Inhalt

Vorbemerkung 9

1. Einleitung: Gegenstand, Ziel und Methode der Arbeit 10
1.1. Zur Situation: Das öffentliche Schweigen 10
1.2. Zum Vorverständnis: Instrumentell und hermeneutisch interessierte Rhetorik 12
1.3. Das Ziel: Grammatik des vernünftigen Redens 17
1.4. Zur Methode 21
1.4.1. Rhetorik und Linguistik 21
1.4.2. Reine anstatt Angewandter Rhetorik 23
1.4.3. Allgemeine anstatt Sektoraler Rhetorik 25
1.4.4. Systematische anstatt Historischer Rhetorik 28
1.4.5. Einführung anstatt Handbuch 30

2. Sprache und Handeln 33
2.1. Zwei Handlungstypen 33
2.2. M. Weber: Soziales Handeln 36
2.3. J. Habermas: Diskurs 39
2.4. U. Maas: Sprachliches Handeln 40
2.5. Praktischer Diskurs und überzeugende Rede 42
2.6. Kommunikative und Persuasive Kompetenz 45

3. Kritik ausgewählter Rhetorik-Konzeptionen 50
3.1. H. Lausberg: Die Rede überhaupt 50
3.2. B. Frank-Böhringer: Rhetorische Kommunikation . . . 57
3.3. H. Geißner: Funktionale Rhetorik 61

4. Analyse des Persuasiven Sprechaktes 65
4.1. Mittelbare und unmittelbare Zielrealisation 65
4.2. Mittelbare, sprachliche und Persuasive Zielrealisation . 67
4.3. Differenzierung der drei definitorischen Bestimmungen . 69
4.3.1. Zur Abgrenzung der mittelbaren von der unmittelbaren Zielrealisation 69
4.3.2. Zur Abgrenzung der sprachlichen von der nicht-sprachlichen Zielrealisation 70
4.3.3. Zur Abgrenzung der Persuasiven von der nicht-persuasiven Zielrealisation 72
4.4. Analyse des Persuasiven Sprechaktes 74
4.4.1. Sprechakttheorie und Pragmatik 74
4.4.2. Die Doppelstruktur der Kommunikation 76

4.4.3. Illokutiver Beschreibungsversuch des Persuasiven Sprechaktes . . . 80
4.5. Regeln des Persuasiven Sprechaktes . . . 84
4.5.1. Erste Regel des Persuasiven Sprechaktes . . . 85
4.5.2. Zweite Regel des Persuasiven Sprechaktes . . . 88
4.5.3. Dritte Regel des Persuasiven Sprechaktes . . . 89
4.5.4. Vierte Regel des Persuasiven Sprechaktes . . . 91
4.5.5. Fünfte Regel des Persuasiven Sprechaktes . . . 93
4.5.6. Sechste Regel des Persuasiven Sprechaktes . . . 95
4.5.7. Siebte Regel des Persuasiven Sprechaktes . . . 96
4.6. Persuasiver Sprechakt – Persuasive Kommunikation . 98

5. Ideale Sprechsituation – Ideale Lebensform . . . 101
5.1. Aristoteles' Kategorie der »Möglichkeit des Andersseins« 101
5.2. Die argumentative Einschränkung möglicher Handlungsalternativen . . . 105
5.3. Gründe für das öffentliche Schweigen . . . 109
5.3.1. Politische Unfreiheit . . . 109
5.3.2. Monologischer Gewißheitsanspruch . . . 113
5.3.3. Sachlogischer Rationalitätsbegriff . . . 117

6. Argumentation als Begründungsverfahren Persuasiver Kommunikation . . . 121
6.1. Überzeugungskraft als Schlüssigkeit der Argumentation 121
6.2. Das rhetorische Schließverfahren . . . 125
6.3. Die Konsensustheorie der Wahrheit . . . 128
6.4. Die Renaissance der Topik . . . 136
6.5. Die Methode der Topik . . . 140
6.6. Die Rationalität der Topik . . . 144

7. Persuasive Strategie . . . 150
7.1. Persuasive Strategie – Persuasionsforschung . . . 150
7.2. Persuasive Strategie – Persuasive Kommunikation . . . 152
7.3. Prozeß der Persuasiven Kommunikation . . . 157
7.4. Persuasionsrelevante Faktoren des Kommunikationsprozesses . . . 159
7.4.1. Kommunikator, Rezipient, Medium . . . 159
7.4.2. Aussage . . . 161
7.4.2.1. Struktur der Persuasiven Aussage . . . 161
7.4.2.2. Figuren . . . 163
7.4.2.3. Klassifikationsversuch rhetorischer Figuren . . . 167
7.4.2.4. Stilfiguren oder Denkfiguren . . . 171
7.5. Transfermöglichkeiten rhetorischer Gestaltungsgesetze . 175

8. Abschluß: Skizze einer Didaktik der Persuasiven Kommunikation 179
8.1. Kommerzielle Ästhetik: Zum Beispiel Waren-Rhetorik 179
8.2. »Politische Beteiligung« als didaktischer Zielbegriff . . 183
8.3. »Parler, c'est agir« 188

9. Anmerkungen 191

10. Auswahlbibliographie 202

11. Register 212
11.1. Personenregister 212
11.2. Sachregister 215