

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT



Sprach- und Literaturwissenschaftliche Fakultät

Englische und Vergleichende Sprachwissenschaft

Professor i. K. Dr. Joachim Grzega

Proseminar:

Basic Eurolinguistics I

Wintersemester 2006/2007

Thema der Seminararbeit:

“Deine Frau ist wirklich hübsch!” “Meinst Du wirklich?”

-

Gibt es in Europa eine allgemeine Strategie wie man Komplimente ausspricht und wie man auf sie reagiert?

Vorgelegt von:

Michael Kern, Europastudiengang, 3.Semester

Friedhofgasse 1

85072 Eichstätt

Telefon: 0176/23420697

Email: Tschober@gmx.de

Vorgelegt am:

22.03. 2007

“Your wife is really beautiful!” “You really think so?”

Is there a common strategy in Europe how to give compliments and how to react on them?

During the pro-seminar “Basic Eurolinguistics I” which took place in the Winter Semester of 2006/2007, I was part of a group that worked for the *ECSTRA*-Project (= European Communicative **S**trategies). In the course of this project we developed, with the help of Prof. i.K. Dr. Joachim Grzega, a questionnaire which we distributed and sent to people in different European nations.

With the help of this questionnaire, an online-version of it and a workshop in which the questionnaire was used, we wanted to detect similarities and differences between the different European nations. Furthermore, we wanted to find out the typical linguistic behaviour of the single nations. The questionnaire contains the topics: making and reacting to compliments, reacting on invitations, making an apology, turning down an invitation and saying good-bye.

During the project I myself specialized on the part “making and reacting to compliments” and therefore my thesis will deal with this topic and in particular with the question if there are any similarities or differences between the single European nations in making compliments and in the way how they react on them.

In the past there has already been an important work by Rong Chen called “Responding to compliments: A contrastive study of politeness strategies between American English and Chinese speakers”, which was published in the *Journal of Pragmatics* and which dealt with the similarities and differences between American and Chinese students in the way they react to compliments.

For this thesis I have chosen the following method: I have received 16 questionnaires from the workshop and 92 from the Czech Republic. I will analyse them separately. First I want to prove if the single nations make compliments on the same objects. In a second step I want to find out if there is a principal strategy how to react on the received compliment. In the last section I want to examine if there are things that people are not allowed to make compliments on. The data were analysed with the SPSS- and the Excel-programme.

The main results were that in the examined nations people can normally make compliments on all the things that are listed in the questionnaire but in most European nations and especially in the Czech Republic you should avoid to make a praise concerning possessions or wealth. Furthermore, Czechs seem to not make compliments as often as other Europeans do.

Moreover, it can be stated that the strategies how Europeans react on a compliment are mainly influenced by Leech's "Agreement", "Approbation" und "Modesty" Maxim.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	S. 2
2. Theoretische und methodische Grundlagen des <i>ECSTRA</i> -Projektes	S. 4
2.1. Methodik des <i>ECSTRA</i> -Projektes	S. 4
2.2. Bisheriger Forschungsstand zum Themenkomplex “Komplimente”	S. 5
3. Ergebnis der Untersuchung für den Themenkomplex “Komplimente”	S.10
3.1. Ergebnisauswertung und -beschreibung für den Themenkomplex “Komplimente”	S.10
3.2. Interpretation der Ergebnisse	S.14
4. Schluss	S.18
5. Literaturverzeichnis	S.19
6. Anhang	S.20

1. Einleitung

In Zuge einer immer schneller voranschreitenden Globalisierung und einer immer stärkeren Vernetzung verschiedener Nationen kommt es, vor allem innerhalb Europas, zu einem intensiveren Kontakt zwischen den Bewohnern der einzelnen Nationen. Doch kennen wir nicht alle diese kleinen Probleme, die sich bei einem Aufenthalt im (europäischen) Ausland auftun? Man macht sich bei seinem ausländischen Geschäftspartner unbeliebt, da man entgegen der Sitte des Landes wenig Wert auf den Titel und den Rang seines Gegenübers legt und ihn sofort mit „Du“ anspricht. Oder man verärgert seine Gastfamilie, da man Komplimente über die Frau des Hausherrn macht, was dieser als unhöflich betrachtet. Diese pragmatischen Fehler werden im Gegensatz zu Grammatik- oder Vokabelfehlern meist nicht auf mangelnde Kenntnisse der fremden Sprache zurückgeführt, sondern als unhöfliches Verhalten des Gesprächspartners ausgelegt, so dass nach solch einem pragmatischen Fehler das Gespräch häufig beendet wird. Man kann also sagen, dass Missverständnisse im pragmatischen Bereich für das „Miteinander“ von größerer Bedeutung sind und deshalb auch schwerer wiegen.

Mit eben solchen pragmatischen Problemlagen und zahlreichen weiteren Grundgedanken der interkulturellen Kommunikation und Interaktion setzte sich im Wintersemester 2006/2007 das Proseminar „Basic Eurolinguistics I“ auseinander. Im Laufe des Kurses beteiligte ich mich am so genannten *ECSTRA*-Projekt (= **E**uropean **C**ommunicative **S**trategies), das von Herrn Prof. i.K. Dr. Joachim Grzega entworfen wurde und das es sich zum Ziel gemacht hat, Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Bereich der Kommunikationsstrategien zwischen den einzelnen europäischen Nationen - aber auch zwischen nationalen Varietäten einer Sprache (z.B. deutsches Deutsch vs. österreichisches Deutsch) - zu untersuchen, um so eventuelle nationale Eigenarten und Charakteristika festzustellen. Die Herausbildung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden zwischen den verschiedenen Nationen Europas soll es eines Tages ermöglichen eine Art „pragmatischen Sprachführer für Europa“ zu veröffentlichen, der die interkulturelle Kommunikation und Interaktion innerhalb Europas erleichtern soll. Es ist hierbei noch anzumerken, dass Europa im anthropologischen Sinn verstanden wird.¹

Zur Erhebung geeigneter Daten wurde ein spezieller Fragebogen via Email versandt, in einem eigens dafür initiierten Workshop verteilt und als Online-Version ins Internet gestellt. Auf dem Fragebogen sollten die Probanden das typische Sprechverhalten ihrer Nation in bestimmten

¹ vgl. Grzega, Joachim (2006): Eurolinguistischer Parcours, S.5/6

Sprechakten angeben. Als mögliche Situationen wurden unter anderem angegeben: Wie mache und wie reagiere ich auf Komplimente, wie entschuldige ich mich, wie gehe ich mit Einladungen zu einem Treffen um, wie lehne ich etwas ab und wie verabschiede ich mich.

Im Zuge des Workshops habe ich mich hierbei auf den Bereich der Komplimente spezialisiert, da ich es faszinierend fand, dass grundsätzlich positiv gemeinte Bemerkungen über einen Gegenstand oder eine Person in bestimmten Kulturkreisen unerwünscht sind bzw. als Beleidigung aufgefasst werden können und somit oft genau das Gegenteil von dem erreichen, was der Sprecher erreichen wollte: Anstatt dass sich der Gegenüber geschmeichelt fühlt, kommt es zum Streit. Meine Arbeit befasst sich deshalb im Detail mit der Frage: Worüber kann bzw. darf man in einer Nation Komplimente machen, über was sollte man keine aussprechen und in welcher Art und Weise reagiert man in der betreffenden Nation typischerweise auf Höflichkeitsbekundungen. Für die dieser Seminararbeit zugrunde liegende Auswertung der Umfrage liegen 16 Exemplare des Fragebogens aus dem Workshop und 92 Exemplare aus Tschechien vor, die alle den Themenkomplex "Komplimente" beinhalten, so dass die Ergebnisse zwar nicht zwingend repräsentativ sind, aber dennoch einen ersten Grundstein hinsichtlich der Auffindung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden zwischen den europäischen Nationen legen.

Im Folgenden möchte ich die Methodik unseres *ECSTRA*-Projektes etwas genauer vorstellen, um darzulegen wie wir im Rahmen der Datenerhebung vorgegangen sind und wie wir die gewonnen Daten ausgewertet haben. Darüber hinaus möchte ich auch auf bereits vorhandene Literatur zum Themenkomplex "Komplimente" und deren Erkenntnisse eingehen. Den Hauptpunkt der vorliegenden Arbeit bildet allerdings die Ergebnisbeschreibung, deren Interpretation und die daraus resultierenden Konsequenzen bzw. Schlüsse. Im sich daran anschließenden Schlussteil möchte ich neben einem kurzen Fazit des Projektes auch dessen Bedeutung für Europa näher betrachten.

2. Theoretische und methodische Grundlagen des *ECSTRA*-Projektes

2.1. Methodik des *ECSTRA*-Projektes

Das *ECSTRA*-Projekt ist eines von vier eurolinguistischen Projekten², die Prof. i.K. Dr. Joachim Grzega ins Leben gerufen hat. Das Projekt soll wie die drei übrigen Projekte die Gemeinsamkeiten zwischen den europäischen Nationen herausheben, um somit die Kommunikation und das Zusammenleben zwischen ihnen zu erleichtern.

Die Grundlage für die Datenerhebung im Zuge des Projektes bildete ein von Prof. i.K. Dr. Joachim Grzega entworfener 14-seitiger deutscher bzw. 12-seitiger englischer Fragebogen, der alle Facetten eines typischen Gesprächs beinhaltet und von den Abschnitten “Ein Gespräch beginnen”, “Ein Gespräch aufrechterhalten” über die Abschnitte “Präsentieren und nett sein” und “Auf unangenehme Themen reagieren” bis hin zum Punkt “Sich verabschieden” reicht und mit einer abschließenden Frage endet. Denn laut Heinz Göhring kommt es gerade im Verlauf der interkulturellen Kommunikation am häufigsten zu Missverständnissen, da verschiedene Nationen eine unterschiedliche Auffassung von Höflichkeits- und Umgangsformen haben und man somit häufig kulturspezifische Regeln verletzt - meist jedoch unbewusst.³ Weil auch Faktoren wie Geschlecht, soziale Stellung oder Alter die Art und Weise des eigenen Kommunikationsstils prägen, wurden diese Punkte ebenfalls in den Fragebogen aufgenommen. Da unser Projekt-Team vorhatte, die Umfrage per Email zu verschicken, mussten wir die Größe des Fragebogens reduzieren, um so die Chancen zu erhöhen, dass Leute ihn beantwortet zurückschicken. Nachdem wir die Größe der Umfrage gekürzt hatten, standen zwei Exemplare zur Auswahl: Zum einen hatten wir eine 7-seitige Umfrage, welche die Themenkomplexe “Wie mache und wie reagiere ich auf Komplimente”, “Einladungen zu einem Treffen”, “sich entschuldigen”, “etwas ablehnen” und “sich verabschieden” beinhaltete und welche im Workshop und bei der Umfrage in Tschechien verwendet wurde. Die 4-seitige Umfrage war nochmals etwas stärker gekürzt und befasste sich nur mit den Themen “sich entschuldigen” und “etwas ablehnen” und stellte die Version dar, die per Email verschickt wurde.

Obwohl einige Teilnehmer des Projektes den Fragebogen im europäischen Ausland während kurzer Aufenthalte verteilen konnten und obwohl wir den Fragebogen per Email

² vgl.: http://www1.ku-eichstaett.de/SLF/EngluVglSW/mediawiki/index.php/Main_Page (letzter Zugriff: 21.03.2007)

³ vgl. Göhring, Heinz (2002): Interkulturelle Kommunikation, S.160 f.

verschickt hatten, brauchten und wollten wir noch mehr vergleichbare Daten. So entschlossen wir uns dazu, mit Hilfe von Prof. i.K. Dr. Joachim Grzega einen interkulturellen Workshop durchzuführen, der den Titel “Fremd sein? - Freund sein!” trug und sich ganz im Zeichen des Projektes der Verbesserung der interkulturellen Kommunikation und Interaktion widmete. Trotz einer geringen Teilnehmerzahl erwies sich der Workshop als sehr ertragreich, da wir zum einen Wissen vermitteln und zum anderen den Fragebogen von den Teilnehmern ausfüllen lassen konnten und - was noch viel wichtiger war - im direkten Gespräch zahlreiche nationale Eigenarten von unseren Gästen erfuhren. Hier sahen wir im Nachhinein auch den entscheidenden Vorteil des Workshops gegenüber dem Fragebogen, nämlich dass sich aus dem direkten Gespräch viele nützliche Angaben entnehmen ließen, die durch bloßes Ausfüllen des Fragebogens nicht erfasst worden wären.

Die beiden bislang letzten Abschnitte des Projektes waren dann schließlich die Fertigstellung der Online-Umfrage⁴ und die Auswertung der eingegangenen Daten. Die Online-Umfrage wurde mit Hilfe des Programms PHPSurveyor erstellt und ermöglicht, dass die Daten direkt in eine auswertbare Form gebracht werden. Die allgemeine Auswertung wiederum erfolgte mithilfe von Excel, so dass wir die Datensätze in eine geeignete Form bringen konnten (*Anmerkung*: Teile meiner eigenen Auswertung wurden mit Hilfe des Programms SPSS erstellt). Auf das genaue Ergebnis der Auswertung und die Analyse des selbigen werde ich im dritten Punkt allerdings noch genauer eingehen. An dieser Stelle sei nur gesagt, dass wir hoffen mit unserem Projekt und den daraus gewonnen Erkenntnissen zu der Verwirklichung von Prof. i.K. Dr. Joachim Grzegas Idee, nämlich einem pragmatischen Sprachführer für Europa, beizutragen.

2.2. Bisheriger Forschungsstand zum Themenkomplex “Komplimente”

Zuerst einmal bleibt festzuhalten, dass man Sprache nicht losgelöst von Kultur betrachten kann, da zwischen beidem ein Zusammenhang besteht, was wiederum dazu führt, dass bestimmte Sprechakte in bestimmten Kulturen unterschiedlich aufgefasst werden.⁵ Beim Erlernen einer Sprache reicht der “isolierte Erwerb der fremdsprachlichen Kompetenz”⁶ folglich nicht aus, sondern es gehört auch das Erlernen der fremden Kultur dazu, da Kultur “all das ist, was man wissen oder woran man glauben muss, um sich in der betreffenden Kultur wie ein Einheimischer

⁴ vgl.: <http://elix.pytalhost.de/survey/index.php?sid=2> (letzter Zugriff: 21.03.2007)

⁵ vgl.: Göhring, Heinz (2002): Interkulturelle Kommunikation, S.71

⁶ ebd.: S.98

in allen Rollen unauffällig bewegen zu können.”⁷ Gerade wenn sich Ausländer in einer Sprache beinahe fehler- bzw. akzentfrei ausdrücken können, führen kulturelle Missverständnisse zu großen Problemen, da sie häufig als bewusster Verstoß gegen die einheimischen, kulturspezifischen Regeln aufgefasst werden.⁸ Göhring zitiert in seinem Buch trefflich, dass kulturelle Unterschiede für die interkulturelle Kommunikation eine größere Barriere bilden als sprachliche Differenzen, da Ungleichheiten in Grammatik und Vokabular weniger wichtig sind als unterschiedliche Denk- und Verhaltensmuster.⁹ Eine Möglichkeit zum Erlernen der Zielkultur einer Sprache, die man sich aneignet, wäre “die bikulturelle Kulturanalyse.”¹⁰ Beim Lesen der von Heinz Göhring vorgeschlagenen Lehrmethode und seiner Idee einer “Kultur-Grammatik”¹¹ habe ich mich sofort an die Methodik des *ECSTRA*-Projektes erinnert gefühlt, da beide Methoden zum Ziel haben Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen verschiedenen Nationen herauszuarbeiten, um so den Lernenden für interkulturelle “Fettnäpfchen” zu sensibilisieren bzw. seine Empathie für die fremde Kultur zu steigern und somit zu erreichen, dass die Probleme und Schwierigkeiten in der interkulturellen Kommunikation abnehmen.¹²

Nach diesen kurzen allgemeinen Ausführungen zur interkulturellen Kommunikation und der engen Verbindung von Sprache und Kultur, möchte ich im Folgenden speziell auf bisherige Veröffentlichungen und Erkenntnisse hinsichtlich des Themenkomplexes “Komplimente” zu sprechen kommen. Prinzipiell sollte man meinen, dass man auf Höflichkeitsbekundungen durchweg positiv reagiert, da sie einem ja schmeicheln. Doch vorliegende Studien haben belegt, dass zum einen das Themengebiet, über das Komplimente gemacht werden, beschränkt ist und dass die Art und Weise, wie man auf Komplimente reagiert, sich von Nation zu Nation unterscheiden kann.

Während meiner Recherche zu diesem Thema bot mir diesbezüglich vor allem der im *Journal of Pragmatics* erschienene Aufsatz “Responding to compliments: A contrastive study of politeness strategies between American English and Chinese speakers” von Rong Chen einen guten Ein- und Überblick. Ich möchte deswegen im Folgenden einige Aspekte des Aufsatzes aufgreifen.

⁷ ebd.: S.72

⁸ vgl.: ebd.: S.167

⁹ vgl.: ebd.: S.101 f.

¹⁰ ebd.: S.99

¹¹ ebd.: S.100

¹² vgl.: ebd.: S.99 f.

In seiner Ausarbeitung hinsichtlich der Höflichkeitsformen zwischen verschiedenen Kulturen vergleicht er im Speziellen die Antworten und Reaktionen von amerikanischen und chinesischen Studenten auf Komplimente, die ihnen gemacht wurden.¹³ Der von ihm verteilte Fragebogen umfasst je ein Kompliment bezüglich des Aussehens, der Kleidung, der Leistung und des Besitzes.¹⁴ Hinsichtlich der geringen Auswahl an Zielobjekten für ein Kompliment führt er an, dass frühere Studien von Manes und Wolfson bzw. Wolfson und Manes aus den 1980er Jahren ergeben haben, dass die meisten Komplimente, die aus alltäglichen Sprechakten erwachsen, in diesen vier Bereichen gemacht werden.¹⁵ Basierend auf früheren Studien wurde die Tatsache, dass die Beziehung zwischen dem Macher des Kompliments und dem Empfänger auf Freundschaft basiert bzw. beide miteinander bekannt sind, ebenso vorausgesetzt wie die Gegebenheit, dass die Komplimente auf einer von drei möglichen Satzstrukturen basieren.¹⁶ Darüber hinaus waren bei den Antwortmöglichkeiten keinerlei Beschränkungen vorgegeben.

Nach der Auswertung der Daten der amerikanischen und chinesischen Studenten kommt Chen zu folgendem Ergebnis: Basierend auf den Antworten der amerikanischen Studenten lassen sich zehn Strategien ableiten wie man auf ein Kompliment reagieren kann. Je nach Art der Reaktion kann man diese zehn Strategien wiederum in vier so genannte "Superstrategien" einteilen.¹⁷ Dieselbe Vorgehensweise wird bei den Antworten der Chinesen angewandt, jedoch gibt es hier nur fünf Antwortstrategien und drei Superstrategien.

Laut Janet Holmes ist die Funktion von Komplimenten "to increase and consolidate the solidarity between the speaker and the addressee."¹⁸ Für die Diskussion der Ergebnisse stützt sich Chen auf ältere Studien von Brown und Levinson (1987), Gu (1990) und Leech (1983), die sich mit Höflichkeitsformen befassen.¹⁹

Für Brown und Levinson²⁰ handelt es sich beim Komplimente machen vorwiegend um eine positive Höflichkeitsstrategie. Eine positive Höflichkeitsstrategie "anoints the face of the addressee by indicating that in some respects, S wants H's face."²¹ Eine negative Höflichkeitsstrategie hingegen "is oriented mainly towards partially satisfying [...] H's negative

¹³ vgl.: Chen, Rong (1993): Responding to compliments, S.52

¹⁴ vgl.: ebd.: S.51

¹⁵ vgl.: ebd.: S.51

¹⁶ vgl.: ebd.: S.51f.

¹⁷ vgl.: ebd.: S.53f.

¹⁸ Holmes, Janet (1988): Compliments and compliment responses in New Zealand English, S.486

¹⁹ vgl.: Chen, Rong (1993): Responding to compliments, S.56f.

²⁰ vgl.: ebd.: S.57-61

²¹ ebd.: S. 57

face, his basic want to maintain claims of territory and self-determination. [...] Hence negative politeness is characterized by self-effacement, formality and restraint [...] .”²² Beim Komplimente machen handelt es sich also vorwiegend um eine positive Höflichkeitsstrategie, da man dem Komplimentempfänger signalisiert, dass man seine positiven Veränderungen bzw. Errungenschaften bemerkt bzw. wertschätzt, was bei diesem zu einem positiven Gefühl führt. Da die Person, die das Kompliment macht also positive Intentionen hat, ist der Kompliment-Empfänger gewissermaßen daran gebunden in einer Weise zu antworten, welche die positiven Bedürfnisse des Kompliment-Machers befriedigt. Dies geschieht vor allem mit den unter Superstrategie 1 ²³ zusammengefassten Strategien zur Reaktion auf ein Kompliment, da der Empfänger eines Kompliments hier die Intention verfolgt, dass er mit seiner Antwort schlichtweg Dank für das erhaltene Kompliment ausdrücken möchte (Egal ob er Strategie 1, Danken, oder Strategie 3, Freude ausdrücken, wählt). Um etwaigem Neid auf das Objekt des Kompliments entgegenzutreten bietet sich bei einer Antwort vor allem Superstrategie 2 an, da man hier die Absicht hat mit seiner Antwort das Kompliment zurückzugeben. Um jedoch der Gefahr zu entgehen, dass es scheint, man überschätze oder lobe sich durch eine positive Antwort auf das vorangegangene Kompliment zu sehr selbst, eignet sich die Theorie von Pomerantz²⁴, die der Superstrategie 3 gerecht wird und mithilfe derer man dem Lob zustimmt, aber dennoch eine Selbstüberschätzung vermeidet.²⁵ Wie schon bei der dritten so bieten Brown und Levinson auch für die letzte Superstrategie keine geeignete Erklärung, da die Zurückweisung des Kompliments bzw. das Schlechttreden des Zielgegenstandes aufgrund der negativen Antwort ein “Face-threatening act”²⁶ gegenüber dem Macher des Kompliments darstellt. Man kann zur These von Brown und Levinson also sagen, dass sie sich für die ersten beiden, von Chen erstellten Superstrategien eignet, aber bei den übrigen beiden ungeeignet ist. Ebenso weist sie Lücken bei der Erklärung der chinesischen Antworten auf.

Für die chinesischen Antwortstrategien bezüglich der Reaktion auf Höflichkeitsbekundungen kann jedoch das “Politeness Principle” von Gu herangezogen werden,

²² ebd.: S. 57

²³ Unter einer Superstrategie versteht man, dass mehrere Strategien zusammengefasst werden, die alle das gleiche Hauptcharakteristikum haben, d.h. auch wenn die einzelnen Antwortstrategien etwas unterschiedlich sind, so fallen sie doch unter das gleiche Hauptcharakteristikum und verfolgen somit die gleiche Intention.

²⁴ Die Theorie von Pomerantz besagt, dass man die Reaktion auf ein Kompliment von zwei Bedingungen beeinflusst wird, nämlich 1.) Dem Kompliment-Macher zustimmen und 2.) Selbstüberschätzung vermeiden

²⁵ vgl.: ebd.: S.59

²⁶ ebd.: S.60

das speziell für die chinesische Kultur zutrifft und auf Leechs Studien aufbaut²⁷: In Gus Ausführungen wird neben weiteren Untersuchungen zur Höflichkeit unter anderem auch festgestellt, dass das Verhalten der Chinesen bezüglich der Reaktion auf Schmeicheleien vor allem davon bestimmt ist, dass sie sich nach dem Erhalt eines Komplimentes schlecht machen. Dies erreichen sie vor allem dadurch, dass sie sich selbst schlecht reden und die Stellung der anderen im Vergleich zu ihrer eigenen erhöhen. Laut Gu wäre es unhöflich und arrogant sich im Zuge eines erhaltenen Komplimentes selbst zu erhöhen bzw. seinen Gegenüber schlecht zu reden. Durch diese Erkenntnis von Gu wird somit auch verständlich, warum sich die an der Umfrage beteiligten Chinesen vorwiegend für die ersten beiden Superstrategien, nämlich das Ablehnen des Kompliments bzw. Danken und sich schlecht reden, entschieden. Die dritte Superstrategie, das Annehmen des Kompliments verbunden mit einfachem Dank, macht insgesamt nur einen Prozentpunkt der Umfrage aus und ist somit zu vernachlässigen.²⁸ Leider kann Gus Modell das Verhalten der amerikanischen Studenten nicht erklären, so dass es ebenso wie jenes von Brown und Levinson ungeeignet ist.

Als am ehesten geeignet hält Chen deshalb Leechs “Politeness Principle”²⁹, welches auf den sechs Maximen “Tact, Generosity, Approbation, Modesty, Agreement and Sympathy”³⁰ aufbaut. Diese sind im Umgang mit anderen Menschen essentiell und mit ihnen sind sowohl die amerikanischen als auch die chinesischen Superstrategien Chens erklärbar. Jede einzelne dieser Maximen gibt dem Individuum bezüglich seiner Handlung oder seines Sprechaktes sowohl für die eigene Person, als auch für die ihn umgebenden Personen ein Ideal vor. Eine Person, die ihr Denken, Sprechen und Handeln an diesen Maximen ausrichtet, kann somit ihr persönliches Umfeld bewusst positiv beeinflussen.

Vergleicht man Chens Ergebnisse der amerikanischen und chinesischen Studenten, so wird schnell erkennbar, dass die gewählten Antwortstrategien der amerikanischen Probanden deutlich gleichmäßiger verteilt sind, obwohl sie aus einem größeren Angebot an Strategien auswählen als die chinesischen.³¹ Außerdem wird schnell sichtbar, dass sich zwischen beiden Seiten große Unterschiede auf tun, da zum Beispiel der Prozentsatz der Ablehnung von

²⁷ vgl.: ebd.: S.61f.

²⁸ vgl.: ebd.: S.56

²⁹ vgl.: ebd.: S.62ff.

³⁰ ebd.: S.62

³¹ vgl.: ebd.: S.64

Komplimenten bei den Chinesen deutlich höher als bei den Amerikanern ist, während das Akzeptieren von Höflichkeitsbekundungen bei diesen einen deutlich höheren Wert hat.³²

Diese unterschiedliche Verteilung der Prozentsätze in Hinsicht auf Ablehnen und Akzeptieren von Komplimenten rührt von der verschiedenen Gewichtung der Leech'schen Maximen "Agreement" und "Modesty"³³ her, was meines Erachtens nach vor allem durch die kulturellen Unterschiede begründet ist, wobei sich die Ergebnisse der amerikanischen und chinesischen Studien aufgrund ähnlicher kultureller Werte und Normen eventuell auch auf andere Nationen der westlichen bzw. asiatischen Welt übertragen lassen.

Ich möchte deshalb im folgenden Punkt zuerst die Ergebnisse der Umfrage des *ECSTRA*-Projektes für den Themenkomplex „Komplimente“ auswerten und beschreiben und im Zuge der Interpretation derselbigen herausfinden ob Chens Ergebnis, nämlich dass amerikanische Studenten ihre Antwortstrategie vor allem an der "Agreement" Maxime ausrichten³⁴, auch auf europäische Nationen zutrifft.

3. Ergebnis der Untersuchung für den Themenkomplex "Komplimente"

3.1. Ergebnisauswertung und -beschreibung für den Themenkomplex "Komplimente"

Der Abschnitt "Komplimente" innerhalb der Umfrage setzt sich aus drei Teilen zusammen, nämlich den Fragen "Wofür kann man in Ihrer Nation Komplimente machen?", "Wie reagiert man in Ihrer Nation auf Komplimente?" und "Wofür darf man in Ihrer Nation keine Komplimente aussprechen?".

Dieser Teil des Fragebogens wurde im Zuge des Workshops von 16 Personen bearbeitet. Hinzu kommen noch 92 Fragebögen aus der Tschechischen Republik. Leider ist aufgrund der geringen Zahl an Workshop-Teilnehmern im Vorfeld der nun folgenden Ergebnisauswertung und -Beschreibung zu sagen, dass die Ergebnisse für die deutsche, französische, italienische, japanische, spanische und türkische Nation nicht repräsentativ sein können, da ihre Anzahl schlichtweg zu gering ist und deshalb aus manchen Nationen teilweise nur ein Fragebogen, im

³² vgl.: ebd.: S.64

³³ vgl.: ebd.: S.66

³⁴ vgl.: ebd.: S.65f.

besten Falle sieben vorliegen. Im Rahmen des besagten Workshops "Fremd sein? - Freund sein!" fanden sich sieben deutsche (6x weiblich und 1x männlich), vier französische (4x weiblich), zwei italienische (2x weiblich) und je ein türkischer, eine japanische und eine spanische TeilnehmerIn ein, um unter anderem die Kommunikationsstrategien ihres Landes im Bereich Komplimente darzulegen.

Da die 92 Probanden (78x weiblich und 14x männlich) aus der Tschechischen Republik ein deutlich repräsentativeres Ergebnis gestatten, möchte ich darauf hinweisen, dass die Ergebnisbeschreibung - sowie die Interpretation unter Punkt 3.2. - für die Fragebögen getrennt erfolgt. Dies bedeutet, dass ich zuerst die Ergebnisse des Workshops darstelle und im Anschluss daran die Umfrageergebnisse der tschechischen Probanden schildere.

Hinsichtlich der ersten Frage, die sich mit dem Zielobjekt eines Komplimentes auseinandersetzte, sind folgende Ergebnisse festzuhalten: In allen am Workshop beteiligten Nationen ist es üblich Komplimente über Kleidung, das Aussehen und Sprachkompetenz auszusprechen. Darüber hinaus ist es im Großteil dieser Nationen auch üblich Komplimente über intellektuelle und körperliche Erfolge zu machen, wobei in diesen beiden Fällen eine italienische Teilnehmerin mit *Nein* antwortete. Zudem macht man in der Regel auch über intellektuelle Fähigkeiten Höflichkeitsbekundungen, wobei in diesem Fall eine Teilnehmerin aus Frankreich die Frage negierte. Über körperliche Fähigkeiten werden in den europäischen Nationen ebenfalls Komplimente gemacht. Hier verneinten eine Französin und eine Italienerin, dass in ihrer Nation Schmeicheleien ausgesprochen werden. Die größte Uneinigkeit über das Zielobjekt eines Kompliments herrschte im Bereich "Besitz": Während der türkische und die japanische TeilnehmerIn und alle französischen Teilnehmerinnen meinten, dass man in ihrer Nation über Besitztümer Schmeicheleien anbringen darf, negierte dies die spanische Teilnehmerin. Innerhalb der deutschen und der italienischen Gruppen herrschte Uneinigkeit, so dass es zu fünf *Ja*- und zwei *Nein*-Stimmen bzw. einer *Ja*- und einer *Nein*-Stimme kam.

Bezüglich der Frage wie man auf ein Kompliment reagiert, kam es zu folgender Bilanz: Während es in der Regel in allen Nationen unüblich ist, einem erhaltenen Kompliment nur zuzustimmen (nur eine der beiden Teilnehmerinnen aus Italien stimmte dieser Antwortmöglichkeit zu), ist es hingegen gängig, dem Macher der Höflichkeitsbekundung zu danken und ihm im Gegenzug ein Kompliment zurückzugeben. Darüber hinaus scheint es in den meisten Nationen ungeläufig zu sein dem Macher der Schmeichelei das Zielobjekt anzubieten, denn in diesem Fall meinte nur eine französische Besucherin, dass diese Reaktion gebräuchlich

ist. Außerdem ist es, trotz vereinzelter positiver Antworten, in der Regel in den befragten Nationen nicht geläufig den Kompliment-Macher nach Erhalt des Kompliments dazu ermutigen, dass er in der Lage ist dasselbe zu leisten bzw. zu erreichen. Das schlichte Bedanken ist wiederum vor allem in Deutschland, Frankreich und Italien gebräuchlich, wohingegen dies in Spanien und Japan wohl eher nicht der Fall zu sein scheint. Im Gegensatz zu den Antworten des türkischen Gastes und der spanischen und der japanischen Beteiligten ist es in Frankreich gängig sich für eine erhaltene Schmeichelei zu bedanken und seine Freude darüber auszudrücken. In der deutschen und italienischen Gruppe hingegen ist für diesen Fall keine klare Tendenz erkennbar. Im Hinblick auf die Antwortstrategie des Bedankens und Erklärens ist zu konstatieren, dass diese Strategie in der Türkei ungeläufig zu sein scheint, wohingegen man in Japan, Spanien, Deutschland und Frankreich darauf zurückgreift. Für die italienische Gruppe ist wiederum keine klare Tendenz feststellbar. Einen interessanten Fall stellt der Punkt des Bedankens und Anzweifeln der Bewunderung bzw. der Schmeichelei dar: Während diese Methode vor allem in der Türkei, Japan, Spanien und zum Großteil auch in Deutschland nicht gebräuchlich ist, wird sie in Frankreich und Italien sehr wohl verwendet. Bezüglich des Klein- oder Schlechtrede in den betreffenden Nationen ist es nicht möglich eine klare Aussage zu treffen: In Deutschland ist es relativ geläufig ein Kompliment abzuweisen und das Zielobjekt der Höflichkeitsbekundung klein zu reden, jedoch ist es durchaus unüblich ein Kompliment anzunehmen, sich dafür zu bedanken und dann das Zielobjekt schlecht zu reden. Bezüglich dieser beiden Strategien - Ablehnen und Kleinreden bzw. Bedanken und Kleinreden - ist sowohl in Frankreich als auch in Italien keine klare Tendenz zu erkennen, welche von beiden Methoden bevorzugt bzw. ob die Strategie an sich in den betreffenden Ländern angewandt wird. In Spanien scheinen beide Methoden geläufig zu sein. Indessen ist es in der Türkei geläufiger sich zu bedanken und das Kompliment schlecht zu reden als es von vorneherein abzulehnen. In Japan dagegen dreht sich im Vergleich zur Türkei der Sachverhalt, da es dort üblicher ist die Höflichkeitsbekundung zurückzuweisen und sich oder das Zielobjekt klein zu reden als das Kompliment entgegenzunehmen und es oder sich dann schlecht zu reden. Die Antwortstrategie, verlegen auf ein Kompliment zu reagieren und diese Verlegenheit auch auszudrücken ist, im Gegensatz zur spanischen und türkischen, in der japanischen und der italienischen Nation geläufig. Derweil lässt sich weder für Deutschland noch für Frankreich eine klare Tendenz ausmachen.

In Hinsicht auf die dritte und letzte Frage, nämlich worüber man in einer bestimmten Nation keine Komplimente macht, lauteten die Ergebnisse wie folgt: Alle Gäste des Workshops

antworteten, dass es in ihrer Nation nicht unerlaubt sei über Kleidung, Aussehen, Sprachkompetenz, intellektuelle Errungenschaften und körperliche Erfolge Komplimente auszusprechen. Darüber hinaus gab der türkische Gast ebenso wie die japanische Teilnehmerin an, dass es in ihren Nationen nicht unzulässig ist Höflichkeitsbekundungen über Besitztümer, intellektuelle und körperliche Fähigkeiten sowie über die Frau des Gastgebers zu machen. Das gleiche gilt für die französische Gruppe, jedoch gab hier eine Probandin an, dass man keine Komplimente über die Frau des Gastgebers machen darf. Die italienische Gruppe hingegen meinte, dass es in ihrer Nation nicht unerlaubt sei, wenn man über intellektuelle und körperliche Fähigkeiten sowie über die Frau des Gastgebers Komplimente macht. Hinsichtlich der Besitztümer gehen bei den beiden Probandinnen die Meinungen jedoch auseinander, so dass keine einheitliche Tendenz feststellbar ist. Dass Schmeicheleien über Besitztümer im Gegensatz zu Höflichkeitsbekundungen über intellektuelle und körperliche Fähigkeiten sowie über die Frau des Gastgebers in ihrer Nation nicht erwünscht sind, gab die spanische Probandin an. Innerhalb der deutschen Gruppe gab es zu diesen vier bereits erwähnten Antwortmöglichkeiten jeweils einmal die Antwort, dass Komplimente über die betreffende Sache nicht erbeten sind. Die restlichen sechs Antworten fielen positiv aus, so dass ersichtlich wird, dass es in Deutschland generell nicht unerlaubt ist Höflichkeitsbekundungen über intellektuelle und körperliche Fähigkeiten, die Frau des Gastgebers, sowie über Besitztümer auszusprechen.

Nach der Ergebnisbeschreibung der im Zuge des Workshops erhobenen Daten möchte ich nun die aus der Tschechischen Republik vorliegenden Ergebnisse schildern, die ich mit Hilfe des Statistik-Programms SPSS ausgewertet habe (*Anmerkung*: Die Auswertung der Fragebögen aus Tschechien befindet sich im Anhang.)

Im Vorhinein ist anzumerken, dass die 92 tschechischen Probanden im Alter zwischen 20 und 35 Jahren sind, wobei der Großteil Anfang 20 ist. Zudem ist festzustellen, dass vorwiegend Studenten und nur wenige Arbeiter befragt wurden.

Auf die Frage, wofür man in ihrer Nation Komplimente machen kann, gaben jeweils circa 70% der Befragten an, dass man in Tschechien Schmeicheleien für Kleidung und Aussehen aussprechen kann, so dass man aus diesem hohen Prozentsatz schließen kann, dass es in Tschechien durchaus üblich ist, Höflichkeitsbekundungen über die äußere Erscheinung des anderen zu machen. Kaum verbreitet ist es hingegen, Komplimente über Besitztümer zu machen, da dies 90% der Probanden verneinten. In Hinsicht auf die intellektuellen Fähigkeiten und Errungenschaften geht aus der Umfrage nicht klar hervor, ob man in Tschechien hierfür

Komplimente ausspricht, da mit 46% bzw. 50% an *Ja*-Stimmen keine klare Tendenz erkennbar ist. Etwas weniger verbreitet ist zudem die Gewohnheit, Schmeicheleien für körperliche Fähigkeiten und Erfolge sowie Sprachkompetenz zu machen, da hier jeweils nur circa 40% zustimmten; was nicht bedeutet, dass Komplimente in diesen Bereichen gänzlich ungeläufig sind.

Bezüglich der Antwortstrategien auf ein Kompliment waren die Ergebnisse sehr erstaunlich: In Hinsicht auf die Reaktion des Sich Bedankens und des Ausdrückens der Freude ist keine Tendenz ersichtlich, da sich die Antworten die Waage hielten. Sehr bemerkenswert ist die Tatsache, dass von den vorgegebenen Reaktionen scheinbar nur zwei in der Tschechischen Republik gängig sind: die Möglichkeiten des schlichten Sich Bedankens oder des Zurückgebens einer Höflichkeitsbekundung sind mit 73% bzw. 62% scheinbar die beiden einzigen gängigen Arten um innerhalb Tschechiens auf ein Kompliment zu reagieren. Alle übrigen Strategien sind in der Tschechischen Republik scheinbar gar nicht oder nur wenig bekannt. Während die Antwortstrategien “anzweifeln”, “ablehnen und klein reden”, “annehmen und klein reden” und “Verlegenheit ausdrücken” mit negativen Antworten im Bereich von 62 -76 % erkennen lassen, dass diese Methoden scheinbar nur wenig verbreitet sind, zeigen die Antwortmöglichkeiten “ermutigen”, “zustimmen” und “das materielle Objekt des Kompliments anbieten” mit Werten von mindestens 94%, dass diese Arten auf ein Kompliment zu reagieren in Tschechien sehr unüblich sind. (*Anmerkung*: Die exakte Auflistung der Werte ist im Anhang zu finden.)

In Bezug auf die Fragestellung, worüber man keine Komplimente machen darf bzw. sollte, ist für die Tschechische Republik Folgendes festzuhalten: Es sollte prinzipiell zu keinen Problemen führen, wenn man ein Kompliment über körperliche Erfolge oder Kleidung macht, da in beiden Fällen alle 92 Probanden meinten, dass Schmeicheleien in diesen Bereichen nicht unerwünscht seien. Genauso wenig dürfte es generell zu unangenehmen Konsequenzen führen, wenn man sich positiv über intellektuelle Fähigkeiten und Errungenschaften, die Frau des Gastgebers, die Sprachkompetenz, körperliche Fähigkeiten oder das Aussehen äußert, da hier 88-99 % der Befragten angaben, dass diese positiv gemeinten Äußerungen nicht unüblich seien (*Anmerkung*: Die exakte Auflistung der Werte ist im Anhang zu finden.). Jedoch ist Vorsicht geboten, wenn man bewundernd über die Besitztümer eines anderen redet, da hier lediglich 55% der befragten Personen mitteilten, dass dies angebracht sei. Diese Erkenntnis passt zu den Angaben von fünf Teilnehmern, die darüber hinaus meinten, dass man keine Komplimente über Geld im Allgemeinen (sprich Gehalt, persönlicher Reichtum, Wohlstand) machen sollte. Eine

weitere Person gab zudem an, dass es eher schlecht sei, Komplimente über das politische System zu machen.

Nach der Beschreibung und Auswertung der Ergebnisse möchte ich nun im Punkt 3.2. zur Interpretation derselbigen übergehen.

3.2. Interpretation der Ergebnisse

Wie bereits bei der Auswertung, so werde ich auch bei der Interpretation der Ergebnisse in zwei Schritten vorgehen. Das heißt, dass ich zuerst die Ergebnisse des Workshops interpretiere und anschließend die der tschechischen Befragten.

Eine profunde bzw. allgemeingültige Interpretation der Workshop-Ergebnisse ist aufgrund der geringen Anzahl an Fragebögen nicht möglich. Dennoch möchte ich einige mögliche Interpretationsansätze vorlegen, die zum einen meine persönliche Meinung reflektieren und zum anderen vielleicht für zukünftige Projekte in diesem Bereich als Denkanstöße geeignet sein können:

Bei der Auswertung des Fragebogens des türkischen Teilnehmers war ich erstaunt, da ich eigentlich andere Ergebnisse erwartet hätte, z.B. dass es nicht erwünscht sei, sich positiv über die Frau des Gastgebers zu äußern. Da sich seine Angaben in Bezug auf die erste, zweite und dritte Frage aber prinzipiell nicht von denen der anderen unterscheiden, wäre eine mögliche Interpretation, dass es in der Türkei möglicherweise eine "Zweiteilung" gibt, nämlich in die weltoffenen-säkularisierten Touristengebiete und den eher ländlich-muslimischen Raum, so dass es auch keine einheitliche Antwortstrategie für die Türkei gibt. Diese Interpretation würde durch seine Herkunft aus der weltoffenen Metropole Istanbul gestützt, da er dort scheinbar verstärkt mit der westlichen Kultur in Kontakt kam, was seine Antwortstrategien beeinflusst hat. Hier wäre also eine weitere vergleichende Befragung der Bewohner der touristischen bzw. ländlichen Gebiete in der Türkei nötig, um herauszufinden, ob es tatsächlich diese eventuelle Zweiteilung der Türkei gibt, was bedeuten würde, dass es keine einheitlich Antwortstrategie für dieses Land gäbe.

Aufgrund der Auseinandersetzung mit Gus Theorie - und der damit verbundenen Maxime, sich selbst klein zu reden und die anderen zu erhöhen - war ich auch auf den japanischen Fragebogen aufgrund der geografischen Nähe zu China gespannt. Die Antworten der japanischen Probandin zeigen, dass die meisten der vorgegebenen Reaktionen in Japan nicht geläufig sind.

Laut ihren Angaben sind nur die Strategien “danken und das Kompliment zurückgeben”, “erklären”, “ablehnen und verneinen”, sowie “Verlegenheit ausdrücken” bekannt, um auf ein Kompliment zu reagieren. Ob mit der Methode “erklären” dieselbe Intention wie bei Gu³⁵ verfolgt wird ist nicht ersichtlich. Jedoch stimmen die letzten beiden Strategien durchaus mit den Maximen Gus überein. Ob also tatsächlich eine engere Verbindung zwischen Japan und China hinsichtlich ihrer Antwortstrategien bei Komplimenten besteht bzw. ob die Japaner ihre Antworten wirklich an Gus Maximen ausrichten, müssten weitere Studien versuchen zu be- oder widerlegen.

In Bezug auf die beiden italienischen Fragebogen ist interessant, dass sich die Antworten der beiden Teilnehmerinnen vor allem im zweiten Abschnitt der Umfrage häufig unterscheiden. Da eine Workshop-Besucherin aus Norditalien und die andere aus Mittelitalien stammt, wäre es für zukünftige Untersuchungen sicherlich interessant zu prüfen, ob es prinzipielle Unterschiede zwischen Nord- und Mittelitalienern hinsichtlich ihrer Kommunikationsstrategien gibt. Denn mit nur zwei vorliegenden Exemplaren ist eine wissenschaftlich profunde Ausarbeitung nicht möglich.

Als letzte Interpretation der Workshopergebnisse möchte ich prüfen ob Chens Erkenntnis, nämlich dass amerikanische Studenten ihre Antwortstrategie vor allem an der “Agreement”-Maxime ausrichten³⁶, auch auf europäische Nationen zutrifft. Die in Punkt 2.2. bereits erwähnte “Agreement”-Maxime besagt, dass eine Person ihre Sprechakte vor allem danach ausrichtet, dass sie versucht, möglichst wenig Widerspruch und Unstimmigkeiten, dafür aber möglichst viel Einigkeit und Übereinstimmung zwischen sich und anderen Menschen zu erreichen. Deshalb ist es sehr viel wahrscheinlicher, dass man ein Kompliment annimmt und zurückgibt, als dass man ein solches schlichtweg ablehnt.

In Anbetracht der Ergebnisse der vorliegenden 15 Datensätze (*Anmerkung*: Für diese Interpretation habe ich aufgrund der kulturellen Unterschiede auf den japanischen Datensatz verzichtet) ist zu konstatieren, dass das bloße Heranziehen der “Agreement”-Maxime nicht ausreicht. Zwar zeigt die Zustimmung zu den Antwortstrategien des schlichten Dankens bzw. des Zurückgebens des Kompliments, dass europäische Bürger ebenfalls von der “Agreement”-Maxime motiviert sind, doch sind die Werte nicht gerade hoch und somit nicht gänzlich Ausschlag gebend. Da die Methode, das Kompliment zurückzugeben, eine 100%ige Zustimmung

³⁵ vgl.: Chen, Rong (1993): Responding to compliments, S.61f.

³⁶ vgl.: ebd.: S.65f.

erfährt, kann man davon ausgehen, dass neben der “Agreement”- auch die “Approbation”-Maxime³⁷ gebräuchlich ist. In der Auswertung der Ergebnisse trat zudem zu Tage, dass auch die beiden Strategien “erklären” und “ablehnen und klein reden” sowie in geringerem Maße die Methoden “annehmen und klein reden” und “Verlegenheit ausdrücken” in den europäischen Nationen gängig sind. Diese Strategien sind von der “Modesty”-Maxime motiviert.

Hinsichtlich der Reaktion auf ein Kompliment ist für die europäischen Nationen also zu konstatieren, dass die “Agreement”-Maxime nicht wie in den USA die vorherrschende Maxime innerhalb eines Gesprächs ist, sondern dass die “Approbation”- und die “Modesty”-Maxime ebenfalls von Bedeutung sind. Dass innerhalb Europas in diesem Bereich keine einheitliche Linie vorliegt, könnte meines Erachtens nach mit den vielen verschiedenen Kulturen und Nationen innerhalb Europas erklärt werden. Die Europa zugehörigen Nationen sind - im Gegensatz zu den amerikanischen Bundesstaaten - nicht einheitlich ausgerichtet bzw. von einer zentralen Lebensart geprägt, sondern jede von ihnen bewahrt sich ihre nationalen Eigenheiten. Dies wird meiner Meinung nach an den unterschiedlichen Strategien zur Beantwortung des Fragebogens sehr deutlich.

Im zweiten Teil meiner Interpretation möchte ich nun noch auf die Ergebnisse der 92 tschechischen Fragebögen eingehen. Aufgrund der ausgewerteten Daten scheint mir, dass es in Tschechien prinzipiell eher unüblich ist, Komplimente zu aussprechen - es sei denn, es handelt sich um das äußere Erscheinungsbild einer anderen Person. Dass vor allem über Besitztümer keine Komplimente gemacht werden, könnte meines Erachtens nach an der jüngeren Geschichte des Landes liegen, die nach dem Zweiten Weltkrieg stark vom Kommunismus der Sowjetunion geprägt wurde. Woher die generelle Reserviertheit gegenüber dem Komplimente machen stammt ist schwer zu sagen und beruht meines Erachtens nach wohl auf kulturellen Eigenheiten der tschechischen Nation. Auch im Rahmen der dritten Frage werden schnell die Bedenken gegenüber Komplimenten in Bezug auf Besitztümer oder Geld ersichtlich, da dies der einzige Bereich ist, in dem man mit Vorsicht Komplimente aussprechen sollte. Ich würde diese Tatsache ebenfalls auf die vom Kommunismus beeinflusste jüngere Geschichte des Landes zurückführen, da mir andere Erklärungen nicht plausibel erscheinen.

Bei der Reaktion auf eine Schmeichelei wird, wie oben bereits erwähnt, ersichtlich, dass der Großteil der angegebenen Reaktionen in Tschechien eher unüblich bzw. nicht gängig ist. Die einzigen halbwegs geläufigen Reaktionen sind das schlichte Sich Bedanken und das Zurückgeben

³⁷ vgl.: ebd.: S.65

des Kompliments. Während die erste Antwortstrategie mit Hilfe der “Agreement”-Maxime erklärt werden könnte, ist die zweite mit der “Approbation”-Maxime begründbar. Es ist meines Erachtens jedoch nicht möglich, eine der beiden Maximen als vorherrschend und somit ausschlaggebend für das Antwortverhalten der Tschechen anzuführen. Da die übrigen Reaktionsstrategien augenscheinlich nicht geläufig sind, können, so denke ich, die übrigen vier Maximen vernachlässigt werden. Da die “Modesty”-Maxime ebenfalls nicht bedeutend zu sein scheint, ist es also nicht nötig, sich wie in China nach dem Erhalt einer Höflichkeitsbekundung schlecht zu reden. Im Gegenteil, es scheint eher angebracht in einer positiven Art und Weise zu reagieren.

Zu den tschechischen Fragebögen lässt sich zusammenfassend also sagen, dass man mit Komplimenten eher sparsam umgehen sollte. Falls man doch eines ausspricht sollte man vermeiden auf Geld oder Besitztümer abzu zielen, sondern eher das Erscheinungsbild der anderen Person zur Sprache bringen. Zur Reaktion lässt sich konstatieren, dass nur zwei Antwortstrategien geläufig scheinen, nämlich das schlichte sich bedanken und das Zurückgeben des Kompliments. Diese beiden Methoden werden von der “Agreement” bzw. “Approbation” Maxime beeinflusst, so dass es angebracht zu sein scheint auf ein Kompliment freundlich zu reagieren.

4. Schluss

Bevor ich mit dem Schlussteil beginne, möchte ich zunächst noch auf die Arbeiten der anderen Projektmitglieder Philipp Heinrich, Leonie Müßig, Johann Weiß und Lena Wieben verweisen. Die Lektüre ihrer Ausarbeitungen sollte zum weiteren und noch besseren Verständnis des *ECSTRA*-Projektes beitragen.

Als kurzes Fazit wäre nochmals zu verdeutlichen, dass in den aufgeführten Nationen in der Regel Komplimente über alle im Fragebogen vorgegebenen Dinge gemacht werden können. Jedoch sollte man in vielen europäischen Nationen und vor allem in Tschechien in Bezug auf Komplimente über Besitztümer und Geld eher vorsichtig sein. Darüber hinaus geht man in der Tschechischen Republik in der Regel eher sparsam mit Komplimenten um. Für die in den Datensätzen erfassten Nationen bleibt festzuhalten, dass ihre Antwortstrategien vornehmlich durch die “Agreement”-, die “Approbation”- und die “Modesty”-Maxime von Leech bestimmt werden.

Für zukünftige *ECSTRA*-Projektgruppen ist es in jedem Falle unerlässlich einen Workshop durchzuführen, da sich hier im Vergleich zur bloßen Beantwortung des Fragebogens durch das direkte Gespräch eine Vielzahl an nützlichen Informationen bietet. Im Zuge unserer Datenerhebung haben wir zudem gemerkt, dass der Rücklauf an per Email versandten Fragebögen und die Teilnahme an der Online-Umfrage sehr spärlich sind, so dass es empfehlenswert wäre, das europäische Ausland zu bereisen, um eine größere Anzahl an Ergebnissen zu erhalten. Ansonsten war ich mit dem Ver- bzw. Ablauf des Proseminars und des Projektes sehr zufrieden und hätte keine weiteren Verbesserungsvorschläge anzubringen. Ich fand vor allem das Projekt sehr wertvoll, da es mir ermöglichte zu lernen, wie man Datensätze statistisch auswertet und wie man einen Workshop auf die Beine stellt.

Bleibt in einem kleinen Ausblick die Frage zu beantworten, was das Projekt für Europa und die europäische Bevölkerung bringt. Zunächst einmal ist festzuhalten, dass gerade solche Initiativen wie das *ECSTRA*-Projekt davon leben, dass sich Leute daran beteiligen und sich dafür einsetzen. Deshalb sollte sich aufgrund des Zieles des Projektes, der Erstellung eines pragmatischen, paneuropäischen Sprachführers und die damit einhergehende Erleichterung der interkulturellen Verständigung, grundsätzlich jeder Europäer dazu angehalten sehen zu der Realisierung des Ziels durch seine Mithilfe beizutragen. Die in aller Welt vorhandenen Konflikte zeigen, dass nichts so wichtig ist wie der Dialog zwischen den Kulturen. Sprache kann ein friedensstiftendes Mittel sein, doch dazu muss man nicht nur die Grammatik oder das Vokabular sondern, vor allem auch die Kultur seines Gegenübers kennen, um ihn in seiner Persönlichkeit und seinen Ansichten nicht zu verletzen.

Genau an diesem Punkt möchte der Zielgedanke des *ECSTRA*-Projektes ansetzen, denn besagter pragmatischer Sprachführer soll helfen die möglichen Missverständnisse zwischen den Kulturen auszuräumen und die "horizontale" Kommunikation³⁸ zu verbessern, da Sprache und interkultureller Austausch - wenn sie richtig betrieben werden - durchaus friedensstiftende Mittel sind. Ich glaube zwar, dass er die Irrtümer nicht gänzlich beseitigen kann, aber er kann ohne Zweifel zu einer Verminderung von Konflikten zwischen Vertretern verschiedener Kulturen beitragen, da er hilft die andere Kultur und ihre Werte besser zu verstehen.

Dies sind sicherlich hochgesteckte Absichten, aber ich bin der Meinung, dass der Sprachführer auch im Kleinen behilflich sein kann: Er kann helfen kleinere Fehltritte im Rahmen eines Urlaubs zu vermeiden oder ermöglicht im Zuge eines längeren Auslandsaufenthaltes eine

³⁸Grzega, Joachim (2007): Eurolinguistische Forschung und Lehre: Was, Wozu und Wie?, S.8

schnellere Akklimatisierung in einem fremden Land, da er hilft die kulturellen Eigenheiten der anderen Nation besser zu verstehen.

Wie also klar ersichtlich wird, verfolgt das *ECSTRA*-Projekt Ziele, die dem einzelnen Menschen, aber auch der Menschheit an sich helfen sollen. Deshalb hoffe ich, dass ich mit meiner Arbeit ein kleines Stück weit zur Realisierung des Projektziels beitragen konnte.

5. Literaturverzeichnis

BROWN, Penelope and LEVINSON, Stephen C . (1987): *Politeness: Some universals in language use*. Cambridge

CHEN, Rong (1993): "Responding to compliments: A contrastive study of politeness strategies between American English and Chinese speakers". In: *Journal of Pragmatics* 20, S. 49-75

GRZEGA, Joachim (2006): *Eurolinguistischer Parcours – Kernwissen zur europäischen Sprachkultur*. Frankfurt am Main

GRZEGA, Joachim (2007): *Eurolinguistische Forschung und Lehre: Was, Wozu und Wie?*

GÖHRING, Heinz (2002): *Interkulturelle Kommunikation - Anregungen für Sprach- und Kulturmittler*. Tübingen

GU, Yueguo (1990): "Politeness phenomena in modern Chinese". In: *Journal of Pragmatics* 14, S. 237 – 257

HOLMES, Janet (1988): "Compliments and compliment responses in New Zealand English". In: *Anthropological Linguistics* 28, S. 485-508

LEECH, Geoffrey N. (1983): *Principles of pragmatics*. London

MANES, Joan and WOLFSON Nessa (1981): "The compliment formula". In: *Conversational routine* (ed.: F.Coulmas), S. 115 – 132. The Hague

POMERANTZ, A. (1978): "Compliment responses: Notes on the cooperation of multiple constraints". In: *Studies in the organization of conversational interaction* (ed.: J.Schenkein), S. 79 – 112. New York

WOLFSON Nessa and MANES, Joan (1980): "The compliment as a social strategy". In: *Papers in Linguistics* 13, S. 391 – 410

Onlinequellen:

http://www1.ku-eichstaett.de/SLF/EngluVglSW/mediawiki/index.php/Main_Page (21.03.2007)

<http://elix.pytalhost.de/survey/index.php?sid=2> (21.03.2007)

6. Anhang

Inhalt des Anhangs:

- Ergebnisse des Workshops für den Themenbereich “Komplimente” auf Basis einer Excel-Datei
- Legende zur Erklärung der Abkürzungen in den statistischen Auswertungen
- Statistische Auswertung der Fragebögen aus der Tschechischen Republik mit Hilfe des SPSS-Programms

Personal Information

	sex	age	nationality	language
JAPAN	female	20	japanese	japanese
TÜRKEI	male	24	turkish	turkish
SPANIEN /partial	female	27	spanish	spanish
DEUTSCHLAND	female	22	german	german
	female	22	german	german
	female	22	german	german
	female	23	german	german
	female	22	german	german
partial	female	28	german	german
	male	34	german	german
FRANKREICH	female	21	french	french
	female	22	french	french
	female	22	french	french
	female	21	french	french
ITALIEN	female	21	italian	italian
	female	22	italian	italian

city / region

JAPAN	chiba / tokio
TÜRKEI	istanbul
SPANIEN /partial	valencia
DEUTSCHLAND	Eichstätt Ingolstadt Ingolstadt *
partial	Mittelfranken Augsburg Treuchtlingen
FRANKREICH	Paris Pays de la Loire bretagne Maroko / Frankreich
ITALIEN	piemonte(Norditalien) Vasto (Abruzzo->Mittelitali)

Komplimente machen / sich entschuldigen

1a. What can you make compliments on?

1aa clothes

yes

1ac intellectual abilities

yes

no

yes

yes

1ab possessions

yes

yes

no

yes

yes

yes

no

yes

no

yes

yes

yes

yes

yes

yes

no

1ad physical abilities

yes

no

yes

no

1b Reaction to compliments

1ba pure thanking (e.g. "Thank you")

no

yes

no

yes

no

yes

yes

yes

yes

yes

no

yes

yes

yes

yes

yes

1bb agreeing (e.g. "Yes, I also think it's good.")

no

yes

no

1bc (thanking and) expressing

gladness (e.g. "I'm glad you like it.")

no

no

no

no

yes

no

yes

yes

no

no

yes

yes

yes

yes

yes

no

1bd (thanking and) returning the

compliment (e.g. "You look nice, too".)

yes

**1be (thanking and) offering (material) object
of compliment (e.g. "You can borrow it, if you like.")**

no

yes

no

no

no

no

**1bf (thanking and) encouraging
(e.g. "I'm sure you can achieve this as well.")**

no

no

no

no

no

no

no

no

no

yes

no

yes

no

no

yes

no

**1bg (thanking and) explaining
(e.g. "My mom gave it to me.")**

yes

no

yes

yes

yes

yes

no

yes

yes

yes

yes

yes

yes

yes

yes

no

**1bh (thanking and) doubting
(e.g. "You really think so?")**

no

no

no

yes

yes

no

no

no

no

no

no

yes

yes

yes

yes

yes

1bi rejecting and denigrating
(e.g. "Oh no, that's nothing.")

yes

no

yes

no

1bk thanking and
expressing embarassement

yes

no

no

no

no

yes

no

no

yes

yes

no

yes

yes

no

yes

yes

1bj thanking and denigrating

(e.g. "Thank you, but that's noth

no

yes

yes

no

yes

yes

no

no

no

no

no

yes

yes

no

yes

no

1c What things are people not allowed to make compliments on?

1ca clothes

no

1cb possessions

no

no

yes

no

no

no

yes

no

no

no

no

no

no

no

no

yes

1ch physical achievements

no

1cj the host's wife appearance

no

no

no

no

no

no

no

yes

no

no

yes

no

no

no

no

no

Legende zur Erklärung der Abkürzungen in den statistischen Auswertungen

	<i>Statistische Auswertung der Daten aus Tschechien</i>
Geschl. =	Geschlecht
Kleidung =	Kann man in Ihrer Nation Komplimente über Kleidung machen
Possess. =	Kann man in Ihrer Nation Komplimente über Besitz machen
Intel_Ab. =	Kann man in Ihrer Nation Komplimente über intellektuelle Fähigkeiten machen
Phys_Ab. =	Kann man in Ihrer Nation Komplimente über körperliche Fähigkeiten machen
Looks =	Kann man in Ihrer Nation Komplimente über Aussehen machen
Lang_Com. =	Kann man in Ihrer Nation Komplimente über Sprachkompetenz machen
Intel_Ac. =	Kann man in Ihrer Nation Komplimente über intellektuelle Erfolge machen
Phys_Ac. =	Kann man in Ihrer Nation Komplimente über körperliche Erfolge machen
Pure_Tha. =	Reagiert man in Ihrer Nation durch einfaches sich bedanken
Agree =	Reagiert man in Ihrer Nation durch zustimmen
Gladness =	Reagiert man in Ihrer Nation durch das Ausdrücken von Freude
Return =	Reagiert man in Ihrer Nation durch das Zurückgeben des Kompliments
Offer =	Reagiert man in Ihrer Nation durch das Anbieten des Kompliment-Objektes
Encourag. =	Reagiert man in Ihrer Nation durch ermutigen
Explainin. =	Reagiert man in Ihrer Nation durch erklären
Doubting =	Reagiert man in Ihrer Nation durch anzweifeln
Rej_Deni. =	Reagiert man in Ihrer Nation durch ablehnen und klein reden
Than_Den. =	Reagiert man in Ihrer Nation durch bedanken und klein reden
Exp_Emb. =	Reagiert man in Ihrer Nation durch Verlegenheit ausdrücken
N_Cloth. =	Darf man in Ihrer Nation keine Komplimente für Kleidung aussprechen
N_Poss. =	Darf man in Ihrer Nation keine Komplimente für Besitztümer aussprechen
N_Intell. =	Darf man in Ihrer Nation keine Komplimente für intellektuelle Fähigkeiten aussprechen
N_Ph_Abi. =	Darf man in Ihrer Nation keine Komplimente für körperliche Fähigkeiten aussprechen
N_Looks =	Darf man in Ihrer Nation keine Komplimente für Aussehen aussprechen
N_Langua. =	Darf man in Ihrer Nation keine Komplimente für Sprachkompetenz aussprechen
N_Int_Ac. =	Darf man in Ihrer Nation keine Komplimente für intellektuelle Errungenschaften aussprechen
N_Phys. =	Darf man in Ihrer Nation keine Komplimente für körperliche Erfolge aussprechen
N_H_Wife =	Darf man in Ihrer Nation keine Komplimente für die Frau des Gastgebers aussprechen
	<i>Statistische Auswertung der Workshopdaten</i>
Thank =	Reagiert man in Ihrer Nation durch einfaches sich bedanken
Agree =	Reagiert man in Ihrer Nation durch zustimmen
Glad. =	Reagiert man in Ihrer Nation durch das Ausdrücken von Freude
Return =	Reagiert man in Ihrer Nation durch das Zurückgeben des Kompliments
Offer =	Reagiert man in Ihrer Nation durch das Anbieten des Kompliment-Objektes
Encour. =	Reagiert man in Ihrer Nation durch ermutigen
Explain. =	Reagiert man in Ihrer Nation durch erklären
Doubt =	Reagiert man in Ihrer Nation durch anzweifeln
Rej_Den =	Reagiert man in Ihrer Nation durch ablehnen und klein reden
Than_Den =	Reagiert man in Ihrer Nation durch bedanken und klein reden
Embarass	Reagiert man in Ihrer Nation durch Verlegenheit ausdrücken

Frequencies

Statistics

		GESCHL	ALTER	NATION	LANGUAGE	CITY	JOB	KLEIDUNG
N	Valid	92	92	92	92	92	92	92
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Statistics

		POSSESS	INTEL_AB	PHYS_AB	LOOKS	LANG_COM	INTEL_AC	PHYS_AC
N	Valid	92	92	92	92	92	92	92
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Statistics

		PURE_THA	AGREE	GLADNESS	RETURN	OFFER	ENCOURAG
N	Valid	92	92	92	92	92	92
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		EPLAININ	DOUBTING	REJ_DENI	THAN_DEN	EXP_EMB	N_CHLOTH
N	Valid	92	92	92	92	92	92
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		N_POSS	N_INTELL	N_PH_ABI	N_LOOKS	N_LANGUA	N_INT_AC
N	Valid	92	92	92	92	92	92
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		N_PHYS	N_H_WIFE
N	Valid	92	92
	Missing	0	0

Frequency Table

GESCHL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	female	78	84,8	84,8	84,8
	male	14	15,2	15,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

ALTER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20	14	15,2	15,2	15,2
	21	32	34,8	34,8	50,0
	22	19	20,7	20,7	70,7
	23	9	9,8	9,8	80,4
	24	7	7,6	7,6	88,0
	25	4	4,3	4,3	92,4
	26	1	1,1	1,1	93,5
	27	1	1,1	1,1	94,6
	28	1	1,1	1,1	95,7
	33	1	1,1	1,1	96,7
	34	1	1,1	1,1	97,8
	35	2	2,2	2,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

NATION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Czech	91	98,9	98,9	98,9
	German	1	1,1	1,1	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

LANGUAGE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Czech	91	98,9	98,9	98,9
	German	1	1,1	1,1	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

CITY

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid *	16	17,4	17,4	17,4
Central	1	1,1	1,1	18,5
Chomutov	2	2,2	2,2	20,7
Kaplice	1	1,1	1,1	21,7
Karlsbad	2	2,2	2,2	23,9
Klatovy	5	5,4	5,4	29,3
Latec	1	1,1	1,1	30,4
Na'chod	1	1,1	1,1	31,5
North Bo	3	3,3	3,3	34,8
Pisek	4	4,3	4,3	39,1
Plze?	32	34,8	34,8	73,9
Prachati	1	1,1	1,1	75,0
Praha	2	2,2	2,2	77,2
Sokolou	1	1,1	1,1	78,3
South Bo	6	6,5	6,5	84,8
Strakoni	1	1,1	1,1	85,9
Sušice (1	1,1	1,1	87,0
Švihov	1	1,1	1,1	88,0
Ta'bor (1	1,1	1,1	89,1
Trebic	1	1,1	1,1	90,2
Tynec Na	1	1,1	1,1	91,3
West Boh	7	7,6	7,6	98,9
Zandou/L	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

JOB

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid higher p	4	4,3	4,3	4,3
ordinary	7	7,6	7,6	12,0
student	81	88,0	88,0	100,0
Total	92	100,0	100,0	

KLEIDUNG

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid *	1	1,1	1,1	1,1
no	28	30,4	30,4	31,5
yes	63	68,5	68,5	100,0
Total	92	100,0	100,0	

POSSESS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid *	1	1,1	1,1	1,1
no	83	90,2	90,2	91,3
yes	8	8,7	8,7	100,0
Total	92	100,0	100,0	

INTEL_AB

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid *	1	1,1	1,1	1,1
no	49	53,3	53,3	54,3
yes	42	45,7	45,7	100,0
Total	92	100,0	100,0	

PHYS_AB

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid *	1	1,1	1,1	1,1
no	54	58,7	58,7	59,8
yes	37	40,2	40,2	100,0
Total	92	100,0	100,0	

LOOKS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid *	1	1,1	1,1	1,1
no	26	28,3	28,3	29,3
yes	65	70,7	70,7	100,0
Total	92	100,0	100,0	

LANG_COM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid *	1	1,1	1,1	1,1
no	54	58,7	58,7	59,8
yes	37	40,2	40,2	100,0
Total	92	100,0	100,0	

INTEL_AC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid *	1	1,1	1,1	1,1
no	45	48,9	48,9	50,0
yes	46	50,0	50,0	100,0
Total	92	100,0	100,0	

PHYS_AC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid *	1	1,1	1,1	1,1
no	53	57,6	57,6	58,7
yes	38	41,3	41,3	100,0
Total	92	100,0	100,0	

PURE_THA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	25	27,2	27,2	27,2
yes	67	72,8	72,8	100,0
Total	92	100,0	100,0	

AGREE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	87	94,6	94,6	94,6
yes	5	5,4	5,4	100,0
Total	92	100,0	100,0	

GLADNESS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	46	50,0	50,0	50,0
yes	46	50,0	50,0	100,0
Total	92	100,0	100,0	

RETURN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1,1	1,1	1,1
no	34	37,0	37,0	38,0
yes	57	62,0	62,0	100,0
Total	92	100,0	100,0	

OFFER

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	91	98,9	98,9	98,9
yes	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

ENCOURAG

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	86	93,5	93,5	93,5
yes	6	6,5	6,5	100,0
Total	92	100,0	100,0	

EPLAININ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	58	63,0	63,0	63,0
yes	34	37,0	37,0	100,0
Total	92	100,0	100,0	

DOUBTING

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1,1	1,1	1,1
no	57	62,0	62,0	63,0
yes	34	37,0	37,0	100,0
Total	92	100,0	100,0	

REJ_DENI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	66	71,7	71,7	71,7
yes	26	28,3	28,3	100,0
Total	92	100,0	100,0	

THAN_DEN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	66	71,7	71,7	71,7
yes	26	28,3	28,3	100,0
Total	92	100,0	100,0	

EXP_EMB

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	70	76,1	76,1	76,1
yes	22	23,9	23,9	100,0
Total	92	100,0	100,0	

N_CHLOTH

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	92	100,0	100,0	100,0

N_POSS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid a	1	1,1	1,1	1,1
no	51	55,4	55,4	56,5
yes	40	43,5	43,5	100,0
Total	92	100,0	100,0	

N_INTELL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	84	91,3	91,3	91,3
yes	8	8,7	8,7	100,0
Total	92	100,0	100,0	

N_PH_ABI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	89	96,7	96,7	96,7
yes	3	3,3	3,3	100,0
Total	92	100,0	100,0	

N_LOOKS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	91	98,9	98,9	98,9
yes	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

N_LANGUA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	88	95,7	95,7	95,7
yes	4	4,3	4,3	100,0
Total	92	100,0	100,0	

N_INT_AC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	88	95,7	95,7	95,7
yes	4	4,3	4,3	100,0
Total	92	100,0	100,0	

N_PHYS

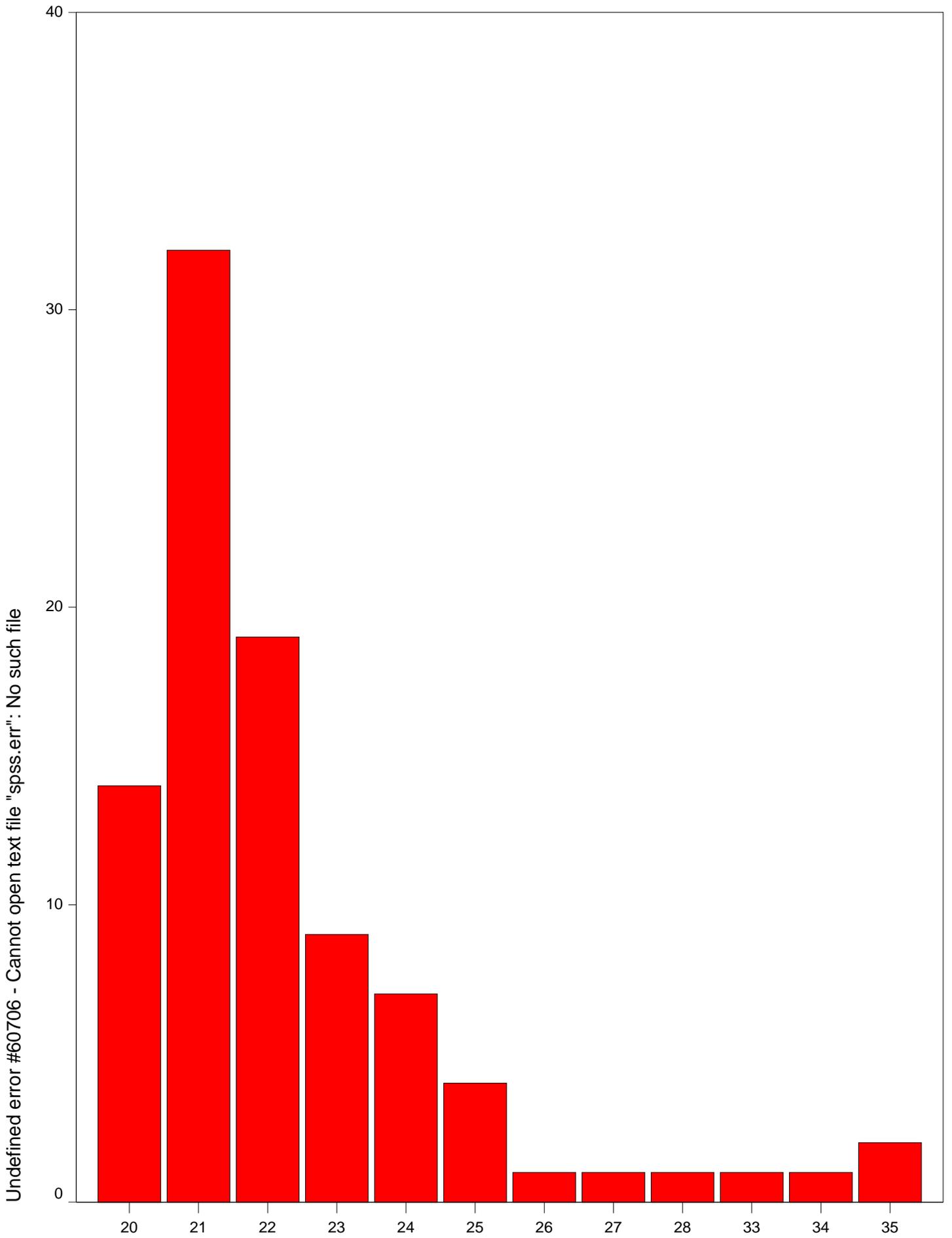
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	92	100,0	100,0	100,0

N_H_WIFE

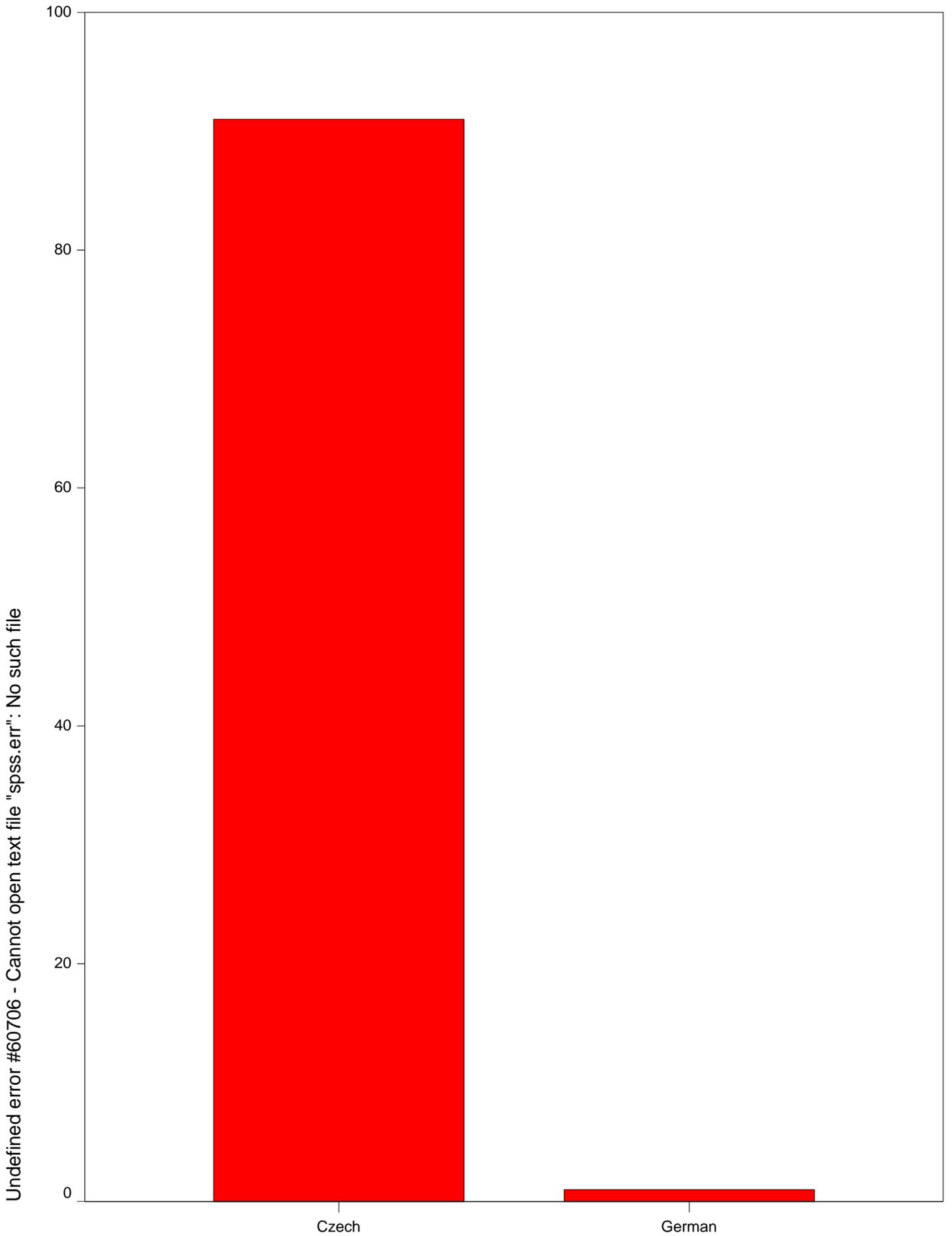
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	81	88,0	88,0	88,0
yes	11	12,0	12,0	100,0
Total	92	100,0	100,0	

Bar Chart

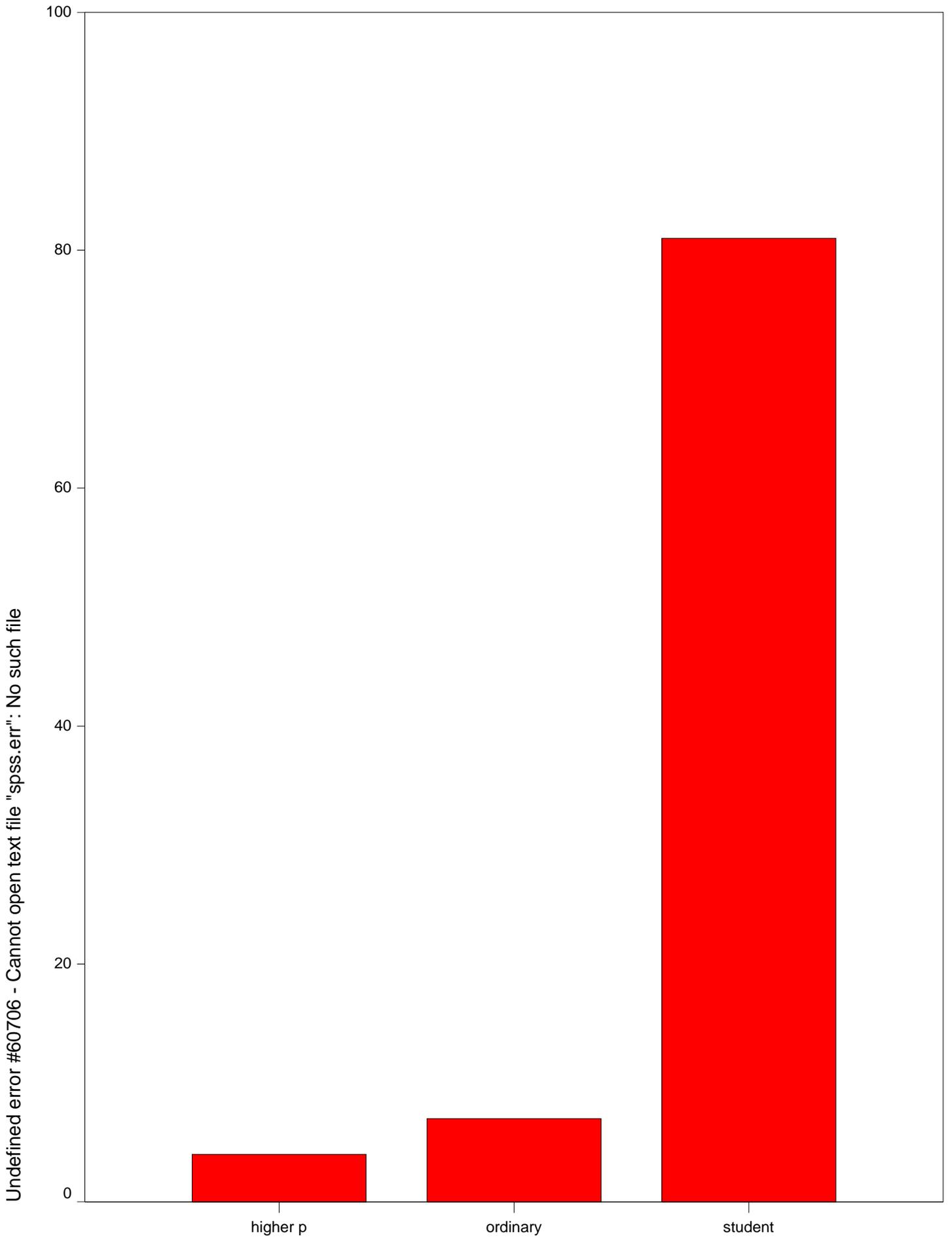
ALTER



LANGUAGE

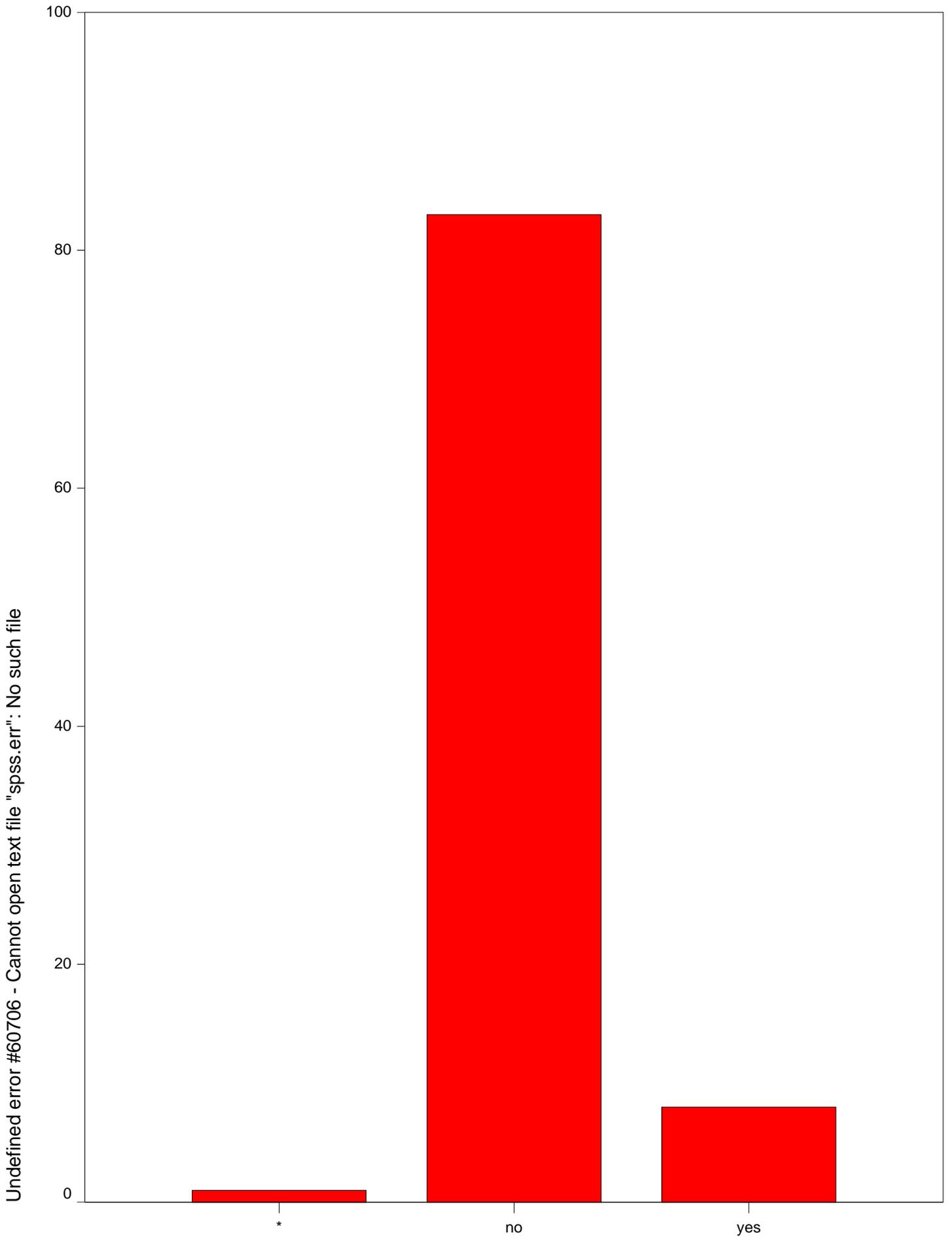


Undefined error #60706 - Cannot open text file "spss.err": No such file

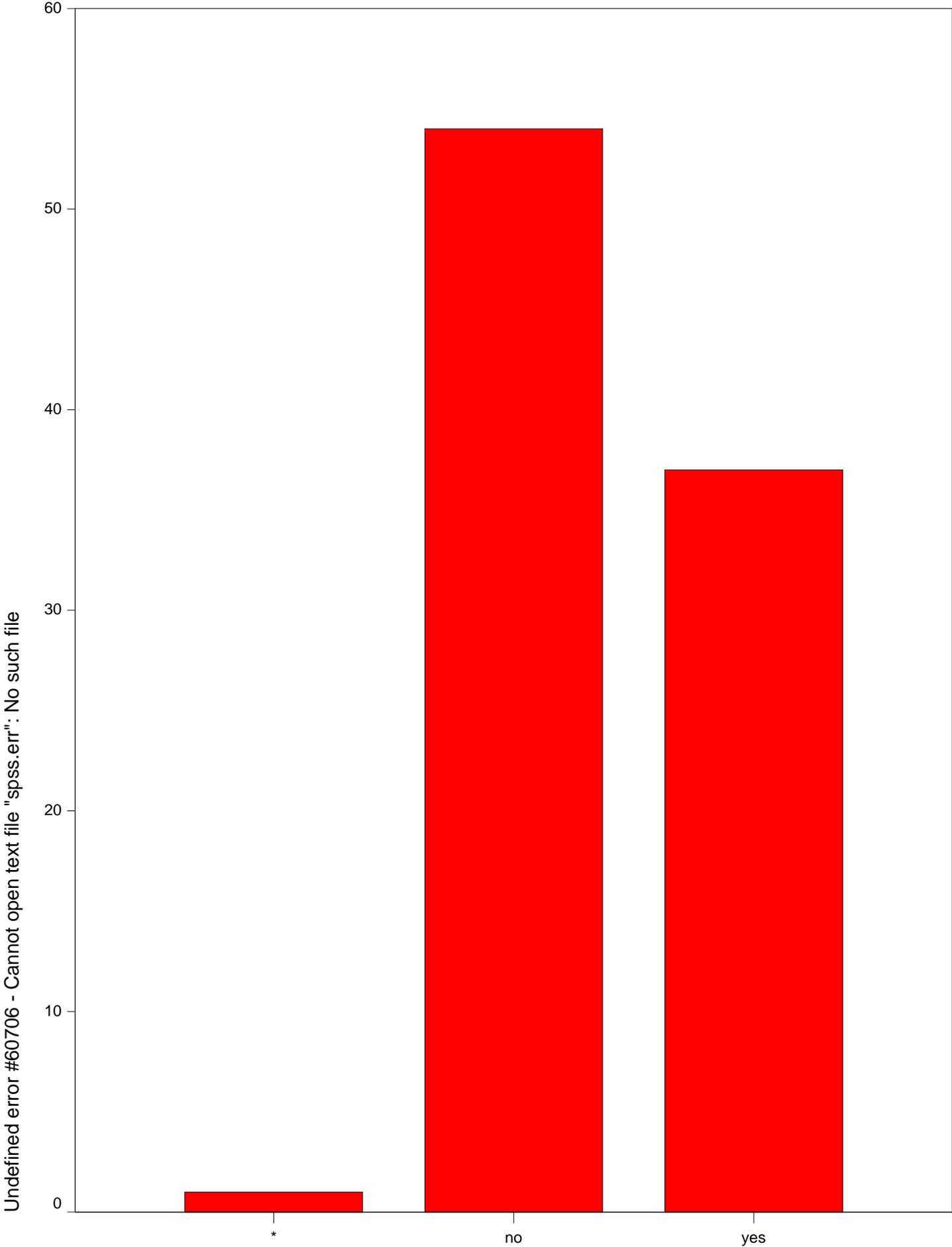


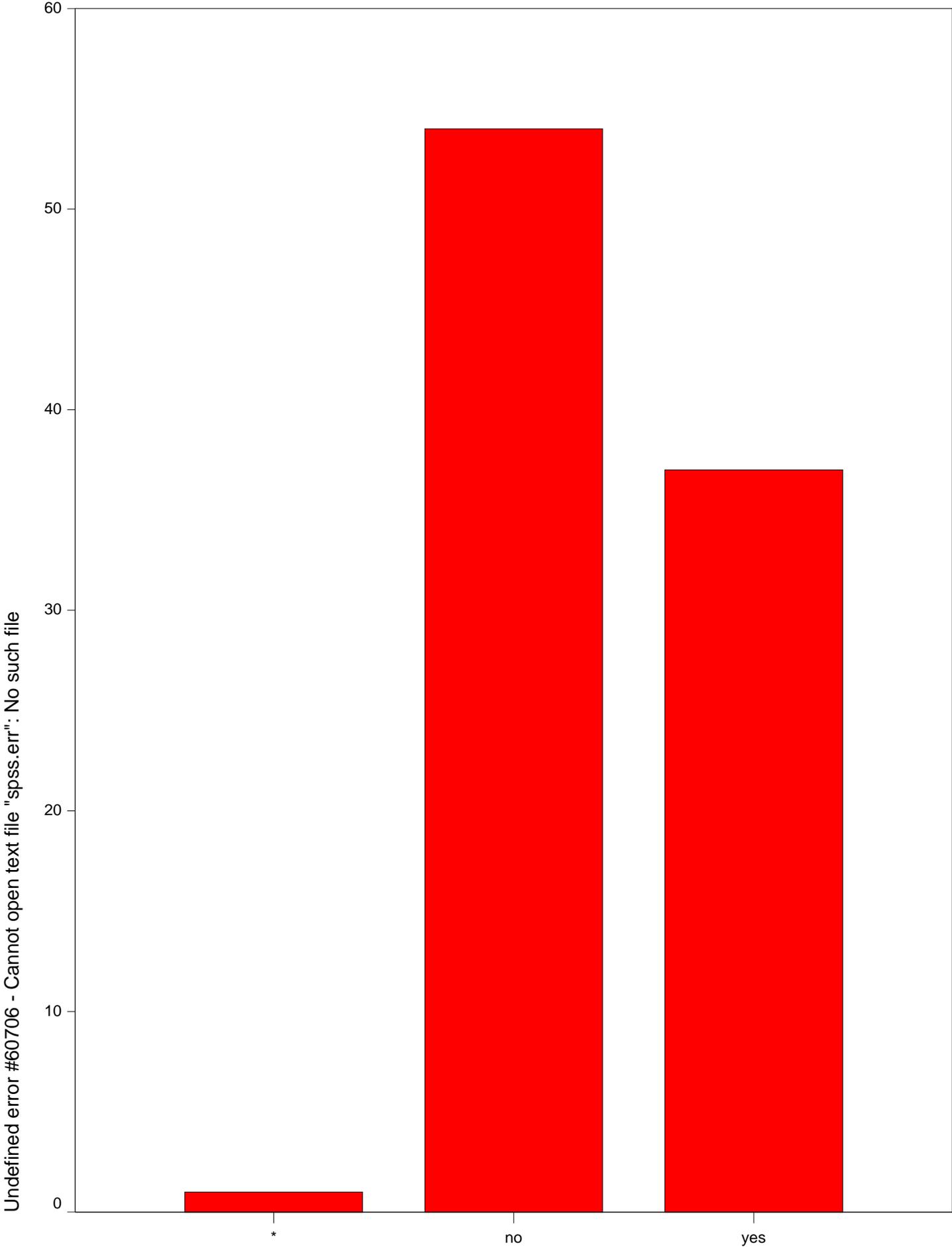
Undefined error #60706 - Cannot open text file "spss.err": No such file

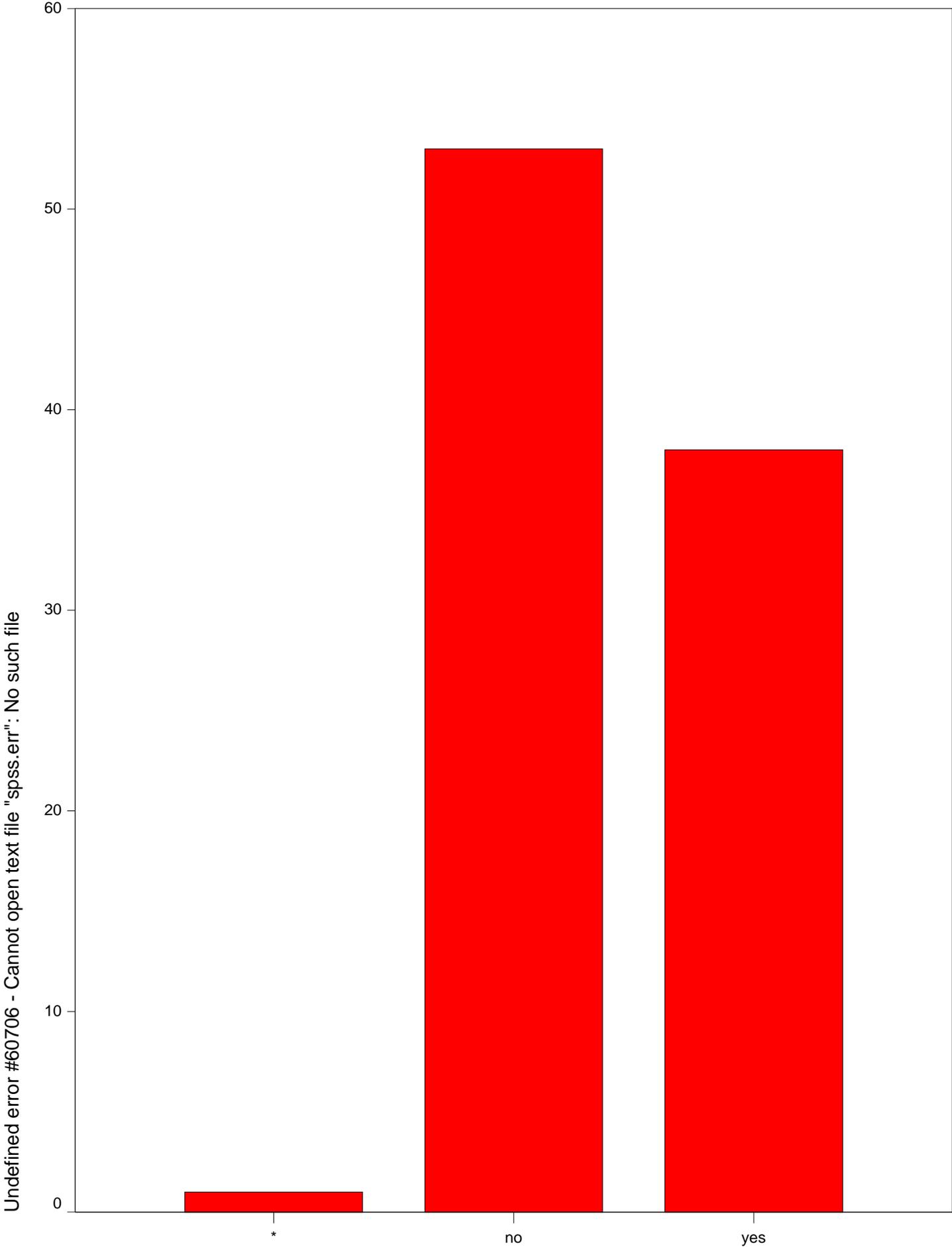
POSSESS



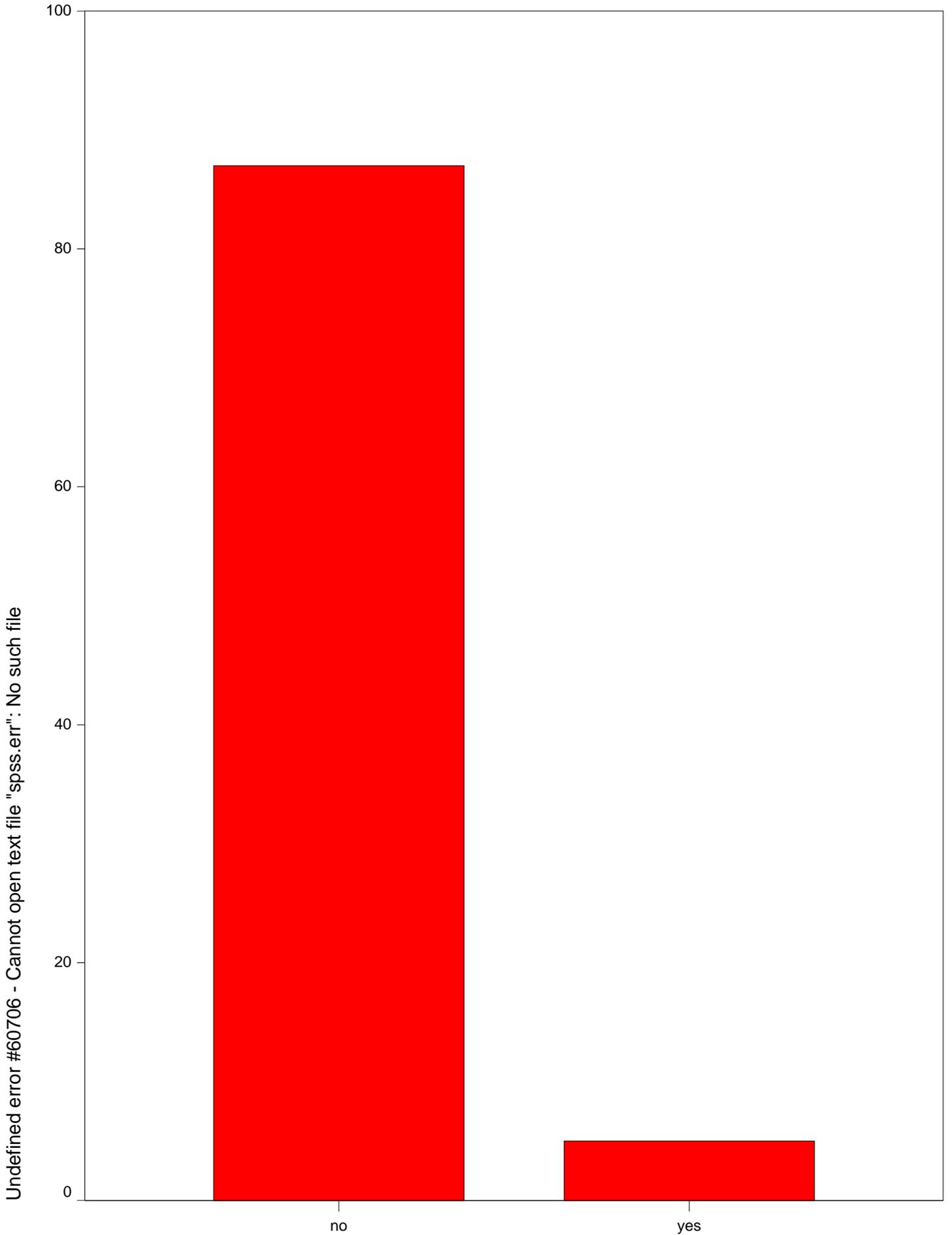
PHYS_AB





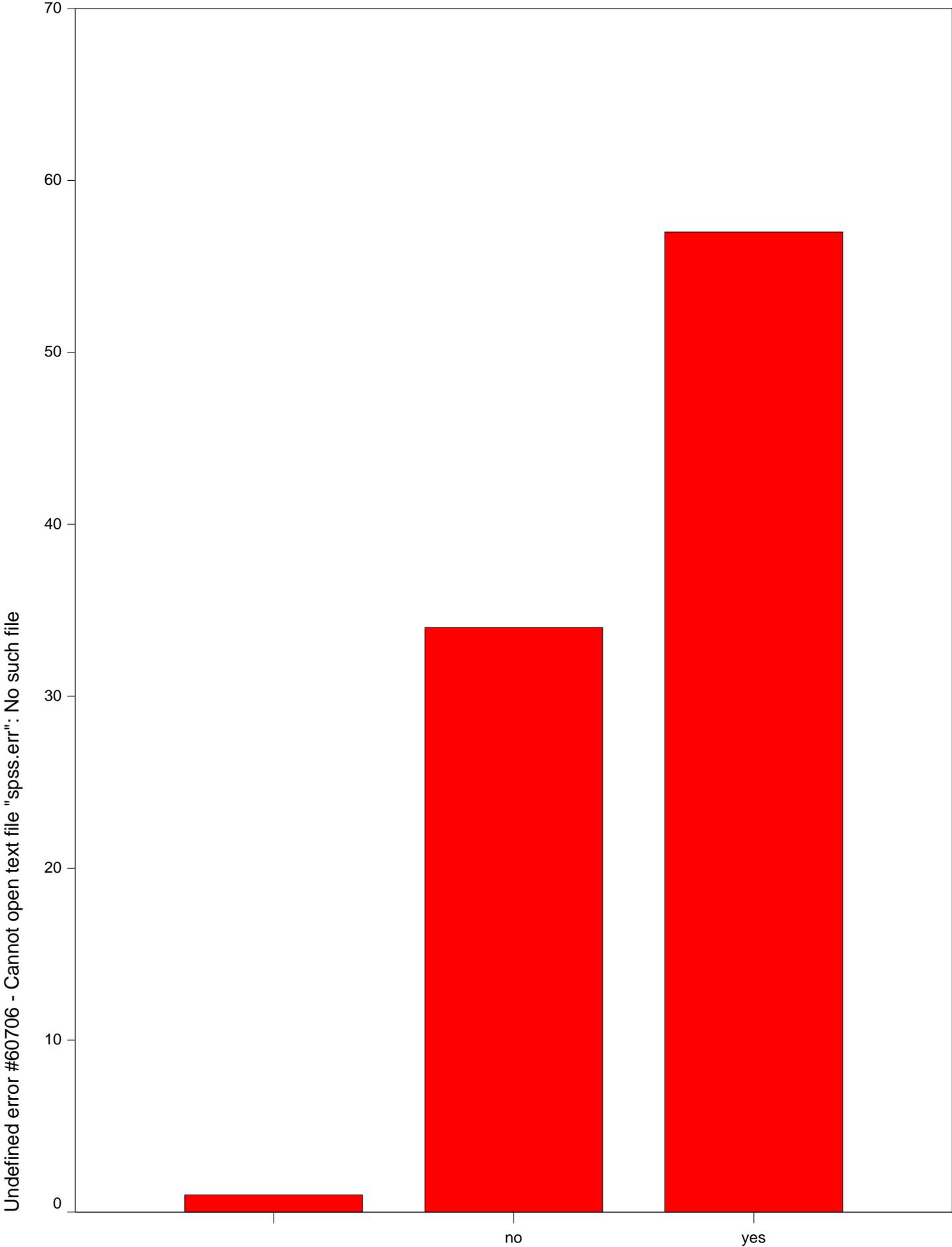


AGREE

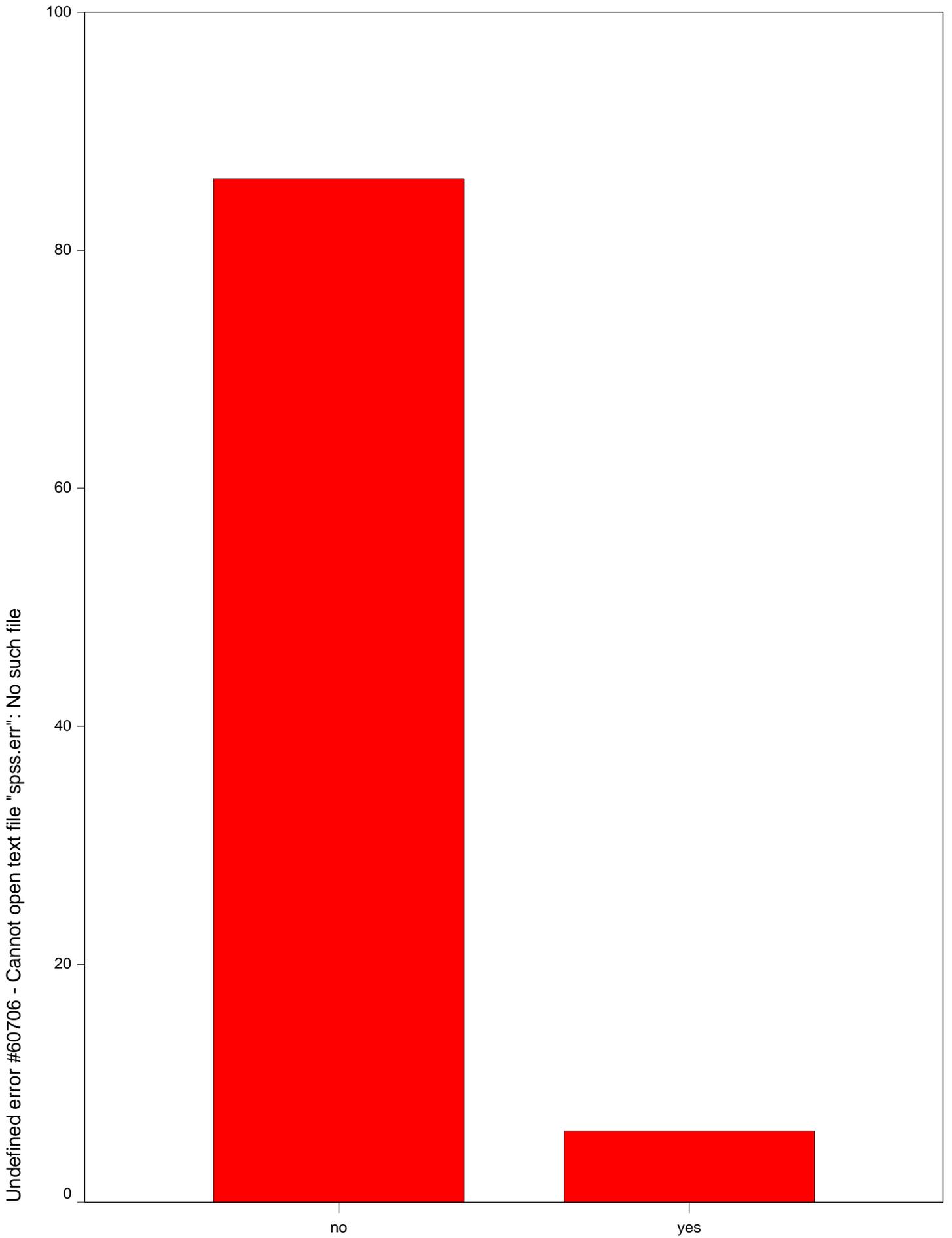


Undefined error #60706 - Cannot open text file "spss.err": No such file

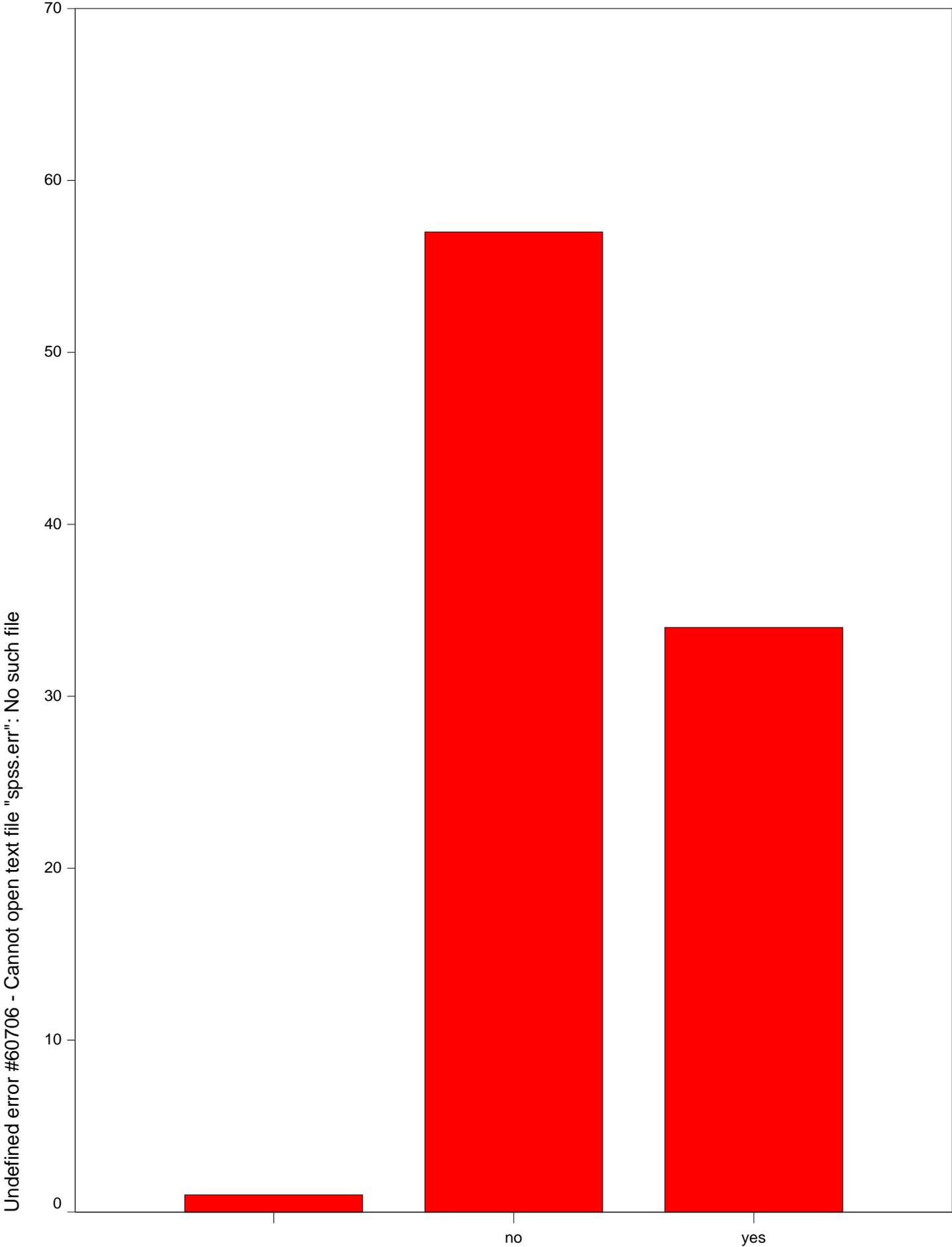
RETURN



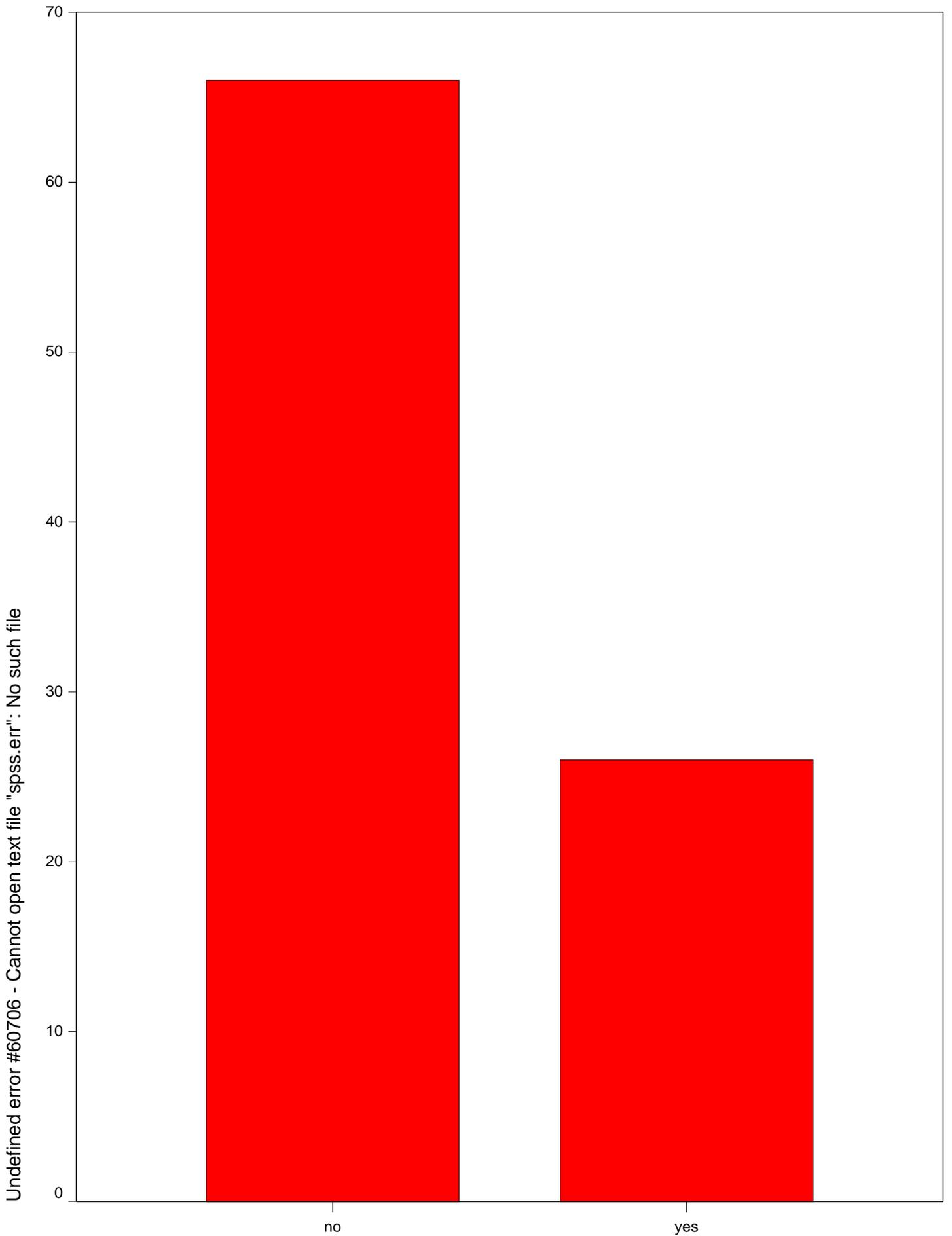
ENCOURAG



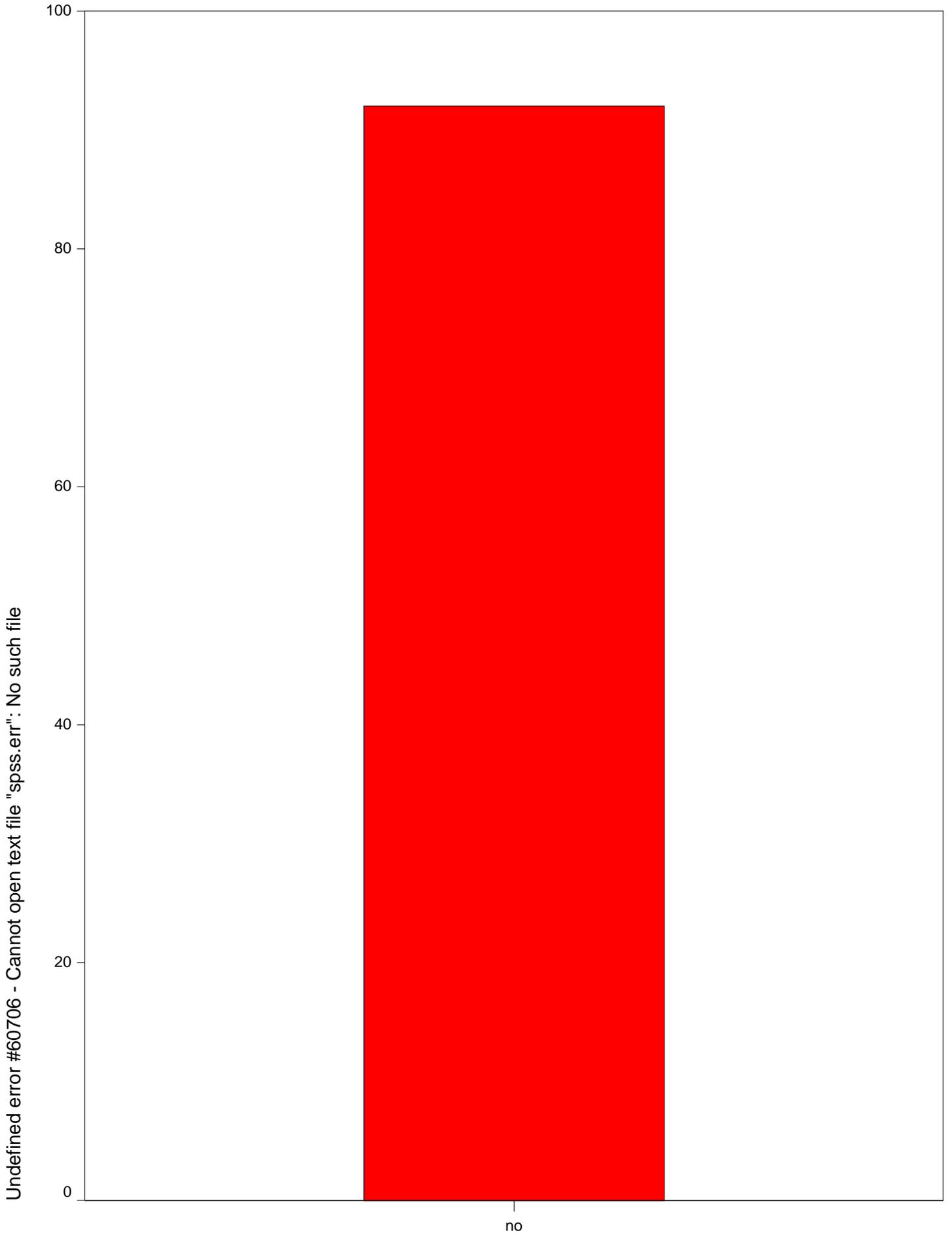
DOUBTING



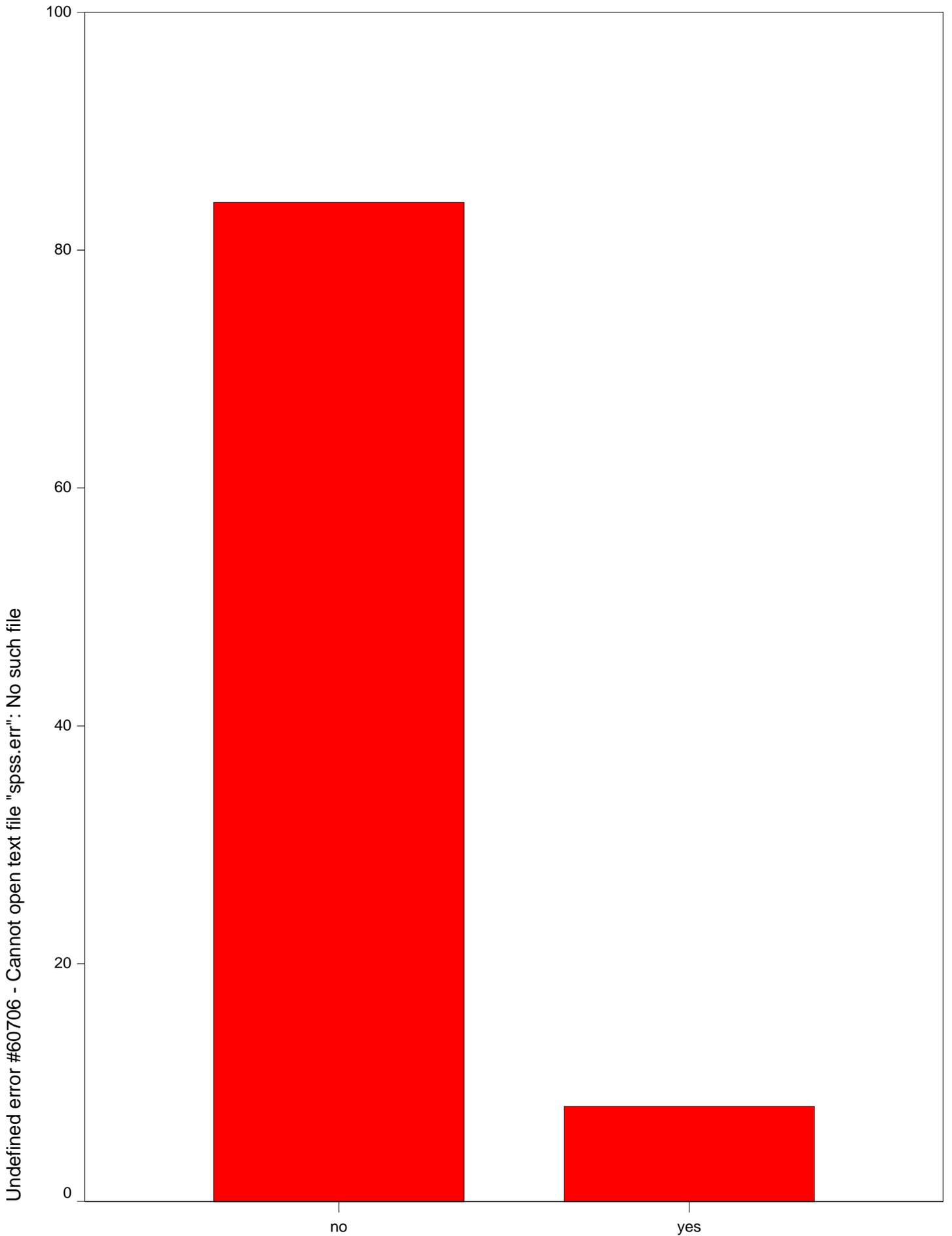
THAN_DEN



N_CHLOTH

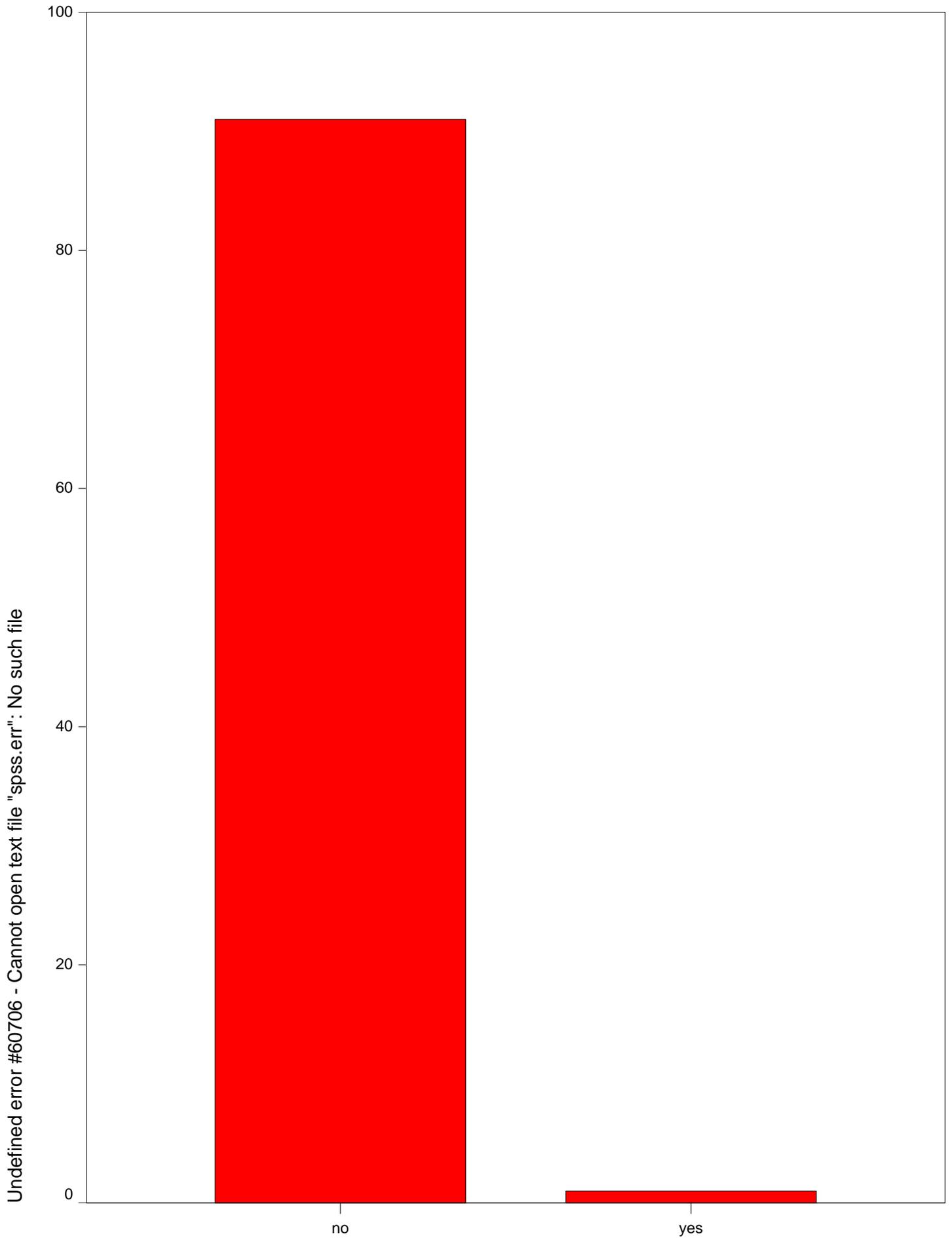


N_INTELL



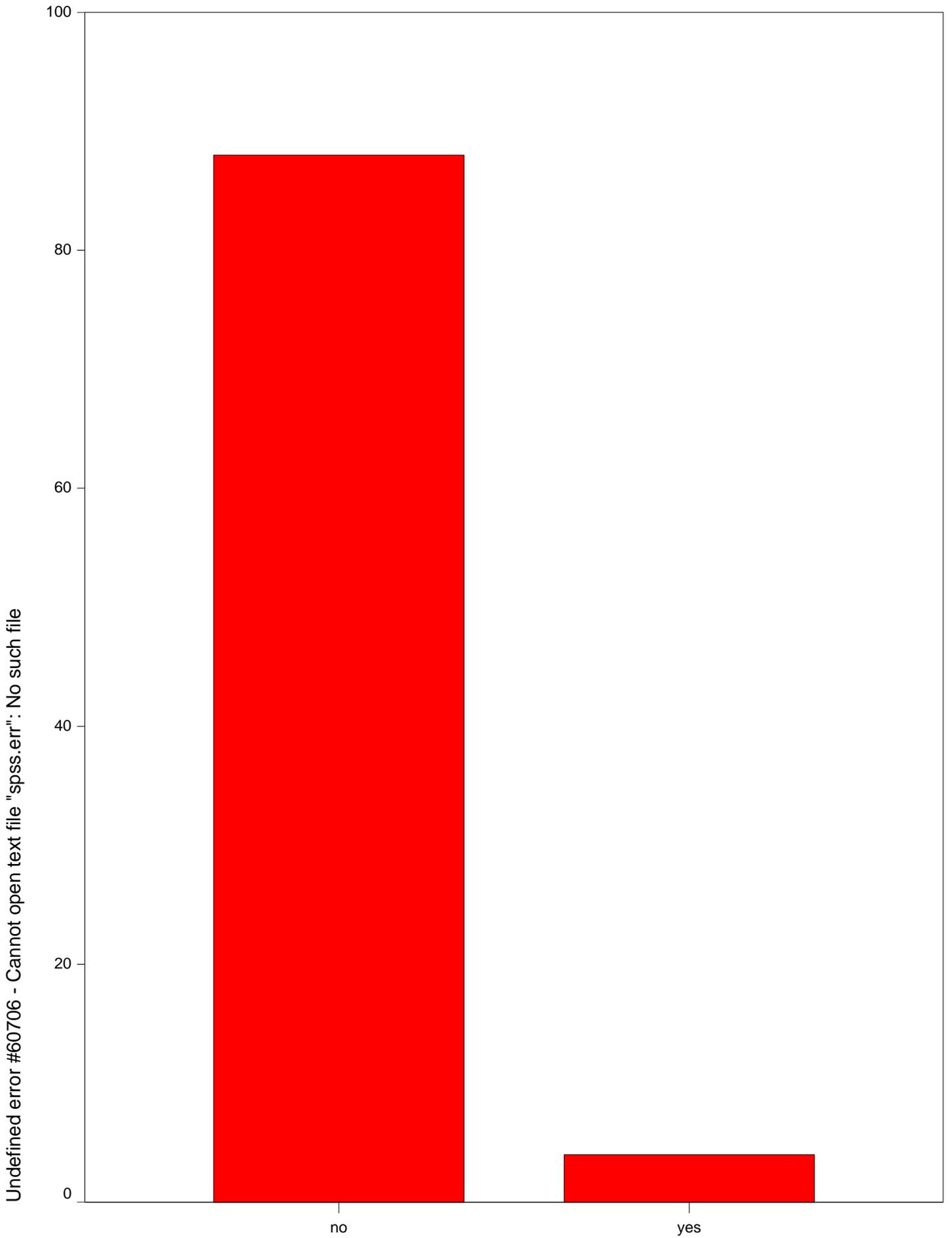
Undefined error #60706 - Cannot open text file "spss.err": No such file

N_LOOKS



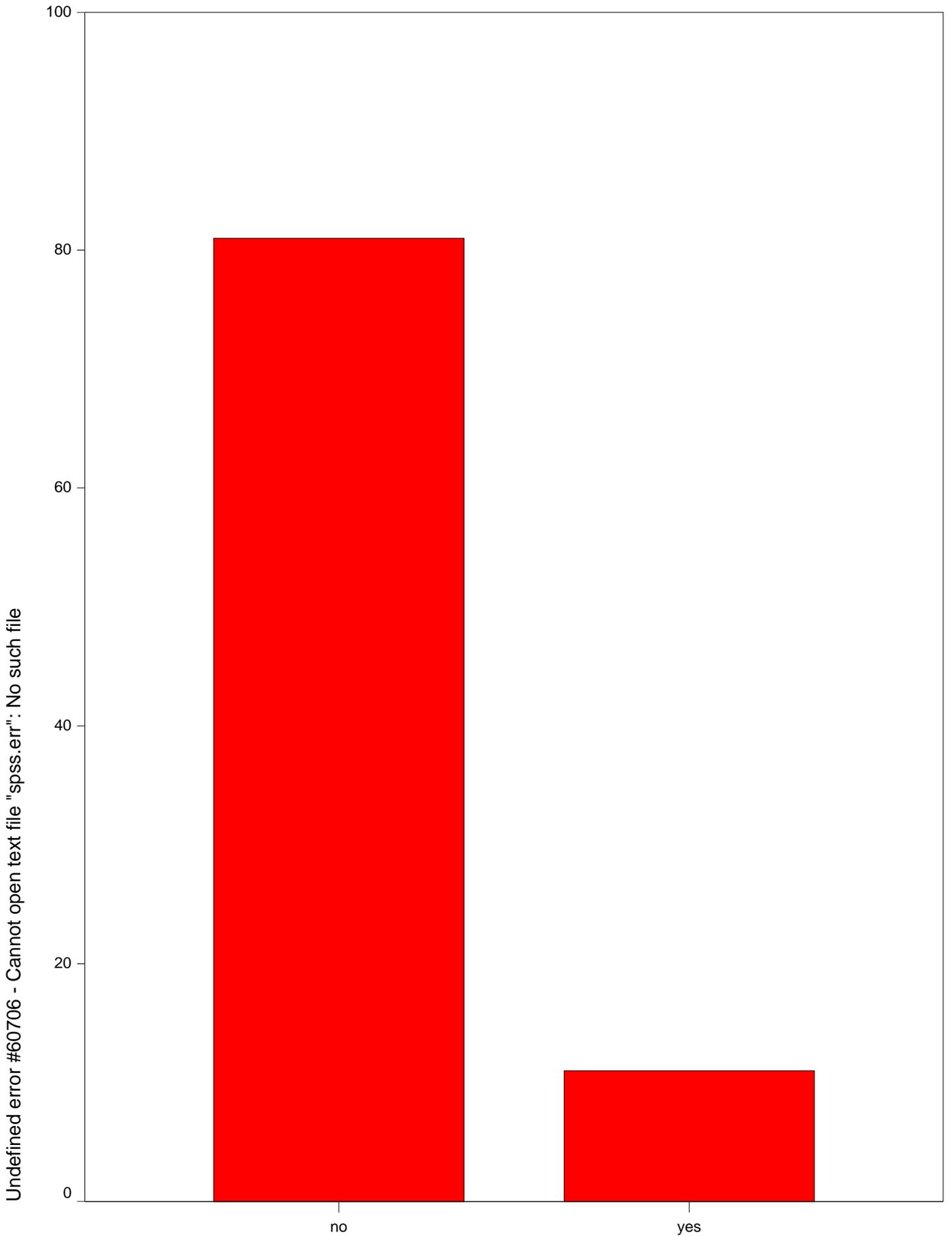
Undefined error #60706 - Cannot open text file "spss.err": No such file

N_INT_AC



Undefined error #60706 - Cannot open text file "spss.err": No such file

N_H_WIFE



Undefined error #60706 - Cannot open text file "spss.err": No such file