

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 definitonischen Bestimmungen	69
4.3.1. Zur Abgrenzung der mittelbaren von der unmittelbaren Zielrealisation	69
4.3.2. Zur Abgrenzung der sprachlichen von der nicht-sprach- lichen Zielrealisation	70
4.3.3. Zur Abgrenzung der Persuasiven von der nicht-persua- siven 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