

SVEN GRAWUNDER

Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, Deutschland

CORDULA SCHWARZE

Leopold-Franzens-Universität Innsbruck, Österreich

ARTUR TWOREK

Uniwersytet Wrocławski, Polen

Rhetorik – Persuasion – Phonetik: Zur Einführung

Das Streiten von Kindern, der Einsatz von Schautafeln in österreichischen TV-Diskussionen, der sonntägliche Gottesdienst oder die Vorträge von Studierenden im universitären Deutschunterricht haben etwas gemeinsam, das es ermöglicht, sie als Aufsätze im vorliegenden Themenheft¹ der „Studia Linguistica“ 2016 zu versammeln. Alle Beiträge beschäftigen sich mit Gestaltungsweisen sozialer Interaktion, die in einen persuasiven Handlungszusammenhang gestellt sind. Persuasives Handeln, das Proprium rhetorischen Handelns, wird auf diese Weise zum übergeordneten Konzept. So formen sich die einzelnen Untersuchungsgegenstände der Beiträge in einer Perspektive, die als angewandt-linguistisch benannt werden kann, wenn damit ein Verständnis von Angewandter Linguistik als einer problemerkärenden und problemlösenden Disziplin angesprochen ist, die sich mit

¹ Das Themenheft geht zurück auf die Arbeit der Sektion Phonetik & Sprechwissenschaft auf der Sektionentagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik (GAL e.V.) im September 2015. Die Tagung fand an der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt/Oder und Słubice statt und wurde in deutsch-polnischer Kooperation mit der Polskie Towarzystwo Lingwistyki Stosowanej (PTLS) durchgeführt. Die Sektion Phonetik & Sprechwissenschaft leiteten Artur Tworek (Wrocław), Sven Grawunder (Leipzig/Kiel) und Cordula Schwarze (Innsbruck). Die ausgezeichnete wissenschaftliche Zusammenarbeit über drei europäische Länder hinweg ermöglichte eine konstruktive gemeinsame Sektionsarbeit. Daraus erwuchs die Idee, das vorliegende Themenheft mit ausgewählten Beiträgen aus der Sektion sowie neu gewonnenen Autor_innen zu gestalten. Der Universität Wrocław sind wir für die Einladung und die ausgezeichnete Begleitung des Publikationsprojekts sehr zu Dank verpflichtet, ebenso den anonymen Gutachter_innen der einzelnen Beiträge.

„lebens- und gesellschaftspraktischen“ Fragen zu Sprache und Kommunikation auseinandersetzt (Knapp et al. 2011:XXII). Das soll jedoch nicht heißen, dass damit alle realisierbaren Perspektiven und Bearbeitungsweisen abgedeckt sind, denn auch die Beiträge zeigen Erweiterungen des Gegenstandszuschnitts und seiner Bearbeitung. Sie werfen einen multiperspektivischen Blick auf Persuasion: Die Rhetorik erscheint auf diese Weise als eine Grundlagendisziplin, die Relevanz für aktuelle Fragen ihr benachbarter Disziplinen aufweist. Dabei scheinen klassische rhetorische Konzepte wie beispielsweise das Konzept der Glaubwürdigkeit (des Redners), der Topik oder des Argumentierens einerseits stabil, andererseits erfahren sie Veränderung z.B. durch die Anwendung auf neue Medien, durch technische Entwicklungen und durch die Spezifika moderner rhetorischer Handlungskontexte oder auch durch die Perspektive auf ihren Erwerb bei Kindern sowie ihren Erwerb in Lehr-/Lernsituationen.

Die Schnittstelle von Rhetorik und Phonetik rückt jedoch nur dann in den Fokus, wenn die mündliche Ausprägung rhetorischen Handelns gemeint ist, die sowohl Gespräche als auch Reden und Präsentationen, die in einen persuasiven Handlungszusammenhang gestellt sind, umfasst. Den Zugang zu den Schnittstellenphänomenen zwischen Rhetorik und Phonetik ermöglicht ein interdisziplinärer Blick, nicht zuletzt wegen der ursprünglich weit auseinanderliegenden Forschungstraditionen, v.a. in Bezug auf ihre empirische Fundierung. Es zeigen sich verschiedene methodologisch-methodische Zugänge, die nicht gegeneinander auszuspielen sind, sondern vielmehr auf einen wechselseitig höheren Erklärungsbedarf verweisen, der nach genauer Diskussion der Ergebnisse verlangt. So entstehen interdisziplinär angebundene Ergebnisse, die in den Aufsätzen des Themenhefts zwischen (Angewandter) Linguistik, Rhetorik, Sprechwissenschaft, Phonetik, Medienwissenschaft, Theologie, Ausstellungskommunikation, Lexikologie, Hochschulkommunikation und Fachdidaktik aufgespannt werden. Die Fragen der Persuasion sind also von beiden Seiten mit je eigenen Mitteln zu fassen, aber die Konzepte und Methoden müssen produktiv aufeinander bezogen werden. Erst dann geraten die persuasiven Mittel, Verfahren und deren Funktionen innerhalb eines mehrdimensionalen, dynamischen, interaktiven, situativ gerahmten rhetorischen Ereignisses in den Blick und es kann nach dem spezifischen Beitrag gefragt werden, den phonetische Mittel für die Persuasion leisten können.

Die vorliegende Ausgabe der Zeitschrift „Studia Linguistica“ legt Persuasionsforschung im linguistisch-rhetorischen Rahmen vor. Methodisch werden datenangemessen verschiedene Vorgehensweisen – diskursanalytisch, korpuslinguistisch, phonetisch – angewendet, der überwiegende Teil der präsentierten Arbeiten jedoch nutzt einen gesprächsanalytischen Zugang und zeigt so erneut seine Leistungsfähigkeit. Der Persuasionsbegriff wird in den vorliegenden Aufsätzen in unterschiedlicher Weite verwendet, typisch sind eine enge und eine weite Auffassung. Dabei kann Persuasion situativ entweder als eine konkrete Handlungsaufgabe für die Interagierenden oder als der Domäne immanent relevant werden.

Im Folgenden wird überblicksmäßig zunächst der Persuasionsbegriff in der Zusammenschau von rhetorischer und phonetischer Perspektive entfaltet und der Rahmen für das Themenheft abgesteckt. Im zweiten Teil der Einleitung werden die versammelten Beiträge kurz vorgestellt.

Das Konzept der Persuasion steht im Zentrum einer auf der aristotelischen Grundlegung aufbauenden Rhetorik. Persuasion macht den Kern seines Rhetorikbegriffs aus, Aristoteles fasst Rhetorik als *ars persuadendi*: „Die Rhetorik stelle also das Vermögen dar, bei jedem Gegenstand das möglicherweise Glaubenerweckende zu erkennen“ (Aristoteles 1993:I.2.1.). Die Möglichkeit, das lateinische *persuadere* ins Deutsche sowohl mit *überreden* als auch mit *überzeugen* zu übersetzen, begünstigte kommunikationsethische Diskussionen zur Vertretbarkeit von Persuasion (vgl. Knappe 2000:177 und 2003:889, einen Überblick geben Perelman/Olbrechts-Tyteca 2004:35). Dabei wird Überzeugung als Ergebnis eines rational-kritischen Argumentationsprozesses als statthaft angesehen und gegen Überredung, die mittels affektiver Einwirkung entsteht und kommunikationsethisch unstatthaft ist, gesetzt (vgl. Geißner 1981:154). Perelman/Olbrechts-Tyteca (2004:37) binden die Unterscheidung an den avisierten Geltungsbereich, wonach überzeugend ist, wenn sich der Geltungsanspruch auf das universelle Publikum bezieht, während überredend nur für ein partikuläres Publikum gelten soll. Soweit die Theorie – in der Arbeit am empirischen Material hingegen lässt sich diese Unterscheidung als voranalytische Festlegung nicht aufrechterhalten (vgl. Arendt, Kreuz/Mundwiler, Bose/Hannken-Iljjes, Pfurtscheller, Stopfner i.d.B.). Dennoch bietet die rhetorische Theorie als Rahmentheorie vielfältige Anknüpfungspunkte (vgl. Bartoszewicz i.d.B.).

Unter Persuasion versteht die Rhetorik den „gesamten, vom Kommunikator initiierten Überzeugungsvorgang mit dem Ziel, bei anderen einen Standpunktwechsel herbeizuführen“ (Knappe 2003:874, 2000:172; etwas schwächer als „Zustimmungsbereitschaft“ statt als Standpunktwechsel formuliert bei Perelman/Olbrechts-Tyteca 2004). Dabei werden die Merkmale Intentionalität und Überzeugung als Veränderung des mentalen Zustands einer Person akzentuiert und die Art der Beeinflussung wird häufig als (auszudifferenzierende) Ursache-Wirkungs-Kette beschrieben (vgl. Knappe 2003:874, Wirth/Kühne 2013). Ritualisierte Kommunikationssituationen sind aus der Betrachtung meist ausgeschlossen als „im Gesamt nicht persuasiv angelegt“ (Knappe 2003:875). Diese Auffassung ist vor allem in empirischer Hinsicht modifizierbar: Zum einen ist der Einbezug von Intentionalität kritisch zu sehen, da Persuasionseffekte auch nicht-intendiert eintreten können oder eine nicht bemerkte Intention für die Wirkung keine Bedeutung hat (vgl. Wirth/Kühne 2013:314). Zum anderen ist Beeinflussung als Ursache-Wirkungs-Kette keinesfalls in gesprächsweiser Interaktion nachweisbar, wenn Interaktion als ein Konstitutionsereignis konzeptualisiert wird, das durch die Interagierenden hergestellt wird. Das hat die Gesprächsanalyse bereits mehrfach darlegen können, so zeigen es auch die Aufsätze des vorliegenden Bandes.

In Bezug auf die ritualisierten Kommunikationssituationen legt außerdem der Aufsatz von Schulz (i.d.B.) dar, inwiefern sich die ritualisierten Abschnitte eines Gottesdienstes durch Persuasivität auszeichnen.

Traditionell jedoch wird Persuasion innerhalb der Rhetorik anhand von Reden untersucht, also einem Format, das sich durch restringierte Interaktivität auszeichnet (vgl. z.B. Kienpointner 2013, Ueding/Kalivoda 2013, König 2011, Bartoszewicz 2000; eine Zwischenstellung nimmt Gherairi 2015 ein, die Protest als einen strategisch kalkulierten Persuasionsversuch korpusbasiert untersucht). Ausgeschlossen ist zumeist die epideiktische Rede, da sie als frei von Persuasivität gilt (Knappe 2003:877). Da dies nicht die Vielfalt faktischen rhetorischen Handelns abbildet – persuasiv gehandelt werden kann in vielen Formen, das ist nicht gebunden an die Form der Rede, außerdem kann jede Kommunikation persuasive Effekte haben, auch wenn diese nicht beabsichtigt waren –, muss auch das Gespräch als Untersuchungsgegenstand integriert werden. Das Gespräch als Prozess zeichnet sich durch Interaktivität, also wechselseitige Bezugnahme, aus und verweist so auf eine basale Form der Persuasivität. Daher eröffnen die Konzentration auf mündliche Rhetorik sowie der Einbezug von Gesprächen als Untersuchungsgegenstand zwei explizit rhetorisch fundierte Zugänge: zum einen die sprechwissenschaftliche Rhetorik, zum anderen die Gesprächsrhetorik im Sinne Kallmeyers (1996:9). Der Rhetorikbegriff der Sprechwissenschaft, wie er von Geißner (z.B. 1981) und Gutenberg (z.B. 2001) geformt wurde, verankert den Gegenstand zugleich in Philosophie und klassischer Rhetorik und akzentuiert vor allem die Aspekte Mündlichkeit und Kommunikativität. Daher sind phonetisch-prosodische Fragen in sprechwissenschaftlicher Perspektive zunächst selbstverständlich als zugehörig anzusehen. Rhetorische Kommunikation, die sowohl Rede- als auch Gesprächsrhetorik umfasst, ist hier in die antike Tradition gestellt und wird als eine *Téchne* konzeptualisiert, womit die Einheit von Theorie und Praxis, aber einer individuellen, handlungsleitenden Praxis im Sinne des individuellen Könnens, gemeint ist. Demgegenüber setzt die linguistische, gesprächsanalytisch basierte Gesprächsrhetorik (vgl. z.B. Kallmeyer 1996, Deppermann 2008) das Gespräch in den Mittelpunkt ihres Interesses, dem die basalen Kennzeichen Konstitutivität, Prozessualität, Interaktivität, Methodizität und Pragmatizität zukommen (vgl. Deppermann 2008:8). Mit Pragmatizität ist gemeint, dass Interagierende im Gespräch gemeinsame oder individuelle Ziele und Zwecke verfolgen. Hier setzt die gesprächs rhetorische Perspektive an und untersucht die Bedingungen und Mittel für ziel- und überzeugungsorientiertes Handeln, wenn Prozessdynamik und die Abhängigkeit von der Kooperation Anderer das interaktive Geschehen stark beeinflussen (vgl. z.B. Deppermann 1996, Kallmeyer/Schmitt 1996).

Wenn unter Persuasion der Überzeugungsvorgang verstanden wird, rücken die rhetorischen Mittel, die zu Überzeugung führen sollen, in den Blick. Dabei steht für die antike Rhetorik die Trias der Wirkungsfaktoren Ethos-Pathos-Logos im Mittelpunkt, wobei unstrittig ist, dass nicht nur der reine Logos, also die

sachbezogene Argumentation, zum Erfolg führt, sondern die Beteiligung von Emotionen als unerlässlich für die Persuasion anzusehen ist (vgl. z.B. Knappe 2003, Macagno/Walton 2014, Perelman/Olbrechts-Tyteca 2004, Till 2007, Wirth/Kühne 2013). Die Mittel, welche Überzeugung ermöglichen sollen, sind „entweder im Charakter des Redners begründet oder darin, den Hörer in eine gewisse Stimmung zu versetzen, oder schließlich in der Rede selbst, d. h. durch Beweisen oder scheinbares Beweisen“ (Aristoteles 1993:I.2.3.). So ergeben sich Ethos, als auf den Charakter des Redners bezogen, Pathos, das Versetzen des Hörers in eine Stimmung sowie Logos, das Beweisen. Auf welche Weise Ethos und Pathos an der Persuasion mitarbeiten, bleibt bei Aristoteles offener, wohingegen die Persuasivität des Logos zentraler Gegenstand seiner Rhetorik ist. Darin systematisiert er die Überzeugungsmittel des Logos zum einen in natürliche, inartifizielle Beweise, zu denen Zeugenaussagen, Verträge oder Gesetze gehörten, und zum anderen in kunstgemäße, artifizielle Beweise. Für inartifizielle Beweismittel gilt, dass sie „nicht durch uns zustande gebracht worden [sind]“, die artifiziellen Beweismittel hingegen sind „in der Theorie selbst begründet“ (Aristoteles 1993:I.2.2.). Wie der Redner damit umzugehen hat, erklärt Aristoteles folgendermaßen: „[I]n der Theorie selbst Begründetes ist das, was durch methodische Anleitung und durch uns selbst geschaffen werden kann. Es ist daher nötig, das eine davon zu gebrauchen, das andere aber zu finden“ (Aristoteles ebd.). Damit ist eine Unterscheidung der verschiedenen, an der Persuasion mitarbeitenden Mittel getroffen. Zumeist werden jedoch die inartifiziellen Beweismittel aus der Betrachtung weitgehend ausgeschlossen, da sie nicht Teil der Rede sind (vgl. z.B. Till 2007:288). Für Gespräche gilt das jedoch nur eingeschränkt. Nicht nur als „inartifizielle Beweismittel“, die nach Aristoteles lediglich zu gebrauchen sind, sondern unter dem Aspekt der Multimodalität der Interaktion ist der Umgang mit Objekten als inartifizielle Beweismittel in die Analysen einzuschließen, da für persuasives Handeln ein akzentuierter, zielgerichteter Umgang mit Objekten nicht untypisch ist (vgl. Pfuerscheller i.d.B.). Daher werden Fragen nach der Einbettung der Objekte in rhetorisches Handeln interessant. Mit den Objekten und deren Präsenz sowie den interaktiven Angeboten, die sie vermitteln (vgl. Rothe i.d.B.), ist ein anderer Umgang als mit Argumenten oder Aktivitäten der Herstellung von Glaubwürdigkeit (vgl. Stopfner i.d.B.) notwendig. Objekte sind zu gebrauchen und können daher erfolgreich oder weniger erfolgreich sowie zu verschiedenen Zwecken verwendet werden. Es zeigt sich, wie Knappe (2000:173) betont: „Alles, was sich persuasiv instrumentieren lässt, kommt in Betracht“.

Das Überzeugung ermöglichende („artifizielle“) Mittel ist das Argument, worin sicheres Wissen genutzt wird, um unsicheres Wissen – das Angezweifelte – zu stützen, es erfolgt Begründen „durch Berufung auf etwas anderes“ (Kopperschmidt 2000:19, so auch z.B. Klein 1980, Eggs 2013). Gültigkeit erlangt es durch Plausibilität. Angezweifelt findet seinen Ausdruck in der strittigen Frage (*quaestio*), also dem Bestreiten von unterschiedlichen Geltungsansprüchen einer

Äußerung. Ein Argument liefert „der Beweisführung Beweiskraft [...], wodurch etwas durch etwas anderes erschlossen und etwas Zweifelhafte durch etwas Unzweifelhaftes in seiner Gewißheit bestärkt wird, [also] muß es etwas in einem Fall geben, das keinen Erweis nötig hat“ (Quintilian:V,10,11). So ist ein einfaches dreigliedriges Strukturmodell des Arguments entwickelt worden (vgl. Ueding/Steinbrink 1994:235); für gesprächsanalytische Untersuchungen des Argumentierens erweist es sich allerdings als unabdingbar, dies unter Integration weiterer Elemente in ein sequenzielles Schema zu überführen (vgl. z.B. Schwarze 2012 und 2010, Spranz-Fogasy 2006, Heller 2012). Wie Argumente in Gesprächen zwischen Kindern eingesetzt und damit verschiedene Ziele, unter anderen auch Persuasion, verfolgt werden, zeigen die Argumentationsanalysen in den Beiträgen von Arendt, Kreuz/Mundwiler sowie Bose/Hannken-Illjes (i.d.B.).

Die drei von Aristoteles differenzierten Überzeugungsmittel Ethos, Pathos und Logos können den Faktoren der Redesituation zugeordnet werden: Ethos dem Charakter und der Glaubwürdigkeit, Pathos den mitreißenden Affekten und dem Publikum sowie Logos der Sache; sie werden in der Rede aneinander angepasst (vgl. Till 2007:290). Diese Differenzierung erlaubt eine eher enge oder eher weite Auffassung des Persuasionsbegriffs, wobei eng für eine Logos-(also an der Topik) orientierte, argumentative Rhetorik steht (vgl. Kullmann 2005) und weit die anderen beiden Mittel einschließt (vgl. z.B. Knappe 2000 und 2003, Till 2007). In beiden Auffassungen ist jedoch zentral, dass das Publikum die entscheidende Instanz ist, an der sich jegliche Persuasivität auszurichten hat (Perelman/Olbrechts-Tyteca 2004:7). Publikumsbezug i.S. des Pathos als Affekt kennzeichnet eine Qualität des Vortragsstils und wird als temporär bzw. kurz andauernd und spannungsgeladen charakterisiert, es korrespondiert mit dem *movere*, also der Aufgabe des Redners, durch die Rede zu erschüttern und zu bewegen (vgl. Till 2008, Lubrich 2011). Um persuasiv zu handeln, ist also die Argumentation um den Affekt zu ergänzen, auch das zeigen Beiträge in diesem Band wie beispielsweise Stopfner (i.d.B.).

In der auf der antiken Basis aufbauenden Rhetorik als *ars persuadendi* wird dem Orator, „der rhetorisch handelnde Akteur im Kommunikationszusammenhang“ (Klotz 2008:587), und seinen Überzeugungsstrategien große Bedeutung beigemessen. Der Orator ist der strategische Kommunikator, der auf ein kommunikatives Ziel eingestellt ist, in einer agonalen Situation zweckrational und erfolgsorientiert handelt sowie geplant, methodisch und situationsangepasst sein Anliegen kommuniziert (vgl. Gherairi 2015, Knappe 2003, Klotz 2008, Nagel 2012, Robling 2007). Zugleich ist der Orator durch den Anspruch, er möge zugleich ein Ehrenmann sein, der reden kann (Ideal des *vir bonus dicendi peritus*), ethisch flankiert worden. Der Wirkungsbereich des Orators ist der öffentliche Auftritt (vgl. Pfurtcheller, Schulz, Grzeszczakowska-Pawlikowska, Meißner/Wallner i.d.B.), der stark von Gestaltungsprinzipien der Medien bzw. der öffentlichen Situation bestimmt wird. Eine Folge der Zentrierung auf den Orator ist die Hervorhebung der Intentionalität im Prozess der Persuasion. Wird jedoch

das Kriterium der Intentionalität kritisch hinterfragt, ist auch das Oratorkonzept zu prüfen. Eine auch an das gesprächsanalytische Paradigma anschließbare Auffassung ist die Erweiterung des Oratorkonzepts hin zu einer Handlungsrolle, die handlungsmächtig von Einzelnen oder Gruppen eingenommen werden kann (vgl. Gherairi 2015; oder auch Stopfner, Schulz, Grzeszczakowska-Pawlikowska, Meißner/Wallner und Rogozińska i.d.B., auch wenn bei den beiden Letztgenannten die Analyse nicht darauf gerichtet ist, ist das doch ein Kennzeichen des verwendeten Materials). Wenn diese Handlungsrolle stärker dynamisiert ist, werden die Beteiligungsweisen interaktiv und lokal im Gespräch ausgehandelt. In diesem Sinn ist es nur folgerichtig, den Orator-Begriff (vgl. Klotz 2008) als zu statisch abzulehnen, da er vor allem Prozesshaftigkeit und Interaktivität ignoriert.

Anhand des Orator-Konzepts sowie der grundlegenden Auffassung von Persuasion als der Beeinflussung des Publikums wird nahe gelegt, auch über den Erfolg dieser Anstrengungen nachzudenken, was sich jedoch als schwierig erweist, denn persuasive Wirkungen entziehen sich der „rhetorischen Erfolgskontrolle“ (Knappe 2003:878, Wirth/Kühne 2013:321 diskutieren an diesem Aspekt die Grenzen der Persuasion). Für die antike Rhetorik war es einerseits selbstverständliches Handlungsziel, eine gute und überzeugende Rede zu halten, daher sind die Normen bereits in die Theoriebildung eingewoben (vgl. Schwarze 2016). Was jedoch als persuasiv erfolgreich angesehen werden kann, bemisst sich keinesfalls an präskriptiven, instrumentalistischen Vorstellungen von Ziel-Mittel-Relationen und ist nicht prognostizierbar. Es ist vielmehr als rednerisches Streben anzusehen: „Unser Redner aber und seine Kunst, wie wir sie definiert haben, ist nicht vom Erfolg abhängig: zwar strebt nach dem Sieg, wer redet, doch wenn er gut geredet hat, hat er, auch wenn ihm der Sieg nicht vergönnt ist, geleistet, was die Kunst ausmacht“ (Quintilian 1995:II,17,23.). Die Frage nach dem Erfolg ist deswegen nicht produktiv, weil sie *in toto* gestellt wird und natürlich nicht *in toto* beantwortbar ist. Vielmehr heißt das, den Prozess der Persuasion nicht im Hinblick auf das Gelingen des persuasiven Handelns hin zu untersuchen, sondern auf die interaktive Konstituierung von Persuasivität sowie dem Beitrag der Mittel und Formen dazu (z.B. Lubrich 2011) in einer bestimmten Handlungssituation zu untersuchen. Die Produktivität eines solchen Vorgehens zeigen auch die gesprächsanalytischen Beiträge in diesem Themenheft: Interaktiver Erfolg lässt sich aus den Anschluss-handlungen im Gespräch rekonstruieren, an denen sich zeigt, was die Interagierenden jeweils als überzeugend ansehen, seien es beispielsweise Argumente, Gemeinsamkeitsaufrufe oder Objekte in Form von Schautafeln. Darüber hinaus scheinen Aktivitäten der Nachdrücklichkeitsherstellung oder der Intensivierung eines Standpunkts mit interaktivem Erfolg zu korrelieren.

Die Verschränkung von Phonetik und Rhetorik findet sich bereits in den frühen systematischen Rhetoriklehren, so bei Aristoteles, Cicero oder Quintilian (ausführlicher dazu vgl. Schulz 2014). Im klassischen System der Rhetorik werden prosodisch-phonetische Aspekte im Rahmen rednerischen Praxis in den

Produktionsstadien einer Rede (*officia oratoris*), im fünften und letzten Handlungsschritt der Actio bzw. der Pronuntiatio, der Realisierung der Rede durch das Sprechen, behandelt. Dabei wird von einer engen Verbindung ausgegangen, wonach der Redner durch seinen körperlichen Auftritt überzeugen muss: „[D]enn es genügt nicht, das zu wissen, was man sagen soll, sondern auch notwendig, wie man dies sagen soll, und es macht dies viel aus hinsichtlich des Eindrucks, den die Rede bewirkt“ (Aristoteles 1993:III.1.2.). Disziplingeschichtlich etablierte sich der Actio-Begriff als Begriff für den Körper bzw. die Körperbewegungen des Redners und der Pronunciatio-Begriff für den stimmlichen Vortrag. Daraus erwachsen voneinander verschiedene Schwerpunktsetzungen sowie Forschungstraditionen (vgl. Schulz 2014, Tonger-Erk 2012:16, Tonger-Erk arbeitet mit dem Actio-Begriff, meint aber beides). Die Pronunciatio-Lehre enthält Überlegungen zur Angemessenheit der Rede, zur Fehlerfreiheit als korrekter Aussprache, i.S. der Vermeidung von Dialekt, und zur Deutlichkeit der Aussprache, zum Schmuckcharakter sowie zum Zusammenspiel mit Gesten und Körperbewegungen (vgl. Meyer-Kalkus 2008:680, 683). Der Schmuckcharakter einer Rede wird bei Quintilian explizit stimmästhetisch sowie präskriptiv gefasst: „Schmuckvoll ist ein Vortrag, den eine leicht ansprechende, große, reiche, schmiegsame, feste, ausdauernde, helle und reine Stimme empfiehlt, die weit trägt und im Ohr haftet [...], die zudem gleichsam handlich ist, jedenfalls alle Schleifen und Steigerungen, die man verlangt, in sich birgt“ (Quintilian 11,3,40, zit. nach Meyer-Kalkus 2008:685).

Der Umgang mit Affekten und Pathos als Überzeugungsmittel differiert in den verschiedenen Überlegungen und Handlungsempfehlungen der Pronunciatio-Lehre. Während Aristoteles realistisch zwar die Notwendigkeit des Pathos konzidiert, sieht er es aber als Zugeständnis an eine nicht-ideale Redesituation an (vgl. Schulz 2014:96). Cicero hingegen betont die gleichsam natürliche Passung von Inhalt und gesprochener sowie körperlicher Form: „Denn jede Regung des Gemüts hat von Natur ihren charakteristischen Ausdruck in Miene, Tonfall und Gebärde“ (Cicero 2003:III,216). Er ordnet Stimmarten den Affekten zu, z.B. passe zum Zorn eine hohe, erregte Stimmart mit häufiger Unterbrechung (vgl. Schulz 2014:118).

Die im Orator-Konzept sowie der Pronunciatio-Lehre ausgewiesene Akteurs-Perspektive ermöglicht, die Verbindung zur Phonetik im Sinne eines sprechenden Körpers zu denken. Die phonetische Perspektive eröffnet einerseits einen ergänzenden Blick auf rhetorisches Handeln, andererseits ist sie nicht nur die Perspektive der Details und der akustisch-artikulatorischen Erscheinungsweisen, sondern auch die einer auf den sprechenden Körper bzw. das sprechende biologische System gerichtete. Beispielsweise werden phonetische Mittel des rhetorischen Handelns, z.B. Pausen und Verzögerungen (siehe Schulz i.d.B.), Sprechgeschwindigkeit (siehe Schulz i.d.B.), Akzentuierung (siehe Kreuz/Mundwiler i.d.B., Tworek i.d.B., Bose/Hannken-Iljes i.d.B.) oder artikulatorische Phänomene wie Tilgungen (siehe Rogozińska i.d.B.) thematisiert. Diese sollten nicht

als sprecher-individuelle Besonderheiten, sondern in ihrem Beitrag zur Persuasion analysiert werden. Aus phonetischer Sicht wird demzufolge gefragt, welche artikulatorisch-phonatorischen Strategien die Sprecher_innen wählen bzw. welche sie zur Verfügung haben, um spezifische interaktionale Ziele zu realisieren. Relevant ist auch die Frage nach den Arten von musterhaften (prosodischen) Strukturen, wie sie sich im Kontext zwischen den Interagierenden etablieren oder prozessual gerade etabliert werden, um gleich darauf verwendet zu werden. So kann ein Beitrag geleistet werden, der anderes umfasst als in Arbeiten zur Prosodie in der Interaktion fokussiert wird (vgl. z.B. Barth-Weingarten/Reber/Selting 2010). Dabei ist hier ein weites Verständnis von Prosodie angedeutet, das sowohl Alterierungen auf Wortebene bis hin zur Satzintonation und darüber hinaus mit einschließt. Damit können die betrachteten Strategien auf ‚sprecherische‘ Strategien erweitert werden, weil auch strukturelle Phänomene wie Wiederholung (Arendt i.d.B., Bose/Hannken-Illjes i.d.B.) oder semantische wie Bildhaftigkeit (Rothe i.d.B., Pfurtscheller i.d.B.) oder emotionaler Gehalt (Stopfner i.d.B.) eingeschlossen werden müssen. Immanent ist dabei die Frage, welche kognitiven Planungs- und Prozessierungsebenen involviert sind, also die Frage, auf welcher linguistischen Ebene der Interaktion die analysierten Phänomene anzusiedeln sind. Ihre Beantwortung ist insofern von Bedeutung, als sie unmittelbar die Anknüpfung der mit den jeweiligen Ebenen verbundenen Forschungsfelder (Erwerbsforschung, Gedächtnisforschung) bzw. den Disziplinen (Psycholinguistik, Psychologie, Neurowissenschaft) ermöglicht, weil selbstverständlich auch und auf Seiten der adressierten Personen Aspekte wie Stimmung, Kognitionsbedürfnis sowie aber auch die Bewertung von Relevanz als Motivation der Zuhörer_innen eine Rolle spielen.

Das Forschungsfeld der Phonetik in sozialer Interaktion ist in den letzten Jahrzehnten stetig gewachsen. Dabei ist nicht die zur Zeit blühende Soziophonetik gemeint, sondern solche Arbeiten die sich schon weit früher unter dem Dach der sozialpsychologischen und Emotionsforschung finden lassen, deren Vertreter_innen sich auch nicht in erster Linie als Linguist_innen betrachteten, sich aber sehr bewusst waren, dass sie es mit sprachlichen Strukturen zu tun haben. Im Feld der Erforschung des stimmlich-sprecherischen Ausdruckgehalts zum Beispiel untersuchten Scherer et al. (1973) die Überzeugungskraft von auf verschiedene Weisen vorgetragenen Plädoyers vor Gericht, die zum einen: ‚argumentativ sicher‘ (*confident*), zum anderen ‚unsicher‘ (*doubtful*) formuliert waren. Diese Texte wurden mit unterschiedlichem „paralinguistischen“ Ausdruck (*confident* vs. *doubtful*) unter Beobachtung verschiedener sprecherischen Parameter wie Grundfrequenz, Intensität, Pausen und Sprechtempo an Proband_innen getestet: Im Vergleich zu einer ‚unsicheren Stimme‘ ist eine ‚sichere Stimme‘ laut Scherer et al. stärker assoziiert mit höherer Intensität, höherer Sprechstimmlage und höherem Sprechtempo, wobei es eine Interaktion zu den Texten gibt, da sich nur ‚unsichere‘ Plädoyers durch höhere Sprechstimmlagen ausgezeichnet haben. Inspiriert

durch solche und daran anknüpfende paralinguistische Forschung von Emotionen untersuchen neuere Arbeiten auch extra- und parasprachliche Modifikatoren wie etwa Stimm- und Sprechausdruck, Attraktivität, aber auch pragmatische Faktoren wie Einstellung, Absicht oder Stimmung. Dabei finden sich die Methoden und Ansätze in der linguistischen Prosodieforschung wieder (z.B. Nadeu/Prieto 2011) oder der experimentellen Pragmatik (z.B. Brown et al. 2014) oder der klinischen Forschung (z.B. Pell 2007).

Als ein Beispiel aus der Sozialpsychologie, bei dem sowohl die sprachlich-strukturelle als auch die perzeptiv-produktive Seite einbezogen wurde, kann die Arbeit von Judith Hall (1980) dienen. Sie hat an verschiedenen Hörergruppen argumentativ gute gegen argumentativ schwache Formulierungen in einem quasi-natürlichen Setting bei der Rekrutierung von potentiellen Probanden für sozialpsychologische Experimente getestet. Dabei hat Hall die vorher erhobenen nonverbalen Kommunikationskompetenzen der beiden Seiten, Sprecher und Hörer, in Beziehung gesetzt. In einem gekreuzten Untersuchungsdesign konfrontierte sie Teilnehmer_innen mit starker und schwacher Wahrnehmungskompetenz (*decoding skills*) und Teilnehmer_innen mit starker und schwacher Ausdruckskompetenz (*expressive skills*). Die Anzahl von Stunden, die die Proband_innen angegeben hatten, an den Experimenten teilnehmen zu wollen, diente als Messparameter für die Persuasivität der Kommunikation, wobei sich die Wahrnehmungskompetenz als Vorhersagefaktor im Sinne der Rekrutierung herausstellte. Obwohl die Ausdruckskompetenz selbst keinen Effekt zeigte, ergab sich bei der Paarung von besseren ‚Sender_innen‘ und besseren ‚Dekodierer_innen‘ auch die höchste Anzahl von Stunden. Umgekehrt haben die schwächeren Dekodierer_innen höher (i.S. positiver) reagiert, wenn sie weniger stark mit expressiven und affektiven Argumentationen konfrontiert wurden. Persuasion ist dabei mitunter strikt formuliert und bezieht sich auf solche speziellen kommunikativen Situationen, die sich einfach operationalisieren lassen und somit einen experimentellen Zugang erlauben. Diese Art der Wirkungsforschung findet daher vielfach in der Werbeforschung Anwendung. Dabei wird das insbesondere in der Medienwirkungsforschung populäre psychologische Modell der Elaboration Likelihood (vgl. Petty/Cacioppo 1986) als theoretischer Bezugsrahmen gewählt. In diesem Modell wird mit Bezug auf Aristoteles’ Rhetorik ein Einfluss der Eigenschaften von Botschaft, Sprecher_in und Zuhörer_in auf die Änderung der Einstellung beschrieben, wobei die empfangene Botschaft auf zwei verschiedene Arten – zentral und peripher – verarbeitet bzw. erarbeitet wird. Während die „zentrale Route“ sich logisch an den Argumenten und der Qualität der Mitteilung orientiert, werden auf der „peripheren Route“ in einer Art Heuristik eher äußere Hinweisreize wie die Attraktivität, die Sprechstimmlage, Stimmklang, Aussprache, Sprechgeschwindigkeit, Pausierung etc. oder der Status der Sprechenden als Hinweisreize für die Einstellungsänderung herangezogen. Andere Faktoren wie die Aufmerksamkeit, Redundanz der Informationen

und persönliche Stimmung der Zuhörenden oder ihre kognitiven Fähigkeiten interagieren mit diesen beiden Verarbeitungsrouten. Beispielfähig lässt sich hier die Arbeit von Beate Redecker (2008) nennen, in der sie der Frage nachgeht, inwieweit prosodische Merkmale die Persuasion und die Perzeption im Kontext einer Parfümwerbung beeinflussen (ebd.:1ff.). Redecker (ebd.:149ff.) kommt zu dem Ergebnis, dass Veränderungen von stimmlichen und sprecherischen Parametern die Perzeption und Persuasivität eines Werbespots nachweislich und hochsignifikant verändern und sich daher ein enger Zusammenhang zwischen prosodischen Merkmalen und deren Persuasivität belegen lässt. Bereits kleinste stimmliche und sprecherische Veränderungen, eingebettet in den visuellen und akustischen Kontext des Videos, scheinen signifikante persuasive Effekte, die KaufEinstellung betreffend, und perzeptive Effekte, betreffend die Wahrnehmung des Werbespots (auch einzelner Kategorien desselben, die entsprechend prosodischer Veränderungen positiver oder negativer beurteilt wurden), zu provozieren. Zudem hat sich gezeigt, dass die Darstellung des assoziierten Dufts von prosodischen Veränderungen unberührt bleibt.

Bei aller möglichen Kritik an der starken Vereinfachung in der Zuschreibung einzelner prosodischer und anderer phonetischer Mittel ist einer der wichtigsten Beiträge hierbei die kontrollierte Einbeziehung der Adressierten bzw. der Hörer_innenseite. Inwiefern viele dieser Studien einer genaueren methodischen Prüfung standhalten und/oder über die Replikationshürde (vgl. Ioannidis 2005) kommen, bleibt abzuwarten. Doch ist eine Modellierung allein aufgrund der hohen Anzahl an Kovariablen und Kofaktoren erschwert, wobei ohnehin nicht von einem deterministischen System ausgegangen wird und lediglich Wahrscheinlichkeitsaussagen getroffen werden. Auch sind kein sprach- und kulturübergreifendes Modell und damit verbundene Prognosen zu erwarten, da zum einen pragmatische Funktionen von paralinguistischen (i.w.S. prosodischen) Mitteln zwar konventionalisiert, selten aber standardisiert und deshalb hochvariabel sind, und zum anderen gerade indexikalische Funktionen auf sprecherische Merkmale abzielen, die historisch wandelbar sind und kulturspezifisch ausgehandelt, also bewertet und reguliert, werden. Beispielsweise macht die Bewertung eines (fremdsprachlichen oder regionalen) Akzents gerade die Schnelllebigkeit solcher Urteile offenbar.

Der Zusammenhang von Prosodie/Phonetik und Rhetorik ist ein funktionaler: So werden prosodisch-phonetische Mittel eingesetzt, um interaktiv sowie situationsbezogen zu variieren und um kommunikativ-pragmatische Ziele zu erreichen. Umgekehrt ließe sich formulieren, dass bei der menschlichen Interaktion individuelle Ziele und Bedürfnisse aufeinander treffen, für deren Verwirklichung multimodal erworbene vokale und sprachliche kommunikative Mittel eingesetzt werden. Diese Mittel werden in neuen Zusammenhängen erprobt und erweitert, wobei die Individuen auf kognitive und vokal-emotionale Muster zurückgreifen. Diese Muster haben sich zwar aktualgenetisch verfestigt, sind

aber im Laufe der Evolution herausgebildet, da ihr Wirken für die Kooperation und Koordination in kleinen bis mittleren sozialen Gruppen bedeutsam ist (vgl. Tomasello 2009).

Zur Konzeption des Themenhefts

Den empirischen Studien ist ein Aufsatz von **Iwona Bartoszewicz** (i.d.B.) vorangestellt, der einen theoretisch orientierten Beitrag zur Klärung des Verhältnisses von Linguistik und Rhetorik leistet und damit die theoretische Klammer markiert, innerhalb dieser die nachfolgend präsentierten Studien verortet werden können. In einem weiten Rückgriff auf die Grundlegung der Linguistik durch Ferdinand de Saussure wird Linguistik als auf der Suche nach methodologischer Identität dargestellt. Diese Suche zeigt sich an den verschiedenen empirischen Fundamenten, die zu unterschiedlichen Bezugswissenschaften gehören und naturwissenschaftlichen wie geisteswissenschaftlichen Traditionen zuzurechnen sind, wie es auch in den empirischen Studien im vorliegenden Themenheft sichtbar ist. Die Rhetorik charakterisiert Bartoszewicz als anthropologische Ergänzung der Linguistik und verankert sie insofern als linguistische Disziplin, als dass sie die Perspektive bereitstellt, um Sprache in ihrer Beziehung zum Mensch-Sein und auf diese Weise auch in ihrer Funktion für die soziale Interaktion zu untersuchen. Kombiniert mit den empirischen Mitteln der Linguistik kann so gezeigt werden, dass Rhetorik weit mehr ist als Eloquenzrhetorik, also die präskriptive Kunstlehre angemessenen Sprechens.

Für Redner_innen empfiehlt sich beherztes Handeln, denn „[f]ür Rhetoriker gibt es grundsätzlich keine eindimensionalen und keine theoretisch ideal bereinigten Kommunikationssituationen. Rhetoriker stellen sich den immer gegebenen rauen [sic] Kommunikationsrealitäten“ (Knappe 2000:176). Die rauen Kommunikationsrealitäten spiegeln sich in den Analysen der nachfolgenden Beiträge wider. Sie zeigen, wie die empirische Einlösung mit aktuellen Methoden erfolgen kann und welche neuen Erkenntnisse ersichtlich werden. Angeordnet sind die Beiträge zum einen anhand des Konzepts von Persuasion hinsichtlich einer eher engen oder einer sehr weiten Auffassung sowie absteigend anhand der Relevanz des Kriteriums der Interaktivität in der untersuchten Interaktionssituation.

Den zwei weiteren Beiträgen (Pfurtscheller, Stopfner i.d.B.) ist zunächst die Domäne gemeinsam, es sind Debatten in den Medien, die der politischen und öffentlichen Kommunikation zuzurechnen sind. Beiden liegt ein eher enger Begriff von Persuasion zugrunde, wonach der eigene politische Standpunkt strategisch verdeutlicht sowie der Gegner angegriffen werden soll. Beide Interaktionssituationen stehen prototypisch für Persuasion als zielorientiertes rhetorisches Handeln. Es zeigt sich in beiden Datenbasen, die den Aufsätzen zugrunde liegen, ein umfassend rhetorisches Handeln, es wird argumentiert, aber auch Mittel des

Pathos und des Ethos kommen zum Einsatz, es werden Emotionen geschürt und der Charakter der Interagierenden wird zur persuasiven Ressource, indem Gruppengemeinsamkeit ausgestellt oder bestritten wird. Der Beitrag von **Daniel Pfurtscheller** fundiert Persuasion, ein klassisches Erkenntnisinteresse der Medienwirkungsforschung, auf medienwissenschaftlicher Basis. Anhand von TV-Konfrontationen im österreichischen Nationalratswahlkampf wird eine Besonderheit dieser TV-Konfrontationen, nämlich die Verwendung sog. Taferln, funktionsorientiert analysiert. Dabei zeigt der Autor, wie die Verwendung eines solchen Objekts wie der Tafel in den Debatten in rhetorischer Absicht gestaltet ist. Es lassen sich verschiedene Funktionen herausarbeiten, die das Objekt – in aristotelischer Terminologie ein inartifizielles Beweismittel – in der Interaktion zugewiesen bekommen kann: Erstens die Funktionen innerhalb von Argumentationssequenzen, zweitens die Differenzierung von Rollenkonstitution und drittens wird die Transformation von Objekten aufgrund ihres Angebotscharakters (Affordanz) im strategischen Handeln aufgezeigt. Der Beitrag steht für einen multimodalen Analyseansatz, der die Analyse sprachlichen und nicht-sprachlichen Handelns verknüpft und kann zeigen, dass persuasiv in dieser Domäne „medial wirkungsvoll“ heißt und auf vielerlei Ebenen hergestellt wird. Im Aufsatz „(De-)Konstruktion von Glaubwürdigkeit in Online-Debatten“ von **Maria Stopfner** wird gezeigt, wie durch die Konstitution von Zugehörigkeit, die hier als Community of Practice gefasst wird, persuasiv unter Nutzung der Ressource Glaubwürdigkeit gehandelt wird. Die Datenbasis sind Online-Foren der österreichischen Zeitungen „Krone“ und „Die Presse“, die diskurs- und argumentationsanalytisch ausgewertet werden. Konkret fokussiert Stopfner die Verwendung rhetorischer Strategien seitens rechter und extrem rechter User_innen, um die eigene Glaubwürdigkeit zu stützen und die des Gegenübers zu untergraben. Darüber hinaus wird die Frage untersucht, ob die herausgearbeiteten rhetorisch-argumentativen Muster ein Spezifikum rechten bzw. extrem rechten Debattenverhaltens sind oder ob diese auch von der politischen Gegenseite in der Debatte genutzt werden.

Die Beiträge des dritten Blocks (Arendt, Kreuz/Mundwiler, Bose/Hannken-Iljes i.d.B.) haben ähnliche Datenbasen sowie die Auswertungsmethode gemeinsam. Ausgehend von einem gesprächsanalytischen Zugriff, der jeweils den spezifischen Fragen entsprechend modifiziert wird, stehen Überzeugungsprozesse bzw. das Argumentieren unter Kindern im Mittelpunkt. Damit wäre zunächst ein enger Persuasionsbegriff nahegelegt, der sich in den Analysen als umfassender zeigt. **Birte Arendt** fragt anhand von Spielinteraktionen von Kindern im Kindergarten danach, was für Kinder plausibel ist. Sie kann zum einen zeigen, dass Kinder divergierende Handlungspläne mittels Argumentationen kooperativ bearbeiten, zum zweiten zeigt sich, dass bereits Kindergartenkinder über anwendungsbereites Wissen über tradierte rhetorisch relevante Sachverhaltszusammenhänge verfügen bzw. in der Lage sind, diese im Gespräch funktional zu etablieren. Mit einem eher engen, am Argumentieren orientierten Persuasionsbegriff, kann sie die

Plausibilitätsstandards kindlichen Argumentierens rekonstruieren und so die Leistungsfähigkeit des typologisierenden Potenzials von Topoi-Katalogen aufzeigen, indem ein Toposinventar für Kinder entworfen wird. Arendt plädiert für einen klar in der Argumentationstheorie verankerten Argumentationsbegriff, der produktiv mit dem gesprächsanalytischen Rahmen vermittelt werden kann. **Judith Kreuz** und **Vera Mundwiler** fokussieren anhand von Videodaten aus Kindern in der Primarstufe in einem argumentationselizitierenden Spiel (Robinson-Spiel), inwiefern prosodische Realisierungen einen Beitrag zur Interpretation von (proto-) argumentativen Handlungen leisten. Es zeigt sich, dass Prosodie zur Persuasion und damit argumentativ als Markierung von impliziten Argumenten durch eine spezifische Akzentuierung, als Kompensation fehlender Begründungshandlungen, als Verstärkung der Argumentation und als Markierung von argumentativer Zusammengehörigkeit im kollaborativen Handlungsprozess genutzt wird. **Ines Bose** und **Kati Hannken-Illjes** favorisieren einen eher weiten Persuasionsbegriff und möchten den Begriff der Geltung bzw. die Handlung(en) des Etablierens von Geltung, zum Teil als konsensuelle Wissensarbeit im Spiel, für die Analyse von Argumentation stärken. Die Datenbasis sind Videodaten von Spielinteraktionen unter gleichaltrigen Kindern. Sie zeigen an Begründungssequenzen, aus denen sie Syllogismen herausarbeiten, dass die Kinder im Spiel Begründungshandeln nicht zur Dissensbearbeitung einsetzen, sondern kooperativ-kollaborativ zur gemeinsamen Erschaffung von Spielwelten sowie zum Anzeigen von Konsens über Spielvorschläge. Darüber hinaus zeigen sie, inwieweit die Kinder auf ein bereits erworbenes proto-rhetorisches Repertoire zurückgreifen. Kreuz/Mundwiler sowie Bose/Hannken-Illjes zeigen die enge Verschränkung der phonetisch-prosodischen mit der rhetorischen Ebene. Sie weisen den Beitrag der prosodischen Mittel für die Interaktion auf und verknüpfen Erkenntnisse zum Prosodie-, Syntax- und Wortschatzerwerb mit dem Erwerb rhetorischen Handelns.

In den drei Beiträgen dieses Blocks sind Gespräche untersucht worden, die sich durch hohe Interaktivität und freie Sprecherwechselorganisation auszeichnen. Das trifft auf die beiden Beiträge (Rothe, Schulz i.d.B.) des folgenden vierten Blocks gerade nicht zu. Darin steht Persuasivität in dafür eher unmarkierten situativen Kontexten – Museum (Rothe) und Gottesdienst (Schulz) – im Mittelpunkt. Beide Beiträge zeigen, wie persuasives Handeln außerhalb von an sich persuasiven Handlungszusammenhängen und Kommunikationsaufgaben als solches analysiert werden kann. Ähnlich ist in beiden Aufsätzen eine starke Beeinflussung der Interaktion durch den Raum sowie durch festgelegte Abläufe wie Spielaufforderung und Spieldurchführung oder den Ritualcharakter eines Gottesdienstes. Auch das Maß an interaktiver Beteiligung des Publikums ist hier speziell, denn es kann nur eingeschränkt aktiv an der Persuasion mitarbeiten. Im Ausstellungsraum, am Tabletop-Display, kann das Publikum zwar frei spielen (und dabei frei reden), aber dies in einem durch die Designer vorstrukturierten, gestalteten Raum, während es im Gottesdienst lediglich vorgegebene Slots zum Antworten

und Mitmachen hat. **Ingmar Rothe** nutzt in seinem Aufsatz methodologisch das Konzept der Interaktionsarchitektur und zieht eine plausible Verbindung zur Form-Funktions-Orientierung, die für Design wie für die interaktionslinguistische Perspektive auf sprachliches Handeln gleichermaßen gültig ist. Im Aufsatz werden die Ergebnisse einer gesprächsanalytischen Datensitzung dargestellt und so aufbereitet, dass sie in analyseleitende sowie datenerhebende Fragen münden. Neues Design und neue Objekte erfordern neue analytische Zugänge – und dies zeigt der Beitrag. **Lars-Robin Schulz** fragt danach, wie es gelingt, die Gemeinde zu überzeugen. Auf der Basis von Audioaufzeichnungen verschiedener Gottesdienste arbeitet er liturgische Elemente als in persuasiver Funktion verwendet heraus. Dazu kombiniert Schulz mehrere Zugänge, den historischen Blick auf Gottesdienst, den rhetoriktheoretischen sowie den der Ritualforschung. So wird ermöglicht, die Persuasivität der Liturgie anhand verschiedener argumentationsanalytischer Parameter sowie phonetischer Muster hinsichtlich der Merkmale Artikulationsgeschwindigkeit, Pausierung und Betonung nachzuweisen.

Den vier letzten Aufsätzen ist die Domäne Wissenschaft gemeinsam (Grzeszczakowska-Pawlikowska, Rogozińska, Tworek, Meißner/Wallner i.d.B.). In Persuasionsperspektive zeichnet sich Wissenschaftskommunikation in den Geisteswissenschaften dadurch aus, dass persuasives Handeln nicht jeweils erneut motiviert werden muss, sondern vielmehr der Domäne immanent ist. Zum einen fungiert Argumentieren als Mittel, das durch Erkenntnisdiskussion zu Erkenntnisgewinn führt (Wohlrapp 2008) – Wissenschaft ist kontroversenorientiert –, zum anderen besteht die Notwendigkeit, die Rezipient_innengemeinschaft vom Wert der eigenen wissenschaftlichen Leistung zu überzeugen. Ein übergeordneter, weiter Persuasionsbegriff, der in den einzelnen Aufsätzen auch nicht sehr stark fokussiert wird, liegt zugrunde. Die konkreten Foki jedoch zeigen das Spektrum der zur Realisierung persuasiver Handlungsziele möglichen sprachlichen Formen wie Tilgungen oder Kollokationen sowie Wirkungsphänomene rhetorischer Performanz auf. Der Aufsatz von **Beata Grzeszczakowska-Pawlikowska** arbeitet heraus, dass rhetorische Kompetenz die unabdingbare Voraussetzung für das Bestehen in kontroversenorientierter Wissenschaft ist. Hintergrund ist eine Auffassung von Rhetorik, die sich als wissenschaftliche und als praktische Disziplin zugleich durch eine besondere Verbindung von Theorie und Praxis auszeichnet, deren Basis menschliche Kommunikationserfahrungen sind, die normativ das rhetorische Regelwerk aufgebaut und korrigiert haben (Ueding 2005:11). Das motiviert Fragen des Lehrens und Lernens rhetorischer Fähigkeiten als Forschungsgegenstand. Grzeszczakowska-Pawlikowska fasst rhetorische Kompetenz als fachspezifische Schlüsselkompetenz in der Germanistik auf und untersucht zum einen die Ausprägungen rhetorischer Kompetenz, wie sie sich in fachspezifischen Seminarreferaten zeigen, bei polnischen Germanistik-Studierenden in der Fremdsprache Deutsch anhand von Videodaten. Zum anderen prüft sie die funktionalen Abhängigkeiten zwischen der Wirkung der jeweiligen Person und deren Wirkung bezüglich der rhetorischen Kompetenz und

des sprachlichen Kompetenzniveaus. Im Aufsatz von **Marta Rogozińska** stehen die aktuellen Tilgungstendenzen im gesprochenen Wissenschaftsdeutsch im Mittelpunkt, die Datenbasis sind Konferenzvorträge aus dem GeWiss-Korpus. Sie untersucht lautliche Reduktionen innerhalb von sprachlichen Einheiten, die bei einer gesprächsanalytischen Transkription anhand auditiver Wahrnehmung durch deutsche Muttersprachler als Transkribierenden erkannt werden. Eng damit verbunden sind die am selben Korpus von **Artur Tworek** untersuchten Fokusakzente. Neben einer Analyse der methodischen Probleme dieser Art von Prosodieforschung stellt er anhand konkreter Beispiele insbesondere die Formen der Kongruenz von Fokusakzenten und deren semantische wie syntaktische Einbettung heraus. Dabei wird klar, dass derlei Kongruenz ein wichtiges Moment für die Zuweisung von Kompetenz der Sprecher_innen darstellt. Der Beitrag von **Cordula Meißner** und **Franziska Wallner** untersucht am Beispiel der geisteswissenschaftlich disziplinenübergreifend verwendeten Kollokation *Bild zeichnen*, inwieweit sich Kollokationen als Beschreibungselement zur Darstellung der sprachlichen Umsetzung persuasiven Handelns in der Wissenschaftskommunikation eignen. Es wird herausgearbeitet, dass mittels qualifizierender Adjektivattribute zu *Bild* auf einen wissenschaftlichen Erkenntniszuwachs Bezug genommen und auf diese Weise die realisierte Handlung persuasiv gestaltet werden kann. Auf der Basis der Ergebnisse skizzieren Meißner/Wallner, wie sich mit Hilfe eines erweiterten Kollokationskonzepts die sprachliche Umsetzung des persuasiven Charakters von Wissenschaftskommunikation in eine lexikografische Aufbereitung einbinden lässt.

Literatur

- ARISTOTELES, 1993, Rhetorik, Übersetzt, mit einer Bibliographie, Erläuterungen und einem Nachwort von F.G. Sieveke, München.
- BARTH-WEINGARTEN Dagmar / REBER Elisabeth / SELTING Margret (Hrsg.), 2010, Prosody in Interaction, Amsterdam.
- BARTOSZEWICZ Iwona, 2000, Formen der Persuasion im deutsch-polnischen politischen Dialog: Untersuchungen zu politischen Reden zwischen 1989 und 1995, Wrocław.
- BROWN Lucian / WINTER Bodo / IDEMARU Kaori / GRAWUNDER Sven, 2014, Phonetics and Politeness: Perceiving Korean Honorific and Non-Honorific Speech through Phonetic Cues, in: Journal of Pragmatics 66, S. 45–60.
- CICERO Marcus Tullius, 2003, De oratore, Über den Redner, Herausgegeben und übersetzt von H. Merklin, Stuttgart.
- DEPPERMAN Arnulf, 1996, Glaubwürdigkeit im Konflikt. Rhetorische Techniken in Schlichtungsgesprächen, Frankfurt a. M.
- DEPPERMAN Arnulf, 2008, Gespräche analysieren, Wiesbaden.
- EGGS Ekkehard, 2013, Rhetorik und Linguistik, in: Ueding G./Kalivoda G. (Hrsg.), Wege moderner Rhetorikforschung, Klassische Fundamente und interdisziplinäre Entwicklung, Berlin, S. 319–338.
- GEISSNER Hellmut, 1981, Sprechwissenschaft. Theorie der mündlichen Kommunikation. Königstein.

- GHERRAI Jasmin, 2015, *Persuasion durch Protest. Protest als Form erfolgsorientierter, strategischer Kommunikation*, Wiesbaden.
- GUTENBERG Norbert, 2001, *Einführung in Sprechwissenschaft und Sprecherziehung*, Frankfurt a. M.
- HALL Judith A., 1980, *Voice Tone and Persuasion*, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 38(6), S. 924–934.
- HELLER Vivien, 2012, *Kommunikative Erfahrungen von Kindern in Familie und Unterricht*, Tübingen.
- IOANNIDIS John P., 2005, *Why Most Published Research Findings Are False*, in: *PLoS Med* 2(8), S. 124.
- KALLMEYER Werner, 1996, *Einleitung: Was ist Gesprächsrhetorik?*, in: Kallmeyer W. (Hrsg.), *Gesprächsrhetorik*, Tübingen, S. 7–18.
- KALLMEYER Werner / SCHMITT Reinhold, 1996, *Forcieren oder: die verschärfte Gangart*, in: Kallmeyer W. (Hrsg.), *Gesprächsrhetorik. Rhetorische Verfahren im Gesprächsprozess*, Tübingen, S. 19–118.
- KIENPOINTNER Manfred, 2013, *Strategic Maneuvering in the Political Rhetoric of Barack Obama*, in: *Journal of Language and Politics* 12.3, S. 357–377.
- KLEIN Wolfgang, 1980, *Argumentation und Argument*, in: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 38/39, S. 9–57.
- KLOTZ Fabian, 2008, *Orator*, in: Fix U./Gardt A./Knape J. (Hrsg.), *Rhetorik und Stilistik*, Bd. 1, Berlin, S. 587–597.
- KNAPE Joachim, 2000, *Persuasion und Kommunikation*, in: Kopperschmidt J. (Hrsg.), *Rhetorische Anthropologie*, München, S. 171–181.
- KNAPE Joachim, 2003, *Persuasion*, in: Ueding G. (Hrsg.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, Bd. 6, Tübingen, S. 874–907.
- KNAPP Karlfried / ANTOS Gerd / BECKER-MROTZEK Michael / DEPPERMAN Arnulf / GÖPFERICH Susanne / GRABOWSKI Joachim / KLEMM Michael / VILLIGER Claudia, 2011, *Vorwort*, in: Dies. (Hrsg.), *Angewandte Linguistik*, Tübingen, XXI–XXV.
- KÖNIG Jan C., 2011, *Über die Wirkungsmacht der Rede. Strategien politischer Eloquenz in Literatur und Alltag*, Göttingen.
- KOPPERSCHMIDT Josef, 2000, *Argumentationstheorie zur Einführung*, Hamburg.
- KULLMANN Wolfgang, 2005, *Kommunikation und Rhetorik bei Aristoteles*, in: Knape J./Schirren T. (Hrsg.), *Aristotelische Rhetoriktradition*, Stuttgart, S. 21–37.
- LUBRICH Oliver, 2011, *Figuralität und Persuasion*, in: *Paragrana* 20/2, S. 248–265.
- MACAGNO Fabrizio / WALTON Douglas, 2014, *Emotive Language in Argumentation*, Cambridge.
- MEYER-KALKUS Reinhard, 2008, *Rhetorik der Stimme (Actio II: Pronunciatio)*, in: Fix U./Gardt A./Knape J. (Hrsg.), *Rhetorik und Stilistik*, Bd. 1, Berlin, S. 679–688.
- NADEU Marianna / PRIETO Pilar, 2011, *Pitch Range, Gestural Information, and Perceived Politeness in Catalan*, in: *Journal of Pragmatics* 43(3), S. 841–854.
- NAGEL Friederike, 2012, *Die Wirkung verbaler und nonverbaler Kommunikation in TV-Duellen: Eine Untersuchung am Beispiel von Gerhard Schröder und Angela Merkel*, Wiesbaden.
- PELL Marc D., 2007, *Reduced Sensitivity to Prosodic Attitudes in Adults with Focal Right Hemisphere Brain Damage*, in: *Brain and Language* 101, S. 64–79.
- PERELMAN Chaim / OLBRECHTS-TYTECA Lucie, 2004, *Die neue Rhetorik. Übersetzt und Herausgegeben von F. R. Varwig und J. Kopperschmidt*, Stuttgart.
- PETTY Richard / CACIOPPO John T., 1986, *Communication and Persuasion. Central and Peripheral Routes to Attitude Change*, New York.
- QUINTILIAN Marcus Fabius, 1995, *Ausbildung des Redners*, Hrsg. von Helmut Rahn, Darmstadt.
- REDECKER Beate, 2008, *Persuasion und Prosodie. Eine empirische Untersuchung zur Perzeption prosodischer Stimuli in der Werbung*, Frankfurt a. M.
- ROBLING Franz-Hubert, 2007, *Redner und Rhetorik: Studien zur Begriffs- und Ideengeschichte des Rednerideals*, Hamburg.

- SCHERER Klaus R. / LONDON Harvey / WOLF Jared J., 1973, The Voice of Confidence: Paralinguistic Cues and Audience Evaluation, in: *Journal of Research in Personality* 7(1), S. 31–44.
- SCHULZ Verena, 2014, *Die Stimme in der antiken Rhetorik*, Göttingen.
- SCHWARZE Cordula, 2010, *Formen und Funktionen von Topoi im Gespräch*, Frankfurt a. M.
- SCHWARZE Cordula, 2012, Vom dreigliedrigen Argument zum fünfgliedrigen Sequenzschema des Argumentierens: Ergänzungen der Gesprächslinguistik zu einem rhetorischen Grundbegriff, in: *Forum Artis Rhetoricae* 3(30), S. 47–63.
- SCHWARZE Cordula, 2016, Was ist ein gutes Argument? Zu Analyse, Reflexion und Beurteilung mündlichen Argumentierens, in: Hinger B. (Hrsg.), *Sprachsensibler Sach-Fach-Unterricht – Sprachen im Sprachunterricht*, Innsbruck, S. 161–190.
- SPRANZ-FOGASY Thomas, 2006, Alles Argumentieren oder was? Zur Konstitution von Argumentation im Gespräch, in: Deppermann A./Hartung M. (Hrsg.), *Argumentieren im Gespräch*, Tübingen, S. 27–39.
- TILL Dietmar, 2007, Text, Kommunikation und Affekt in der Tradition der Rhetorik, in: Anz T./Huber M. (Hrsg.), *Literatur und Emotion*, Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes, Heft 3/2007, Bielefeld, S. 286–304.
- TILL Dietmar, 2008, Rhetorik des Affekts (Pathos), in: Fix U./Gardt A./Knape J. (Hrsg.), *Rhetorik und Stilistik*, Bd. 1, Berlin, S. 646–669.
- TOMASELLO Michael, 2009, The Usage-based Theory of Language Acquisition, in: Bavin, E.L. (Hrsg.), *The Cambridge Handbook of Child Language*, Cambridge, S. 69–87.
- TONGER-ERK Lily, 2012, *Körper und Geschlecht in der Rhetoriklehre*, Berlin.
- UEDING Gert, 2005, *Rhetorik. Begriff – Geschichte – Internationalität*, Tübingen.
- UEDING Gert / KALIVODA Gregor (Hrsg.), 2013, *Wege moderner Rhetorikforschung. Klassische Fundamente und interdisziplinäre Entwicklung*, Berlin.
- UEDING Gert / STEINBRINK Bernd, 1994, *Grundriss der Rhetorik*, Stuttgart.
- WIRTH Werner / KÜHNE Rinaldo, 2013, Grundlagen der Persuasionsforschung, in: Schweiger W./Fahr A. (Hrsg.), *Handbuch Medienwirkungsforschung*, Wiesbaden, S. 313–332.
- WOHLRAPP Harald, 2008, *Der Begriff des Arguments*, Würzburg.