kan med udgangspunkt i Hansen 1989, 13-15 defineres og illustreres som følger:

Figur 7:

Afsender-modtager relationen

Afsender	Modtager
Leverandør	Kunde
- den der leverer en given vare	Agent
Agent	Kunde
- den der varetager formidling af varehandel	Leverandør
Kunde	Agent
- den der køber en given vare	Leverandør

Leverandøren er ikke nødvendigvis producenten, men blot den der leverer en given vare, uanset om den er fremstillet af den pågældende virksomhed eller ej. En leverandør kan således både være producenten og eksempelvis et eksportfirma, som har købt den pågældende vare m.h.p. videresalg. Agenten varetager eksport- og/eller importforretninger eller andre former for varesalg og er typisk en "mellemand" (mægler, handelsagent, kommissionær). Som aftager af et vareparti er agenten at betragte som en kunde. Kunden er i denne forbindelse ikke forbrugeren,

da der her kun analyseres non-segmenteret markedskommunikation, men alene den der aftager den pågældende vare, det være sig agenten, forhandleren eller andre.

Forholdet mellem A og M afhænger desuden af partsforholdets **rets- lige grundlag**. I forholdet mellem kunde og leverandør vil den sproglige udformning eksempelvis afhænge af om parterne er i tilbuds- eller ordrefasen. I tilbudsfasen vil korrespondancen typisk bestå i leverandørens fremsendelse af salgsmateriale, kundens forespørgsel til leverandøren, leverandørens tilbud, samt diskussion og spørgsmål om pris og leveringsbetingelser. I tilbudsfasen er der ingen kontraktlige og juridiske forpligtelser og kunden har +P, fordi han afgør, om ordren skal placeres hos netop den pågældende leverandør. Leverandøren vil være tilbøjelig til at være imødekommende og vælge sprogligt udtryk alt efter om det er en ny/gammel kunde, ordrens størrelse, nyt/gammelt marked, konkurrenceforholdene etc. Kundens sproglige udtryk vil afhænge af, om det er en kendt/ukendt leverandør, om der er andre leverandører, prisniveauet og krav til levering. I ordrefasen modsvarer rettigheder og pligter hinanden. Eksempelvis har leverandøren pligt til at levere varen til aftalt tid og ret til at få varen betalt, mens kunden har ret til levering og pligt til at betale varen til tiden. Man må derfor sondre mellem på den ene side anmodninger inden for købsaftalen, som kan betragtes som krav, og på den anden side anmodninger uden for købsaftalen.

Også i forholdet mellem agent og leverandør er det relevant at inddrage partsforholdets retslige dimension. En agents forpligtelser over for leverandøren er anderledes end de forpligtelser, der optræder i forholdet mellem kunde og leverandør og afhængigheden af agenten kan variere fra branche til branche og geografisk. Af andre faktorer, der vil indvirke på det sproglige udtryk kan nævnes markedets størrelse og gennemtrængelighed. En leverandør vil f.eks. være mere afhængig af agenten på et stort svært gennemtrængeligt fjernmarked end på et nærmarked (eksempelvis EF) uden væsentlige handelsmæssige hindringer. Et andet eksempel er agentens status: En leverandør er mere afhængig af en agent med eneret inden for en branche, end hvis afsætningskanalerne var flere.

Af andre faktorer der påvirker partsforholdet kan nævnes de **socio- spatiale faktorer** (D). Det er således ikke blot af betydning hvor længe parterne har kendt hinanden, men også hvordan, d.v.s. personligt, telefonisk eller per brev. En førstegangshenvendelse vil formodentlig være fraseret anderledes end et brev mellem personer ansat i henholdsvis et moder- og et datterselskab, som kender hinanden fra personlig kontakt.

- 2) Danske virksomheders non-segmenterede markedskommunikation til firmaer i Storbritannien er ikke sociopragmatisk og pragmalingvistisk optimal
- 3) Forskelle på hvorledes givne sproghandlinger realiseres i firmaer i Danmark og Storbritannien kan relateres til interkulturelle forskelle.

Dette arbejde belyser aspekter af hypotese 1 og 2. Den tredje hypotese om de interkulturelle forskelle - forklaringsmodellen - samt en diskussion af den sociopragmatiske og pragmalingvistiske kompetence i lyset af denne forklaringsmodel vil blive gjort til genstand for senere artikler. Hypoteserne 1 og 2 vil blive testet ved at undersøge, hvorledes anmodninger og afslag realiseres af danske og engelske firmaer.

Arbejdets formål er, at besvare følgende spørgsmål for henholdsvis danske og engelske firmaers handelskorrespondance: 1) Hvilke formuleringer anvendes på sætningsniveau i anmodninger og afslag i engelske forretningsbreve? Spørgsmålet besvares frekvensanalytisk for forskellige kategorier af anmodninger og afslag. 2) Er der en sammenhæng mellem den ekstralingvistiske kontekst og det sproglige udtryk i givne kommunikative situationer? Spørgsmålet belyses ud fra en beskrivelse af, hvordan det sproglige udtryk ændres som funktion af P, D og R. 4) Kan der fra den undersøgte SH's realisation på sætningsniveau ekstrapoleres til høflighedsstrategier på teksthiveau? I bekræftende fald, hvilke høflighedsstrategier anvendes i givne kommunikative situationer? Spørgsmålene besvares ved på teksthiveau at undersøge, hvilke strategier der benyttes i den givne kommunikative situation for at nå til den centrale ATH. Desuden søges følgende spørgsmål besvaret: 5) Hvori består forskellene på, hvordan danske og engelske firmaer realiserer de beskrevne kommunikative og sproglige handlinger? Spørgsmålet besvares ved at komparere og kontrastere de fundne data både på sætnings- og teksthiveau. 6) Hvordan virker udvalgte kommunikative og sproglige handlinger i danske firmaers korrespondance i en given kommunikativ situation på den engelske M? Den sociopragmatiske og pragmalingvistiske adækvans vurderes af engelske informanter med modersmålskompetence.

Beskrivelsen af den valgte metode og det empiriske materiale vil kun blive skitseret ganske kort i denne artikel. Der opstilles to korpura. **Korpus 1** vil bestå af autentiske breve inden for de overordnede SH anmodning og afslag. Materialet indsamles fra danske og engelske virksomheder. Endvidere anvendes et korpus af "ucensurerede" autentiske breve via et samarbejde med University of Cambridge, England. Anmodninger ty-

pologiseres som redegjort for i afsnit 5 og i henhold til et endnu ikke fastlagt kontinuum for direkte, indirekte og konventionelt indirekte anmodninger, hvor yderpunkterne er kerneanmodningen krav og randanmodningen ønske. Endvidere grupperes hver type anmodninger, så der foretages sammenligning af breve med identiske til nær-identiske P, D, og R parametre.

Korpus 2 vil bestå af fiktiv korrespondance mellem deltagere. Hver deltager formulerer en anmodning, som modtageren skal afslå. Der opstilles 5 forskellige kontekster med veldefinerede P, D, og R parametre, hvor der kun tillades variation inden for et enkelt parameter ad gangen. Som eksempel på en kontekst med variation af R-parametren tid kan nævnes en kerneanmodning i form af et krav inden for købsaftale: Der er aftalt levering af varer fra leverandør (L) til kunde (K) til fastsat tid og med betalingsfrist 90 dage fra modtagelse af varen. P-parameter: Neutral - der er modsvarende krav og pligter. L har pligt til at levere varen, og ret til at modtage betaling. K har ret til at modtage varen og pligt til at betale til aftalt tid. D-parameter: +D. K og L kender hinanden fra en enkelt tidligere handel, men har ikke indgået i ansigt-til-ansigt interaktion. R-parameter = variabel: Betalingsfrist. Likviditetsproblemer p.g.a. fejlslagen oversøisk eksportfremstød tvinger L til at skærpe betalingsbetingelserne. Respondenter bedes om som L 1) at anmode K om betaling inden 60 dage fra modtagelsen og 2) at anmode K om at betale inden 30 dage fra modtagelsen. Da hensigten er at analysere brevvekslinger bedes et andet hold respondenter om som K at afslå de nævnte anmodninger.

Der foretages to spørgeskemaundersøgelser. Den første spørgeskemaundersøgelse omfatter respondenter i korpus 2 og skal belyse baggrundsvariable om virksomheden, deltageren og den kommunikative situation. Der spørges om objektive fakta. Svar er primært bundne, eftersom respondenter gives en række opførte alternativer og skal vælge det, der passer bedst på vedkommende. Svar kan være åbne, eftersom der for hvert emne gives en mulighed for at svare frit. Et par eksempler er spørgsmål om virksomhedens geografiske placering og størrelse for at klarlægge regionale forskelle (England, Wales, Scotland, Northern Ireland) og forskelle som skyldes virksomhedens størrelse (> 10 ansatte, 10-50 ansatte, < 50 ansatte). Den anden spørgeskemaundersøgelse omfatter en mere begrænset gruppe og skal belyse respondentens vurdering af korrespondancens hensigtsmæssighed. Respondenter er her informanter med modersmålskompetence. Målet er, at klarlægge respondenternes vurdering af den pragmatiske hensigtsmæssighed af de anvendte høflighedsstrate-

gier i forhold til de givne P, D, og R dimensioner. Der spørges om holdninger og vurderinger.

En mere detaljeret beskrivelse af metoden vil blive givet i forbindelse med en senere præsentation af det empiriske materiale.

7. Litteratur

- Ashley, J. (1984): *A handbook of commercial correspondence*. Oxford: Oxford University Press 1984.
- Austin, John (1981): *How to do things with words*. William James Lectures 1955, Oxford.
- Beresford, Cynthia (1984): *Practical English for the business world*. London: BBC 1984.
- Blum-Kulka, Shoshana/Ohlsthain, Elite (1984): Requests and apologies: A cross-cultural study of speech act realization patterns (CCSARP), i: *Applied Linguistics* 5, 1984, 196-212 .
- Brown, Penelope/Levinson, Stephen C. (1987): *Politeness. Some Universals in Language Use*. Cambridge: Cambridge University Press. 1987
- Cohen, A/Ohlsthain, Elite (1981): Developing a measure of sociocultural competence: the case of apology, i: *Language Learning* 31, 1981, 113-34.
- Coulmas, Florian (1981): *Conversational routine: Explorations in standardized communication situations and prepatterned speech*. New York, London, The Hague: Mouton Publishers 1981.
- Damsgaard, Lise et al. (1989): *Forretingskorrespondance for engelskstuderende*. København: Samfundslitteratur 1989.
- Gartside, L. (1979): *English business letters*. London: Longman 1979.
- Goffman, E. (1955): On face-work. An analysis of ritual elements in social interaction, i: *Psychiatry* 18, 1955, 213-31.
- Goffman, E. (1967): *Interaction ritual. Essays on face-to-face behaviour*. New York: Doubleday 1967.
- Hansen, Doris (1989): *Kommunikative handlinger i tyske forretningsbreve specielt med henblik på anmodninger*, Handelshøjskolen i København, upubl. man..
- Haverkate, Henk (1988): Towards a typology of politeness strategies in communicative interaction, i: *Multilingua* 7, 1988, 385-409 .
- Hofstede, Geert (1980): *Culture's consequences - International differences in work-related values*. Beverly Hills, London: Sage Publications 1980.
- Kench, A.B. (1972): *The language of English business letters* 1972.
- Knap, Karlfried/Knapp-Potthoff, Annelie (1987): Instead of an introduction: Conceptual issues in analyzing intercultural communication i: Karlfried Knapp, Werner Enninger, Annelie Knapp-Potthoff (eds.): *Analyzing intercultural communication*. Amsterdam, Berlin, New York: Mouton de Gruyter 1987, 1-13.
- Kroeber, A.L./Gluckhohn, Clyde (1952): *Culture: A critical review of concepts and definitions*. New York, 1952 .

- Lakoff, R. (1973): The logic of politeness; or minding your p's and q's, i: *Papers from the 9th Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society 1973*, 292-305.
- Lakoff, R. (1974): What you can do with words: politeness, pragmatics and performatives, i: *Berkley Studies in Syntax and Semantics* 1, 1974, 1-55.
- Laver, John (1981): Linguistic routines in greeting and parting, i: Florian Coulmas (ed.): *Conversational routine: Explorations in standardized communication situations and prepatterned speech*. New York, London, The Hague: The Mouton Publishers 1981, 289-305 .
- Leech, Geoffrey (1977): Language and tact, i: *Linguistic Agency University of Trier series A*, 1977, paper no. 46.
- Leech, Geoffrey (1983): *Principles of pragmatics*. London, New York: Longman 1983.
- Littlejohn, Andrew (1988): Company to company. A new approach to business correspondence in *English*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Myers, G. (1989): The pragmatics of politeness in scientific articles, i: *Applied Linguistics* 10, 1989, 1-35.
- Naterop, Bertha J. (1977): *Business letters for all*. Oxford: Oxford University Press 1977.
- Pilegaard, Morten (1989a): *Interkulturel kommunikation og høflighed. Foredrag på ADLAs årsmøde febr. 1989*, København .
- Pilegaard, Morten (1989b): *Kursusmateriale: Faste vendinger i handelskorrespondance, CEF-kursus på Danish Turnkey Dairies* (upubliceret undervisningsmateriale) .
- Scollon R./Scollon S.B.K. (1983): Narrative, literacy and face in interethnic communication i: Jack C. Richards and Richard W. Schmidt (eds.): *Language and communication*. London, New York: Norwood 1983, 156-189
- Searle, J.R. (1969): *Speech acts*. Cambridge: Cambridge University Press 1969.
- Stubbs, Michael (1986): A matter of prolonged field work: Notes towards a modal grammar of English, i: *Applied Linguistics* 18, 1986, 313-31.
- Thomas, Jenny (1983): Cross cultural pragmatic failure, i: *Applied Linguistics* 4, 1983, 91-112.
- Thomas, Jenny (1984): Cross-cultural discourse as "unequal encounters": Towards a pragmatic analysis, i: *Applied Linguistics* 5, 1984, 226-35.
- Trosborg, Anna (1988): *Request strategies in natives/non-natives*. Paper presented at *Second Language Research Forum*, Honolulu 1988 .

