



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Persuasive Kommunikation. Überreden und Überzeugen
in sprachlicher Interaktion“

Verfasserin

Helga Sinn, Bakk. phil. MA

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, im Mai 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 190 299 333

Studienrichtung lt. Studienblatt: Lehramtsstudium UF Psychologie und Philosophie UF Deutsch

Betreut von: Mag. Dr. Peter Ernst

VORWORT

Sprechend die Welt verändern – und das zum eigenen Besten! Wie geht das? Sprachliche Phänomene haben mich immer schon interessiert. In dieser Arbeit schöpfe ich aus dem Denken und Wissen, das ich im Laufe meiner Studienzeit entwickelt und erworben habe. Sie ist mein ganz persönliches Meisterwerk, nicht weil sie unübertrefflich genial wäre, sondern weil ich in ihr alles zusammenfließen lassen konnte, was ich in den letzten 10 Jahren aus Kommunikationswissenschaft, Philosophie, Psychologie und Deutscher Philologie gelernt habe.

Dass ich so viel Zeit für meine Studien verwenden konnte, verdanke ich zuallererst meinen Eltern, die mich in jeder Hinsicht unterstützt haben, und die mich in der Abschlussphase die verschiedensten Zimmer in ihrem Haus als Büro benutzen ließen. Doch auch der Mann an meiner Seite hat sich gehörigen Dank verdient. Er hat sich in den zwei Monaten des Schreibens uneingeschränkt um unseren Sohn gekümmert und mir so gut es ging den Rücken freigehalten, um zu lesen, zu denken und zu formulieren.

Ein weiterer Dank geht an meine Schwester, die mir regelmäßig die Bücher brachte, die ich brauchte, und an meinen Bruder, der die Arbeit im Endstadium mit großem Interesse gelesen und kommentiert hat.

Bei meinem Sohn muss ich mich entschuldigen. Diese Diplomarbeit hat ihm viel wertvolle Mama-Zeit geraubt, und er hat so manche Träne vergossen, wenn ich mich, anstatt mit ihm zu spielen, an den Computer setzen musste. Seine Überredungsversuche waren oft herzerreißend, aber hätte ich ihnen allzu oft nachgegeben, so stünde der Abschluss noch in weiter Ferne.

Dir, lieber Julian, ist diese Arbeit gewidmet.

Castello del Matese, 25. Mai 2015

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung	9
2. Persuasion im Rahmen der Sprechakttheorie	14
2.1. Grundlagen der Sprechakttheorie.....	15
2.2 Perlokutionäre Akte und Effekte	16
2.3 Modelle zu Perlokutionen	19
2.3.1 Die Standard-Perlokution	19
2.3.2 Die ideale Sprechakt-Situation	22
2.3.3 Der perlokutive Akt ÜBB.....	26
3. Grenzen der Sprechakttheorie für eine Untersuchung von Persuasion.....	31
3.1 Grenzen der Perlokutionskonzepte für eine Untersuchung von Persuasion	32
4. Für eine Untersuchung von Persuasion nützliche Erweiterungen der Sprechakttheorie.....	34
4.1 Sprechakttheoretische Dialoganalyse	35
4.2 Dialoggrammatik	36
Exkurs: Die Kompetenz in der Performanz.....	37
4.3 Überarbeitungen des Perlokutionskonzepts.....	39
5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion.....	45
5.1 Persuasive Sprechakte aus Sicht der Rhetorik	45
5.2 Persuasion als illokutionäre Perlokution aus Sicht der Argumentationsforschung	54
5.3 Der persuasive Sprechakttyp oder PERSUASIVA aus Sicht der slawischen Dialoganalyse.....	61

5.3.1 Peter Kosta	61
5.3.2 Elke Mann.....	64
5.4 Persuasion als Dialogisches Strategiemuster aus der Sicht der germanistischen Dialoganalyse ..	71
FAZIT: Persuasion im Rahmen Sprechakttheoretischer Untersuchungen	80
6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts	83
6.1 Bislang ungeklärte Aspekte der Persuasion	83
6.2 Die Unterschiedlichkeit und Gradualität der persuasiven Wirkung.....	84
6.2.1 „Two routes to persuasion“ - Das Elaboration Likelihood Modell	84
6.2.2 Stages of Change - Das Transtheoretische Modell der Verhaltensänderung	88
6.3 Die Organisation des Persuasionsversuchs	95
6.3.1 Was bedeutet „Orientierung an der Rezipientin“?	95
6.3.2 Ermittlung und Ordnung der „richtigen“ Argumente	100
6.3.3 Persuasive Strategien	115
Exkurs: Persuasive Kompetenz.....	122
7. Grundlagen eines Modells der Persuasion	125
7.1 Zusammenführung der Ergebnisse.....	125
7.1.1 Überreden und Überzeugen.....	127
7.1.2 Manipulation, Aufforderung, Argumentation	132
7.1.3 Definition von Persuasion	134
7.2 Voraussetzungen und Bedingungen.....	135
7.3 Notwendigkeit einer empirischen Prüfung	139
8. Konklusion – die Ergebnisse in Kürze	140

9. Literaturverzeichnis	141
10. Anhang.....	146
10.1 Abstract	146
10.2 Lebenslauf	147

“L'art de persuader consiste autant en celui d'agr eer qu'en celui de convaincre.”

*“On se persuade mieux, pour l'ordinaire, par les raisons qu'on a soi-même trouvées,
que par celles qui sont venues dans l'esprit des autres.”*

Blaise Pascal

1. EINLEITUNG

Persuasion ist eine komplexe kommunikative Handlung, durch die man von einer Sache überzeugt oder zu einer Handlung überredet. Zur Erreichung des persuasiven Ziels können verschiedene Strategien dienen, die sich psychologisch erklären und begründen lassen, und die als „Waffe der Beeinflussung“ (Cialdini 2007, 1) in Werbung, Marketing, Public Relations und - nicht zuletzt - in der Politik gehandhabt werden. Das Bild der Waffe vermittelt das Gefühl der Wehrlosigkeit gegenüber der taktischen Kommunikationstechniken, deren Einfluss man sich unweigerlich ausgeliefert sieht. Diese Vorstellung verleitet zudem dazu, sich als Opfer von strategischen Tätern zu begreifen, denen die Schuld daran zu geben ist, dass man ein bestimmtes Produkt gekauft, eine Spende gegeben, eine Zusage get agtigt hat. Diese Leute sind schuld daran, dass man gewisse Süßigkeiten für gesund hält und bestimmte P ulverchen für Schlankmacher. Doch ist das wirklich Persuasion?

In der Persuasionsforschung, zentraler Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Medienwirkungsforschung, geht es hauptsächlich um die Wirkung persuasiver Kommunikation, die über das psychologische Phänomen der Einstellungsänderung erfasst wird (vgl. Price Dillard 2010, 203). Doch dieser psychologische Vorgang kann ganz andere – auch nicht kommunikative – Ursachen haben (vgl. ebd., 203). Die psychologische Sicht auf Persuasion, die aufgrund der vielfältigen Bestsellerliteratur zu diesem Bereich wohl die populärste ist, unterscheidet sich grundlegend von einer kommunikationswissenschaftlichen oder linguistischen Sicht. Mit dem Verständnis von Persuasion als Einstellungsänderung ermitteln psychologische Studien deutlich mehr Phänomene als persuasiv.

Während die Kommunikationswissenschaft den Blick auf alle kommunikativen Mittel legt, die persuasiv wirken können (Sprache, Bilder, Gestik, Mimik, etc.), ist das Interesse der Linguistik auf den verbalen Bereich beschränkt. Es sollte daher nicht verwundern, dass mit dieser Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes auch das Verständnis von Persuasion notwendigerweise ein anderes ist.  berreden und überzeugen durch Sprache steht der Persuasion durch andere kommunikative Mittel und der Persuasion durch nicht-kommunikative, psychologische Mittel gegenüber.

1. Einleitung

Dass Persuasion durch sprachliche Mittel möglich ist, verweist darauf, dass man mit Sprache etwas tun kann. Dieser Handlungscharakter der Sprache ist von der Pragmalinguistik, vor allem durch die Sprechakttheorie, erfasst worden. Aus diesem Grund scheint die Sprechakttheorie als Ausgangspunkt für eine linguistische Untersuchung zu persuasiver Kommunikation geeignet. Es wird sich in dieser Arbeit zeigen, inwieweit sprechakttheoretische Überlegungen für die Beschreibung persuasiver Kommunikation herangezogen werden können. Es ist zu erwarten, dass nicht alle Aspekte von Persuasion gleichermaßen darin berücksichtigt werden können.

Eine weitere Anlaufstelle für eine solche Untersuchung stellt die Rhetorik dar. Als Kunst oder Fertigkeit der Rede gibt sie Auskunft darüber, wie persuasive Fähigkeiten verbessert und ausgebaut werden können (vgl. Göttert 2009, 19). Damit liegt der Schwerpunkt auf der Produktionsseite persuasiver Kommunikation, wenngleich diese didaktische Ausrichtung auf fundierte Theorien zurückgreift (vgl. ebd, 19). Dabei erkennt sie drei Faktoren als entscheidend für die Wirksamkeit einer Rede an: die Glaubwürdigkeit der Rednerin, die Verfassung oder Stimmung der Hörerin(nen) und die Annehmbarkeit der Rede selbst (vgl. Geißner 1998, 200). Die Rhetorik wird deshalb herangezogen werden, um zu untersuchen, welche Faktoren für die Wirksamkeit persuasiver Kommunikation eine Rolle spielen. Die rhetorischen Erkenntnisse werden mit kommunikationswissenschaftlichen, sozialpsychologischen und sprechwissenschaftlichen Theorien in Dialog gebracht, um ein theoretisches Persuasionsmodell zu erstellen, das die Faktoren, welche Persuasion bestimmen, erfasst.

Das Erkenntnisinteresse ist dabei nochmals eingeschränkt: Diese Arbeit untersucht Persuasion in zwischenmenschlicher, mündlicher face-to-face Kommunikation, sprich: im Gespräch. Die Frage nach der Definition von Persuasion stellt dabei die Leitlinie dar, die sich durch die gesamte Untersuchung zieht. Deshalb muss eingangs von der nur vorläufigen Definition von Persuasion ausgegangen werden, wonach Persuasion den Vorgang bezeichnet, durch den eine Gesprächspartnerin von etwas überzeugt oder zu etwas überredet wird oder werden soll. Dieses Vorverständnis ist die Grundlage für die Klärung der darin angelegten Thesen: Persuasion ist eine intentionale und womöglich strategische Handlung, sie richtet sich an Personen, sie zielt auf einen Effekt bei diesen Personen. Dabei ist der Zusammenhang zwischen Intention und Effekt, sowie zwischen Intention, Äußerung und Effekt Teil des Erkenntnisinteresses. Nach Annahme der Verfasserin kann man nicht davon ausgehen, dass Persuasion wie ein Mechanismus funktioniert, sodass ihre Mittel als „Waffen der Beeinflussung“ gefürchtet werden müssten.

Die Forschungsfragen sind im Folgenden aufgelistet:

1. Inwieweit kann die Sprechakttheorie für eine Untersuchung von Persuasion herangezogen werden?
 - a. Ist Persuasion ein perlokutionärer Akt oder ein Effekt?
 - b. Ist Persuasion als Perlokution einer Illokution zuordenbar?
 - c. Worin liegt die persuasive Kraft: Sprecherin, Äußerung oder Hörerin?
2. Welche Aspekte sind konstitutiv für Persuasion und ihren Erfolg?
 - a. Welche Rolle hat die Adressatin in der persuasiven Kommunikation?
 - b. Welche Rolle kommt der Äußerungsgestaltung für den Erfolg von Persuasion zu?
 - c. Wie kann man die Unterschiedlichkeit der Wirkung persuasiver Kommunikation erklären?

Das Ziel der Arbeit ist es, ein Modell von Persuasion zu erstellen, das als theoretische Grundlage für empirische Untersuchungen herangezogen werden kann.

Die Arbeit beginnt in Kapitel 2 mit der Verortung von Persuasion innerhalb der Sprechakttheorie. Überreden und Überzeugen sind dort als Perlokutionen aufzufassen, sodass der Fokus auf diesen Teilbereich der Sprechakttheorie gelegt wird. Verschiedene Modelle zu Perlokutionen werden vorgestellt und in Hinblick auf ihr Klärungspotential zu den Forschungsfragen bewertet.

In Kapitel 3 werden sodann die Grenzen aufgezeigt, welche die Sprechakttheorie für eine Untersuchung von Persuasion aufweist. Auch hier wird wieder spezifisch auf den Bereich der Perlokutionen eingegangen.

Daran anschließend werden in Kapitel 4 verschiedene Erweiterungen bzw. Weiterführungen der Sprechakttheorie vorgestellt und darauf geprüft, ob sie die konstatierten Grenzen zu überwinden vermögen. So scheinen etwa die sprechakttheoretische Dialoganalyse und die Dialoggrammatik vielversprechend in Bezug auf eine Erweiterung der Untersuchungseinheit, nämlich von einzelnen Sprechakten auf Sprechaktsequenzen bzw. Dialogmuster. Die Dialogizität und Interaktivität, die in den bis dahin geleisteten Untersuchungen als Eigenschaft von Persuasion erkannt wurde, wird in diesen Disziplinen teilweise fassbar. Auch auf Überarbeitungen des Perlokutionskonzepts wird eingegangen.

1. Einleitung

Kapitel 5 gibt einen Überblick über Untersuchungen zur Persuasion, die sich auf die Sprechakttheorie beziehen und sie durch ihre jeweilige disziplinäre Ausrichtung unterschiedlich ergänzen. Vor allem dialoggrammatische Untersuchungen zur Persuasion stellen dabei vielversprechende Ansätze dar.

In einem Fazit, welches sich auf die gesamte sprechakttheoretische Untersuchung bezieht, werden die Ergebnisse zusammengefasst. Auf die übergeordneten Forschungsfragen – die Anwendbarkeit der Sprechakttheorie auf eine Untersuchung von Persuasion und die Identifikation ihrer Aspekte - kann an dieser Stelle bereits geantwortet werden. Neu gewonnene Einsichten jedoch – die relevanten Aspekte nämlich - verlangen nach einer weiteren Klärung, bevor ein Modell zur Persuasion erstellt werden kann.

Deshalb wird in Kapitel 6 eine interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts unternommen, damit alle relevanten Aspekte von Persuasion erfasst und modelliert werden können. Dabei handelt es sich um die Frage nach den Erfolgsbedingungen von Persuasion: Worin liegt die persuasive Kraft? In der Fähigkeit der Sprecherin bzw. Proponentin? In der Offenheit der Hörerin bzw. Opponentin? Oder in den Äußerungen – und wenn, wie lässt sie sich erfassen? Die Rhetorik wird unter sprechwissenschaftlicher Perspektive auf diese Fragen bezogen, ebenso finden sozialpsychologische und kommunikationswissenschaftliche Zugänge Eingang in die Untersuchung, insbesondere das Elaboration Likelihood Model, das Konzept der Stages of Change und die Theorie der Message Design Logic. Auf die eingangs erwähnten, psychologischen Strategien wird kritisch eingegangen und es werden auf Grundlage psychologischer Prinzipien Topoi für Argumente generiert, die in Persuasionsversuchen verwendet werden können. Ein Exkurs über persuasive Kompetenz, der vor allem die Vielfalt an Möglichkeiten der Konzeption einer solchen Kompetenz vorführen soll, rundet das Kapitel ab.

Im 7. Kapitel der Arbeit werden die Ergebnisse der Untersuchung zusammengeführt, um daraus das Modell der Persuasion zu erstellen. Eine klare Unterscheidung zwischen Überreden und Überzeugen wird erarbeitet, ebenso wird Persuasion gegen Argumentation, Manipulation und Aufforderung abgegrenzt und im Anschluss positiv definiert.

Das Modell listet die Voraussetzungen und Bedingungen von Persuasion auf und folgt in dieser Vorgehensweise einem sprechakttheoretischen Vorbild. Allerdings wird Persuasion dabei als Endzustand des erfolgreichen Persuasionsversuchs aufgefasst, was der Semantik der Verben „überreden“ und „überzeugen“ entspricht, sodass die Gelingens- und Erfolgsbedingungen zusammenfallen.

Auf die Grenzen einer solchen, modellhaften, Darstellung wird hingewiesen. Sie bietet jedoch den unumstößlichen Vorteil, dass sie für die Identifikation persuasiver Akte als Checkliste dienen kann. Zudem werden die ermittelten Kriterien und Einflussfaktoren, die den Prozesscharakter von Persuasionsversuchen betreffen, durch die Auflistung der Aspekte von Persuasion im Vorfeld der Definition ausreichend berücksichtigt.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung sind in sich kohärent und nachvollziehbar, verlangen aber dennoch nach einer empirischen Prüfung. Verschiedene Anschlussmöglichkeiten für solche Überprüfungen werden abschließend aufgezeigt.

Den Schluss der Arbeit bildet eine einseitige Übersicht über die Forschungsergebnisse in Form einer Konklusion, die auf die oben gestellten Forschungsfragen direkt antwortet.

Wenn diese Arbeit ihr Ziel erreicht und das entstandene Modell überzeugend vermitteln kann, so wird die Leserin nach Abschluss der Lektüre Persuasion nicht mehr als „Waffe der Beeinflussung“, sondern als ungefährliches und alltägliches Phänomen der zwischenmenschlichen Kommunikation begreifen, deren Wirkung niemals von der Sprecherin allein erzeugt wird. In diesem Sinne sind auch die Zitate von Blaise Pascal zu lesen, die oben angeführt sind: Die Kunst, zu überzeugen, besteht gleichermaßen in der, die zustimmt, wie in der, die überzeugt. Und: Man lässt sich für gewöhnlich eher von den Gründen überzeugen, die man selbst findet, als von denen, die andere vorbringen.

Der Einfachheit halber und für eine bessere Lesbarkeit wird in dieser Arbeit auf die Angabe der weiblichen *und* männlichen Formen verzichtet und ausschließlich die weibliche Form verwendet.

2. PERSUASION IM RAHMEN DER SPRECHAKTTHEORIE

Persuasive Kommunikation als Gegenstand der Linguistik verlangt nach einem Zugang, der dem Handlungscharakter seiner auf Wirkung zielenden Sprachverwendung Rechnung trägt. Eine solche Fokussierung auf den Handlungscharakter von Sprache bietet die Sprechakttheorie, die die pragmatische Wende in der Sprachwissenschaft markiert. Ihren Ursprung nimmt diese Wende in der englischen Ordinary Language Philosophy, deren Vertreter eine Analyse der Alltagssprache als Heilmittel für die sprachlichen Verirrungen der traditionellen Philosophie propagierten (vgl. Ernst 2002, 79 und Hindelang 2010, 1). Die linguistische Sprechhandlungsanalyse ist den philosophischen Fragestellungen verwandt, unterscheidet sich jedoch in der Zielsetzung, da sich Linguisten für alle und nicht nur für die aus philosophischer Sicht problematischen sprachlichen Ausdrücke einer Einzelsprache interessieren (vgl. Hindelang 2010, 2).

Mit John Austins Vorlesungen, 1962 posthum unter dem Titel *HOW TO DO THINGS WITH WORDS* publiziert, wurde die Sprechakttheorie begründet. Die Überarbeitungen seines Schülers John Searle trugen zu ihrer breiten Rezeption bei (vgl. Kopperschmidt 1976, 74). Sie stellt eine pragmatische Erweiterung der Sprachtheorie dar, indem sie linguistische und handlungstheoretische Interessen verbindet (vgl. Wunderlich 1976, 31)¹. Die Sprechakttheorie richtet sich nicht mehr nur auf Sprache als solche, sondern auf das Sprechen als eine spezifische Form von Handlung, und ist folglich, ähnlich der Rhetorik, in die Tradition der linguistischen Pragmatik zu setzen (vgl. Kopperschmidt 1976, 75). Diese Disziplin² widmet ihre Aufmerksamkeit auch extralinguistischen Aspekten, sofern es darum geht, „sprachliche Äußerungen in der realen Äußerungssituation mit all ihren Verflechtungen zu untersuchen“, aber auch „die grammatischen Formen und ihr Verhältnis zu pragmatischen Zielsetzungen nicht außer Acht zu lassen“ (Ernst 2002, 15).

Im Folgenden werden die Grundzüge der Sprechakttheorie in ihrer Ausformulierung nach Searle dargestellt, um sodann sprechakttheoretische Herangehensweisen an Persuasion erklärend nachzuzeichnen.

1 Wunderlich ordnet die Sprechakttheorie jedoch nicht der Pragmatik, sondern der Semantik zu. Vgl. Wunderlich 1976, 119. Zum Verhältnis von Semantik und Pragmatik gibt es zahlreiche Untersuchungen. Für eine Darstellung der Problematik sei auf das von Inge Pohl herausgegebene Sammelwerk *SEMANTIK UND PRAGMATIK – SCHNITTSTELLEN* verwiesen, das 2008 im Peter Lang Verlag erschienen ist.

2 In der vorliegenden Arbeit werden die Bezeichnungen „pragmatische Linguistik“, „Pragmalinguistik“, „Pragmatik“ und „Sprachpragmatik“ synonym verwendet, da eine Unterscheidung dieser Begriffe für den Untersuchungsgegenstand nicht von vordergründigem Interesse ist. Für eine eingehende Begriffsklärung und Darlegung diesbezüglicher Positionen siehe Ernst 2002, 15-18.

2.1. GRUNDLAGEN DER SPRECHAKTTHEORIE

Searle definiert Sprechakte als „die grundlegenden oder kleinsten Einheiten der sprachlichen Kommunikation“ (Searle 1971, 30). Ein Sprechakt besteht aus der „Produktion oder Hervorbringung eines Satzzeichens unter bestimmten Bedingungen“ (ebd, 30). Indem er die Sprachtheorie als Teil einer Handlungstheorie betrachtet, wird die Intentionalität der Lautproduktion zur notwendigen Bedingung für den Vollzug eines Sprechakts, da er im Bereich der Kommunikation verortet ist. Sprechen ist nach Searle „eine regelgeleitete Form des Verhaltens“ (ebd, 31) und bedeutet „in Übereinstimmung mit Regeln Akte zu vollziehen“ (ebd, 38). Die Regelhaftigkeit bezieht sich auf die soziale Verankerung und Konventionalität der Sprache, welche ihre Bedeutung konstituiert (vgl. ebd, 63, 81). Searle betont somit die Verknüpfung von Semantik und Pragmatik und führt aus:

Da jeder Satz, der Bedeutung hat, aufgrund seiner Bedeutung verwendet werden kann, um einen bestimmten Sprechakt (oder eine bestimmte Reihe von Sprechakten) zu vollziehen, und da jeder mögliche Sprechakt im Prinzip exakt als Satz oder als eine Reihe von Sätzen formuliert werden kann (unter Voraussetzung eines geeigneten Zusammenhangs, in dem die Äußerung gemacht wird), handelt es sich bei der Untersuchung der Bedeutung von Sätzen und bei der Untersuchung von Sprechakten nicht um zwei voneinander unabhängige Untersuchungen, sondern um eine Untersuchung unter zwei verschiedenen Gesichtspunkten (ebd, 33).

Searle verortet Sprechakte im sozialen Bereich und bedenkt den Kontext der Äußerung, wie die Rede vom „geeigneten Zusammenhang“ beweist. Zusätzlich geht aus dem Zitat hervor, dass jeder Sprechakt durch einen oder mehrere Sätze realisiert werden kann und umgekehrt auch mit jedem Satz ein oder mehrere Sprechakte vollzogen werden können. Wie dies möglich ist, wird durch die folgenden Ausführungen klar werden.

Ein Sprechakt besteht nach Searle aus mehreren Teilakten. Diese sind Äußerungsakte, propositionale Akte und illokutionäre Akte (vgl. ebd, 40). Erstere bestehen in der Äußerung von Wörtern. Zweitere umfassen sowohl Referenz als auch Prädikation - den Verweis auf Objekte also und die Präsentation eines bestimmten Inhaltes, deren Form durch den illokutionären Akt festgelegt wird (vgl. ebd, 189). Letzterer bezieht sich auf den Handlungsaspekt, der durch den Sprechakt zutage tritt, beispielsweise Behaupten, Fragen, Befehlen oder Versprechen. Die propositionalen Akte können für verschiedene illokutionäre Akte verwendet werden und sind insofern unvollständig:

Wir unterscheiden Referenz und Prädikation von vollständigen Sprechakten wie Behaupten, Fragen, Befehlen usw. Die Rechtfertigung für diese Unter-

scheidung bildet die Tatsache, daß die gleiche Referenz und die gleiche Prädikation beim Vollzug verschiedener vollständiger Sprechakte vorkommen können (ebd, 39).

So sind in den Sätzen

1. Sam raucht gewohnheitsmäßig.
2. Raucht Sam gewohnheitsmäßig?

stets dieselben propositionalen Akte ausgedrückt, kommen aber bei 1 in der illokutionären Form einer Behauptung und bei 2 in Form einer Frage vor (vgl. ebd, 39). Am Beispiel des illokutionären Akts des Versprechens entwickelt Searle, aufbauend auf den Grice'schen Maximen, eine Liste von notwendigen und hinreichenden Bedingungen des Gelingens dieses Sprechakttyps³ (vgl. ebd, 86, 97), die auch späteren sprechakttheoretischen Modellen als Grundlage dienen.⁴

In weiterer Folge führt Searle auch den perlokutionären Akt an. Dieser bezeichnet „die Konsequenzen oder Wirkungen“, die illokutionäre Akte auf „die Handlungen, Gedanken, Anschauungen usw. der Zuhörer haben“ (ebd, 42). Als Beispiele perlokutionärer Akte führt Searle an: jemanden erschrecken, alarmieren, dazu bringen, etwas zu tun, sowie überreden und überzeugen (vgl. ebd, 42). Für die vorliegende Arbeit ist folglich besonders der perlokutionäre Akt von Interesse. Da diese in der Sprechakttheorie keine gesonderte Aufmerksamkeit erhalten haben, sondern hauptsächlich für ein besseres Verständnis der illokutionären Akte in die Theorie eingeführt wurden, ist es schwierig, klare Aussagen zu Perlokutionen zu treffen, und die Forschung ist voll von Versuchen, sie genauer zu definieren und zu klassifizieren, weshalb sie auch als die Achillesferse der Sprechakttheorie bezeichnet wurde (vgl. Marcu 2000). Im folgenden Abschnitt wird der Fokus darauf liegen, eine m.E. wichtige Unterscheidung bezüglich der Perlokution, wie sie in den Ausführungen Austins und Searles vorkommt, nachzuzeichnen.

2.2 PERLOKUTIONÄRE AKTE UND EFFEKTE

Vom perlokutionären Akt, der eng mit dem illokutionären Akt verbunden ist, muss der perlokutionäre Effekt unterschieden werden. Hindelang erklärt die Zusammenhänge wie folgt: „Fast alle illokutionären

³ Grundsätzlich unterscheidet Searle die Klassen der repräsentativen, direktiven, kommissiven, expressiven und deklarativen Sprechakte (Das Versprechen gehört zu den kommissiven Sprechakten). Nachzulesen in: Searle, John: „A Taxonomy of Illocutionary Acts“, in: K. Gunderson [Hg]: *Language, Mind, and Knowledge* (Minnesota Studies in the Philosophy of Science 8). Minnesota, 1975, 344-369. Für eine Erklärung dieser Klassifizierung verweise ich auf die Einführung von Götz Hindelang (Hindelang 2010).

⁴ Einige dieser Modelle werden in Kapitel 2.3 vorgestellt.

Akte zielen mehr oder minder direkt auf einen perlokutionären Effekt ab. Ob der Effekt eintritt, ob also der perlokutionäre Akt zustande kommt, hängt aber davon ab, wie der Hörer reagiert“ (Hindelang 2010, 11). Der perlokutionäre Akt besteht folglich aus der Intention, einen bestimmten Effekt zu erzielen und dem Eintreten dieses Effekts, weshalb „nur der Sprecher selbst von sich behaupten [kann], dass er einen perlokutionären Akt vollzogen hat, denn nur er weiß, ob er tatsächlich die Absicht hatte, den Effekt hervorzurufen“ (ebd, 12).

Bei Searle, der den perlokutionären Akt eher beiläufig erwähnt, findet sich diese Unterscheidung kaum expliziert, wenngleich er auch den Ausdruck „perlokutionärer Effekt“ gebraucht (vgl. Searle 1971, 73-75). Wichtig ist sein Hinweis, dass *zahlreiche* illokutionäre Akte *nicht* auf perlokutionäre Effekte zielen, womit er die Aussage Hindelangs relativiert. Als Beispiel führt er das Grüßen an, das nur auf einen illokutionären Effekt zielt: das Verstehen (vgl. ebd, 75). Außerdem weist er darauf hin, dass ein perlokutionärer Effekt auch eintreten könne, wenn dieser nicht beabsichtigt sei:

[Es] besteht selbst in den Fällen, in denen im allgemeinen eine Verknüpfung mit einem perlokutionären Effekt vorliegt, die Möglichkeit, daß ich etwas sage und meine, ohne wirklich die Erzeugung jenes Effekts zu beabsichtigen. So kann ich zum Beispiel eine Aussage deshalb machen, weil ich das für meine Pflicht halte, ohne mich darum zu kümmern, ob meine Zuhörer mir glauben oder nicht (ebd, 74).

Mit dieser Beobachtung stellt Searle, wenn auch nicht ausdrücklich, die Bedeutung der Hörerin für das Eintreten des perlokutionären Effekts heraus, die auch Hindelang festhält (vgl. Hindelang 2010, 12). Trotz dieser Hinweise auf die Bedeutung der Hörerin ist die Sprechakttheorie, wohl auch aufgrund ihrer Konzentration auf die Illokution, äußerst sprecherorientiert und nimmt auf die Hörerin kaum Bezug (vgl. Ernst 2002, 113).

Die Unterscheidung von perlokutionärem Akt und perlokutionärem Effekt⁵ ist für die vorliegende Arbeit von zentraler Bedeutung, da an dieser Begrifflichkeit zum Ausdruck kommt, welche Rolle die Sprecherin und die Hörerin in der Interaktion jeweils haben. Die Festlegung von Persuasion als Akt oder Effekt ist in dieser Hinsicht ein Schlüsselpunkt der gesamten Untersuchung, insofern es die Frage zu beantworten gilt, worin die persuasive Kraft von Sprechakten besteht. Liegt sie bei der Sprecherin, bei

⁵ Zur Unklarheit in der Terminologie äußert sich auch Sven Staffeldt: „Die meisten terminologischen Probleme resultieren daraus, dass zwischen Akt und Effekt nicht deutlich unterschieden wird und Sprecher-, Hörer- und Äußerungsperspektive nicht deutlich auseinandergehalten werden“ (Staffeldt 2007, 19).

der Hörerin oder bei beiden zu gleichen Teilen? Oder gar im Ausdruck selbst? Welche Verbindung zum illokutionären Akt besteht?

Searles Ausführungen legen nahe, dass es sich um perlokutionäre Akte handelt. So finden sich die Ausdrücke „überzeugen“ und „überreden“ in seiner Klassifizierung der illokutionären Akte wieder: Durch Auffordern kann man jemanden zu etwas überreden, durch Argumentieren – welches er von Behaupten, Feststellen und Bestätigen abgrenzt, ohne ihm eine eigene Kategorie zuzuweisen - kann man überzeugen (vgl. Searle 1971, 101). Persuasion könnte man im Sinne Searles als einen perlokutionären Akt definieren, der durch verschiedene illokutionäre Akte ausgeführt werden kann. Ausdrücklich findet sich der Hinweis, dass einige illokutionäre Verben, wie z.B. auffordern, durch den beabsichtigten perlokutionären Effekt, in diesem Fall überreden, bestimmbar seien (vgl. ebd, 113). Tritt der intendierte Effekt ein, kann man von einem perlokutionären Akt sprechen. Dadurch verbindet man die Intention der Sprecherin mit ihrem Erfolg, dem Eintreten des Effekts.

Auch bei Austin findet sich bereits der Hinweis, dass viele illokutionäre Akte konventionell eine Antwort oder Reaktion verlangen und verschiedene, konstitutive sowie konventionelle, Wirkungen erzielen können (vgl. Harras 2004, 134). Allerdings unterscheidet er die perlokutionären Akte von diesen Wirkungen. Er legt fest, dass Perlokutionen in nicht-konventionellen Wirkungen sprachlicher Handlungen bestehen. Dies zeigt sich Austin zufolge darin, dass sie nicht durch explizite performative Formulierungen ausgedrückt werden können, wie es etwa beim Überreden der Fall ist (vgl. ebd, 134).⁶ Diese Unterscheidung in Bezug auf die Wirkungen stellt das Verhältnis von Intention der Sprecherin zum Eintreten des perlokutionären Effekts völlig anders dar, als in den Ausformulierungen bei Searle, denn Austin hält weiter fest, dass a) die intendierte Wirkung nicht tatsächlich eintreten muss, und b) Wirkungen eintreten können, die nicht intendiert waren (vgl. ebd, 135-136). Im einen Fall wird der perlokutionäre Akt über die Intention der Sprecherin definiert, ohne auf den Handlungserfolg einzugehen, im anderen Fall reicht das Eintreten von nicht-konventionellen Wirkungen aus, um von einem perlokutionären Akt zu sprechen, selbst wenn es keine diesbezügliche Intention vonseiten der Sprecherin gab. Unter diesem Gesichtspunkt kann man die Definition eines perlokutionären Aktes als erfolgreiches Hervorrufen eines von der Sprecherin intendierten Effekts durch die Sprecherin nicht aufrecht halten.

Die beiden skizzierten Positionen von Searle und Austin verdeutlichen, dass ein Schließen von einem perlokutionären Effekt auf einen perlokutionären Akt durch eine vorhandene Intention problematisch ist, da es einen kausalen Zusammenhang zwischen Intention und Wirkung nahelegt. Die Annahme

⁶ Eine ausführliche Untersuchung zur Überredung als Perlokution bietet Peter Eyer in *Perlokutionen* (Eyer 1987).

einer Kausalität gründet, so stellt es Sven Staffeldt dar, in der akteursbezogenen Sichtweise auf das Geschehen und kann durch die Ergänzung um eine äußerungsbezogene Sichtweise korrigiert werden (Staffeldt 2014, 89).

Persuasion muss m.E. als perlokutionärer *Effekt* konzipiert werden, auf den die Intention einer Sprecherin zwar gerichtet ist, dessen Eintreten jedoch nicht als ihr Erfolg zu werten ist. Eine kausale Verknüpfung von Intention und Effekt kann nicht angenommen werden. Interpretiert man Perlokutionen als kausale Folgen, so ist damit die Rolle der Hörerin, die dann als rein passive Instanz in der Sprechhandlung vorkommt, völlig ausgeblendet (vgl. Henn-Memmesheimer 2006, 200). Tatsächlich kommt der Hörerin in Searles Konzeption des perlokutionären Aktes keine Macht zu. Bei Austin scheint die Hörerin in ihrer Reaktion viel freier, insofern das Eintreten einer Wirkung und die Art der Wirkung von der Hörerin abhängen (vgl. Harras 2004, 135-136). Ähnlich weist auch Henn-Memmesheimer auf den wichtigen Umstand hin, dass perlokutionäre Effekte von der Sprecherin lediglich antizipiert, aber nicht in einem kausalen Sinne hervorgerufen werden können:

Die Impulse, die eine Kommunikation setzt, werden von den Hörern verarbeitet gemäß ihrer je eigenen internen Strukturen, ihren Erfahrungen, ihren Erwartungen, ihren Sinnsetzungen. Kommunikationsteilnehmer können immer auch anders und überraschend agieren (ebd, 208).

Der Hörerin kommt hier eine aktive Rolle zu. Im Folgenden werde ich dafür argumentieren, dass die Intention der Sprecherin zwar vorhanden sein muss, um sagen zu können, sie habe jemanden von etwas überzeugt oder zu etwas überredet; dass aber diese Intention in keinem kausalen Zusammenhang mit dem erreichten perlokutionären Effekt bei der Hörerin steht, sodass man nicht von einem persuasiven Akt, sondern, abgeschwächt, vielmehr von dem Versuch des Herbeiführens eines persuasiven Effekts sprechen muss. Im Folgenden sollen einige Modelle und Theorien zu Perlokutionen vorgestellt werden, um diesen Punkt zu vertiefen.

2.3 MODELLE ZU PERLOKUTIONEN

2.3.1 DIE STANDARD-PERLOKUTION

In enger Anlehnung an Austins Aussagen zu perlokutionären Akten erarbeitet Steven Davis in seinem Aufsatz „Perlocutions“ (Davis 1980) die Bedingungen für einen gelingenden perlokutionären Akt in einer Standardform und gelangt dadurch zu einer genaueren Definition von „perlokutionärer Akt“.

Davis unterscheidet in seiner Analyse zwischen perlokutionärer Ursache, perlokutionärem Effekt und perlokutionärem Akt und erklärt den Zusammenhang wie folgt (S steht für Sprecherin, H für Hörerin und X für sprachliche Ausdrücke):

(i) 'S's saying something' designates a perlocutionary cause.

(ii) 'H's X-ing' designates a perlocutionary effect.

(iii) 'S's causing H to X' designates a perlocutionary act (ebd, 39).

Der perlokutionäre Akt entsteht dieser Darstellung zufolge aus dem Zusammenwirken von perlokutionärer Ursache und Wirkung. Wie die Terminologie bereits vermuten lässt, geht Davis von einer kausalen Verbindung zwischen der Äußerung einer Sprecherin und dem Effekt, der bei der Hörerin eintritt, aus (vgl. ebd, 39).

Perlokutionäre Ursachen können jedoch, wie er feststellt, so vielfältig sein, dass jeder Akt, „which involves an effect on the speaker's audience which can be brought about by any feature of the speech situation, including such things as sounds, noises and puffs of air“ (ebd, 40-41) als perlokutionärer Akt gelten müsste.⁷ Aus diesem Grund nimmt er, erneut mit Bezugnahme auf Austin und Searle, eine Einschränkung vor: Von einem perlokutionären Akt könne man nur sprechen, wenn der Effekt auf die Hörerin auf ihrer linguistischen Kompetenz, bzw. auf ihrer Kenntnis der Sprachkonventionen beruhe (vgl. ebd, 41). Diese Bedingung besagt im Grunde nichts weiter, als dass die Hörerin die Sprecherin verstehen muss, und dass der perlokutionäre Effekt aufgrund ihres Verständnisses eintritt.

Eine weitere Bedingung für den Vollzug eines perlokutionären Aktes stellt, wie schon bei Austin und Searle festgehalten wurde, die Intention der Sprecherin dar. Sie bezweckt mit ihrer Äußerung, einen bestimmten Effekt bei der Hörerin zu erzielen (vgl. ebd, 52).

Diesen Überlegungen Rechnung tragend, fasst Davis die notwendigen und hinreichenden Bedingungen eines perlokutionären Aktes wie folgt zusammen:

Standardly, S's ϕ -ing H (to ψ) by uttering p is the intentional performance of a perlocutionary act if and only if:

(i) S performs an illocutionary act or propositional acts by uttering p.

⁷ Die Auflistung der möglichen perlokutionären Ursachen ist mit der Klassifizierung der Perlokutionen durch van Eemeren und Grootendorst vergleichbar (van Eemeren&Grootendorst 1984, 27-29).

- (ii) S means by p what p means in the language of which it is a part.
- (iii) H understands what illocutionary act or propositional acts S means to perform by uttering p.
- (iv) H understands what S means by p.
- (v) What H understands S to mean causes H to ψ or be ϕ -ed.
- (vi) S intends H to ψ or be ϕ -ed because H understands what he means (ebd, 53).

Mit ϕ bezeichnet Davis illokutionäre und propositionale Aktverben, p steht für sprachliche Äußerungen und ψ ist ein perlokutionäres Aktverb⁸. An Davis' Beispiel von „erschrecken“ lässt sich dieses Regelsystem wie folgt erklären: Wenn eine Sprecherin eine Hörerin erschrickt, indem sie sagt: „Da ist eine Spinne auf deinem Schoß“, vollzieht sie nur dann einen perlokutionären Akt, wenn (i) sie der Hörerin mitteilt, dass sich eine Spinne auf ihrem Schoß befindet, indem sie sagt: „Da ist eine Spinne auf deinem Schoß“, wenn (ii) die Sprecherin mit diesem Satz das meint, was er auf Deutsch bedeutet, wenn (iii) die Hörerin versteht, dass die Sprecherin ihr etwas mitgeteilt hat, indem sie diesen Satz geäußert hat, wenn (iv) die Hörerin versteht, was die Sprecherin mit diesem Satz meint, wenn (v) die Hörerin aufgrund dessen, was sie versteht, dass die Sprecherin mit diesem Satz meint, erschrickt, und wenn die Sprecherin will, dass die Hörerin erschrickt, weil sie versteht, was sie meint (vgl. ebd, 53).

Man kann als Position Davis' also festhalten, dass es für die Konstitution eines perlokutionären Aktes einer kausalen Verbindung von Sprechäußerung und Effekt unter Einbeziehung der linguistischen Kompetenz beider Interaktionspartnerinnen, sowie der Übereinstimmung von intendiertem und eingetretenem Effekt bedarf. Damit hat der Autor wichtige Aspekte angesprochen, die einen perlokutionären Akt ausmachen, etwa die Intentionalität auf der Seite der Sprecherin und das Verstehen auf der Seite der Hörerin, vertritt aber die m.E. verfehlte Annahme einer kausalen Verbindung. Eine kleine Lücke besteht außerdem in der Formulierung „What H understands S to mean“ in Punkt (v), da ein Missverständnis hier nicht ausgeschlossen werden kann und der Effekt letztlich auch auf anderem Wege eintreten kann. Davis weist selbst auf diesen Umstand hin:

⁸ Perlokutionäre Aktverben sind z.B. „erschrecken“, „überreden“, „überzeugen“. Davis schlägt in seinem Aufsatz einen „linguistic test“ vor, anhand dessen überprüft werden kann, ob ein Verb ein perlokutionäres Aktverb ist. Zu den Kriterien gehört, dass es sowohl als Gerundiv als auch als Partizip II sinnvoll verwendet werden können muss. Vgl. Kosta 1995, 49-50.

[...] what H understands S to mean might not be the immediate cause of the effect in question, but only the proximate cause. Because of what H understands, he might form some belief, thought, want, desire, etc. which in turn causes the particular effect (ebd, 52).

Mit der korrigierenden Formulierung „H understands what illocutionary act and perlocutionary acts S means to perform“ und „H understands what S means by p“ (ebd, 52) ist dieses Problem zwar sprachlich gelöst, aber auf der Tiefenstruktur besteht es weiter fort, da keine Erklärung darüber gegeben wird, wie das Verständnis der Hörerin überprüft werden kann bzw. worin es sich ausdrückt.

Das Regelsystem lässt außerdem die Frage offen, wie die Verbindung von Intention und Effekt zustande kommt. Denn Davis trifft keinerlei Aussagen darüber, wie die Sprecherin wissen kann, dass gerade dieser Satz zu gerade diesem Effekt bei gerade dieser Hörerin führen würde. So hat Davis zwar beschrieben, wie ein perlokutionärer Akt, wenn er gelingt, vollzogen wird, doch er hat wichtige Voraussetzungen dieses Gelingens nicht bedacht, die auch in einer Standardsituation nicht vernachlässigt werden können. Dazu gehören eine bestimmte Erwartungshaltung der Sprecherin sowie eine bestimmte Einstellung oder Disposition der Hörerin, sowie situative, kontextuelle und interaktionale Faktoren. Denn was, um bei dem Beispiel des Autors zu bleiben, wenn die Hörerin von Spinnen nicht beeindruckt ist? Was, wenn sie die Mitteilung der Sprecherin zwar versteht, aber nicht ernst nimmt – oder diese für sie keine neue Information enthält? Diese Aspekte werden in Davis' Standardmodell der Perlokutionen nicht berücksichtigt, sind aber in der vorliegenden Arbeit von zentralem Interesse.

2.3.2 DIE IDEALE SPRECHAKT-SITUATION

Weitaus komplexer als das eben vorgestellte Modell ist die Analyse der situativen Voraussetzung von Sprechakten, die Wolfgang Motsch in seinem Aufsatz „Situational context and illocutionary force“ – erschienen im selben Sammelband wie der Aufsatz Steven Davis' - unternimmt (Motsch 1980). Er bettet die Sprechakttheorie in eine „theory of symbolic interaction“ (ebd, 157) ein, was ihm einen umfassenderen Zugriff auf die Analyse von Sprechakten erlaubt. Wie im Titel bereits anklingt, spielen Situation und Kontext bei Motsch eine wichtige Rolle, sodass man sich von seinen Ausführungen erhoffen darf, dass sie zumindest einige der Lücken im Modell seines Kollegen schließen, denn auch, wenn sie sich nicht explizit auf Perlokutionen beziehen, leisten sie 1. eine Beschreibung der Ausgangssituation der Sprechäußerung, die zu einem perlokutionären Effekt führen soll, und 2. eignen sich die verwendeten Beispiele hervorragend zur Beschreibung persuasiver Akte.

Es gibt eine Reihe von Aspekten und Eigenschaften des situativen Kontexts, die eine Sprecherin berücksichtigen muss, bevor sie eine Sprechäußerung ausführt (vgl. ebd, 158). Sie reflektiert den situativen Kontext und verbindet ihn mit ihren Intentionen. Mutsch erklärt:

A situation becomes a communicative situation due to the intention of a person to influence the mind(s) of an audience by means of an utterance. He plans a language action in order to transmit his intention to the mind(s) of the audience (ebd, 158).

Die Intentionalität der Sprecherin eröffnet den kommunikativen Raum, in dem sie ihr Kommunikationsziel erreichen kann. Bei der Planung der Sprachhandlung muss sie aber auch die Rolle der Hörerin antizipieren, denn auch diese ist Teil der Situation: „The speaker anticipates the role of the hearer to specify the situation. In an ideal case he only supplies the information in his utterance which the hearer is assumed to be unable to gain from the situation“ (ebd, 158-159). Die Sprecherin analysiert ihre eigene mentale Verfassung, antizipiert die Rolle der Hörerin, macht Annahmen über die Fähigkeit der Hörerin, die Situation einzuschätzen, und gibt dann durch ihre Äußerung jene Informationen, welche ihrer Annahme nach der Hörerin nicht bekannt oder zugänglich sind.⁹ Im Idealfall, der hier modelliert wird, verlaufen all diese Schritte auf rationale und korrekte Weise (vgl. ebd, 159).

Bei der Analyse der Situation muss die Sprecherin verschiedene Einstellungen („attitudes“) analysieren. Mutsch unterscheidet 1) „motivational attitudes“, 2) „epistemic and doxastic attitudes“, 3) „intentional attitudes“ und 4) „normative attitudes“ (vgl. ebd, 159-161). Erstere beziehen sich auf die Wünsche der Sprecherin, zweitere auf die Erwartungen bzw. Annahmen, welche die Sprecherin bezüglich der Wünsche der Hörerin hat. Punkt 3) betrifft die Absicht, eine bestimmte Handlung auszuführen, die 1. immer auch den Wunsch einer Person nach dieser Handlung voraussetzt und 2. die Möglichkeit der Ausführung dieser Handlung voraussetzt (vgl. ebd, 160). Die normativen Einstellungen schließlich bezeichnen den Abgleich des geplanten Sprechakts mit den geltenden sozialen Normen, die u.a. die Beziehung der Interaktionspartnerinnen definieren (vgl. ebd, 161).

Mutsch nimmt sich die sogenannten IFIDs von Sprechakten („illocutionary force indicating devices“ - Indikatoren der illokutionären Rolle; vgl. ebd, 156) zu Hilfe, um sein Modell zu einer Situation, in der

⁹ Dagegen vertritt Daniel Marcu die Ansicht, dass auch bereits bekannte Informationen gegeben werden sollten (vgl. Marcu 2000).

„[t]wo persons speak about actions to be performed by one of them“ (ebd, 159) zu entwickeln.¹⁰ Durch die Wahl einer solchen Situation erhält das Modell für die vorliegende Arbeit Relevanz: Nicht nur kann die Sprecherin befehlen, bitten oder verbieten (vgl. ebd, 161), sie kann auch überreden und überzeugen (vgl. 164), um ihr Ziel - die Ausführung oder Unterlassung einer bestimmten Handlung - zu erreichen. Das Modell gestaltet sich wie folgt¹¹:

- (i) $P_1 \text{ DESIRE } (P_2 \text{ INTEND } A)$
- (ii) $P_1 \text{ INTEND } SA_i$, where $S(SA_i) = P_2 \text{ INTEND } A$
- (iii) $P_1 \text{ ASSUME } (P_2 \text{ ABLE TO } A) \wedge \text{POSS } (A)$
- (iv) $P_1 \text{ DEMAND } a (P_2)$
- (v) $P_1 \text{ DESIRE } A$
- (vi) $P_1 \text{ ASSUME } (P_2 \text{ DESIRE } \neg A)$ (ebd, 162)

P_1 und P_2 stehen für die Interaktionspartnerinnen, A für eine bestimmte Handlung, a für eine Handlung mit unbestimmter Akteurin, SA_i für den Sprechakt selbst und $S(SA_i)$ für den Zustand, der aus dem Sprechakt SA_i resultiert. Die Versalien sind die sogenannten IFIDs und bezeichnen die illokutionäre Rolle. Die Bedingungen, die Mutsch auflistet, lassen sich anhand eines Beispiels ausformulieren als: Die Mutter wünscht, dass die Tochter die Reparatur des Autos beabsichtigt. Die Mutter beabsichtigt einen Sprechakt, der zur Folge hat, dass die Tochter die Reparatur des Autos beabsichtigt. Die Mutter nimmt an, dass die Tochter zur Reparatur des Autos fähig ist, und dass diese Reparatur auch möglich ist. Die Mutter fordert, dass das Auto von der Tochter repariert wird. Die Mutter wünscht die Reparatur des Autos. Die Mutter nimmt an, dass die Tochter wünscht, dass die Reparatur des Autos nicht stattfindet.

Unter den beschriebenen Umständen nimmt P_1 (in unserem Fall: die Mutter) einen Konflikt in Bezug auf die motivationalen Einstellungen an. Mutsch schreibt:

He has to get the hearer to intend the action in question against his negative motivation. It is likely that the speaker will use an utterance which explicitly

¹⁰ Gewöhnlicherweise werden IFIDs als performative Formeln für Sprechakte verwendet. Zu einer kritischen Auseinandersetzung mit IFIDs siehe Bierwisch, Manfred: „Semantic Structure and Illocutionary Force“, in: Searle, J., Kiefer, F. und Bierwisch, M. [Hg]: *Speech act theory and pragmatics*. Dordrecht: Reidel Publishing Company, 1980 (Synthese language library; 10), S. 1-35.

¹¹ Das Modell ist hier aus Gründen der Übersichtlichkeit nur für den positiven Wunsch nach der Handlung dargestellt.

expresses the command. Perhaps he gives some hints to norms which oblige the hearer to perform A or he will threaten him with some sanctions (ebd, 163).

Ob ein Befehl möglich ist, hängt von den sozialen Normen ab, denen die beiden Interaktionspartnerinnen unterliegen (vgl. ebd, 161). Wäre P_1 eine Vorgesetzte und P_2 eine Untergebene, so ließe diese soziale Struktur einen Befehl zu. In der Beziehung von Mutter und Tochter aber kann ein Befehl auch zurückgewiesen werden (vgl. ebd, 165). Die Mutter muss in diesem Fall einen Sprechakt tätigen, der nicht einen Befehl, sondern eine Bitte oder eine Überredung darstellt. Ähnliches gilt für den Fall, in dem P_1 die Unterlassung einer Handlung wünscht, aber nicht in der Position ist, diese P_2 , die sie ausführen möchte, zu verbieten: Hier muss P_1 P_2 überzeugen (vgl. ebd, 164).

Für die vorliegende Arbeit ist der Punkt (ii) am interessantesten, da er auf eine Formel bringt, wie ein perlokutionärer Akt idealerweise abläuft. Die Sprecherin erreicht einen intendierten Effekt durch die Wahl eines bestimmten Sprechakts: P_1 beabsichtigt einen Sprechakt, der bewirkt, dass P_2 eine bestimmte Handlung beabsichtigt. Dieser Punkt kann sich auch komplexer gestalten, wie sich in den weiteren Modellen Motschs zeigt. P_1 kann auch einen Sprechakt beabsichtigen, der bewirkt, dass P_2 weiß, dass P_1 eine bestimmte Handlung auszuführen beabsichtigt, und somit diese Absicht mit P_2 besprechen und über sie verhandeln (vgl. ebd, 164-166). In diesem Fall ist nicht mehr eine Handlung das Ziel, sondern eine bestimmte Einstellung der Interaktionspartnerin. Diese Formulierung sagt nichts über die Art der Verbindung von Sprechakt und resultierender Situation aus, da die Kausalität nur in der Erwartungshaltung der Sprecherin vorkommt.

Motsch hat für seine Modellierung der idealen situativen Voraussetzungen eines Sprechakts solche Akte gewählt, die weiter oben als perlokutionäre Akte bezeichnet wurden: Sprechakte, die auf perlokutionäre Effekte bei der Hörerin zielen. Während die Mehrzahl der von ihm identifizierten Voraussetzungen Situation und Kontext betreffen, darunter auch die Antizipation der Rolle der Hörerin, bezieht sich eine der Voraussetzungen auf die Verbindung von Sprechakt und einem daraus resultierendem Zustand, der den intendierten Effekt bei der Hörerin bewirkt. Sein Modell bietet eine theoretische Einbettung des perlokutionären Aktes, wie er von Davis konzipiert wurde, in das größere Feld der Kommunikation und Interaktion.

2.3.3 DER PERLOKUTIVE AKT ÜBB

Äußerst intensiv und ausführlich hat sich Peter Eyer mit Perlokutionen beschäftigt (Eyer 1987). Explizit widmet er sich auch dem perlokutionären Akt Überreden, den er letztlich als einzigen Typ perlokutionärer Akte für sprachwissenschaftlich und sprachphilosophisch interessant befindet (vgl. ebd, 93-94). Nur bei den perlokutionären Akten des Typs ÜBB (Überreden) besteht nämlich, Eyers Analyse folgend, eine nicht-kontingente Beziehung zwischen der Äußerung der Sprecherin und der Manifestation des intendierten Effekts bei der Hörerin. Dies ergibt sich daraus, dass Eyer die These vertritt, dass bei einer Überredung gemeinsames Wissen von Sprecherin und Hörerin über die Intention der Sprecherin bestehen bzw. hergestellt werden muss: „Will man jemanden ÜBERREDEN, beispielsweise ϕ zu tun, dann muß zwischen dem Adressaten H und dem Sprecher S gemeinsames Wissen darüber hergestellt werden, daß S will, daß H ϕ tut“ (ebd, 9).

Eyers Konzept von Perlokution ist dem von Davis ähnlich, unterscheidet sich aber in einem wesentlichen Punkt: Er geht nicht von einer kausalen Verbindung zwischen der Äußerung einer Sprecherin und der Manifestation eines perlokutionären Effekts aus, sondern von einer nicht-kontingenten. Das bedeutet, dass es zwar *Gründe* für das Eintreten des Effekts gibt, aber nicht *Ursachen*. Die Hörerin wird in seiner Konzeption folglich aufgewertet.

Außerdem erachtet Eyer das tatsächliche Eintreten des Effekts nicht für eine notwendige Bedingung dafür, von einem perlokutionären Akt sprechen zu können (vgl. ebd, 3-4 und 11). Der Grund dafür liegt in Eyers handlungstheoretischer Konzeption von Handlungen „in actu“, die auf die Sprechakttheorie angewendet werden muss (vgl. ebd, 16-19). Damit nämlich von einem perlokutionären Akt gesprochen werden kann, müssen 1. die Herbeiführung des Effekts der Sprecherin zugeschrieben und 2. dem Äußerungsakt Handlungscharakter zugeschrieben werden können (vgl. ebd, 11-12), noch bevor der Effekt der Äußerungshandlung vorliegt. Denn Gegenstand der Sprechakttheorie

sind Handlungen, die in Kommunikationssituationen vollzogen werden, die also eine unmittelbare Reaktion der Kommunikationspartner fordern. Das bedingt, daß der Hörer die betreffende Handlung identifizieren muß, während sie noch vollzogen wird, d.h. er muß auf der Basis der beobachtbaren Daten (der Äußerung und der Situation) eine Hypothese darüber bilden, welche Resultate die Bewegungen S's (die Äußerung) haben werden und welche dieser Resultate die von S am höchsten präferierten sind. Dieser Bewertung entsprechend muß er seine eigene Reaktion einrichten (ebd, 19).

Auf Grundlage der Handlungstheorie in actu definiert Eyer vier Bedingungen, die erfüllt sein müssen, damit man einer Sprecherin den Vollzug eines perlokutionären Aktes zuschreiben kann, die im Folgenden paraphrasiert wiedergegeben sind:

- (i) Die Sprecherin äußert eine an die Hörerin adressierte Äußerung \ddot{A} ;
- (ii) Die Sprecherin meint (im griceschen Sinn¹²) mit dem Äußern von \ddot{A} , dass die Hörerin den perlokutionären Effekt manifestieren soll;
- (iii) Die Sprecherin bietet der Hörerin mit dem Äußern von \ddot{A} einen einfachen Grund dafür, den perlokutionären Effekt zu manifestieren;
- (iv) Die Beobachterin weiß oder glaubt, dass die Hörerin den perlokutionären Effekt manifestieren wird, weil die Sprecherin \ddot{A} äußert (vgl. 45-46).

Besonders wichtig ist der Hinweis darauf, dass der Grund, den die Sprecherin der Hörerin gibt, den intendierten Effekt zu manifestieren, Teil der Bedeutung ihrer Äußerung sein muss –ein gricescher Grund (vgl. ebd, 39). Nur durch dieses Kriterium lassen sich die perlokutionären Akte des Typs ÜBB vom illokutionären Akt Auffordern unterscheiden¹³:

Wir können vermuten, daß der Unterschied zwischen illokutiven Akten des Typs AUFF und perlokutiven Akten des Typs ÜBB darin besteht, daß im Falle der perlokutiven Akte des Typs ÜBB H's Interesse daran, ϕ zu tun, nicht dadurch erzeugt wird, daß S mit (dem Äußern von) \ddot{A} eine Norm invoziert, sondern auf andere Weise (ebd, 45).

Wie bereits Mutsch festgestellt hat, setzen Aufforderungen (Befehle, Verbote) Normen voraus, welche die Akzeptabilität dieser Sprechakte durch die Beschreibung einer bestimmten sozialen Beziehung der Interaktionspartnerinnen zueinander (z.B. als Vorgesetzte und Untergebene) definieren (vgl. Mutsch 1980, 161). Beim Typ ÜBB gibt es laut Eyer diese Norm nicht, bzw., so die Schlussfolgerung, kann man von Überreden nur dann sprechen, wenn die Manifestation des Effekts nicht durch Befolgung von Normen, sondern nur Abwägungen der Hörerin erfolgt. Darin ist, so Eyer, auch die kommunikative Funktion der perlokutionären Akte des Typs ÜBB begründet, die ihn von anderen perlokutionären Akttypen unterscheidet: Die Sprecherin muss der Hörerin einen Grund geben, der sie dazu veranlasst, den perlokutionären Effekt zu manifestieren, der also ihr Interesse trifft (vgl. Eyer 1987, 122), und zwar

¹² Damit bezieht sich Eyer auf die nicht-natürliche Bedeutung des Meinens (vgl. Eyer 1987, 34, Fußnote 1), d.h. ein gricescher Grund ist Teil der Bedeutung der Äußerung: „H tut ϕ aus einem *griceschen Grund* gdw. Er weiß*, daß S intendiert, daß H ϕ tut, und H tut ϕ , weil er dies weiß*“ (ebd, 25, Fußnote 27).

¹³ Eine Unterscheidung zwischen direktiven und persuasiven Sprechakten erarbeitet auch Peter Kosta (Kosta 1994).

„unabhängig von der Geltung auf das kommunikative Handeln bezogener Normen“ (ebd, 109). Eyer bringt es auf den Punkt:

Die perlokutiven Akte des Typs ÜBB unterscheiden sich von den erfolgreichen illokutiven Akten des Typs AUFF dadurch, daß bei den perlokutiven Akten dieses Typs H's Interesse am Erfüllen der Erwartung ϕ_E nicht durch einen Gesellschaftsvertrag oder eine andere Norm begründet ist, sondern durch einen anderen, vom Sprecher angebotenen, Grund (ebd, 109).¹⁴

Wie die Hörerin mit dem dargebotenen Grund umgeht, ist nicht kalkulierbar. Die Sprecherin kann rationale Gründe oder Gründe mit einem „gewissen Gefühlswert“ (ebd, 117) geben, sodass auch die Entscheidung der Hörerin nicht immer rational sein muss. Sie kann außerdem mit ihren Gründen das Interesse der Hörerin verfehlen, sodass der Erfolg einer Überredung unsicher bleibt (vgl. ebd, 119). Die Sprecherin kann aber immer wieder neue Gründe vorbringen, und dies bedeutet einen Vorteil der Überredung gegenüber der Aufforderung: Selbst wenn es keine Normen gibt, welche für die Hörerin einen rationalen Grund darstellen, den intendierten Effekt zu manifestieren, kann die Sprecherin ihr dennoch Gründe dafür geben (vgl. ebd, 119).

Eyer listet eine Reihe von Strategien auf, derer sich die Sprecherin bedienen kann, um die Hörerin zu überreden, „daß p der Fall ist oder daß H ϕ tun soll“ (ebd, 34). Grundlegend unterscheidet er zwischen der Verpflichtung der Sprecherin zu einer Gegenleistung, also dem Angebot einer Belohnung, und der Veränderung der Bewertung der Situation durch die Hörerin (vgl. ebd, 109). Letzteres kann direkt durch die Suspendierung der Interpretation der Situation geschehen oder auch indirekt, indem die Sprecherin der Hörerin „Prämissen für praktische Schlüsse“ (ebd, 113) gibt, die sie dazu veranlassen, ihre Interpretation der Situation zu suspendieren. Die Funktion der perlokutionären Akte des Typs ÜBB besteht, anders gesagt, darin, „das Verhalten H's in gewisser Weise zu *adjustieren*, d.h. den Erwartungen S's anzupassen“ (ebd, 120). Dabei entscheidet jedoch letztlich immer die Hörerin über den Erfolg der Perlokution.

Im Zusammenhang mit den Strategien, aber auch schon bei der Unterscheidung der verschiedenen Typen perlokutionärer Akte, gelangt Eyer zu einer klaren Unterscheidung von Überzeugen und Überreden, die sich auch in ihrer syntaktischen Struktur zeigt und u.a. die Verbindung von Illokution und Perlokution betrifft (vgl. ebd, 70-74). Diese Unterscheidung soll an späterer Stelle in dieser Arbeit auf-

¹⁴ Mit „Gesellschaftsvertrag“ bezieht sich Eyer auf ein von ihm gegebenes Beispiel, in dem die Verhaltensregularität innerhalb einer Gruppe die handlungsleitende Norm darstellt. Zur Erklärung des Begriffs verweist er auf Lewis (vgl. Eyer 1987, 106, Fußnote 25).

gegriffen werden und wird deshalb hier noch nicht behandelt (Kapitel 7). Vorerst gilt es festzuhalten, was Eyers Analyse zur Erklärung der Konzeption der Perlokutionen allgemein beiträgt.

Eyer erklärt perlokutionäre Akte ähnlich wie Davis, indem er die Äußerung der Sprecherin und den perlokutionären Effekt ihrer Äußerung in einen engen Zusammenhang stellt, den er allerdings wesentlich verschieden wertet: nämlich nicht als Ursache-Wirkung, sondern als Grund-Entscheidung (zumindest beim Akttyp ÜBB). Neu ist zudem der Hinweis, dass der perlokutionäre Effekt (noch) nicht eingetreten sein muss, um von perlokutionären Akten zu sprechen, d.h. die Antizipation eines perlokutionären Effekts reicht für eine Definition des perlokutionären Akts aus. Diese Präzisierung verdankt sich der Handlungstheorie in actu, die Eyer entworfen hat.

Eine weitere Übereinstimmung mit Davis' Konzeption liegt in der Bedingung, dass die Hörerin verstehen muss, was die Sprecherin mit ihrer Äußerung meint, allerdings erweitert Eyer diese Bedingung in Hinblick auf den Akttyp ÜBB insofern, als dass die Hörerin auch die (perlokutionäre) Intention der Sprecherin kennen muss, während sich das Verstehen bei Davis auf die Proposition und die Illokution beschränkt (vgl. Davis 1980, 52). Die Klassifizierung von Eyer stellt diese Zusatzbedingung als besondere Eigenschaft des Typs ÜBB heraus, die nur geringfügig vom illokutionären Typ AUFF unterschieden ist (vgl. Eyer 1987, 93). Der Typ ÜBB ist laut Eyer allerdings auch der einzige Typ perlokutionärer Sprechakte, der für eine sprachwissenschaftliche Untersuchung von Interesse ist, da nur hier ein nicht-kontingentes Erreichen des perlokutionären Effekts durch sprachliche Äußerungen stattfindet (vgl. ebd, 93-94).

Eyer geht in seiner Untersuchung über die Analyse Davis' hinaus, da er sich auch Bedingungen widmet, die den Kontext und die Situation berücksichtigen. Ähnlich wie Motsch bezieht auch er die Geltung von Normen in die Ausgangssituation eines Sprechakts mit ein. Dies kommt in der Abgrenzung der Typen Auffordern und Überreden zum Ausdruck (vgl. ebd, 45 und 109). Ebenfalls stimmt er mit Motsch darin überein, dass eine Antizipation der Rolle der Hörerin (bzw. ihrer Bewertung der Situation) durch die Sprecherin stattfinden muss, damit sie einen perlokutionären Akt planen kann. Darin besteht laut Eyer die kommunikative Funktion des perlokutiven Akts ÜBB (vgl. ebd, 120). Die Übereinstimmung mit Motsch ergibt sich hier aufgrund der Beispiele, die Motsch untersucht hat, und die den Typen ÜBB und AUFF zugeordnet werden können (vgl. Motsch 1980, 159).

Alle drei der vorgestellten Modelle und Konzepte zu Perlokutionen sind an der traditionellen Sprechakttheorie Austins und ihrer Ausarbeitung durch Searle orientiert, wengleich sie neue Aspekte hinzu-

2. Persuasion im Rahmen der Sprechakttheorie

gefügt haben. Dabei gehen sie stets davon aus, dass ein perlokutionärer Effekt durch die Äußerung eines einzelnen Sprechakts herbeigeführt werden kann, auch wenn sie die Art der Herbeiführung unterschiedlich charakterisieren. Der Fokus auf den einzelnen Sprechakt ist jedoch problematisch, wenn man (den perlokutionären Akt) Persuasion beschreiben will, da Persuasion realiter nicht in Einzelaussagen, sondern in interaktiver Kommunikation, d.h. in Gesprächen bzw. Dialogen stattfindet. Eyer hat bewiesen, dass eine Untersuchung des persuasiven Akttyps Überreden im Rahmen der Sprechakttheorie durchaus fruchtbringend ist, und hat eine Anwendung seiner Theorie auf die Untersuchung von Dialogen skizziert.¹⁵

Dass für den Vollzug perlokutionärer Akte auch die Hörerinnen mehr berücksichtigt werden müssen, indem z.B. ihr Wissen und ihre Haltung zur Situation von der Sprecherin antizipiert werden, ist in allen drei Untersuchungen zum Ausdruck gekommen. Davis setzt bei der Hörerin linguistische Kompetenz voraus (vgl. Davis 1980, 41), Motsch geht weiter und weist auch ihrem Wissen, ihrer Sicht der Situation und ihren Einstellungen eine Rolle zu (vgl. Motsch 1980, 158-159). Bei Motsch und bei Eyer (bei drei der vier Typen perlokutionärer Akte) steht es im Ermessen der Hörerin, ob sie den perlokutionären Effekt manifestiert oder nicht (vgl. Eyer 1987, 54), während bei Davis das Verstehen der Äußerung der Sprecherin ausreicht, damit sich der intendierte Effekt bei der Hörerin einstellt (vgl. Davis 1980, 53).

Aus den dargelegten Beobachtungen lässt sich erschließen, was die Sprechakttheorie für eine Untersuchung persuasiver Sprechhandlungen leisten kann, wo ihre Grenzen liegen und wie diese überschritten werden können. In den folgenden Abschnitten werden diese Grenzen abgesteckt.

¹⁵ Eyer skizziert am Ende seiner Untersuchung eine Anwendung der perlokutionären Akte auf die Struktur persuasiver Dialoge. Damit nähert er sich einer Dialoganalyse an (vgl. Eyer 1987, 121).

3. GRENZEN DER SPRECHAKTTHEORIE FÜR EINE UNTERSUCHUNG VON PERSUASION

Dass man andere Menschen durch Worte von etwas überzeugen oder zu etwas überreden kann, bedeutet, dass man mit Sprache Handlungen vollziehen kann. Die Sprechakttheorie hat diesen Aspekt der Kommunikation systematisch erfasst und beschrieben, was sie für eine Untersuchung von Persuasion im Bereich der linguistischen Pragmatik als erste Anlaufstelle prädestiniert. Zusätzlich ist die Ausrichtung der Theorie an dem mündlichen, dialogischen Sprachgebrauch (vgl. Ernst 2002, 113-114) für die vorliegende Untersuchung, in der es um Persuasion in interpersonaler face-to-face Kommunikation geht, von Vorteil.

Dennoch ist die Sprechakttheorie „nicht in der Lage, ein wirkliches Gespräch zu beschreiben“ (vgl. ebd, 114). Searle räumt dies selbst ein: „In real life, speech characteristically consists of longer sequences of speech acts, either on the part of one speaker, in a continuous discourse; or, more interestingly, of sequences of exchange speech acts in a conversation, where S becomes H; and H, S“ (Searle 1992, 7). Die Sprechakttheorie ist aufgrund ihrer Beschränkung auf einzelne Sprechakte ungeeignet für die Analyse von Gesprächen (vgl. Ernst 2002, 114) oder Texten (vgl. Marcu 2000, 1723-1724). Eine solche ist aber gefordert, wenn persuasive Kommunikation untersucht werden soll. Auch Nuri Ortak stellt fest:

Die traditionelle Sprechakttheorie Austins und v.a. Searles kann nur eingeschränkt und mittelbar zur Klärung der Frage beitragen, was es mit der Persuasion auf sich hat. In ihrer sprachlichen Handlungscharakteristik wird sie mit den Möglichkeiten der Einzelsprechakt-Theorie nicht angemessen erfaßt. Ein singulärer Sprechakttyp Persuasion existiert nicht (Ortak 2004, 72).

Laut Henne und Rehbock stellen nicht Sprechakte die Grundeinheit sprachlicher Kommunikation dar, sondern „Anrede und Erwidern“ (Henne&Rehbock 2001, 12). Sie schreiben: „Die Grundeinheit sprachlicher Kommunikation ist das Gespräch [...] ‘Sprechakt’ hingegen ist eine Analysekategorie innerhalb einer gesprächstheoretisch fundierten pragmatischen Sprachwissenschaft“ (ebd, 12).

Eine zweite große Schwierigkeit ergibt sich durch die Fokussierung auf die Sprecherin. Der Hörerin kommt in der Sprechakttheorie eine passive bzw. sekundäre Rolle zu (vgl. Ernst 2002, 113). Das kann für persuasive Kommunikation nicht gelten, da diese in ihrer Dialogizität prinzipiell interaktiv ist (vgl. Ortak 2004, 260). Henne und Rehbock werfen der Sprechakttheorie in dieser Hinsicht eine Verkürzung

3. Grenzen der Sprechakttheorie für eine Untersuchung von Persuasion

der sprachlichen Wirklichkeit vor, „insofern, als fortwährend nur der Perspektive des Sprechers Rechnung getragen wird und der Hörer nur als Reagierender (und nicht als aktiver Zuhörer) in den Blick kommt“ (Henne&Rehbock 2001, 11). Sie schlagen eine Hörverstehensakttheorie vor, um diesen Defekt zu beheben (vgl. ebd, 11).

Daniel Marcu zählt die Vernachlässigung der Hörerin zu den Irrtümern („fallacies“) der Sprechakttheorie und verweist dabei auf empirische Studien zum Konzept der „Demassification“ als „a recognition of the importance of the hearer’s features in persuasion“ (Marcu 2000, 1726). Demnach unterscheidet sich der Erfolg einer persuasiven Botschaft maßgeblich je nachdem, an welche Hörerin sie adressiert ist (vgl. auch Henn-Memmesheimer 2006, 10). Auch die Vernachlässigung der systematischen Aspekte der Äußerungsform ist in diesem Zusammenhang kritisiert worden (vgl. Hindelang 1994, 95 und Marcu 2000, 1728-1730).

Das dritte Problem der Sprechakttheorie als Instrument einer Analyse von Persuasion ist darin zu sehen, dass diejenigen Akte, denen sie zugeordnet werden muss, nämlich die Perlokutionen, weder von Austin noch von Searle ausreichend Aufmerksamkeit erhalten haben, da sie „in erster Linie die Ausgrenzung der illokutiven Akte“ ermöglichen sollten (vgl. Eyer 1987, 5). Van Eemeren und Grootendorst nennen Austins Kategorie des perlokutionären Effekts sogar „a waste basket to cover the most disparate and dissimilar consequences of language“ (van Eemeren&Grootendorst 1984, 26), und Marcu bezeichnet Perlokutionen als „the achilles’ heel of speech act theory“ (Marcu 2000).

Die Sprechakttheorie kann infolge dieser Schwierigkeiten nur als Ausgangspunkt einer Untersuchung persuasiver Kommunikation dienen und muss in Bezug auf die genannten Kritikpunkte entsprechend erweitert oder durch andere Theorien ergänzt werden.

3.1 GRENZEN DER PERLOKUTIONSKONZEPTE FÜR EINE UNTERSUCHUNG VON PERSUASION

Da sich das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Arbeit hauptsächlich auf Perlokutionen bezieht, muss insbesondere geprüft werden, ob bestehende, zumeist bereits um zentrale Aspekte erweiterte, Konzeptionen von Perlokutionen die Grenzen der Sprechakttheorie überwinden können und somit für eine Untersuchung der Persuasion brauchbar sind.

Eine markante Kritik an Perlokutionen hat Marcu formuliert (Marcu 2000). Seiner Untersuchung zufolge gibt es “inconsistencies between empirical data and the assumptions that perlocution theories have been built upon” (ebd, 1737), die durch eine Einbeziehung empirischer Daten in die Theorie ge-

3. Grenzen der Sprechakttheorie für eine Untersuchung von Persuasion

löst werden müssen. Er beruft sich dabei auf kommunikationswissenschaftliche, psychologische und soziologische Studien (vgl. ebd, 1720). Das größte Problem der Perlokutionstheorien liegt seines Erachtens in der Formulierung von Bedingungen, wie sie bei Davis und Mutsch stattgefunden hat, und die auf Searles Gelingensbedingungen für Illokutionen zurückgehen (die sich wiederum auf Grice beziehen). Marcu schreibt:

[...] their two-faceted classifications, which are reminiscent of the Searlean mapping between locutionary and illocutionary acts and which propose sets of necessary and sufficient conditions that make the performance of a perlocutionary act successful, cannot capture the continuum that characterizes the likelihood of a message to be persuasive [...] (ebd, 1731).

Die Formulierung von Gelingensbedingungen verhindert laut Marcu, die Grade an Persuasivität zu erkennen, die in empirischen Studien nachgewiesen wurden. Da die Sprechakttheorie die Wirkungen von Sprechakten nicht ausdifferenziert und keinen Zusammenhang zur sprachlichen Ausgestaltung der Äußerung herstellt, muss sie außerdem davon ausgehen, dass allein der illokutionäre Gehalt eines Sprechakts die Bedingung für das Eintreten einer Wirkung darstellt (vgl. ebd, 1730). Tatsächlich geht es in der Sprechakttheorie hauptsächlich um die Illokution und um die Intention der Sprecherin, sodass sie keine Antwort darauf gibt, weshalb derselbe Sprechakt zu unterschiedlichen Wirkungen führen kann (vgl. ebd, 1738). Es bedürfte also einer adäquateren Beschreibung von Perlokutionen unter Verzicht auf Gelingensbedingungen und unter Hinzunahme stilistischer Analysen als Erklärungsansatz für verschiedene Persuasionsgrade.

Als weitere Grenze der Perlokutionstheorien ist die Vernachlässigung von Situation, Kontext und Hörerin zu nennen, die eine allgemeine Lücke in der Sprechakttheorie darstellt (s.o.) und auch in den Perlokutionskonzepten nicht überwunden wurde. In Bezug auf Perlokutionen ist diese Vernachlässigung ein besonders evidenter Mangel der Theorie, da diese Aspekte gerade dann, wenn es darum geht, Wirkungen zu erzielen, an Bedeutung gewinnen. Henn-Memmesheimer stellt die Überlegung an, dass Perlokutionen mehr als Effekte sein könnten, nämlich „semiotisch relevante, bedeutungskonstituierende Beiträge zur Konversation“ (Henn-Memmesheimer 2006, 8). Dies hängt mit der ebenfalls bereits erwähnten Beschränkung der Sprechakttheorie auf einzelne Äußerungsakte zusammen, denn bei der Analyse einer Konversation kann man begrifflich nicht von Sprecherin und Hörerin ausgehen, sondern muss aktive Interaktionspartnerinnen annehmen, die durch mehrere Gesprächsbeiträge miteinander kommunizieren. Die Frage stellt sich hier also, ob die Konzeption perlokutionärer Effekte überhaupt haltbar ist, wenn man die Analyse von einzelnen Sprechakten überschreitet.

4. FÜR EINE UNTERSUCHUNG VON PERSUASION NÜTZLICHE ERWEITERUNGEN DER SPRECHAKTTHEORIE

Durch die bisherigen Ausführungen wurde gezeigt, dass man im Rahmen einer Untersuchung von persuasiver Kommunikation bei der Sprechakttheorie an mehrere Grenzen stößt. Im Folgenden sollen Weiterentwicklungen der Sprechakttheorie daraufhin untersucht werden, ob sie die oben definierten Grenzen der Theorie zu überschreiten vermögen. Dazu gehört vordergründig die Frage, ob die Sprechakttheorie Aussagen über Gespräche machen kann.

Searle zufolge ist eine Analyse von Gesprächen analog zur Analyse von Sprechakten nicht möglich, da Gespräche keinen klaren Zweck verfolgen: [...] *there is no general purpose of conversations*“ (vgl. Searle 1992, 14), mit anderen Worten: Gespräche haben keine illokutionäre Rolle. Allerdings gesteht Searle zu, dass es in Gesprächen zu „*internally related speech acts*“ (ebd, 10) kommen kann, zu Sprechakten also, die auf einander Bezug nehmen. Jeder Sprechakt eröffnet verschiedene Möglichkeiten der Reaktion auf diesen Sprechakt: „*Just as a move in a game creates a space of possible and appropriate countermoves, so in a conversation, each speech act creates a space of possible and appropriate response speech acts*“ (ebd, 8). Searle bezieht sich auf Fragen, spezifische Aufforderungen zur Ausführung eines Sprechakts und Sprechakte wie Wetten, Einladen und Anbieten, die alle eine bestimmte Antwort von der Hörerin herausfordern oder sogar voraussetzen (vgl. ebd, 8-10). Für eine kleine Klasse von Sprechakten erwägt Searle dabei durchaus die Möglichkeit, die Sprechakttheorie zu erweitern und Sprechaktsequenzen zu analysieren: „*If we consider cases such as offers, bets and invitations, it looks as if we are at last getting a class of speech acts where we can extend the analysis beyond a single speech act, where we can discuss sequences*“ (ebd, 10).

Sprechakte als Sequenzen zu untersuchen und in dieser Form in höhere Einheiten der Dialoganalyse einzubinden, liegt der Vorgangsweise der „beiden wichtigsten Nachfolgedisziplinen der Sprechakttheorie“ (Ernst 2002, 115) zugrunde (vgl. Hindelang 1994, 97). Diese sind die sprechakttheoretische Dialoganalyse und die Dialoggrammatik.¹⁶

In den folgenden Abschnitten 4.1 und 4.2 werden beide Weiterentwicklungen der Sprechakttheorie in Hinblick auf ihre Eignung für eine Analyse von Persuasion untersucht, die dann in Abschnitt 4.3 um die Diskussion von zwei unterschiedlichen Überarbeitungen des Konzepts der Perlokutionen ergänzt wird.

¹⁶ Eine neue Methode der auf der Sprechakttheorie basierenden Dialoganalyse hat Sven Staffeldt erarbeitet, nachzulesen in: Staffeldt, Sven: „Sprechakttheoretisch analysieren“, in: Staffeldt, S. und Hagemann, J. [Hg]: *Pragmatiktheorien. Analysen im Vergleich*. Tübingen: Stauffenberg, 2014, 105-148.

4.1 SPRECHAKTTHEORETISCHE DIALOGANALYSE

Die sprechakttheoretische Dialoganalyse geht induktiv und verlaufsorientiert vor und versucht, „reale Dialoge als Folge von Sprechakten aufzufassen“ (Hindelang 1994, 115). Ausgangspunkt bildet die „deutende[n] Analyse von Transkripten“ (ebd, 96). In dieser Tradition stehen Götz Hindelang (Hindelang 2014), Helmut Henne und Helmut Rehbein (Henne&Rehbein 2001) sowie Dieter Wunderlich (Wunderlich 1976; 1980). Sie widmen sich der Aufgabe, „den kommunikativen Sinn der je gegebenen Äußerungen im Dialogtext“ (Franke 1997, 354) zu bestimmen und folglich entweder die illokutionäre Rolle oder den illokutionären Akt von Äußerungen festzulegen (vgl. ebd, 354).

Ausgangspunkt ist dabei die Transkription eines authentischen Gesprächs. Es wird für jede Äußerung versucht, die illokutionäre Rolle oder den illokutionären Akt zu bestimmen, sodann werden diese Sprechakte zu höheren Einheiten – Sequenzen, Phasen, Sequenzmustern, Dialogtyp – zusammengefasst. Dann kann entweder die sich daraus ergebende Grundstruktur darauf geprüft werden, ob sie für den jeweiligen Dialogtyp verallgemeinerbar ist, oder man kann eine für diesen Dialogtyp konstruierte Grundstruktur für den Vergleich mit dem tatsächlichen Gespräch nutzen (vgl. Hindelang 1994, 100-104). Auf diese Weise wird es möglich, „Äußerungen, die konstitutiv sind für eine bestimmte Kommunikationsform, von solchen Gesprächsbeiträgen zu trennen, die eher beiläufig gemacht wurden“ (Hindelang 1994, 104).

Die Methode, den kommunikativen Sinn von Äußerungen induktiv zu bestimmen, stellt zugleich die Schwierigkeit dieses Ansatzes dar. Darauf weist Hindelang hin: „Sprachliche Mittel können zum Vollzug ganz unterschiedlicher sprachlicher Handlungen gebraucht werden, und die Zuschreibung von Sprecherintentionen ist in jedem Fall mit allen Problemen des Fremdverstehens behaftet“ (Hindelang 1994, 101-102).¹⁷ Nur anhand der Transkripte können solche Zuschreibungen nicht nachgewiesen werden (vgl. ebd, 102). Außerdem, so Hindelang, bedürfe es einer „pragmatischen Metasprache“, damit „jeder in der Beschreibung verwendete Ausdruck für eine sprachliche Handlung durch eine vollständige Charakterisierung des betreffenden Sprechhandlungsmusters abgesichert ist“ (ebd, 103). Eine solche Sprache ist jedoch bis dato nicht erarbeitet worden, weshalb „[s]prechhandlungstheoretische Verlaufsanalysen von Transkripten [...] über den Status von unverbindlichen Paraphrasen nicht hinaus[kommen]“

¹⁷ Zur Zuschreibung von Intention und folglich von Handlung hat sich Eyer infolge seiner Handlungstheorie in actu geäußert. Er bezieht eine Beobachterperspektive in seine Untersuchung zu Perlokutionen notwendig mit ein (vgl. Eyer 1987, 45-46).

(ebd, 105). Diese Schwierigkeiten werden durch den deduktiven Zugang der Dialoggrammatik umgangen.

4.2 DIALOGGRAMMATIK

Die Dialoggrammatik arbeitet deduktiv-philosophisch und musterorientiert (vgl. Hindelang 1994, 96). Als Begründer dieser Richtung lässt sich Franz Hundsnerscher¹⁸ nennen, der sich dazu an der Konversationsanalyse ausrichtete (vgl. Franke 1997, 355-356). Gegenstand dieser Disziplin ist die „Klärung der Abfolgebeziehung zwischen sprachlichen Handlungen“ durch Bezug auf Regeln (vgl. Hindelang 1994, 97). Es geht um die Spezifizierung von Sequenz- und Dialogmustern, um dadurch Dialogkompetenz zu erfassen (vgl. ebd, 97). Diese Dialogmuster bilden die Grundlage für die Analyse. Wilhelm Franke erklärt:

Eine sprechakttheoretisch fundierte, kompetenzorientierte Dialoganalyse geht davon aus, daß die Analyse und Beschreibung faktischer, dialogisch strukturierter Kommunikationsereignisse einzig auf dem Hintergrund systematisch rekonstruierter Dialogmuster oder -typen erfolgen kann. Parallel zu der in der Sprechakttheorie etablierten Unterscheidung zwischen Sprechakttypen (types) und konkreten Sprechakten (tokens), wird somit postuliert, daß authentische Dialoge als Realisationsformen von Dialogtypen aufzufassen sind (Franke 1997, 356).

Dialogtypen werden in Entsprechung zu Sprechakttypen durch ihren Zweck bestimmt. Dialoggrammatiker gehen also davon aus, dass Gespräche Zwecke verfolgen (vgl. dazu Searle 1992, s.o.) (vgl. Franke 1997, 357). Aus den Zwecksetzungen wird die Struktur der Dialogtypen deduziert (vgl. ebd, 357), die zur theoretischen Erfassung von Dialogen dienen:

Den zentralen Gegenstand einer Dialoggrammatik bilden also Dialogtypen, die als innerhalb der kommunikativen Kompetenz mit Sprechakttypen interagierende Einheiten aufgefaßt werden. Ziel ist es, durch die Klassifizierung und Beschreibung von Dialogtypen die Bedingungen der Möglichkeit für eine theoretisch gesicherte Auseinandersetzung mit den Strukturen und Verlaufsformen empirischer Dialoge zu schaffen (Franke 1997, 356).

Die Methode lässt sich also wie folgt zusammenfassen: Ausgangspunkt ist die Zweckbestimmung des Dialogs, was entweder am Dialog als Ganzem (bei konstitutionellen Dialogformen wie Prüfungsgesprä-

¹⁸ Der programmatische Beitrag Hundsnerschers war: Hundsnerscher, Franz: Konversationsanalyse vs. Dialoggrammatik“, in: Rupp, H. und Roloff, H.G. [Hg]: *Akten des 6. Internationalen Germanisten-Kongresses, Basel 1980*. Bd. 2. Bern, Frankfurt am Main, Las Vegas 1980, S. 89-95.

4. Für eine Untersuchung von Persuasion nützliche Erweiterungen der Sprechakttheorie

chen o.ä.) oder am initialen Sprechakt festgemacht werden kann. In Abhängigkeit vom initiativen Sprechakt werden dann Handlungsalternativen definiert, die das Sequenzmuster ergeben. Nun kann das Dialogmuster entweder vom Sequenzmuster abgeleitet werden – nur wenn das Gesamtziel mit dem Ziel des initialen Sprechakts übereinstimmt –, oder man muss vom Gesamtziel ausgehend Teilziele formulieren, denen jeweils wieder Sequenzmuster entsprechen. Unterscheidet sich das Gesamtziel des Dialogs vom Ziel des initialen Sprechakts, muss also der Dialog in mehrere Subdialoge (Phasen) aufgeteilt werden, die zusammen den komplexen Dialog ergeben (vgl. Hindelang 1994, 105-110). Das Problem bei dieser Methode ist darin zu sehen, dass zusätzliche Faktoren des Gesprächs, die sich nicht den primären Zielen zuordnen lassen (Hindelang nennt z.B. redeorganisierende Sprechakte oder meta-kommunikative Einschübe), nicht erfasst werden können (vgl. ebd, 110), bzw. dass nicht mehr zwischen konstitutiven und beiläufigen Äußerungen unterschieden werden kann.

Nach dieser Darstellung lässt sich der Unterschied zwischen den beiden Nachfolgedisziplinen der Sprechakttheorie wie folgt auf den Punkt bringen: Im Vordergrund der Dialoggrammatik stehen die Struktur und die Kompetenz, die der Form und der Performanz von Gesprächen zugrunde liegen, während die sprechakttheoretische Dialoganalyse von der Form und der Performanz ausgeht.

EXKURS: DIE KOMPETENZ IN DER PERFORMANZ

In einem neuen Ansatz, der den Fokus auf den Dialog und nicht auf die Grammatik legt, hat Edda Weigand, ursprünglich in ihrer Arbeit „maßgeblich“ von Hundsnurscher beeinflusst (vgl. Franke 1997, 356), allerdings gezeigt, dass beide Aspekte auch mit einander verbunden werden können. Sie spricht von „Kompetenz-in-der-Performanz“ (Weigand 2003, 3). Weigands Ansatz stellt eine vielversprechende Verbindung dieser beiden Ebenen dar, wobei sie die Sprechakttheorie allerdings zurückweist bzw. korrigiert (vgl. Franke 1997, 353). Als Grundeinheit der sprachlichen Kommunikation setzt sie anstelle des Sprechakts den Dialog:

Minimale kommunikativ autonome Funktionseinheit ist nicht der Sprechakt, sondern das dialogische Handlungsspiel, das auf der Grundeinheit von Aktion und Reaktion bzw. auf der Zweiersequenz aus illokutivem und perlokutivem Sprechakt von Sprecher und Kommunikationspartner beruht“ (Weigand 2003, 288).

Die Verbindung der Aktion mit der Reaktion spezifiziert Weigand als Wahrscheinlichkeitsbeziehung: „Sprache als Dialog beruht auf der Interdependenz zwischen initiativem und reaktivem Sprechakt, die als Wahrscheinlichkeitsprinzip zu verstehen ist“ (ebd, 6). Den Unterschied zur Zweiersequenz von Sprechakten, von der die Dialoggrammatik ausgeht, erklärt sie wie folgt:

Zwar erkennt Hundsnurscher (z.B. 1980: 92 u. 1981: 346), dass der minimale kommunikative Rahmen die Zweiersequenz ist, betrachtet aber nach wie vor den Sprechakt als autonome Einheit. [...] Nicht immer muss die hörerseitige Funktion durch einen Sprechakt realisiert sein; [...] Das Gleiche gilt auch für die initiative Handlung, die z.B. allein durch eine Geste realisiert sein kann. Die Zweiersequenz als Sequenz zweier Sprechakte ist in diesen Fällen nur potentiell angelegt. Die kommunikative Grundeinheit bleibt in allen Fällen die Zuordnung von Aktion und Reaktion (ebd, 9-10).

Unter dieser Prämisse ergibt sich in Folge auch eine Aufwertung der Perlokution als eigenständige sprachliche Handlung, insofern Weigand die Illokution als initiativen und die Perlokution als reaktiven Sprechakt begreift (vgl. ebd, 11). Illokution und Perlokution ergeben eine funktionale Einheit in der Sprache: die Grundeinheit des Dialogs (vgl. ebd, 14). Weigand schreibt: „Damit ist die Perlokution nicht mehr ein angehängter nichtkonventioneller Aspekt des illokutiven Sprechakts, sondern konventionelle Funktion eines eigenen Sprechakts“ (ebd, 11).¹⁹

Diese Konzeption von Perlokution stellt allerdings eine „feindliche Übernahme“ (Staffeldt 2007, 29, Fußnote) dar und ist in Bezug auf die Sprechakttheorie „inadäquat“ (ebd, 114, Fußnote), da sie den Wirkungsaspekt und die Reaktion der Hörerin als Einheit fasst und somit das Eintreten eines perlokutionären Effekts zugunsten eines reaktiven Sprechaktes ausschließt. Die „Eigenmächtigkeit“ der Weigandschen Begriffsverwendung ist schon bei der Präsentation ihrer Thesen, 1984, von Günther Öhlschläger kritisiert worden (vgl. ebd, 29, Fußnote). Ihre Darstellung von Perlokutionen als eigene Sprechakte ist nicht auf die Sprechakttheorie übertragbar, sondern stellt vielmehr eine Absage an die Sprechakttheorie dar (vgl. dazu Franke 1997, 353). Ihre Überlegungen zeigen jedoch, dass die Zuweisung einer aktiven Rolle an die Hörerin zur Folge hat, dass die Wirkung einer Äußerung nicht mehr einseitig als Effekt dieser Äußerung konzipiert werden kann, da er von der Hörerin in der Interaktion hergestellt wird.

¹⁹ Zu ähnlichen Überlegungen gelangt Beate Henn-Memmesheimer, wenn sie Perlokutionen probeweise „semiotisch relevante, bedeutungskonstituierende Beiträge zur Konversation“ nennt (Henn-Memmesheimer 2006, 8).

4. Für eine Untersuchung von Persuasion nützliche Erweiterungen der Sprechakttheorie

Weigand überschreitet den dialoggrammatischen Ansatz auch insofern, als sie über das System der Regelkonventionen hinausgeht und ihre Theorie auf Wahrscheinlichkeitsprinzipien aufbaut. Sie schreibt:

Menschen nähern sich einander und verhandeln im Handlungsspiel ihre Positionen auf der Basis von Prinzipien, die sich auf Wahrscheinlichkeiten gründen und den Zufall, individuelles Verhalten und die konkrete Situation einschließen. Eine Äußerung ist nicht fest qua Regel einer Funktion zugeordnet (Weigand 2003, 4).

Mit dieser Auffassung und der daraus resultierenden Konzeption von Sprache wird sie der von Marcu formulierten Kritik (Marcu 2000) gerecht, der die Formulierung von Gelingensbedingungen und Regeln für Sprechakte als irreführend bezeichnet hat. Weigand wendet sich auch von der Vorstellung ab, dass Äußerungen eindeutig Funktionen zugeordnet werden können:

Es gibt keinen Kode, der Funktionen und Äußerungen verbindet. Die Zuordnung geschieht letztlich durch den handelnden Menschen, der verschiedene Fähigkeiten – nicht nur sprachliche, sondern auch kognitive und perzeptive – auf der Basis von Wahrscheinlichkeitsprinzipien als kommunikative Mittel einsetzt und so Meinen und Verstehen interaktiv aushandelt (Weigand 2003, 289).

Die Aushandlung des Sinns und der Bedeutung von Äußerungen, wie sie in diesem Zitat beschrieben wird, bringt Weigands Konzept der „Kompetenz-in-der-Performanz“ zum Ausdruck. Der Fokus auf die Performanz ist gerade in Hinblick auf die Untersuchung von Gesprächen wichtig und steht mit Eyers Handlungstheorie in actu (Eyer 1987, 16-19) in einer Linie. Die folgenden Ausführungen über die Weiterführungen des Perlokutionskonzepts werden zeigen, dass die Richtung, welche Weigand mit ihrer Theorie der „Kompetenz-in-der-Performanz“, die den Fokus auf den Dialog legt, sich auf Wahrscheinlichkeitsprinzipien beruft und die Hörerin als Antwortende konzipiert, vorgibt, generell als wegweisend angesehen werden kann.

4.3 ÜBERARBEITUNGEN DES PERLOKUTIONSKONZEPTS

Als Ergänzung zu den Weiterentwicklungen der Sprechakttheorie soll an dieser Stelle auch auf Überarbeitungen eingegangen werden, die sich spezifisch auf Perlokutionen beziehen, und folglich auf die weiter oben formulierten Grenzen der Perlokutionskonzepte geantwortet werden.

Ein Kritikpunkt an der Konzeption von Perlokutionen bezog sich auf die Formulierung von Gelingensbedingungen: Eine Perlokution tritt entweder ein oder nicht. Marcu zufolge gibt es aber mehrere *Stufen* der Persuasion, deren Erreichen von verschiedenen Faktoren abhängt. Dazu gehören die Sprecherin, die Hörerin, die Nachricht, der Kommunikationskanal und das Ziel der Nachricht (vgl. Marcu 2000, 1722). Eine Nachricht – Marcu bezieht sich auf schriftliche Texte und spricht deshalb nicht von Äußerungen – kann, so stellt Marcu mit Bezug auf empirische Studien fest, verschiedene Grade an Persuasivität aufweisen, z.B. kann die Wahl bestimmter sprachlicher Mittel die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass die Persuasion erfolgreich ausfällt (vgl. ebd, 1730). An die Stelle einer einfachen ja/nein Kategorisierung treten bei Marcu also Wahrscheinlichkeitsrechnungen. Er formalisiert diese durch den Situationskalkül (vgl. ebd, 1731-1736). Durch die Einbeziehung lexikalischer und rhetorisch-stilistischer Faktoren bietet er eine Erklärung für die „difference in persuasiveness between messages that are characterized by the same set of locutionary and illocutionary acts; and the difference in persuasiveness of the same message with respect to different hearers“ (ebd, 1738) – ein empirisches Faktum, das die Sprechakttheorie nicht erfassen könne, wenn sie von einer Verbindung von illokutionären Akten und perlokutionären Effekten ausgehe (vgl. ebd, 1723).

Eine entgegengesetzte Richtung schlägt Sven Staffeldt ein (Staffeldt 2007). Sein Anliegen ist es, die Konzeption der Perlokutionen aus der Bannzone des Außersprachlichen wieder in die Linguistik zu integrieren (vgl. 2010, 287), und er versucht dies gerade durch die Anbindung der Perlokutionen an ihnen entsprechende Illokutionen, die in vielen Arbeiten über Perlokutionen bereits impliziert wurde (vgl. Staffeldt 2007, 96).²⁰ In diesem Zusammenhang spricht er von „I-P-Gelenk“, womit er die Erfüllungsbedingungen sowohl für Illokution als auch für Perlokution bezeichnet, die miteinander übereinstimmen (vgl. ebd, 115). Der „theoriebautechnische Vorschlag“ Staffeldts ist „nicht empirisch orientiert“ (ebd, 96), wird aber in Folge empirisch geprüft (vgl. ebd, 123). Die so ermittelten relevanten Perlokutionsklassen sind demzufolge epistemische, motivationale und emotionale Perlokutionen, die jeweils assertiven, direktiven und kommissiven Sprechakten zuzuordnen sind (vgl. ebd, 117-118 und 133). Durch die 1:1 Zuordnung von Illokution und Perlokution ergibt sich ein Schema, in dem z.B. ein direktiver Sprechakt eine motivationale Perlokution verursacht, die sich in der Manifestation einer Absicht (perlokutionärer Effekt) bei der Hörerin auswirkt (vgl. ebd, 120). Typische lexikalische Beispiele

²⁰ Darin stimmt Staffeldt mit Weigand überein: „Die Taxonomie der Perlokution hängt von der Taxonomie der Illokution ab; denn die spezifischen Perlokutionen sind aus den verschiedenen Illokutionstypen abzuleiten“ (Weigand 2003, 39-40).

4. Für eine Untersuchung von Persuasion nützliche Erweiterungen der Sprechakttheorie

für die drei Perlokutionsklassen sind die drei perlokutionären Kräfte anzeigenden Mittel (Perkams) ÜBERZEUGEN, ÜBERREDEN und ÜBERRASCHEN (vgl. ebd.).²¹

Es ist wichtig, festzuhalten, dass Staffeldt nicht einzelne Äußerungen den Illokutionsklassen zuordnet, sondern immer ganze Perlokutionsklassen. Somit sagt er nichts über die jeweils spezifische Äußerung oder den jeweiligen spezifischen Effekt aus, sondern bezeichnet nur die *Art* der Äußerung und die *Art* des Effekts, der auf eine bestimmte Art von Illokution eintreten kann, nämlich epistemisch, motivational oder emotional (vgl. ebd, 151-153). Der Effekt ist dabei von der Intention der Sprecherin zu lösen, insofern sie ihn weder bedingen noch beeinflussen kann:

Ob die intendierten perlokutionären Effekte eintreten oder nicht, hängt ganz wesentlich von H ab. Damit in Zusammenhang steht die Auskunfts Gewalt von H über etwaig bei H ausgelöste Effekte. [...] Zur Bestimmung von perlokutionären Effekten muss nicht auf die Intentionen von S zurückgegriffen werden. Insbesondere nicht auf perlokutionäre Ziele und Versuche. Ausgelöste Effekte können, müssen aber nicht S-intendiert sein (ebd, 153).

Staffeldt leistet im Zuge seiner Standardisierung der Perlokutionen also auch eine Unterscheidung der Termini „perlokutionärer Akt“ und „perlokutionärer Effekt“, und zählt das Eintreten des Effekts nicht zu den aktkonstituierenden Bedingungen: „Gelingen ist ein perlokutionärer Akt, wenn der perlokutionäre Versuch defektfrei ist. Erfolgreich ist ein perlokutionärer Akt, wenn der Effekt infolge des Aktes eintritt“ (ebd, 152). Alles, was eine Sprecherin unternehmen kann, ist folglich ein perlokutionärer Versuch (vgl. ebd, 153).

Obwohl Staffeldt, im Widerspruch zu Marcu, den Zusammenhang zwischen Illokution und Perlokution betont und dabei sogar eine Art kausale Verbindung behauptet („Perlokutionen sind die konventional-kausalen Entsprechungen zu den kommunikativen Illokutionen“ (Staffeldt 2014, 91) ²²), gelangt auch er

²¹ Die prägnante Gegenüberstellung dieser drei Perkams findet sich in der Zusammenfassung Staffeldts zu seiner Dissertation:

http://www.sven-staffeldt.de/mediapool/6/60834/data/Zusammenfassungen/Staffeldt_2007_Diss.pdf (letzter Zugriff 13.04.2015).

²² Mit dem Terminus konventional-kausal bezieht sich Staffeldt auf die in den Äußerungen vollzogenen Festlegungen, die unabhängig von der Aufrichtigkeit der Sprecherin und Hörerin gelten, die also nicht realisiert sein müssen. Mit anderen Worten: Ein perlokutionärer Effekt muss nicht zwingend eintreten, sondern die Möglichkeit seines Eintretens ist durch die Äußerung gegeben (Man könnte mit Eyer sagen: das Eintreten des Effekts ist nicht-kontingent). Dahingegen ist dem real-kausalen Verständnis nach das Eintreten des perlokutionären Effekts durch die Äußerung einer Proposition bereits vorgezeichnet (vgl. Staffeldt 2014, 89-90).

zu der Position, dass nur Wahrscheinlichkeitsaussagen bezüglich des perlokutionären Erfolgs möglich sind. Er schreibt:

Das Eintreten perlokutionärer Effekte ist weiterhin nicht an den Vollzug von illokutionären Akten gebunden. Es trifft Austins Diktum zu: Mit jedem illokutionären Akt kann (potentiell) jeder Effekt ausgelöst werden. Das Eintreten einiger Effekte ist zwar wahrscheinlicher als das Eintreten anderer, aber grundsätzlich gibt es keinen Ausschluss (ebd, 168).

Wichtig ist in diesem Zusammenhang die Unterscheidung der wörtlichen Illokution und Perlokution von der Äußerungsillokution und –perlokution. Erstere sind kontextunabhängig und stabil, zweitere ändern ihren Sinn je nach Kontext. Mit dieser Unterscheidung, die auf Searles Analyse der indirekten Sprechakte Bezug nimmt (vgl. ebd, 167), umgeht Staffeldt das Problem, dass Aussagen mit der illokutionären Rolle²³ ASSERTIV scheinbar zu motivationalen Perlokutionen führen können. Dies ist nur durch eine sekundäre illokutionäre Rolle DIREKTIV zu erklären (vgl. ebd, 166-167).

Staffeldt verortet die „perlokutionären Kräfte“ in der Lokution: „Der perlokutionäre Akt dagegen ist das Äußern einer Proposition (p) mit einer perlokutionären Kraft“ (ebd, 92). Er erklärt: „Eine Äußerung hat(te) eine perlokutionäre Kraft, wenn sie als Ursache für das Eintreten perlokutionärer Effekte angesehen wird oder werden kann (real-kausales Verständnis). Eine perlokutionäre Kraft ist somit das Vermögen einer Äußerung, einen bestimmten H-Effekt auszulösen“ (ebd, 93).

Es lassen sich somit zwei Punkte ausmachen, in denen sich die Positionen Staffeldts und Marcus trotz ihrer unterschiedlichen Ansätze einander annähern: 1. sind sie sich darin einig, dass nur Wahrscheinlichkeitsaussagen über die perlokutionären Effekte getroffen werden können, und 2. verorten sie beide die perlokutionäre Kraft in den Äußerungen selbst: Staffeldt in deren propositionalen Gehalt, Marcus in ihrer stilistischen und lexikalischen Gestaltung.

Staffeldts Analyse und Klassifizierung der Perlokutionen erlaubt ihre systematische Einordnung in die Sprechakttheorie, und stellt insofern einen Fortschritt für die linguistische Pragmatik dar. Sie erlaubt eine klare Zuordnung persuasiver Sprachhandlungen (ÜBERZEUGEN und ÜBERREDEN) in die Klassen der assertiven und direktiven Sprechakte. Die Kritik Marcus, der ihre Berechtigung nicht abzusprechen ist, trifft ihn trotz dieser Zuordnung nur teilweise: Obwohl sich Staffeldt auf Indikatoren für perlokutionäre Kräfte stützt, die von der Seite der Hörerin gegeben werden (vgl. ebd, 93), sieht seine Konzeption zwar keine Erfassung von graduellen Unterschieden der erreichten Effekte vor, doch sie kann durch die

²³ Staffeldt übersetzt „illocutionary force“ entgegen der üblichen Übersetzung mit „illokutionäre Kraft“: Staffeldt 2007, 146-151.

4. Für eine Untersuchung von Persuasion nützliche Erweiterungen der Sprechakttheorie

Unterscheidung von wörtlichem Sinn und Äußerungssinn sowie durch die autonome Rolle der Hörerin erklären, weshalb einzelne Sprechakte als Auslöser verschiedener Effekte fungieren können.

Die Untersuchungen der beiden Autoren haben dazu beigetragen, die Konzeption der Perlokutionen weiterzuentwickeln. Staffeldt und Marcu streichen beide die Bedeutung der Äußerung heraus. Marcu konzentriert sich auf die sprachliche Beschaffenheit von Botschaften, die Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit ihrer persuasiven Wirkung haben (vgl. Marcu 2000, 1730). Staffeldt konzentriert sich auf die illokutionäre Rolle der Äußerungen, die durch ihren propositionalen Gehalt perlokutionäre (und folglich auch persuasive) Kräfte geltend machen (vgl. Staffeldt 2014, 93). Beide betonen auch die Bedeutung der Hörerin. Marcu stellt heraus, dass die Manifestation von Effekten von der Hörerin abhängt (vgl. Marcu 2000, 1726). Staffeldt betont, dass Perlokutionen „hörerseitig konzipiert“ sind, insofern nur die Hörerin Aufschluss über den Erfolg der Perlokution geben kann (vgl. Staffeldt 2014, 93) und das Eintreten der Effekte „wesentlich“ von ihr abhängt (vgl. Staffeldt 2007, 153). Situation und Kontext sind jedoch nur bei Marcu systematisch berücksichtigt.

Grundsätzlich kann man die Verschiedenheit der beiden Positionen so erklären: Staffeldt ist um eine kohärente Theorie bemüht, Marcu hingegen geht es um die Erklärung der komplexen Realität. Der Vorteil Staffeldts Theorie ist die Standardisierung der Perlokutionen, ein Nachteil ist, dass er damit innerhalb der Sprechakttheorie und auch innerhalb ihrer Grenzen bleibt, insbesondere der Konzentration auf einzelne Äußerungen²⁴. Der Vorteil Marcus Theorie ist hingegen genau darin zu sehen, dass er mit seinem Ansatz die Grenzen der Sprechakttheorie durch den Fokus auf eine Hörerorientierte Äußerungsform satzüberschreitender Nachrichten überwindet (vgl. Marcu 2000, 1726), und zwar gerade in Hinblick auf die Persuasion, während als Nachteil zu werten ist, dass er sich nur auf schriftliche Texte bezieht.

Auch in Bezug auf die Perlokutionen besteht also, wie in der Sprechakttheorie allgemein, der Gegensatz von Theorie und Empirie. Mit dem weiter oben skizzierten Ansatz Weigands (Weigand 2003) könnte auch hier eine Zusammenführung beider Perspektiven vollzogen werden, sodass es nach den

²⁴ Staffeldt erweitert die Sprechakttheorie allerdings um den empirischen Abgleich ihrer Klassifikation, vgl. Staffeldt 2007; 2014.

4. Für eine Untersuchung von Persuasion nützliche Erweiterungen der Sprechakttheorie

bisherigen Ausführungen ratsam scheint, ihren Ansatz weiterzuverfolgen. Dies wird insbesondere durch das Persuasionsmodell Nuri Ortaks geschehen, der sich intensiv mit Weigand beschäftigt hat.²⁵

Für die vorliegende Arbeit sind folgende Aspekte der diskutierten Konzeptionen von Interesse und sollen im Zuge der Erarbeitung eines Persuasionsmodells auf ihre diesbezügliche Relevanz untersucht werden:

1. die Möglichkeit einer Zuordnung von Perlokutionen zu Illokutionen,
2. die Rolle der Hörerin bei der dialogischen Herstellung von Sinn und bei der Manifestation von Effekten,
3. die Gradualität des Erfolgs von Persuasion bzw. das Wahrscheinlichkeitsprinzip,
4. die Rolle lexikalischer und stilistischer Mittel für den Erfolg.

²⁵ Darauf weisen nicht nur die zahlreichen Werke Weigands in seinem Literaturverzeichnis hin. Ortak betont die Bedeutung der Dialogizität, der Gradualität der Wirkung und die Beteiligung der Hörerin an der Herstellung von Bedeutung und Wirkung der Äußerungen (vgl. Ortak 2004).

5. BEZUGNAHMEN AUF DIE SPRECHAKTTHEORIE ZUR ERFORSCHUNG VON PERSUASION

Welchen großen Einfluss die Sprechakttheorie auf verschiedene Disziplinen ausgeübt hat, zeigt sich in den zahlreichen Bezugnahmen auf sie. Wie und zu welchem Zweck ihre Erkenntnisse bzw. Thesen in größere Diskurse eingebettet werden können, bzw. wie ihre ursprüngliche Form sinnvoll erweitert werden kann, zeigen die folgenden vier Beispiele. In allen vieren geht es um Persuasion und die Formulierung von Gelingensbedingungen. Durchgehend wird das Verhältnis von Persuasion (als Perlokution) und Argumentation (als Illokution) thematisiert. Auch finden sich Hinweise zu einer Zuordnung von direktiven Sprechakten zu Persuasion, wie von Staffeldt konzeptualisiert. Es werden Punkt 1 und 2 der ermittelten relevanten Aspekte vertieft (s.o.).

5.1 PERSUASIVE SPRECHAKTE AUS SICHT DER RHETORIK

In *ALLGEMEINE RHETORIK* versucht Josef Kopperschmidt eine Theorie der persuasiven Kommunikation aus der Praxis der Rhetorik zu entwickeln (vgl. Kopperschmidt 1976, 23). Dabei bewegt er sich in einem handlungstheoretischen Rahmen und bezieht sich explizit auf die Sprechakttheorie Searles (vgl. ebd, 31). Er verwendet die Termini „persuasive Kommunikation“, „persuasiver Sprechakt“, „persuasive Strategie“ und „persuasive Kompetenz“, um die verschiedenen Aspekte des Phänomens zu beschreiben und theoretisch zu erfassen. Letzter Begriff weist darauf hin, dass Kopperschmidt persuasives Sprechen als lernbar begreift, was durch sein Schlusskapitel, das sich der „Didaktik der Persuasiven Kommunikation“ (ebd, 31) widmet, bestätigt wird.

Den Zusammenhang der persuasiven Kommunikation mit der Rhetorik erklärt Kopperschmidt in Analogie zu Theorie und Praxis: Rhetorik sei als Theorie einer Grammatik zu interpretieren, die persuasive Kommunikation regulativ bestimmt (vgl. ebd, 22). Er führt aus:

[...] die gesuchte Grammatik der Persuasiven Kommunikation müßte das Regelsystem modellhaft rekonstruieren, das unter situativ-konkreten Randbedingungen in Kommunikationsakten Persuasiven Charakters zur Anwendung kommt und deren Gelingen bedingt (ebd, 22).

Kopperschmidt will also ein Modell entwickeln, das die Gelingensbedingungen persuasiver Kommunikation in Form von Regeln beschreibt. Die enge Bindung des persuasiven Sprechens an die Rhetorik, die Kopperschmidt als vernünftiges Reden definiert (vgl. ebd, 21), hat weitreichende Auswirkungen auf

seine Konzeption des persuasiven Sprechakts, insofern der Aspekt des Vernünftigen auf die Öffentlichkeit und eine bestimmte Lebensform verweist. Dies wird nach den folgenden Ausführungen klarer werden.

Rhetorik und Sprechakttheorie sind, so Kopperschmidt, über ihr pragmatisches Interesse miteinander verbunden (vgl. ebd, 75). Die pragmatische Ausrichtung in der Linguistik habe zur Folge, dass nicht mehr „Wohlgeformtheitsbedingungen“ von Sätzen im Zentrum der Untersuchung stehen, sondern „Adäquatheitsbedingungen“ (vgl. ebd, 76). Damit gewinnt die Situation, in der Sprache gebraucht wird, an Bedeutung, denn an ihr misst sich die Angemessenheit von Äußerungen. Kopperschmidt folgert, dass eine Analyse des persuasiven Sprechaktes also an der „ideale[n] Sprechsituation der Persuasion“ (ebd, 76) ansetzen müsse. Entsprechend versucht er durch die Formulierung von insgesamt sieben Regeln, die situativen Bedingungen zu erfassen, die es ermöglichen, dass ein persuasiver Sprechakt gelingt (vgl. ebd, 85).

Eine wichtige Beobachtung Kopperschmidts ist in diesem Zusammenhang, dass es bereits „eingespielte Interaktionsmuster“ gibt, welche den Sprechakten vorausgehen. Am Beispiel von Bitte und Befehl verdeutlicht er, dass „eine Reaktion von S gegenüber H zwar in der folgenden Art möglich sei: ‘Sie haben mir nichts zu befehlen!’; daß aber eine Reaktion wie diese: ‘Sie haben mich um nichts zu bitten!’ keine situativ angemessene und akzeptable Reaktion darstellt“ (ebd, 84). Stimmt der Kommunikationsmodus nicht mit dem Sprechakt überein, so kann er zurückgewiesen werden. Seine Akzeptierbarkeit hängt davon ab, ob er dem geltenden Interaktionsmuster entspricht oder nicht (vgl. ebd, 78). Der Modus der Kommunikation entspricht der Illokution des Sprechaktes bzw. dem Beziehungsaspekt der Kommunikation (vgl. ebd, 79). Dies untermauert die herausragende Bedeutung der Illokution für die Untersuchung von Sprechakten.

Infolge dieser Überlegungen versucht Kopperschmidt herauszufinden, welche illokutionäre Form persuasive Sprechakte haben. Damit geht er ganz im Sinne Searles vor, als dessen Position oben konstruiert wurde, dass Persuasion ein perlokutionärer Akt sei, der durch verschiedene illokutionäre Akte ausgeführt werden könne (vgl. oben, Kap. 2.1.2.), und auch im Sinne Staffeldts, der die Perlokutionen systematisch an die Illokutionen bindet (vgl. oben, Kap. 4.2).

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

Nach einem kurzen Verweis auf die terminologischen Schwierigkeiten bezüglich der Perlokution (vgl. Kopperschmidt 1976, 81),²⁶ nähert er sich der illokutionären Form der Persuasion über die „proleptische Verwendung von ‘überzeugen’“, die „dessen illokutive Funktion“ beschreibe und die Möglichkeit schaffe, „einen resultativen Ausdruck auch intentional zu verwenden“ (ebd, 81). Als performative Explikation des Überzeugens könnte man anstelle der inakzeptablen Form „Ich überzeuge dich, dass...“ entsprechend anführen: „Ich versuche, dich zu überzeugen.“ Da aber auch diese Form keine angemessene Handlungsbeschreibung des persuasiven Sprechaktes darstelle (vgl. ebd, 81), folgert Kopperschmidt, dass nicht die funktionale Intentionalität der Persuasion im Vordergrund der Untersuchung stehen könne, sondern „das sprachliche Handeln [...], mit dem das entsprechende Sprechaktziel, in diesem Fall: der Überzeugungserfolg, zu erreichen ist“ (ebd, 81-82).

Hier wird es besonders interessant. Als sprachliches Handeln der Persuasion identifiziert Kopperschmidt nämlich die Argumentation. Er geht so weit, dass er sogar den persuasiven Sprechakt mit dem argumentativen Sprechakt gleichsetzt, und nur die Begrifflichkeit beibehält:

Trotz des hier eingeführten [...] Begriffs „Argumentation“ sprechen wir in dieser Untersuchung weiter von Persuasiven Sprechakten, um die einmal eingeführte und weit verbreitete Terminologie nicht zu unterlaufen. Die ein Gelingen dieses Sprechaktes ermöglichenden Regeln aber sind nur, wie zu zeigen sein wird, aus seiner argumentativen Grundstruktur ableitbar (ebd, 82).

Als illokutionäre Form des persuasiven Sprechaktes nennt Kopperschmidt analog zu Searles argumentativem Sprechakt: „Ich führe Gründe an, dass...“ (vgl. Searle 1971, 101) (vgl. Kopperschmidt 1976, 82). Aus dieser Gleichsetzung mit der Argumentation erklärt sich Kopperschmidts bereits im Vorfeld gegebene Definition persuasiver Kommunikation als eine „sprachlich vermittelte und *argumentativ* bestimmte Form der Zielrealisation“ (ebd, 69, Hervorhebung HS). Zu der Gleichsetzung von Persuasion mit Argumentation wird noch später einiges anzumerken sein. Nur so viel sei vorweggenommen: dass sie bei näherer Betrachtung nicht haltbar ist und zwangsläufig zu einem verengten Verständnis von Persuasion führt.

Kopperschmidt erstellt ein Regelsystem für den persuasiven Sprechakt, das weiteren Aufschluss über sein Verständnis von Persuasion gibt. Diese Regeln legen fest, unter welchen Voraussetzungen ein

²⁶ Die Schwierigkeiten bei der Festlegung von Persuasion als perlokutionärer Akt oder perlokutionärer Effekt wurden in Kapitel 2.1.2. expliziert. Kopperschmidt verzichtet auf eine Zuordnung und geht nicht weiter auf diese Unterscheidung, die er „problematisch“ nennt, ein (vgl. Kopperschmidt 1976, 81).

Erfolg möglich ist, doch sie können ein Gelingen auch bei Einhaltung aller Regeln nicht garantierten (vgl. ebd, 83). Dies ist m.E. eine richtige und wichtige Aussage, denn dadurch wird auch deutlich, dass das Gelingen und der Erfolg eines persuasiven Sprechaktes nicht allein bei der Sprecherin liegen. Im Folgenden seien die Regeln des persuasiven Sprechaktes wiedergegeben, um an ihnen weitere wichtige Aspekte des Persuasionsverständnisses Kopperschmidts aufzuzeigen. „D“ und „S“ stehen dabei als Abkürzungen aus einem früheren Beispiel jeweils für die Sprecherin und die Hörerin.

Der Persuasive Sprechakt gelingt dann und nur dann, wenn

1. D nicht nur subjektiv willens, sondern auch faktisch in der Lage ist, mit S als gleichberechtigtem Kommunikationspartner zu interagieren,
2. D an einer argumentativ erzielten Verständigung (Konsens) mit S ernsthaft interessiert ist,
3. D gegenüber S die Verpflichtung eingeht, die Entscheidung von S in jedem Fall zu respektieren und nicht durch persuasionsfremde Mittel zu beeinflussen,
4. S fähig ist, sich mit den von D vorgebrachten Argumenten auseinanderzusetzen und sich gegebenenfalls durch sie überzeugen zu lassen,
5. S bereit ist, sich gegebenenfalls von den Argumenten des Kommunikationspartners überzeugen zu lassen,
6. S sich verpflichtet, gemäß seiner Überzeugung zu handeln,
7. die Proposition sich auf Sachverhalte bezieht, deren strittiger Charakter einen Dissens zwischen den Kommunikationspartnern zulässt (ebd, 84-98).

Regel 1 verweist auf die bereits angesprochene notwendige Übereinstimmung des Sprechakts mit dem geltenden Interaktionsmuster. Dieses ist bei der Persuasion als kooperativ-symmetrisch bestimmt (vgl. ebd, 84).²⁷ Regel 2 bezieht sich auf die Aufrichtigkeit der Sprecherin. Sie muss selbst an die Argumente glauben, die sie vorbringt, „da die Aussagekraft von Argumenten im Unterschied zu der von Beweisen in der Unterstellung gründet, daß sie durch die Überzeugung des Sprechenden verbürgt sind“ (ebd, 88). Regel 3 nimmt wiederum auf den symmetrischen Kommunikationsmodus Bezug, der die Reaktion der Hörerin zu einer unanfechtbaren Antwort macht. Die ersten drei Regeln ergänzt Kopperschmidt

²⁷ Vgl. dazu die Ausführungen zur Unterscheidung von Persuasion und Manipulation in Abschnitt 7.2.

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

um die Voraussetzungen, „daß sowohl S die Einhaltung der Regeln 1-3 unterstellen wie daß D diese unterstellten Regeln 1-3 einzuhalten willens und fähig sein muß“ (ebd, 91).

Die folgenden drei Regeln gehen von der Hörerin aus: Regel 4 besagt, dass die Hörerin grundsätzlich in der Lage sein muss, überzeugt zu werden. Kopperschmidt verwendet zur Explikation dieser Regel auch den Begriff der Lernfähigkeit (vgl. ebd, 93). Regel 5 erweitert diese Fähigkeit in Folge um die Bereitschaft, sich überzeugen zu lassen und schließt somit ein Scheitern aufgrund reiner Sturheit aus. Regel 6 stellt sich etwas komplexer dar: Kopperschmidt geht davon aus, dass die Folge der Überzeugung ein damit konformes Handeln sei. Er schreibt:

Schließlich geht auch S gegenüber D im Persuasiven Sprechakt eine Verpflichtung ein, und zwar in dem Sinn, daß er sein zukünftiges Handeln von den Normen leiten läßt, die im Persuasiven Akt als Ergebnis diskursiver Prüfung ermittelt oder bestätigt worden sind, d.h., er läßt sein Handeln von der Überzeugung bestimmt sein, die er aufgrund des Argumentationsprozesses gewonnen hat (ebd, 95).

Dies impliziert, dass Überzeugung und Handeln aufeinander verweisen, sodass man vom einen auf das andere schließen kann. Der Zusammenhang ist hier bestenfalls vereinfacht dargestellt. Kopperschmidt unterlässt tiefergehende Reflexionen und beruft sich einzig auf Ausdrücke wie „Er hätte eigentlich anders handeln müssen“ (ebd, 95), um ein mit der Überzeugung konformes Handeln zu erklären. Am Ende des Kapitels werde ich auf diesen Punkt zurückkommen.

Regel 7 könnte man die interessanteste, weil mit Implikationen überladene Regel, nennen. Sie besagt, dass der Sachverhalt, der im Zentrum der persuasiven Interaktion steht, potentiell „strittig“ sein muss, d.h. es „können in einem Persuasiven Sprechakt nicht Meinungen mit Argumenten gestützt werden, die sich auf Sachverhalte beziehen, die – wie etwa naturwissenschaftliche oder logische Gesetze – gar nicht strittig sein können“ (ebd, 96). Wieder wird hier betont, dass Argumente von den Interaktionspartnerinnen verbürgt werden und nicht im Sinne von wahr und falsch, sondern von stark und schwach unterschieden werden müssen (vgl. ebd, 97).²⁸ Hier liefert Kopperschmidt also implizit eine äußerst brauchbare Unterscheidung der Persuasion von der Belehrung bzw. dem Unterricht. Bei Persuasion geht es nicht um Erkennen der Wahrheit, sondern um Rechtfertigung einer Meinung:

Entsprechend ist es nicht das Ziel der Persuasion, widerstreitende Behauptungen auf die Berechtigung ihres Wahrheitsanspruches hin zu prüfen, son-

²⁸ Vgl. dazu die späteren Ausführungen zur Geltung von Argumenten, Abschnitt 6.3.2.

den bestimmte praktische Handlungsnormen im Spannungsfeld kontroverser Geltungsansprüche argumentativ zu begründen und für ihre Ratifikation durch die überzeugte Zustimmung der Kommunikationspartner zu werben (ebd, 97).

Weitere mit Regel 7 verbundene Aspekte sind die eingangs erwähnte, von Kopperschmidt nicht zuletzt durch die Gleichsetzung mit der Argumentation postulierte, Vernünftigkeit und Verantwortlichkeit des sprachlichen Handelns, sowie die Verbindung der persuasiven Kommunikation mit einer bestimmten Lebensform (s.o.).

Die Verantwortlichkeit des persuasiven Sprechaktes beruht laut Kopperschmidt nicht nur auf der Fähigkeit, „die handlungsleitenden Normen rechtfertigen zu können, sondern diesen Normen aufgrund ihrer konsensfähigen Überzeugungskraft auch intersubjektive Geltung zu verschaffen“ (ebd, 98). In diesem Sinne interpretiert er den persuasiven Sprechakt als „ein Paradigma verantwortlichen Handelns“ (ebd, 98). Die Überzeugungskraft verortet er im propositionalen Gehalt des Sprechakts, in den Argumenten also, oder genauer: in der „*Schlüssigkeit* des argumentativen Begründungsverfahrens“ (ebd, 123).

Dass persuasive Kommunikation öffentlichen Charakter habe und nur in einer bestimmten Lebensform möglich sei, verdeutlicht Kopperschmidt durch zwei Hinweise: Erstens sei das Strittige als ein „gesellschaftliches und politisches Faktum“ zu begreifen, „weil einmal Handlungsalternativen und die ihnen zugrundeliegenden alternativen Zielvorstellungen normativer und damit gesellschaftlich wie historisch vermittelter Natur sind“; zweitens sei zu bedenken, dass die „Möglichkeiten, objektiv strittige Sachverhalte im Dissens bzw. Konflikt zu aktualisieren, nicht unabhängig von entsprechenden gesellschaftlichen und politischen Voraussetzungen gedacht werden können“ (ebd, 108). Diese Voraussetzungen umfassen die „Freiheit zur diskursiven Explikation objektiv gegebener Handlungsmöglichkeiten“ und die „Freiheit zur argumentativen Prüfung diskursiv artikulierter Handlungsalternativen“ (ebd, 108).

Die ideale Sprechsituation der Persuasion ist Kopperschmidt zufolge in der Demokratie verwirklicht (vgl. ebd, 120). Auf dieser Grundlage gibt er eine Definition von persuasiver Kommunikation, wobei er vom einzelnen Sprechakt auf die komplexere Sprechhandlung rückschließt und erstmals den Zusammenhang zwischen Sprechakt, Sprechhandlung und Kommunikation andeutet. Persuasive Kommunikation sei „eine persuasiv funktionalisierte Sequenz von Sprechakten, in denen vermittelt sprachlicher Argumente die Kommunikationspartner sich wechselseitig zu beeinflussen versuchen mit dem Ziel, durch adäquaten Meinungswandel einen Konsens herzustellen“ (ebd, 99).

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

An dieser Stelle möchte ich die Darstellung der Thesen Kopperschmidts abbrechen, da die bisherigen Ausführungen für ein Verständnis seiner Konzeption von Persuasion ausreichen. Prägend für diese Konzeption sind der Ausgangspunkt von der Rhetorik sowie die Gleichsetzung mit Argumentation, zu der er u.a. durch seine Bezugnahme auf die Sprechakttheorie gelangt. Kopperschmidts Analyse hat wichtige Kernaspekte der Persuasion thematisiert. Zum einen verlegt er den rhetorischen Interessenschwerpunkt von der Stilistik weg auf die Angemessenheit der Rede, zum anderen gibt seine daraus resultierende Analyse der Sprechsituation Aufschluss über die vorhandenen Interaktionsmuster, die verschiedenen Sprechakten zugrunde liegen können. Seine Suche nach der geeigneten Illokution persuasiver Sprechakte hat Austins Aussage bestätigt, dass eine performative Explikation der Persuasion nicht möglich ist. Sie hat aber gleichzeitig aufgezeigt, dass dieser Sprechakt mit verschiedenen Formulierungen beschrieben werden kann, die sich auf sein sprachliches Handeln beziehen.

Allerdings gibt es auch Punkte in Kopperschmidts Untersuchung, die Anlass zu Kritik geben. Folgende Gegenthesen sollen hierzu eingeführt werden: 1) Persuasion kann nicht mit Argumentation gleichgesetzt werden, 2) Die Aufrichtigkeit der Sprecherin (Regel 2) ist nicht ein notwendiges Kriterium für einen persuasiven Sprechakt, 3) Der Erfolg einer Persuasion lässt sich nicht überprüfen (Gegenthese zu Regel 6).

1) Argumentation und Persuasion sind zwar nicht unvereinbar miteinander, dennoch bestehen einige Unterschiede zwischen diesen beiden Diskursarten. Ein Unterschied besteht z.B. in der Zielsetzung. Mit der Herstellung von Konsens hat Kopperschmidt die Zielrealisation der persuasiven Kommunikation bereits etwas verfehlt, da man bei Persuasion eher von Konvergenz sprechen muss (Darauf hat Nuri Ortak hingewiesen, vgl. Ortak 2004, 81), und die Wechselseitigkeit der Beeinflussung scheint nicht – auch nicht durch die symmetrische Interaktionsbeziehung – gerechtfertigt. Persuasion zielt nicht auf *gemeinsam* entwickelten Konsens, sondern auf *Anpassung* der einen Meinung an die andere (vgl. ebd, 83). Kopperschmidts Definition von Persuasion zufolge wäre es unmöglich, am Ende der Interaktion zu sagen, wer wen überzeugt hat. Die Vorstellung des gemeinsamen Erreichens einer geteilten Meinung gründet m.E. in der verfehlten Gleichsetzung der Persuasion mit Argumentation.

Es ist wichtig, darauf hinzuweisen, dass Argumentation auch möglich ist, ohne von einer Meinung auszugehen, dass aber bei Persuasion eine solche notwendig vorhanden sein muss. Das lässt sich an der folgenden Überlegung aufzeigen: Es ist eine Situation denkbar, in der A zu B sagt: „Hilf mir, das durchzudenken, indem du mit mir Argumente austauschst. Lass uns diese Frage erörtern, indem wir Argu-

mente darüber austauschen und auf ihre Geltung untersuchen.“ In diesem Fall besteht Ergebnisoffenheit, es handelt sich um einen rein theoretischen Diskurs. Es geht um die gedankliche Durchdringung eines Sachverhalts, um sich eine Meinung bilden zu können, nicht um Überzeugen.²⁹ Im Falle von Persuasion muss jedoch schon *vor* der Interaktion eine Meinung bestehen, und die Persuasion zielt auf die *Übernahme* dieser Meinung. Mit anderen Worten: Argumentation lässt sich nicht als persuasiv *per se* darstellen. Die Unterscheidung von Argumentation und Persuasion wird auch in den folgenden Abschnitten noch thematisiert werden und in Kapitel 7.2. eigens diskutiert werden, sodass für eine detailliertere Analyse darauf verwiesen werden kann.

2) Die Glaubwürdigkeit der Sprecherin lässt sich gegenüber der Interaktionspartnerin auch anders etablieren als über ihre Aufrichtigkeit. Es scheint überhaupt nicht einleuchtend, dass eine Sprecherin selbst von dem überzeugt sein muss, wofür sie sich in der Interaktion einsetzt. Ihre Glaubwürdigkeit kann aus ihrer Autorität resultieren oder sie kann auch einfach nur vorgeben, selbst zu glauben, was sie sagt, und andererseits kann auch das Gesagte für sich sprechen. Lügen können manchmal in Form persuasiver Kommunikation vorgebracht werden, die sich sprachlich und auch außersprachlich abspielen kann – und Lügen sind *per definitionem* unaufrichtig. Als Beispiel möchte ich den Glauben an die Zahnfee anführen: Viele Eltern erzählen ihren Kindern, dass es eine Zahnfee gebe, die für jeden gefallenen Milchzahn ein Geschenk bringt, und sie werden dies in der Regel dadurch untermauern, dass sie unbeobachtet den Zahn gegen ein Geschenk eintauschen. Wenn ein Kind diese Geschichte in Frage stellt, werden sie darauf bestehen, dass es die Zahnfee gibt, und sogar, wenn sie erwischt werden sollten, können sie behaupten, der Zahnfee nur zu helfen, weil sie so beschäftigt sei. Das Kind wird den Eltern glauben, solange sie es plausibel machen können³⁰, dass es die Zahnfee gibt (das Gesagte spricht für sich). Ihre Glaubwürdigkeit hängt unter anderem davon ab, wie ernst sie von der Zahnfee sprechen, aber auch davon, ob sie ansonsten zuverlässige und bis dato nicht widerlegte Informationen geben. Niemand wird aber behaupten, dass die Eltern selbst an die Zahnfee glauben müssen, damit sie ihr Kind davon überzeugen können, dass es sie gibt.³¹ Allerdings, wie van Eemeren und Grootendorst festhalten, müssen sie für ihren vorgeblichen Glauben einstehen (vgl. van Eemeren&Grootendorst 1984, 72) (vgl. auch Staffeldt 2014, 90).

²⁹ Dass Argumente nicht immer auf Überzeugen abzielen müssen, hat Jacobs gezeigt: Scott Jacobs: „Speech acts and arguments“, in: *Argumentation* 1989, Bd. 3 [4]. Kluwer Academics Publishers, 345-365.

³⁰ Zum Plausibilisieren als persuasive Maßnahme siehe Ortak 2004, 168-173.

³¹ Gegen dieses Beispiel könnte man einwenden, dass es nicht die Voraussetzungen für eine persuasive Kommunikation erfülle, da das Kind den Erwachsenen nicht ebenbürtig sei. Um diesen Einwand zu entkräften, genügt es, auf die zahlreichen Fälle hinzuweisen, in denen Erwachsene andere Erwachsene von Unwahrtem überzeugen (z.B. bei Lügen), und dabei nach demselben Muster vorgehen.

3) Die 6. Regel des persuasiven Sprechakts, nach welcher sich die überzeugte Interaktionspartnerin zu einem bestimmten Handeln verpflichten muss, scheint aufgrund einer allgemeinen Erwartungshaltung („Man hätte ein anderes Handeln erwarten können“, Kopperschmidt 1976, 95) gerechtfertigt, doch zu vage in der Formulierung und nicht unproblematisch hinsichtlich ihrer Überprüfbarkeit.

Selbst wenn man zustimmte, dass unsere Handlungen - zumindest teilweise - von unseren Überzeugungen gelenkt und an unseren Handlungen - zumindest im besten Fall – auch unsere wahren Überzeugungen sichtbar werden³², muss man einwenden, dass eine Bestimmung einer solchen Übereinstimmung nicht objektiv und allgemein gültig begründet werden kann. Wer sollte bestimmen, welches Handeln mit einer Überzeugung übereinstimmt? Die Vorstellung einer solchen Übereinstimmung ist m.E. überaus vereinfacht. Menschen funktionieren nicht ausschließlich oder vordergründig nach dem Prinzip der Logik, und in Kombination oder Konflikt mit anderen Überzeugungen kann man zu ganz unterschiedlichen Schlüssen kommen (darauf verweist Kopperschmidt sogar selbst, bezieht sich aber auf Wertkonflikte und gesellschaftspolitische Hinderungsgründe und schließt beide Fälle von seiner Behauptung aus, vgl. ebd, 95).

Dass man seine Handlungen bereuen kann, ist ein Hinweis darauf, dass man unter Umständen gegen seine Überzeugung handeln kann – aus Unbedachtheit (Ich weiß eigentlich, dass man gendern sollte, aber bei meiner Rede habe ich es schlichtweg vergessen), aus Inkonsequenz oder Unehrlichkeit (Ich will eigentlich nicht mehr rauchen, aber ein paar Züge sind nicht so schlimm), aus Unbeholfenheit (Ich möchte eigentlich in die Schlägerei eingreifen, aber ich weiß nicht, wie, also halte ich mich heraus), aus einer Zwangslage heraus (Eigentlich finde ich, dass man immer Trinkgeld geben sollte, aber leider verdiene ich nicht genug, um das zu tun), wegen besonderer Umstände (Eigentlich bin ich dagegen, Trinkgeld zu geben, aber vor meinem Chef will ich keinen knauserigen Eindruck machen, also gebe ich welches). Die Liste der Beispiele könnte man endlos fortführen. Das Wort „eigentlich“ ist symptomatisch für Handlungen, die wir entgegen unserer Überzeugungen ausführen. In einem Gegeneinwand darauf zu bestehen, dass sich unsere „wahre“ Überzeugung jedoch in der Handlung manifestiere, und die Aussagen zu unseren Überzeugungen nicht glaubwürdig seien, würde die Mündigkeit der Personen unterminieren. Es würde streng genommen in der Behauptung enden, dass wir selbst gar nicht wissen,

³² Über den Zusammenhang von Einstellungen und Verhalten gibt es unterschiedliche sozialpsychologische Theorien. Ein interessantes Experiment von Darley und Batson (1973) ergab, dass situative Faktoren einen weitaus höheren Einfluss auf das Verhalten ausüben als Einstellungen. Nachzulesen in Darley, John M. und Batson, C. Daniel: „From Jerusalem to Jericho“, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 1973, Bd. 27 [1], 100-108.

was wir glauben, sondern es erst aus unseren Handlungen retrospektiv ableiten müssen, und dies scheint keine haltbare Position zu sein, vor allem, wenn man persuasive Kommunikationsprozesse untersuchen will.

Handlungen können verschiedenste Motivationen haben und müssen nicht zwingend „ehrlich“ sein, sondern können auch bewusst täuschen (vgl. Beispiel von der Zahnfee, s. o.). Abgesehen davon ist zu hinterfragen, ob eine Meinungsänderung immer so grundlegend sein muss, dass sie eine Änderung im Handeln bewirken müsste, und andererseits kann man ja auch etwas widerwillig und gegen seine eigene Überzeugung tun, wenn man etwa jemandem einen Gefallen erweist.³³

Die Regel 6 in Kopperschmidts System müsste m.E. dahingehend abgeändert werden, dass man nicht auf die Handlung der überzeugten Interaktionspartnerin fokussiert, sondern auf ihre (verbale) Zustimmung, und folglich auch zwischen Überzeugen und Überreden unterscheidet.³⁴ Einen vergleichbaren Ansatz, wenn auch aus anderen Gründen, vertreten van Eemeren und Grootendorst, wenn sie sich in ihrer Untersuchung auf den „verbally externalized convincing effect“ beschränken (vgl. van Eemeren&Grootendorst, 1984, 69).

5.2 PERSUASION ALS ILLOKUTIONÄRE PERLOKUTION AUS SICHT DER ARGUMENTATIONSFORSCHUNG

In *SPEECH ACTS IN ARGUMENTATIVE DISCUSSIONS* untersuchen Frans van Eemeren und Rob Grootendorst den Sprachgebrauch in argumentativen, d.h. rationalen Diskussionen, um mögliche Probleme bei der Auflösung von Meinungsverschiedenheiten identifizieren und lösen zu können (vgl. van Eemeren&Grootendorst 1984, 2). Dabei beziehen sie sich auf die Sprechakttheorie, die sie als „the best analytical instrument so far developed in descriptive interpretative pragmatics“ werten (ebd, 3). Zu ihren Forschungsfragen gehören u.a. die Frage nach dem Status von Argumentation innerhalb der Sprechakttheorie und die Frage nach dem Verhältnis von Argumentation und Persuasion (vgl. ebd, 3).

³³ Kopperschmidts rhetorische Perspektive auf Persuasion bewirkt, dass er sich auf Rationalität und folglich Argumentation konzentriert. Im Zentrum seines Persuasionsbegriffs steht das Überzeugen, und wo er sich mit dem Erwirken einer Handlungsausführung befasst, setzt er Überzeugen immer als Mittel dazu voraus. Dies widerspricht der These der Verfasserin, wonach Überzeugen nicht die einzige Möglichkeit des Überredens darstellt. Zum Verhältnis von (von einer Ansicht) überzeugen und (zu einer Handlung) überreden siehe Kapitel 7.

³⁴ Überreden scheint für Kopperschmidt nichts anderes zu sein als Überzeugen mit Auswirkungen auf das Handeln. Diese (rhetorische) Sicht auf das Überreden steht in Kontrast zum hier vertretenen Verständnis von Überreden. Für Ausführungen siehe Kapitel 7.

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

Ähnlich wie Kopperschmidt gelangen auch sie zu der Überzeugung, dass Persuasion und Argumentation zusammengehören. Dabei erreichen van Eemeren und Grootendorst als Argumentationsforscher diese Position aus einer ganz anderen Richtung, nämlich von einer Untersuchung der Argumentation ausgehend, während Kopperschmidt bei einer Untersuchung der Persuasion beginnt und erst durch die Anwendung der Sprechakttheorie auf den Zusammenhang mit Argumentation schließt, bzw. Persuasion auf Argumentation reduziert.

Der theoretische Ansatz von van Eemeren und Grootendorst lässt sich als Pragma-Dialektik beschreiben, der die Untersuchung von Argumentation an den Kriterien „externalization“ (Beschränkung auf Äußerungen, keine Psychologisierung, vgl. ebd, 6), „funcionalization“ (Argumentation als sprachlicher Prozess, nicht als fertiges Produkt, vgl. ebd, 8), „socialization“ (Kommunikation als Dialog, nicht als Monolog, vgl. ebd, 9) und „dialectification“ (Rechtfertigung und Widerlegung von Meinungen als Bestandteile der Interaktion, vgl. ebd, 17) orientiert. Demzufolge ist Argumentation geprägt von „the critical reactions of a rational judge“ (ebd, 18), der gegenüber ein Standpunkt vertreten werden muss.

Eine argumentative Diskussion ist mit der Überzeugung der Hörerin vollendet, sodass Argumentieren und Überzeugen zusammen ein Ganzes bilden:

In the case of an argumentation that is successful in all respects the listener is convinced in the sense that he either accepts or rejects the expressed opinion to which the argumentation refers. This means that in that case argumentation with convincing force constitutes a complete whole (ebd, 9).

Die Hörerin gilt als überzeugt, wenn sie bei Pro-Argumentation einen Standpunkt akzeptiert und bei Contra-Argumentation ablehnt (vgl. ebd, 9). Was eine Sprecherin also durch eine Argumentation erreichen will, ist die Akzeptanz oder Ablehnung durch die Hörerin, die diese, dem Prinzip der „externalization“ folgend, auch verbal ausdrücken muss (vgl. ebd, 71). Darin besteht das persuasive Ziel der Argumentation, das die Autoren als „convincing“ bezeichnen (vgl. ebd, 48). Unter „convince“ fassen sie „all relevant aspects of the senses in which the words *convince* and *persuade* are used in colloquial speech“ (ebd, 49).

Ob dieser recht vagen Definition von „überzeugen“ lassen sich hier zwei deutliche Unterschiede zur Auffassung Kopperschmidts ausmachen, der ebenfalls von Persuasion als Überzeugen (*convince*) spricht. Für ihn besteht sie in einem gemeinsam erreichten Konsens, in dem sich die Gesprächspartnerinnen wechselseitig zu beeinflussen versuchen (vgl. Kopperschmidt 1976, 99), während für van Eeme-

ren und Grootendorst Persuasion zwar auch interaktional stattfindet, aber letztlich *von der Sprecherin* bei der Hörerin erreicht wird. Die Rolle der Hörerin besteht hauptsächlich in einem kritischen Widerstand, nicht aber in einer tatsächlichen Gegenposition, die sie ihrerseits dazu veranlassen würde, ihre Interaktionspartnerin beeinflussen zu wollen (vgl. van Eemeren&Grootendorst, 1984, 9-18). Bei van Eemeren und Grootendorst ist also klar, wer wen überzeugt, während dies bei Kopperschmidt nicht nachvollziehbar ist (vgl. Kritik an Kopperschmidt weiter oben). Zweitens fordert Kopperschmidt als Beweis für den Erfolg der Persuasion die Verpflichtung der Hörerin zu einer Handlungsweise, die mit der Überzeugung übereinstimmt (vgl. Kopperschmidt 1976, 95), während van Eemeren und Grootendorst eine verbale Zustimmung, die somit objektiv überprüfbar ist, fordern, und die Wahrhaftigkeit dieser Zustimmung als irrelevant vernachlässigen (vgl. van Eemeren&Grootendorst, 71). Die Auswirkungen dieser Definition von „überzeugen“ werden im Folgenden zu ermitteln sein.

Nach einer Darlegung ihrer oben wiedergegebenen Grundannahmen widmen sich die beiden Autoren der Sprechakttheorie. Da Argumentation weder durch Austin noch durch Searle eine eindeutige Zuordnung im Bereich der Illokutionen erfahren hat, gehen sie zuerst der Frage nach, welchen Stellenwert Argumentation innerhalb der Sprechakttheorie habe. Sie definieren „argumentieren“ schließlich als einen illokutionären Aktkomplex³⁵, der sich aus mehreren, miteinander verbundenen Sprechakten mit verschiedenen assertiven Illokutionen zusammensetzt (vgl. ebd, 34).³⁶ Dabei treffen sie die wichtige Unterscheidung zwischen kommunikativem und interaktivem Aspekt des Sprachgebrauchs. Unter kommunikativem Gesichtspunkt sei das Ziel eines Sprechaktes ein illokutionärer Effekt, nämlich: verstanden zu werden. Unter interaktivem Gesichtspunkt gehe es hingegen um den perlokutionären Effekt des Sprechaktes, akzeptiert zu werden (vgl. ebd, 23). Diese Unterscheidung ermöglicht den Autoren, Argumentation als Sprechakt unter beiden Aspekten zu untersuchen (vgl. ebd, 29), wodurch sie Überzeugen als inhärenten perlokutionären Effekt dieses Aktkomplexes erklären können.

So definieren sie Persuasion in Folge als illokutionäre Perlokution. Sie erklären diesen Ausdruck unter Berufung auf David Holdcroft als einen illokutionären Akt mit bestimmten Folgen (vgl. ebd, 51). Sie schreiben weiter:

³⁵ In dieser Definition stimmen sie mit Dieter Wunderlich überein. Nachzulesen in: Wunderlich, Dieter: „Methodological remarks on speech act theory“, in: Searle, J., Kiefer, F. und Bierwisch, M. [Hg]: *Speech act theory and pragmatics*. Dordrecht: Reidel Publishing Company, 1980 (Synthese language library; 10), 291-312.

³⁶ Somit folgen auch van Eemeren und Grootendorst der theoretischen Etablierung von Sprechaktsequenzen und stimmen überdies mit Staffeldts Zuordnung von ÜBERZEUGEN zu den ASSERTIVA überein (vgl. Staffeld 2007). Für eine detaillierte Erklärung ihrer Definition von Argumentation als Aktkomplex siehe van Eemeren und Grootendorst 1984, 29-35 und 39-46.

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

When an illocutionary perlocution is performed, an illocution is also performed by means of the same utterance. Thus the utterance of a threat (illocution) is at the same time an attempt to intimidate the listener (perlocution). Yet this does not necessarily mean that the one act automatically succeeds or fails if the other succeeds or fails (ebd, 52).

Der Terminus „illokutionäre Perlokution“ betont dieser Erklärung zufolge die Verbindung zwischen dem illokutionären Akt und dem perlokutionären Effekt, entspricht ansonsten aber dem Ausdruck „perlokutionärer Akt“ bei Searle (vgl. Kapitel 2.2), den die Autoren auch in der Überschrift ihres 3. Kapitels („Argumentation and the perlocutionary *act* of convincing“, ebd, 47, Hervorhebung HS) verwenden.

Wichtig ist der Hinweis, dass die Illokution und die Perlokution verschiedene Gelingensbedingungen haben und aufgrund dessen, obwohl sie miteinander verbunden sind, als zwei verschiedene Akte zu werten sind (vgl. ebd, 50-53) (vgl. dagegen Staffeldt 2007). Während die Illokution der Argumentation auf das Verstehen durch die Hörerin zielt, geht es bei der Perlokution des Überzeugens um die Akzeptanz oder Ablehnung – je nach Art der Argumentation - durch die Hörerin, sodass sich auch die Erwartungshaltung der Sprecherin gegenüber der Hörerin unterschiedlich gestaltet (vgl. ebd, 50). An dieser Stelle treffen die Autoren also eine klare Unterscheidung zwischen Argumentation und Persuasion, nach der man bei Kopperschmidt vergeblich sucht. Sie führen aus: „Every language user knows that arguing does not have to be the same as convincing: the argumentation may succeed while the attempt to convince fails“ (ebd, 50). Die vorbereitenden Bedingungen für den kommunikativen Aspekt umfassen die Antizipation des rationalen Urteils der Hörerin durch die Sprecherin (vgl. ebd, 44). Die Gelingensbedingungen der Perlokution ergänzen jene der Illokution um eine wichtige Regel: Die Hörerin muss die von der Sprecherin antizipierte Haltung tatsächlich vertreten: „The perlocutionary act *convince* can only succeed if the listener actually subscribes to the attitude attributed to him by the speaker or at least if he wishes to tie himself down to that attitude“ (ebd, 50). Die Hörerin muss folglich, wie von der Sprecherin angenommen, die vorgebrachten Aussagen akzeptieren und als Rechtfertigung für die von der Sprecherin vertretene Meinung anerkennen. Man kann also zusammenfassen: Das Ziel der *Illokution*, die mit der illokutionären Perlokution „argumentieren/überzeugen“ ausgeführt

wird, besteht nur im *Verstehen* der Hörerin. Das Ziel der *illokutionären Perlokution* hingegen besteht in der *Akzeptanz* durch die Hörerin.³⁷

Für die vorliegende Arbeit ist vor allem letzteres von Interesse, und die Autoren beschäftigen sich noch näher damit: Anders als Searle bezeichnen sie Akzeptanz nicht als illokutionären, sondern als perlokutionären Effekt. Laut van Eemeren und Grootendorst liegt allen illokutionären Akten dieser perlokutionäre Effekt als Ziel zugrunde, sofern er durch rationale Überlegungen der Hörerin zustande kommt:

We shall concern ourselves here exclusively with perlocutionary acts whose success is in principle partly dependent on rational considerations on the part of the listener. For example, perlocutions designed to influence uncontrollable emotions or to bring about thought associations will be disregarded (ebd, 28).

Dank dieser Einschränkung sind van Eemeren und Grootendorst mit Searles Aussage konform, dass nicht alle illokutionären Akte auf Akzeptanz zielen. In „Conversation“ spricht Searle nur von einer Klasse von Sprechakten, die von der Hörerin akzeptiert oder abgelehnt werden müssen: „[...] a third – and rather large – class are those cases where the speaker performs a speech act that requires acceptance or rejection on the part of the hearer“ (Searle 1992, 10). Darunter zählt er Wetten, Einladungen und Angebote. Er ergänzt: “In assertions, there are no such constraints” (ebd, 10). Das Kriterium der Unterscheidung ist das Gelingen der Illokution: Man kann keine Wette schließen, wenn die Hörerin sie nicht akzeptiert, weil ihre Akzeptanz zum erfolgreichen Abschluss einer Wette dazugehört (vgl. ebd, 10). Die Einschränkung, die van Eemeren und Grootendorst treffen, folgt einem anderen Kriterium: Nur jene illokutionären Akte, deren Erfolg zumindest teilweise von rationalen Überlegungen der Hörerin abhängt, können den perlokutionären Effekt der Akzeptanz haben (vgl. van Eemeren&Grootendorst 1984, 28). Es wäre Aufgabe einer eigenen Untersuchung, festzustellen, ob sie damit nur eine andere Formulierung für dieselbe Unterscheidung wählen, oder ob sich die Klasse der Sprechakte, die Akzeptanz oder Ablehnung bedürfen, dadurch ändert.

Ein klarer Widerspruch zu Searle liegt jedenfalls darin, dass van Eemeren und Grootendorst „akzeptieren“, genau wie „überzeugen“, als perlokutionären und nicht als illokutionären Effekt (vgl. Searle 1992, 10) bezeichnen.

[...] the conditions for this acceptance correspond to conditions that Searle (1970:66-7) regards as being among the conditions for the ‘happiness’ of the

³⁷ Dass Akzeptanz Verstehen voraussetzt, wird hier zwar nicht ausdrücklich betont, ist jedoch implizit in der Aussage enthalten, dass die Akzeptanz auf rationalen Überlegungen beruhen müsse (vgl. van Eemeren&Grootendorst 1984, 28).

illocution but which in our opinion are conditions for the success of the perlocution [...] we believe that accept can indeed be treated as a general perlocutionary effect that is one of the goals of all speech acts (van Eemeren & Grootendorst 1984, 56-57).

Diese Aussage ist besonders interessant, denn mit der Änderung des Status von Akzeptanz geht traditionellerweise die Implikation einher, dass sie nicht konventionell sein kann, wie dies Austin für Perlokutionen betont hat. Van Eemeren und Grootendorst vertreten jedoch die Ansicht, dass Argumentieren zumindest in Teilen auf Konventionen beruhe, die sie „argumentation schemata“ (ebd, 66) nennen, und dass Überzeugen diesen Schemata folge:

[...] convincing is in principle a conventional perlocution designed to use certain argumentation schemata to convince the listener of a particular point of view in respect of a particular expressed opinion, i.e. of the acceptability or unacceptability of that expressed opinion (ebd, 69).

Der perlokutionäre Effekt des Überzeugt Seins kann ihrer Auffassung nach als konventionell bezeichnet werden, da er durch Argumentationsschemata, die auf Konventionen beruhen, erreicht wird (vgl. ebd, 68).³⁸ Hier sind erneut die Auswirkungen einer Parallelisierung von Illokution und Perlokution sichtbar.

Außerdem besagt obiges Zitat, dass *alle* Illokutionen auf Akzeptanz durch die Hörerin zielen: „accept can indeed be treated as a *general perlocutionary effect* that is one of the goals of *all* speech acts“ (ebd, 57), immer mit der Einschränkung auf die Rationalität der Hörerin. Diese Aussage ist problematisch in Bezug auf Überzeugen: Da van Eemeren und Grootendorst „überzeugen“ durch „akzeptieren“ erklären (vgl. ebd, 69), ließe sie nämlich den Schluss zu, dass Überzeugen 1. bei jedem Sprechakt, der eine (rationale) Entscheidung von der Hörerin verlangt, stattfindet, und dass es 2. nicht mehr ist als das womöglich auch unaufrichtige und zeitlich stark begrenzte Bekennen zu einem Standpunkt, „even if ‘in reality’ he is not (in whatever sense) convinced“ (ebd, 71) – beides Annahmen, die mit einem intuitiven Verständnis von Überzeugen wenig gemein haben. Diese Schlussfolgerung lässt sich durch den Hinweis der Autoren untermauern, dass „the argumentation theorist must concern himself with expressed opinions and argumentative statements and not primarily with the thoughts, ideas and motives which may underlie them“ (ebd, 6). Weiter weisen sie darauf hin, dass „in the study of argumentation it is only permissible to use psycho-pragmatic primitives which are *directly related to statements*“ (ebd, 6),

³⁸ Dass Perlokutionen konventionell bestimmt sein können, argumentiert auch Steven Davis in seinem Aufsatz „Perlocutions“ (Davis 1980, 46-47).

sodass sie also in antimentalistischer Manier den "wahren" Glauben und die "wahren" Überzeugungen ihrer Interaktionspartnerinnen aus der Untersuchung ausschließen.

Tatsächlich sind die verborgenen Gedanken und Überzeugungen einer Interaktionspartnerin nicht relevant für eine argumentative Diskussion, da sie in der Interaktion nur für die *geäußerten* Standpunkte eintreten muss, und das Ziel einer Sprecherin kann auch nur darin liegen, eine offizielle Zustimmung von einer Hörerin zu erlangen, wenn dies in irgendeinem Sinne für sie nützlich ist. Doch bei dem Versuch, jemanden zu *überzeugen*, dürfte sie mit einem reinen Lippenbekenntnis nicht zufrieden sein.

Im Laufe der Ausführungen von van Eemeren und Grootendorst stellt sich heraus, dass ihr Begriff von „überzeugen“ wenig mit Persuasion zu tun hat. So bevorzugen sie schließlich den Begriff „akzeptieren“ anstelle von „überzeugt sein“, da nur ersterer nachprüfbar sei, und weisen auf den Bedeutungsunterschied hin: „Thus our term *accept* has a lesser extension than the expression ‘be convinced’ may have in colloquial idiom, and it is free of any psychological (and philosophical) connotations“ (ebd, 69).

Wichtig ist es, hier anzumerken, dass Akzeptanz nicht als Ziel der Persuasion, sondern lediglich als beobachtbare Reaktion auf die Persuasion, die das eigentliche, aber unbeobachtbare, Ziel darstellt, gelten kann. Der Wechsel der Terminologie gründet in einem antimentalistischen Ansatz, wie er in obigen Zitaten zum Ausdruck kommt, der auf Spekulationen über innere Zustände und Einstellungen verzichtet. Die Autoren können folglich nicht ein Ziel formulieren, das in inneren Zuständen – wie „überzeugt sein“ – besteht, sondern müssen sich auf die beobachtbaren Aspekte beschränken. Dies hat wiederum Folgen für die Konzeption von Persuasion, die generell als unüberprüfbar aus der Analyse herausfällt.

Trotz dieser Wendung ist die Untersuchung der beiden Argumentationsforscher für die vorliegende Arbeit von Nutzen, besonders durch ihre Ausführungen zu den illokutionären Perlokutionen. Erstens wird durch ihre m.E. sinnvolle Einschränkung der Analyse perlokutionärer Akte (auf solche mit Entscheidungscharakter für die Hörerin) deutlich, dass Überzeugen Verstehen voraussetzt; zweitens wird der Unterschied zwischen Argumentation und Persuasion gerade durch den Bezug auf die Sprechakttheorie deutlich, wenn auch ein grundlegender Zusammenhang angenommen wird. Diese Entwicklung ist der Kopperschmidts genau entgegengesetzt, denn für ihn ist gerade die Sprechakttheorie der Auslöser für die Gleichsetzung des persuasiven mit dem argumentativen Sprechakt. Durch den Begriff „illokutionäre Perlokution“ haben van Eemeren und Grootendorst einen Weg gefunden, die enge Verbindung von Argumentation und Persuasion bei einer klaren Unterscheidung der beiden Teilaspekte dieses Sprechakts zum Ausdruck zu bringen. Außerdem ist ihre Betonung der Bedeutung von Akzeptanz ein wichtiger Beitrag für die Untersuchung der Persuasion. Sie kann zwar, wie die Autoren selbst

anmerken, nicht mit ihr gleichgesetzt werden, ist aber m.E. in dem Begriff enthalten bzw. stellt eine Bedingung für die Möglichkeit von Persuasion dar.³⁹

5.3 DER PERSUASIVE SPRECHAKTTYP ODER PERSUASIVA AUS SICHT DER SLAWISCHEN DIALOGANALYSE

5.3.1 PETER KOSTA

In „Zur Modellierung persuasiver Sprechakte“ behandelt Peter Kosta Persuasion als einen eigenständigen Sprechakttyp, den er im Rahmen einer Handlungsmustermodellierung als Teil einer handlungsorientierten Sprechaktgrammatik von Dialogen beschreibt (vgl. Kosta 1995, 307) und von anderen, ähnlichen Sprechakten abgrenzt (vgl. ebd, 308). Damit steht er in der Tradition der Dialoggrammatik und geht deduktiv vor (vgl. Kosta 2009,1032). Kosta nimmt Bezug auf Persuasion als Überreden/Verführen und Überzeugen (vgl. Kosta 1995, 312-313 und 324).⁴⁰

Kosta konzipiert den persuasiven Sprechakt als eigenständige Sprechaktklasse. Die Bedingungen des persuasiven Sprechakts stellt er wie folgt dar:

Wesentliche Bedingung (Handlungsziel): S meint, daß Z; H meint, daß nicht Z (oder Z*) (Dissens)

- (1) Der persuasive SA besteht darin, daß Sprecher (der Überzeugende) den Hörer (den zu Überzeugenden) von der Wahrheit (Überzeugung) bzw. Richtigkeit (Überredung/Beeinflussung/Verführung) der Argumente (A) überzeugen will. (Herstellung von Konsens)
- (2) Sprecher will, daß Hörer eine bestimmte Handlung (Pz) ausführt, nachdem er von ihrer Wahrheit/Richtigkeit ($Pz_{t/r/\eta}$) überzeugt bzw. überredet wurde (Aufrichtigkeitsbedingung)
- (3) Der Zeitpunkt der Persuasion (SAP_t) geht dem Zeitpunkt der Handlung (Pz_{t+1}) voraus (Bedingungen des propositionalen Gehalts)

(4) *Zusatzbedingungen:*

³⁹ Darüber wird an späterer Stelle unter dem Begriff „Geltung“ mehr ausgeführt (siehe Abschnitt 6.3.2).

⁴⁰ Eine Unterscheidung zwischen Überreden und Überzeugen wird erst in Kapitel 7 erarbeitet.

- (a) Kooperationsprinzip (Konversationsmaximen der Quantität, Qualität, Relation und Modalität) wird von S + H befolgt
- (b) Identifikation der Handlungsperspektiven von S + H
- (c) Angleichung der kommunikativen Biographien der Gesprächspartner
- (d) H ist in der Lage Pz zu erfüllen
- (e) S geht davon aus, daß (d)
- (f) weder S noch H können davon ausgehen, daß H Pz freiwillig ausführt (Kosta 1995, 313)

Kosta geht davon aus, dass nach einem initialen Sprechakt, mit dem die Sprecherin ein Handlungsziel ausdrückt, eine regelhafte Fortsetzung der Kommunikation stattfindet, sodass sich bestimmen lässt, „welche Sprechakte als wohlgeformte Reaktionen auf ISA [initialer Sprechakt] gelten können“ (ebd, 314). Er nimmt weiter an, dass es „allgemeine, aus der inneren Logik zielorientierter Dialoge ableitbare Eigenschaften von Sprechaktsequenzen“ (ebd, 314) gebe, sodass er Handlungsmuster ableiten kann (vgl. ebd, 316-317). Dies verdeutlicht seinen deduktiven Zugang.

Die Bedingungen, die Kosta formuliert, beziehen sich auf die Ziele (überzeugen, um zu überreden)⁴¹, auf die Antizipation der Interessen der Hörerin sowie deren Fähigkeiten und auf eine zeitliche Abfolge von Persuasion und Handlung. Interessant sind die Zusatzbedingungen, zu denen Kosta die griceschen Konversationsmaximen zählt - diese behandeln Regeln, die Verständigung in Gesprächen ermöglichen und erklären, welche „conversational moves“ (Grice 1975, 45) angemessen oder unangemessen sind – und mit denen er darauf verweist, dass Persuasion Verstehen voraussetzt. Die Zusatzbedingungen (b) und (c) bieten Erklärungsbedarf, den Kosta allerdings nicht abdeckt. Er verweist lediglich darauf, dass „Sprecher und Hörer möglichst parallele Bedeutungen realisieren“ (Kosta 1995, 311-312) müssen, wenn Persuasion „funktionieren“ soll. Dazu zählt er „gleiche Vorinformationen hinsichtlich des Weltwissens, des enzyklopädischen Wissens, der Denotatskenntnis im rationalen und emotiven Bereich“ (ebd, 312) und „gleiche Erwartungen, Befürchtungen, Vorlieben, Abneigungen usw.“ (ebd, 312). Diese Bedingungen lassen allerdings zweifelhaft erscheinen, dass eine Persuasion jemals gelingen kann.

Kostas Modell wirft einige Schwierigkeiten auf. Zum einen scheint es nicht angebracht, in Zusammenhang mit Persuasion von Wahrheit zu sprechen (siehe (1) der wesentlichen Bedingungen); zum anderen ist die Verbindung von Ausführung der Handlung und Sprechakt nicht herausgestellt, wie auch

⁴¹ Die Auffassung, dass es sei nötig, zu überzeugen, um zu überreden, vertritt auch Ortak (Ortak 2004).

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

überhaupt anzuzweifeln ist, dass das Ziel immer in einer Handlung bestehen muss. Ausführliche Kritik an Kostas Modell der persuasiven Sprechakte ist von Ortak formuliert worden, auf den ich dazu verweisen möchte (Ortak 2004, 70-72).

Was Kostas Aufsatz für die vorliegende Arbeit vorrangig interessant macht, ist die Tatsache, dass er über die Modellierung der Persuasion eine Abgrenzung des persuasiven Sprechakts zum argumentativen Sprechakt einerseits und zum direktiven Sprechakt andererseits unternimmt. Denn sowohl ist Persuasion als Überzeugen in konstitutiven Zusammenhang mit Argumentation gestellt (z.B. Kopperschmidt 1976), als auch als perlokutionäres Pendant zu direktiven Sprechakten konzipiert worden (z.B. Staffeldt 2007; 2010; 2014), und somit mit einer gewissen begrifflichen Unschärfe versehen.

Von den direktiven Sprechakten unterscheidet Kosta den persuasiven Sprechakt durch das Ziel: Zwar soll auch im Fall der Überredung von der Hörerin eine Handlung ausgeführt werden, doch bei der Persuasion tritt hinzu, dass sie dies aus freier Entscheidung tut. Denn, so Kosta, ein Persuasionsprozess hat nur dann stattgefunden, „wenn sich jemand diejenigen Absichten, Bedeutungen, Handlungsziele zueigen gemacht hat, die bestimmten Mitteilungen in einer Atmosphäre wahrgenommener Wahlfreiheit zugeschrieben worden sind“ (Kosta 1995, 311), während bei einem direktiven Sprechakt die Erfüllung der Aufforderung im Vordergrund steht, „unabhängig davon, ob Hörer die Meinung von Sp₁ teilt oder nicht“ (ebd, 311). Diese Unterscheidung beruft sich also auf die Einstellung der Hörerin, aber auch auf die Situation, welche die Entscheidungsfreiheit der Hörerin garantiert und nicht durch Normen eingrenzt (vgl. dazu die Hinweise von Motsch 1980 und Eyer 1987). Wenn sie eine bestimmte Handlung ausführt, obwohl sie dies nicht will, kann man dementsprechend nicht von Persuasion reden, sondern nur von der Befolgung einer Aufforderung, eines Befehls, oder dem Nachkommen einer Bitte (direktive Sprechakte). Was fehlt, ist der Konsens (vgl. ebd, 311)⁴².

Dieses Verständnis von Persuasion erinnert an Kopperschmidts 6. Regel, derzufolge sich die überzeugte Hörerin zu einer bestimmten Handlungsweise verpflichten muss (vgl. Kopperschmidt 1976, 95), und ruft gleichzeitig van Eemeren und Grootendorsts Hinweis ins Gedächtnis, dass die Einstellung der Hörerin nicht überprüfbar ist, wenn sie nicht verbalisiert wird (vgl. van Eemeren & Grootendorst 1984, 69). Vor diesem Hintergrund könnte man, noch ohne eine theoretisch fundierte Unterscheidung zwischen Überreden und Überzeugen etabliert zu haben, sagen, Kosta unterscheide die direktiven

⁴² Kosta bezeichnet Dissens als Ausgangspunkt und Herstellen von Konsens als Ziel der Persuasion. Dass der Begriff Konvergenz besser geeignet sei, das Ziel von Persuasion zu benennen, findet sich bei Ortak ausformuliert (vgl. Ortak 2004, 81).

Sprechakte von den persuasiven Sprechakten der *Überzeugung* – nicht aber von denen der *Überredung*. Lässt man diese Interpretation gelten, so stellt Kostas Unterscheidung keinen Widerspruch zu Staffeldts Auffassung dar, der Überreden den direktiven Sprechakten zuordnet (vgl. Staffeldt 2014, 991-292). Allerdings muss man festhalten, dass Kosta direktive Sprechakte und persuasive Sprechakte als zwei grundlegend zu unterscheidende Klassen konzipiert, wovon die einen direkt, die anderen indirekt vollzogen werden (vgl. Kosta 1995, 324), sodass Staffeldts Position aufgrund dieser Einteilung – auch wenn sie nicht ausreichend begründet ist⁴³ - widerlegt wäre.

Der Unterschied der persuasiven Sprechakte zu den argumentativen Sprechakten ist laut Kosta darin zu verorten, dass Persuasion auch Beeinflussung und Verführung umfasse, während Argumentation nur auf Überzeugen ziele (vgl. Kosta 1995, 324). Persuasion kann irrational durch „subjektiv-emotionale Einstellungsoperatoren“ vollzogen werden und somit auf „Pseudoargumentation“ aufbauen (ebd, 324). Sie zeigt sich dann in Form der Überredung. Kosta grenzt Persuasion also gegen Argumentation ab, indem er sich nun auf einen anderen Teilaspekt der Persuasion, nämlich Überreden, stützt. Somit stellt seine Unterscheidung wiederum kein Gegenargument gegen Kopperschmidt und van Eemeren und Grootendorst dar, da sie einer Koppelung von Argumentation und Überzeugung nicht zuwiderläuft. Wohl aber stellt er heraus, dass Persuasion nicht *nur* Überzeugen heißt, sondern auch Überreden umfasst, womit sich der Vorwurf gegen Kopperschmidt stützen lässt, ein verengtes Persuasionsverständnis verfolgt zu haben, wenn er sich nur auf Überzeugen beschränkte.

Kostas Abgrenzung des persuasiven vom direktiven und argumentativen Sprechakt verdankt sich der Terminologie, die es erlaubt, von Persuasion als einem Ganzen zu sprechen, ohne seine verschiedenen Ausprägungen – Überreden und Überzeugen – auseinanderhalten zu müssen. Die Frage nach der Abgrenzung zwischen einem direktiven Sprechakt und Überreden sowie zwischen Argumentation und Überzeugen bedarf deshalb weiterer Klärung.

5.3.2 ELKE MANN

In ihrer Untersuchung *PERSUASIVE SPRECHHANDLUNGEN IN ALLTAGSDIALOGEN DES RUSSISCHEN* hat Elke Mann (Mann 2000) ein weitaus durchdachteres Modell persuasiver Sprechhandlungen entworfen, das in einigen Punkten an Kosta anknüpft. Auch Mann grenzt im Zuge ihrer Untersuchung Persuasion nicht nur von direktiven und argumentativen Sprechakten ab, sondern auch von „persuasionsfremden Zwängen“ (ebd, 65), sprich: von Manipulation.

⁴³ Kostas Bezug auf die Sprechakttheorie bedürfte in vielen Punkten eingehender Klärung, so etwa in Bezug auf die Einordnung der persuasiven Sprechakte in die indirekten Sprechakte und auf das Verhältnis von Illokution und Perlokution. Kritik an Kostas Rezeption der Sprechakttheorie findet sich auch bei Ortak 2004.

Mann zählt Persuasion zu den konfliktären Handlungen, die von einem Dissens⁴⁴ ausgehen (vgl. ebd, 57), und benennt als ihr Ziel die argumentative Dissensminimierung (vgl. ebd, 60). Sie spricht nicht von Sprecherin und Hörerin, sondern von „Proponent“ und „Opponent“ (ebd, 56). Wie Kosta bezieht sich auch Mann vorrangig auf das Erzeugen einer Handlungsbereitschaft (vgl. 1.2 der Gelingensbedingungen, ebd, 64), wenngleich sie auch andere Ziele behandelt.

Ähnlich wie Kosta nimmt Mann eine eigene Sprechaktklasse PERSUASIVA an, die sie dialoggrammatisch und in einer verlaufsorientierten Musteranalyse untersucht. Einzigartig ist ihr Ansatz darin, dass sie von einer Illokution PERSUADIEREN ausgeht, die dadurch charakterisiert ist, dass sie „über andere illokutionäre Akte“ operiert (ebd, 61), die sie infolge empirischer Untersuchungen auch auflisten kann (vgl. ebd, 107).

Die Gelingensbedingungen der PERSUASIVA sind laut Mann:

1. *Wesentliche Bedingungen:*

1.1 Der Handlungszweck einer persuasiven Sprechhandlung besteht darin, den Adressaten zu einer positiven bzw. negativen Handlung Pz zu veranlassen.

1.2 Der Proponent verfolgt die Intention, beim Opponenten eine Einstellungsänderung dahingehend zu bewirken, daß letzterer eine Akzeptanzerklärung hinsichtlich des Handlungsziels des Proponenten abgibt.

1.3 Die Notwendigkeit, einen Einstellungswandel beim Opponenten zu erreichen, ergibt sich aus einem tatsächlich existierenden oder antizipierten Einstellungsdissens zwischen den Kommunikationsteilnehmern in bezug auf das Handlungsziel.

1.4 Die Einstellungsänderung erfolgt auf dem Wege einer kognitiven Anpassung der Handlungsperspektiven der Interaktanten durch das Anführen von dissensminimierenden, überzeugungskräftigen Argumenten.

1.5 Der Handlungsspielraum des Opponenten bleibt während des Persuasionsversuchs erhalten.

2. *Einleitungsbedingungen:*

⁴⁴ Darin stimmt sie mit Kosta überein (vgl. Kosta 1995).

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

2.1 Der Proponent hat ein unmittelbares und/oder mittelbares Interesse daran, daß der Opponent Pz ausführt.

2.2 Der Opponent ist in der Lage, Pz zu tun.

2.3 Der Proponent geht davon aus, daß der Opponent in der Lage ist, Pz zu tun.

2.4 Sowohl Proponent als auch Opponent können nicht davon ausgehen, daß der Opponent bei normalem Verlauf der Ereignisse Pz aus eigenem Antrieb ausführt.

3. Aufrichtigkeitsbedingungen:

3.1 Der Proponent verfolgt seine Handlungsintention und sein Handlungsziel aufrichtig.

3.2 Der Proponent ist vom Akzeptanzanspruch des Handlungsziels überzeugt.

3.3 Der Opponent glaubt an die Aufrichtigkeit des Proponenten.

4. Bedingungen des propositionalen Gehalts:

4.1 Der propositionale Gehalt derjenigen Sprechhandlung, mit der das Handlungsziel in den Dialog eingebracht wird, läßt einen Dissens zu.

4.2 Die propositionalen Gehalte der als Argumente fungierenden Sprechhandlungen stützen den Akzeptanzanspruch des propositionalen Gehalts derjenigen Sprechhandlung, mit der das Handlungsziel in den Dialog eingebracht wird.

4.3 Der Zeitpunkt der Persuasionshandlung geht dem Zeitpunkt der Handlung Pj des Opponenten, die durch den perlokutionären Effekt hervorgerufen wurde, voraus.

5. Zusatzbedingung:

Angleichung der kommunikativen Biographien der Kommunikationsteilnehmer (ebd, 64).

Einer Erklärung bedürfen die Punkte 1.4 und 1.5, 3.1, 4.2 und 5, die im Folgenden gegeben werden soll. Punkte 1.4 und 1.5 beziehen sich auf die Freiheit der Opponentin, ihre Einstellung zu ändern bzw. kognitiv anzupassen. Es wird kein Zwang auf sie ausgeübt, der ihren Handlungsspielraum einschränkt. Proponentin und Opponentin sind also gleichberechtigte Kommunikationspartnerinnen (vgl. ebd, 65).

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

Diese Bedingungen ermöglichen eine Abgrenzung gegen Manipulation⁴⁵, die Mann als „persuasionsfremde Zwänge“ konzipiert und als „alle verbalen und nonverbalen Handlungen des Proponenten, die dazu dienen, die Handlungsmöglichkeiten bzw. den Willen des Opponenten zum Handeln zu reduzieren oder zu schwächen“ (ebd, 65, Fußnote) erklärt. Beispiele dafür sind die „Androhung von Sanktionen verschiedenster Art, die physischer, psychischer, ökonomischer, sozialer usw. Natur sein können, oder Argumente, die den Opponenten als Person diskriminieren“ (ebd, 65, Fußnote).

Punkt 3.1 besagt, dass die Proponentin ihr Ziel aufrichtig verfolgen muss, d.h. vorgebliche Ziele sind ausgeschlossen. Da es Mann um das Herbeiführen einer Handlungsbereitschaft geht, fällt dieser Punkt m.E. mit der Intention der Proponentin zusammen und bedürfte deshalb keiner gesonderten Nennung.

Punkt 4.2. ist interessant in Hinblick auf die Methode des PERSUADIERENS: Mann hält fest, dass Argumente den Handlungsanspruch stützen. Dies hängt mit ihrer Analyse zusammen, dass persuasive Sprechhandlungen zweiteilig sind: In einer ersten Teil-Sprechhandlung wird der Handlungsanspruch gestellt, in einer zweiten Teil-Sprechhandlung wird dieser Anspruch argumentativ gestützt. Das bedeutet, dass PERSUADIEREN immer ARGUMENTIEREN involviert (vgl. ebd, 126). Der Umkehrschluss ist aber nicht möglich:

Man kann argumentieren, ohne eine persuasive Intention zu verfolgen, d.h. ohne eine Einstellungsänderung beim Gesprächspartner bewirken zu wollen. Ein wesentlicher Unterschied zwischen persuasiven Sprechhandlungen und argumentativen besteht demnach darin, daß bei PERSUASIVA eine Perlokution intendiert wird, während demgegenüber bei argumentativen Handlungen die Illokution dominierend ist (ebd, 126).

Mann hat somit Argumentation und Persuasion in der Sprechakttheorie unterschiedlich verortet und dadurch getrennt. Das Ziel des ARGUMENTIERENS besteht grob gesagt darin, ein Strittiges unstrittig zu machen (vgl. ebd, 125). Die stützende Argumentation kann individuell wie auch kollektiv erbracht werden (vgl. ebd, 127),⁴⁶ was sich auf die Struktur der persuasiven Sprechhandlung auswirkt: Sie ist entwe-

⁴⁵ Zwar spricht Mann nicht von „Manipulation“, bietet aber mit dem Begriff „persuasionsfremder Zwang“ und dessen Erklärung ein terminologisches Pendant zu eben diesem Konzept, das damit gleichzeitig von Persuasion unterschieden wird.

⁴⁶ Über die individuelle und gemeinsame Entwicklung von argumentativen Topoi hat Cordula Schwarze interessante Ergebnisse gewonnen. Sie konnte u.a. feststellen, dass gemeinsam hergestellte Topoi eine Kooperation im Konflikt ermöglichen, während individuell entwickelte Topoi zu einer Zuspitzung des Konflikts führen (vgl. Schwarze 2010).

der einseitig oder zweiseitig (vgl. ebd, 127).⁴⁷ Dabei ist der Hinweis wichtig, dass Argumentation in natürlichen Sprachen nicht formallogischen Mustern folgt (vgl. ebd, 133), und folglich die Schlussregel nicht explizit sein muss (vgl. eb, 160), dass aber zwischen dem Handlungsziel und den Argumenten „eine argumentative Kausalbeziehung“ (ebd, 147) besteht. Eine argumentative Sprechhandlung enthält deshalb immer „mindestens einen Argumentationsschritt, der aufgrund einer Schlußregel den Übergang von den stützenden Argumenten zum Handlungsziel ermöglicht“ (ebd, 129).⁴⁸

Durch die erwähnte zweiteilige Struktur, sowie durch ihre Sequenzabhängigkeit – sie können erst nach Feststellung eines Dissenses erfolgen - unterscheiden sich die PERSUASIVA von den DIREKTIVA (vgl. ebd, 68):

Der erste Teil der Sprechhandlung benennt das Handlungsziel, nämlich den Adressaten der Sprechhandlung zu einer positiven bzw. negativen Handlung zu veranlassen. Dieses Handlungsziel haben PERSUASIVA und DIREKTIVA gemeinsam; Z kann in persuasiven Sprechhandlungen sogar als direktive Sprechhandlung realisiert sein. Der zweite Teil der persuasiven Sprechhandlung – und darin liegt der wesentliche Unterschied zu den DIREKTIVA – dient der argumentativen Stützung des Handlungsziels (ebd, 68).

DIREKTIVA „können in der Kommunikation isoliert von anderen Sprechhandlungen auftreten, während PERSUASIVA immer in eine Sprechhandlungssequenz eingebettet sind“ (ebd, 68). Direktive Sprechhandlungen lassen der Opponentin keinen Handlungsspielraum (vgl. ebd, 68), während bei persuasiven Sprechhandlungen das Ergebnis immer ausgehandelt wird. Es geht deshalb auch um *Dissensminimierung*, nicht um absoluten Konsens (vgl. Punkt 1.4 der Gelingensbedingungen, ebd, 64). Dadurch kann man mit Mann auch von erfolgreicher Persuasion sprechen, wenn der Dissens nicht vollständig, sondern nur teilweise, d.h. in Stufen (vgl. Marcu 2000), abgebaut wird.

PERSUASIVA können aber nicht vollständig von den DIREKTIVA unterschieden werden: Mit den nicht-bindenden direktiven Sprechhandlungen (z.B. BITTEN) gibt es Überschneidungen, da beide Klassen Sprechhandlungen mit Sprecherpräferenz umfassen (vgl. ebd, 72). Mann hält fest:

Zusammenfassend läßt sich feststellen, daß DIREKTIVA und PERSUASIVA zwar einen gemeinsamen Handlungszweck haben, sich aber in den Hand-

⁴⁷ Die Opponentin als aktive Teilnehmerin am Gespräch ist ein neuer Faktor, der bislang nicht berücksichtigt wurde. Bei Kopperschmidt (Kopperschmidt 1976) und Kosta (Kosta 1995) geht es immer um eine Hörerin, auch van Eemeren und Grootendorst gehen von einer „critical judge“ aus, deren Rolle nur darin besteht, der Sprecherin einen Widerstand zu bieten (vgl. van Eemeren&Grootendorst 1984, 9-18).

⁴⁸ Ähnlich hat dies bereits Eyer beschrieben: S gibt H Prämissen für praktische Schlüsse (vgl. Eyer 1987, 113).

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

lungsententionen und einigen Handlungsbedingungen für den Vollzug dieser Sprechhandlungsklassen stark unterscheiden (ebd, 72).

Nun gilt es noch, die Zusatzbedingung (Punkt 5) der persuasiven Sprechhandlung zu erläutern. Diese findet sich in derselben Form bei Kosta (Kosta 1995) und geht auf Karl Sornig⁴⁹ zurück. Sie besagt, dass sich die kommunikativen Biographien der Gesprächspartnerinnen einander annähern müssen, damit Persuasion gelingen kann. Wie bereits Kosta ausführte, setzt dies voraus,

daß bei den Gesprächsteilnehmern gleiche Vorinformationen hinsichtlich des Weltwissens sowie der Denotatskenntnis im rationalen und emotiven Bereich, einschließlich gleicher Erwartungen, Befürchtungen, Vorlieben, Abneigungen usw., bestehen (Mann 2000, 66).

Somit bezieht sich die Zusatzbedingung auf das Verstehen der Äußerung. Mann erklärt:

Falls die Interaktanten verschiedene Bedeutungen der Argumente realisieren, müssen sie zunächst durch Metakommunikation die vorhandenen Mißverständnisse in Hinblick auf unterschiedliche Bedeutungsrealisierung beseitigen. Erst danach können sie in ihrem persuasiven Gespräch fortfahren (ebd, 66).

Zu den Faktoren, welche die kommunikative Biographie bestimmen, zählt Mann die „Zugehörigkeit zu einer bestimmten Kultur, die soziale Schicht, das Geschlecht, das Alter usw.“ (ebd, 66). Diese Bedingung besagt also, dass Voraussetzung für eine Persuasion die Verständigung ist, und dass diese als Übereinstimmung der kommunikativen Biographien beschrieben werden kann. Die Zusatzbedingung beschreibt externe Faktoren, die jenseits der bisher angenommenen situativ-kontextuellen Faktoren liegen, nämlich in der Kultur. Dies eröffnet eine neue Sichtweise auf die Komplexität von Persuasion.

Auf den Gelingensbedingungen aufbauend untersucht Mann die Handlungsmuster des persuasiven Handelns. Sie unterscheidet zwei Strategien: eine offene und eine dissimulative (vgl. ebd, 72). Bei der offenen Strategie wird das Handlungsziel offen formuliert und durch eine BITTE, BEHAUPTUNG oder einen VORSCHLAG eingebracht (vgl. ebd, 72). Bei der dissimulativen Strategie hingegen argumentiert die Proponentin „taktisch geschickt“ (ebd, 72), widerlegt antizipierte Gegenargumente und erreicht so das Kommunikationsziel (vgl. ebd, 72). Mann erklärt die taktischen Vorteile dieser Strategie wie folgt:

⁴⁹ Nachzulesen in: Karl Sornig: „Bemerkungen zu persuasiven Sprachstrategien“, in: Hundsnurscher, F. und Weigand, E. [Hg]: *Dialoganalyse: Referate der 1. Arbeitstagung, Münster 1986*. Tübingen: Max Niemeyer, 1986, 249-263.

Da bei dieser Strategie dem Opponenten das endgültige Handlungsziel des Proponenten nicht bekannt ist, kann er nicht in der nötigen Art und Weise auf die Sp1-Argumente reagieren, um seine eigenen Interessen wahrzunehmen. Der Proponent dagegen hat die Möglichkeit, seine Argumente anzubringen, ohne auf die Gegenargumente des Opponenten eingehen zu müssen. Entweder nennt der Proponent erst am Ende des Dialogs sein Handlungsziel oder der Opponent hat während der Kommunikation das Handlungsziel erkannt, nachdem er aus den unterbreiteten Argumenten und der verwendeten Dialogstrategie die entsprechenden Schlußfolgerungen gezogen hat. Es ist auch denkbar, daß der Opponent den Proponenten auffordert, sein Handlungsziel unumwunden zu äußern, wenn ihm der Zweck des Dialogs unverständlich ist (ebd, 84).⁵⁰

Je nachdem, welche Strategie angewendet wird, ergibt sich ein anderes Handlungsmuster (vgl. ebd, 73). Wesentlich ist dabei immer die Dissensmarkierung im zweiten Zug des Dialogs, die auch durch eine gegeninitiative Sprechhandlung erfolgen kann (vgl. ebd, 73). Dieser Punkt ist besonders relevant, wenn man zweiseitige Persuasionsprozesse untersuchen will, d.h. Gespräche, in denen auch die Opponentin Argumente vorbringt (vgl. ebd, 82). Mann führt aus:

Bei einer einseitigen PERSUASION stützt ausschließlich der Proponent sein Handlungsziel Z mit Argumenten und der Opponent drückt seine Dissenseinstellung zu Z lediglich durch nicht-spezifische reaktive Sprechhandlungen aus, oder der Opponent formuliert zwar ein von Z abweichendes eigenes Ziel Z*, untermauert es jedoch nicht mit Argumenten. Eine zweiseitige PERSUASION wird dagegen durch das Handlungsziel Z, durch die Pro-Argumente des Proponenten und durch die Contra-Argumente des Opponenten konstituiert. Der Opponent kann dabei auch ein Gegenhandlungsziel Z*, das er in einer gegeninitiativen reaktiven Sprechhandlung formuliert, in den persuasiven Dialog einbringen (ebd, 108).

Die minimale persuasive Sprechhandlungssequenz hat Mann zufolge vier Züge: die Äußerung des Handlungsziels (initiale Sprechhandlung), die Dissensmarkierung, das Vorbringen überzeugungskräftiger Argumente (persuasive Sprechhandlung) und der positive oder negative Bescheid der Opponentin (vgl. ebd, 74).

50 Mit der Konzeption einer dissimulativen Strategie trifft Mann eine Kernfrage der Persuasionsforschung, die bereits in den vorangehenden Abschnitten thematisiert wurde: Muss beiden Interaktionspartnerinnen das Handlungsziel bewusst sein? In Manns Konzeption wird das Handlungsziel hier lediglich später offengelegt, nicht aber vollständig verborgen. Zur Position der Offenlegung des Handlungsziels im Handlungsmuster Persuasion hat sich auch Ortak geäußert. Ihm zufolge ist die späte Offenlegung des Handlungsziels für persuasive Texte charakteristisch (vgl. Ortak 2004, 208).

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

Mann zufolge lassen sich persuasive Ziele in drei Bereiche gliedern: den praktischen Bereich (überreden), dem mentalen Bereich (überzeugen) und dem emotiv-psychischen Bereich (ein als negativ bewerteter Zustand wird in einen positiven übergeführt) (vgl. ebd, 104). Als Beispiel für den emotiv-psychischen Bereich verwendet Mann wiederholt TRÖSTEN. Man kann dies so erklären, dass es bei diesem Ziel darum geht, die Opponentin davon zu überzeugen, dass eine bestimmte Sache nicht so schlimm ist. Dieser dritte Bereich kann nicht mit dem zweiten zusammengelegt werden, da der Opponentin hier andere Handlungsoptionen offenstehen als im mentalen Bereich (vgl. ebd, 104). In dieser Arbeit soll der Fokus jedoch nach wie vor auf Überreden und Überzeugen liegen. Der emotiv-psychische Bereich wird nicht zur Persuasion gezählt.

Durch ihren Entwurf der persuasiven Handlungsmuster gelangt Mann zu einer Liste von konstitutiven Sprechhandlungen: Zug 1 kann durch NICHT-BINDEnde DIREKTIVA und BEHAUPTUNGEN erfolgen, Zug 2 durch ABLEHNUNG oder WIDERSPRUCH. Der dritte Zug, die eigentliche persuasive Handlung, kann durch „FESTSTELLUNGEN, BERICHTEN, FRAGEN, RHETORISCHE[N] FRAGEN, BEWERTUNGEN, BEGRÜNDUNGEN, VERMUTUNGEN und SCHLUSSFOLGERUNGEN“ (ebd, 107) vollzogen werden. Der letzte Zug besteht bei einer geglückten Persuasion in einer ZUSTIMMUNG (vgl. ebd, 107).

Mann hat in ihrer Untersuchung eine praktikable Modellierung der PERSUASIVA vorgenommen, den Zusammenhang und Unterschied zu jeweils Argumentation und direktiven Sprechakten herausgearbeitet und den strategischen Charakter persuasiver Sprechhandlungen betont. Sie zählt die PERSUASIVA zu den sequenzabhängigen und zweiteiligen Sprechhandlungen, die sowohl einseitig als auch zweiseitig in entsprechenden Mustern realisiert werden können. Das Ziel ist dabei eine Dissensminimierung, nicht die absolute Übernahme einer Ansicht. Diese Dissensminimierung wird in der Interaktion ausgehandelt; darin erinnert Manns Ansatz an Weigand (Weigand 2003). Neu ist die Konzeption einer Opponentin, die ihrerseits (Contra-)Argumente vorbringen kann, sowie die Berücksichtigung einer dissimulativen Strategie, bei der das Handlungsziel erst gegen Dialogende offengelegt wird.

5.4 PERSUASION ALS DIALOGISCHES STRATEGIEMUSTER AUS DER SICHT DER GERMANISTISCHEN DIALOGANALYSE

Nuri Ortak erstellt in *PERSUASION. ZUR TEXTLINGUISTISCHEN BESCHREIBUNG EINES DIALOGISCHEN STRATEGIEMUSTERS* ein umfassendes Modell der Persuasion, mit dem er auf fast alle offenen Fragen einer sprechakttheoretischen Untersuchung von Persuasion eine Antwort gibt. Er benennt Gelingensbedin-

gungen, definiert strategische Maßnahmen, bindet Sprechakttypen ein, differenziert Zwecke, berücksichtigt kommunikative Kompetenz (als Dialogmusterwissen), bedenkt den situativen Kontext mit und grenzt Persuasion von Argumentation und Manipulation ab. Er bezieht rhetorikgeschichtliche, argumentationstheoretische, ethische und pragmalinguistische Ansätze in seine Untersuchung ein (vgl. Ortak 2004, 260). Allerdings exemplifiziert er seine Theorie nur an schriftlichen Texten, die er als dialogisch konzipiert (vgl. ebd, 2).

Ortaks Modell der Persuasion ist dialoggrammatisch inspiriert und lässt viele Bezüge zu Weigand (Weigand 2003) erkennen. Ortak fasst Persuasion als regelhaftes Sprachspiel (Ortak 2004, 66) und als „Abfolge charakteristischer Züge, und nicht [als] ein[en] einzelne[n] Dialogbeitrag in Form eines singulären Sprechakts“ (ebd, 88). In Hinblick auf die Dichotomie überreden/überzeugen erklärt er Persuasion als

ein komplexes, sequentiell realisiertes Strategiemuster, mit dem Sp1 bezweckt, bei Sp2 Konvergenz in Handlungs- bzw. Bewertungsfragen herzustellen. Handlungsfragen sind im praktischen, Bewertungsfragen im evaluativem [sic!] Diskurs bei Sp2 angesiedelt (ebd, 89, kursiv im Original).⁵¹

In diesem Zitat kommen viele wichtige Kernpunkte Ortaks Persuasionskonzepts vor, die im Folgenden erklärt werden sollen: „komplexes, sequentiell realisiertes Strategiemuster“, „Konvergenz“, „Handlungs- und Bewertungsfragen“.

Der Begriff der Strategie ist zentral. Persuasion erfordert Ortak zufolge einen kognitiven und strategischen Mehraufwand bei der Kommunikation (ebd, 72, 74). Der kognitive Mehraufwand besteht in der Intentionalität bzw. dem planmäßigen Vorgehen einer Sprecherin, „[d]er strategische Aufwand betrifft die Auswahl geeigneter sprachlicher Mittel, die zielorientiert eingesetzt werden“ (ebd, 74). In der Terminologie der Sprechakttheorie lässt sich Strategie wie folgt erklären: „[E]ine Strategie vermittelt zwischen dem illokutionären Zweck eines Sprechakts auf der einen und seiner konkreten sprachlichen Umsetzung in Form des lokutionären Akts auf der anderen Seite“ (ebd, 74), umfasst also auch die Wahl des Stils. Dieser Stil ist aber nicht bestimmbar: „Persuasiv-strategische Handlungen sind Vexierbilder; ihre Äußerungen, ihre sprachlichen Mittel sind insofern unbestimmt, als sie allein in Relation zu einem (Teil-)Zweck ein gewisses Sinnpotential entfalten“ (ebd, 76). An späterer Stelle führt Ortak aus: „Persuasion ist keine ‘Eigenschaft’ sprachlichen Materials auf der wortsemantischen, satzsemantischen, nicht einmal der sprechakttheoretischen Ebene“ (ebd, 130) und: „Als Strategie dient Persuasion dazu, das kommunikative Hauptanliegen, die Globalillokution also, hinsichtlich ihrer Angemessenheit für den

⁵¹ Ortak konzipiert die Interaktionspartnerinnen nicht als Sprecherin und Hörerin, sondern als zwei Sprecherinnen: Sp1 und Sp2 (vgl. Ortak 2004, 137).

Rezipienten abzusichern“ (ebd, 134). Eine Strategie trägt also zur Verständigung zwischen zwei Sprecherinnen bei, indem sie die Erstellung eines Handlungsplans nach erfolgter Antizipationsleistung durch die Sprecherin bedingt und eine Handlungsmuster-Sequenz reguliert (vgl. ebd, 134-135). Ortak nennt Strategien deshalb auch „Handlungsmuster 2. Ordnung“ oder „Meta-Handlungsmuster“ (ebd, 135).

Ein weiterer wichtiger Begriff in Ortaks Persuasionskonzept ist „Konvergenz“. Damit bezeichnet er das Ziel von Persuasion und bietet so ein Unterscheidungsmerkmal zu Argumentation, wenngleich „Argumentation als Basisoperation persuasiven Handelns“ (ebd, 81) zu sehen ist. Wie Mann (Mann 2000) weist auch Ortak darauf hin, dass zwar jede persuasive Strategie Argumentation impliziert („[...] jemanden zu einer Handlung überreden bzw. von einer Ansicht/Einstellung überzeugen kann man nur durch konsensorientiertes Herleiten von Gründen“ Ortak 2004, 80), dass Argumentation aber nicht immer persuasiv ist („Umgekehrt ist aber nicht jede Argumentation persuasiv“ ebd, 80). Anders als Mann unterscheidet er nicht strikt zwischen ARGUMENTIEREN und PERSUADIEREN durch ihren Fokus auf Illokution bzw. Perlokution (vgl. Mann 2000,126), sondern er spaltet Argumentation in zwei Bereiche: Ihm zufolge gibt es zwei Lesarten von Argumentation: „einerseits eine ‘neutrale’, die auf den reinen Vorgang der Sequenzierung von Propositionen in strittigen Fragen verweist, andererseits eine ‘präskriptive’, die zusätzlich noch Bewertungskriterien wie ‘Haltbarkeit’, ‘Schlüssigkeit’ u. ä. in Erwägung zieht“ (Ortak 2004, 80). Lesart 1 bezeichnet er als persuasive Argumentation, Lesart 2 hingegen als nicht-persuasive Argumentation. Er führt aus:

Nicht-persuasive Argumentation bezweckt ausschließlich Konsens hinsichtlich der *Klärung* eines Sachverhalts, die Vermehrung von Wissen bei mindestens einem der Kommunikationspartner. Persuasive Argumentation dagegen bezweckt Konvergenz bezüglich der *Bewertung* eines Sachverhalts/einer Person etc. (ebd, 81).

Der Ausgangspunkt persuasiver Kommunikation ist stets eine „Divergenz von Ansichten“ (ebd, 50), nicht ein Dissens, wie er im theoretischen Diskurs der Argumentation (Lesart 2) anfänglich besteht (vgl. ebd, 82).⁵² Sie bezweckt nicht Konsens, sondern Konvergenz: „Persuasion bezweckt statt kooperativer Wahrheitssuche die Übernahme von Ansichten“ (ebd, 83). Dieser Unterscheidung folgend verortet Ortak Persuasion als Überreden im praktischen und als Überzeugen im evaluativen Diskurs (vgl. ebd, 85) und grenzt sie von Argumentation in Lesart 2 ab.

⁵² Vgl. dagegen Kosta 1995 und Mann 2000, die beide von Dissens und Konsens sprechen.

Daran anknüpfend kann man auch die Termini „Handlungs- und Bewertungsfragen“ erklären: Überreden zielt auf das Ausführen einer Handlung und ist somit ein praktischer Diskurs (vgl. ebd, 65). Beim Überzeugen geht es hingegen um die Zustimmung bzw. die Übernahme einer Ansicht (vgl. ebd, 65). Ortak unterscheidet die Handlungsmuster am Ziel, nicht an der Strategie. So spricht er von Überredungs- und Überzeugungsdialog. Der Überredungsdialog gestaltet sich komplexer als der Überzeugungsdialog, denn „[d]as Überzeugen markiert eine wichtige Etappe auf dem Weg zur Erfüllung des Überredungsziels“ (ebd, 65). Er unterscheidet also „zwei Typen intendierter perlokutionärer Effekte persuasiver Strategien [...], und zwar (1) das Wecken von Handlungsbereitschaft und (2) das Wecken von Zustimmungsbereitschaft“ (ebd, 141), die in einer – man könnte sagen: hierarchischen Beziehung zueinander stehen. Anders als Eyer und Staffeldt trennt Ortak Überreden und Überzeugen nicht kategorisch voneinander, insofern Überzeugen ein Teil des Überredens ist (vgl. Eyer 1987 und Staffeldt 2007).⁵³ In jedem Fall geht es bei Persuasion immer um die Attribution eines Wertes (vgl. ebd, 149).

Nach dieser Begriffsklärung können weitere Aspekte des Persuasionskonzepts von Ortak referiert werden. Zum einen beschreibt er den Überredungs- und den Überzeugungsversuch als illokutionäre dialoggrammatische (Strategie-)Muster, zum anderen formuliert er Gelingensbedingungen für mögliche strategische Maßnahmen, wobei er die Bedeutung der Hörerin bzw. Sp2 für den Erfolg dieser Versuche sowie die Kontingenz perlokutionärer Effekte allgemein betont. Dies sei im Folgenden ausgeführt.

Ortak ordnet den Überredungsversuch und den Überzeugungsversuch als dritten Zug in ein idealtypisches Dialogmuster ein: Folgt auf einen initialen Sprechakt (1. Zug) ein negativer Bescheid⁵⁴ (2. Zug), so kann im dritten Zug eine persuasive Sequenz einsetzen (vgl. ebd, 141). Da sich Ortak in seiner Untersuchung auf schriftliche Texte bezieht, die er dialogisch konzipiert (vgl. 90-133), muss er die ersten beiden Schritte des persuasiven Handlungsmusters als Antizipationsleistung der Verfasserin konzipieren. Diese Antizipationsleistung beschreibt er als „das Wissen um mögliche Probleme bei der Kommunikation im Anschluß an einen ISPA [initialen Sprechakt]“ (ebd, 128).

Der ÜBERREDUNGSVERSUCH kann nach einer abgelehnten BITTE ausgeführt werden. Er bezweckt das Wecken einer Handlungsbereitschaft. Der initiale Sprechakt ist direktiv⁵⁵ und kann in einer (nicht-

⁵³ Implizit findet sich eine Koppelung von Überzeugen und einer bestimmten Handlungsbereitschaft schon bei Kopperschmidt, der dies jedoch nicht analytisch ausgeführt hat (vgl. Regel 6 in Kopperschmidt 1976, 95), sowie bei Kosta (Kosta 1995) und Mann (Mann 2000).

⁵⁴ Zur Terminologie siehe Hindelang 2010, 99-133, insbesondere 123.

⁵⁵ Dies entspricht der Klassifizierung Staffeldts, der ÜBERREDEN den direktiven Sprechakten zuordnet (Staffeldt 2007).

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

bindenden) AUFFORDERUNG⁵⁶, einer BITTE, einem VORSCHLAG oder einer ANREGUNG bestehen (vgl. ebd, 142-144). Erfolgt im zweiten Zug eine WEIGERUNG vonseiten Sp2, hat Sp1 zwei Handlungsalternativen, um den ÜBERREDUNGSVERSUCH durchzuführen: 1) Sie erhöht den Handlungswert für Sp2 durch geeignete Argumente durch das Sequenzmuster ZUREDEN oder 2) Sie intensiviert ihre Beteuerungen bezüglich ihres Interesses an der Handlung durch das Strategiemuster FLEHEN (vgl. ebd, 144-145). Erfolgreich ist der ÜBERREDUNGSVERSUCH, wenn Sp2 einen kommissiven Sprechakt in Bezug auf die Handlung äußert.

Der ÜBERZEUGUNGSVERSUCH kann nach einem negativen Bescheid auf einen assertiven⁵⁷ initialen Sprechakt, der ein Referenzobjekt⁵⁸ BEWERTET, stattfinden. Er vollzieht sich durch das Strategiemuster EVALUIEREN (vgl. ebd, 149). Der ÜBERZEUGUNGSVERSUCH ist erfolgreich, wenn Sp2 ZUSTIMMUNG äußert.

Ortak hat die Gelingens-, Akzeptanz-, Erfolgs- und Erfüllungsbedingungen der Sequenzmuster ZUREDEN, FLEHEN und EVALUIEREN ausformuliert. Am komplexesten gestaltet sich das Strategiemuster ZUREDEN, das in die Untermuster KOMPETENZNACHWEIS und RELEVANZNACHWEIS differenziert werden kann (vgl. ebd, 146). Bei ersterem geht es darum, Sp2 zu überzeugen, dass er die betreffende Handlung ausführen *kann*. Bei letzterem geht es darum, das Interesse von Sp2 bezüglich der betreffenden Handlung zu erhöhen. ZUREDEN kann als MOTIVIEREN oder als OBLIGIEREN ausgeführt werden (vgl. ebd, 160), wobei das MOTIVIEREN noch in weitere Handlungsoptionen unterteilt ist (vgl. ebd, 161-164). Es ergeben sich die Sprechhandlungen VERHEISSEN und WARNEN als assertives extrinsisches MOTIVIEREN, und VERSPRECHEN und SANKTIONSDROHUNG als kommissives extrinsisches MOTIVIEREN (vgl. ebd, 178).

Unmittelbare Erfolgsvoraussetzung für das persuasive Strategiemuster stellen die Akzeptanzbedingungen dar (vgl. ebd, 150). Sie dienen Ortak als Ausgangspunkt für die Definition der drei „strategischen Teiloperationen“ (ebd, 152) POLARISIEREN, PROFILIEREN und PLAUSIBILISIEREN (vgl. ebd, 152). Er ord-

⁵⁶ Sp2 muss Entscheidungsfreiheit genießen, damit man von Persuasion sprechen kann. Ortak: „Genau daraus erklärt sich die Affinität persuasiver Strategien zu Argumentationen [...] Bindende AUFFORDERUNGEN verfügen nur über ein sehr eingeschränktes Dialogpotential“ (Ortak 2004, 143). Anhand dieses Kriteriums unterscheidet Ortak Persuasion von Manipulation (vgl. ebd, 243-245, 258 und 260).

⁵⁷ Dies entspricht wieder der Klassifizierung Staffeldts, der ÜBERZEUGEN den assertiven Sprechakten zuordnet (Staffeldt 2007).

⁵⁸ Ortak nennt als mögliche Referenzobjekte: „Gegenstände, Sachverhalte, Lebewesen etc.“ (Ortak 2004, 149).

net sie einerseits den „drei Momenten“ (ebd, 151) der Akzeptabilität der persuasiven Strategie zu und andererseits der aristotelischen Differenzierung von *lógos*, *êthos* und *páthos*:

Die Akzeptabilität der persuasiven Strategie beruht auf drei Momenten:

- Sp1 muß Sp2 einen Wertanspruch zu verstehen geben;
- Sp2 muß Sp1 hinsichtlich des von ihm erhobenen Wertanspruchs für legitimiert halten;
- Sp2 muß den Wertanspruch für plausibel halten (ebd, 151).

Ortak fasst zusammen: „Persuasion ist genau dann erfolgreich (*Sp2-páthos*), wenn Sp2 eine von einem für legitimiert gehaltenen Sp1 (*êthos*) vorgetragene praktisch-handlungsorientierte bzw. evaluativ-zustimmungsorientierte Einstellung (*Sp1-páthos*) für plausibel (*lógos*) hält“ (ebd, 152). Die Teiloperation POLARISIEREN besteht in der wertenden Stellungnahme von Sp1, die auch über „konnotativen Wortgebrauch“ (ebd, 155) sozusagen subtil erfolgen kann. PROFILIEREN bezieht sich auf den Legitimationsanspruch von Sp1 und PLAUSIBILISIEREN bedeutet die argumentative Ausarbeitung der Geltungsansprüche in der konkreten Kommunikationssituation (vgl. ebd, 152). Diese Teiloperationen sind laut Ortak „konstitutiv für das Strategiemuster Persuasion“ (ebd, 152). Eine besondere Rolle kommt dabei dem PLAUSIBILISIEREN als formalem Akzeptanzfaktor zu (vgl. ebd, 168). Ortak macht deutlich, dass sowohl POLARISIEREN als auch PROFILIEREN auf plausible Weise geschehen müssen und zeichnet die argumentative Struktur des PLAUSIBILISIERENS für alle genannten persuasiven Strategiemuster nach (vgl. ebd, 172-177). Beim Beispiel des ZUREDENS stellt sich die Struktur wie folgt dar:

Der praktische Schluß des ÜBERREDUNSVERSUCHS (ZUREDENS) hat die Form:

These/Konklusion:

X-e!

Beleg:

X-en ist positiv (repräsentiert den für Sp2 relevanten Wert W).

Schlußpräsupposition:

Wenn eine Handlung positiv ist (einen für Sp2 relevanten Wert W repräsentiert), ist sie auszuführen (ebd, 173).

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

Die Ausführungen zeigen die Komplexität der internen Bedingungen der persuasiven Sprechhandlung. Hinzu kommt die Einbettung der musterinternen Bedingungen in den situativen Kontext, den Ortak v.a. am Beispiel der sozialen Beziehungen zwischen Sp1 und Sp2 beschreibt (vgl. ebd, 185-186), deren Auflistung er aber mit dem Hinweis unterlässt, dass sie „immer im konkreten Einzelfall“ zu ermitteln seien (vgl. ebd, 184).

Nach den bisherigen Ausführungen kann ein Vergleich der Handlungsmuster, die Ortak ausformuliert, zu jenen Manns gezogen werden. Zwar folgt die Einteilung bei Ortak einem anderen Kriterium als bei Mann, doch der Vergleich der aus den Mustern ermittelten, konstitutiven Sprechhandlungen bietet einen guten Ansatzpunkt für eine generelle Gegenüberstellung.

Die initialen Sprechakte sind bei beiden Autoren ähnlich: Die von Ortak angeführten Sprechhandlungen BITTE, VORSCHLAG und ANREGUNG lassen sich den NICHT-BINDENDEN DIREKTIVA bei Mann zuordnen, die BEWERTENDEN ASSERTIVA den BEHAUPTUNGEN. Die Dissensmarkierung im 2. Zug vollzieht sich bei Ortak in einer WEIGERUNG, bei Mann kann sie als ABLEHNUNG oder WIDERSPRUCH realisiert werden. Der letzte Schritt besteht bei Mann in der ZUSTIMMUNG, Ortak ergänzt um die Option der KOMMISSIVA. Beträchtlich unterscheiden sich die beiden Autoren in Bezug auf den dritten Zug. Bei Mann besteht dieser in der argumentativen Stützung des Handlungsanspruchs durch die induktiv ermittelten Sprechhandlungen FESTSTELLEN, BERICHTEN, FRAGEN, RHETORISCH FRAGEN, BEWERTEN, BEGRÜNDEN, VERMUTEN und SCHLUSSFOLGERN (vgl. Mann 2000, 107), während Ortak deduktiv von drei verschiedenen, weiter untergliederten Sequenzmustern ausgeht: ZUREDEN, FLEHEN und EVALUIEREN. Diese unterscheiden sich in ihrer „argumentative[n] Binnenstruktur“ (Ortak 2004, 175) und umfassen die hierarchisch unterstellten Sequenzmuster HALTBARKEITSNACHWEIS, SCHLÜSSIGKEITSNACHWEIS, KOMPETENZNACHWEIS, RELEVANZNACHWEIS und schließlich die wiederum hierarchisch unterstellten Sprechhandlungen MOTIVIEREN, OBLIGIEREN, BEKRÄFTIGEN, BETEUERN, VERHEISSEN, WARNEN, VERSPRECHEN, DROHEN (vgl. ebd, 142-177).

Auffallend ist, dass Manns Liste der Sprechhandlungen auch solche umfasst, die man als interaktiv ausgerichtet bezeichnen könnte, insofern sie eine Antwort einfordern (FRAGEN, VERMUTEN), während Ortak nur solche Sprechhandlungen aufzählt, die auch ohne unmittelbar anwesende Rezipientin oder Opponentin möglich sind. Dies ist ein Indiz für den unterschiedlichen Stellenwert, der der Opponentin bzw. Sp2 in der persuasiven Handlung zukommt, und der bei Mann höher liegt.

Gegenüber traditionell sprechakttheoretischen Modellen ist die Rolle der Hörerin als Sp2 bei Ortak dennoch erheblich aufgewertet. Es handelt sich bei Persuasion nicht nur um ein planmäßiges Handeln vonseiten Sp1, das im Sinne eines Ursache-Wirkungs-Verständnisses bestimmte Wirkungen bei Sp2 erzielt, sondern Sp2 kommt eine wesentlich aktive Rolle zu, indem sie 1. an der Herstellung des Arguments beteiligt ist (vgl. ebd, 170, Fußnote) und 2. die Äußerungen von Sp1 als relevante Information interpretiert (vgl. ebd, 182). Ortak spricht in Zusammenhang mit Punkt 2 von „Involviertheit“: „Sprache ist allein dann wirkungsvoll, wenn ihr Gebrauch durch Sp1 der Involviertheit des Sp2 entspricht. Dies besagt die eingangs konstatierte Formel von der Kontingenz perlokutionärer Effekte“ (ebd, 182). Damit spricht Ortak ein Problem der Rezeptionsforschung an, auf das auch Marcu hingewiesen hat: „Persuasion varies depending on the hearer’s level of involvement“ (Marcu 2000, 1726). Dieser Punkt ist besonders interessant, insofern er die Variabilität von Wirkungen ein und derselben Äußerung/Nachricht in Bezug auf verschiedene Rezipientinnen über deren variierende Involviertheit erklärt (vgl. Ortak 2004, 184). Daraus ergibt sich für die Planung einer persuasiven Handlung,

daß die Effizienz des persuasiven Strategiemusters darin besteht, daß Sp1 bei der Antizipation möglicher negativer Reaktionen auf den ISPA ein ganz bestimmtes ‘Bild’ von Sp2 entwirft: Vermutet er einen stark involvierten Dialogpartner, muß er damit rechnen, daß das Strittigkeitspotential des ISPA’s so stark ausgeprägt ist, daß er im Zuge der reflexiven Konstellation selbst eine erhöhte Elaborationsleistung erbringen muß, um bei Sp2 Konvergenz herbeizuführen. Geht er dagegen von einem schwach involvierten Dialogpartner aus, muß er dagegen sein Hauptaugenmerk darauf richten, den ISPA – infolge der motivationsabhängigen selektiven Wahrnehmung durch Sp2 – möglichst auffällig und eingängig zu vollziehen bzw. abzustützen (ebd, 183).

Ortak beruft sich in diesen Ausführungen auf das *Elaboration Likelihood Model* der Kommunikationspsychologie (vgl. ebd, 182). Marcu geht in seiner Untersuchung vom *Stages of Change Model* aus (vgl. Marcu 2000, 1726). Ohne dies weiter zu vertiefen, kann hier festgehalten werden, dass Ortak mit der Aufwertung der Hörerin und der Einbeziehung ihrer kognitiven⁵⁹, emotiven und motivationalen Disposition durch die Antizipationsleistung von Sp1 die von Marcu geforderte Erweiterung bzw. Verbesserung der Sprechakttheorie großteils abgeleistet hat, ohne auf Gelingensbedingungen und Illokution-Perlokution-Zuordnungen verzichten zu müssen⁶⁰:

1. Ortak geht nicht von einzelnen Äußerungen, sondern von Äußerungssequenzen aus, in denen nicht mehr H und S, sondern Sp1 und Sp2 kommunizieren (vgl. Ortak 2004, 137);

⁵⁹ Zu den kognitiven Dispositionen gehört z.B. das Wissen um die Dialogmuster, d.h. das Erkennen des Dialogtyps (vgl. Ortak 2004, 260).

⁶⁰ Die Formulierung von Gelingensbedingungen und die Zuordnung der Perlokutionen zu Illokutionen ist von Marcu als Fehler der Sprechakttheorie kritisiert worden (vgl. Marcu 2000).

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

2. Er berücksichtigt die Rolle der Hörerin in der dialogischen Interaktion und erklärt dadurch die Kontingenz perlokutionärer Effekte⁶¹ sowie die notwendige Beschränkung auf Wahrscheinlichkeitsaussagen (vgl. ebd, 182 und 205);
3. Er betont die Relevanz des situativen Kontexts als Verbindung von Kompetenz und Performanz (vgl. ebd, 184).

Mit Stilfragen, ebenfalls von Marcu gefordert (Marcu 2000, 1730), beschäftigt er sich nur am Rande, da er Stil als Oberflächenphänomen betrachtet. Er schreibt: „Dementsprechend lohnt es sich, nicht am sprachlichen Beobachtungsmaterial anzusetzen, sondern den Akt der Auseinandersetzung mit diesem Material selbst zu thematisieren“ (Ortak 2004, 49).

Kritik an Ortaks Konzeption von Persuasion kann an mehreren Punkten ansetzen. Da Ortak sein Modell des persuasiven Strategiemusters anhand der Beschreibung schriftlicher Texte erstellt hat, muss er einige Einschränkungen in Kauf nehmen. Nicht nur ist er gezwungen, die ersten zwei Züge im Dialogmuster in die Antizipationsleistung der Verfasserin zu verlegen und damit von der Untersuchung auszuschließen, sondern er muss auch weitere, im persuasiven Dialog erfolgte Beiträge bzw. Reaktionen der Rezipientin imaginieren und zur Erklärung einzelner Abschnitte des persuasiven Textes erneut eine Antizipationsleistung der Verfasserin postulieren. Die Abwesenheit der Rezipientin wird von Ortak nicht als Mangel gewertet, da sie bei der persuasiven Leistung von Sp1 nur in Form ihrer Antizipation eine Rolle spielt. Dies schlägt sich jedoch bei der Ermittlung der konstitutiven Sprechhandlungen nieder, wie im Vergleich mit Mann (Mann 2000) gezeigt werden konnte. Auch bleibt eine Prüfung des Erfolgs der Persuasion infolge der Abwesenheit der Rezipientin von vornherein ausgeschlossen.

Darüber hinaus weist Ortak selbst darauf hin, dass bei schriftlichen Texten die „Anordnung der Texteinheiten gewöhnlich von dem idealen Dialogmuster abweicht“ (Ortak 2004, 208) und der Textverlauf „offensiver, als konsequente Entfaltung eines in der Einleitung formulierten Grundgedankens, die geradezu zwangsläufig in der vom Kommunikator freilich bereits geplanten Zielaussage – dem ISPA eben – resultiert“ erscheint (ebd, 208).

Für eine Untersuchung persuasiver Gespräche ist unter diesem Gesichtspunkt das Modell Manns vorzuziehen.

⁶¹ Mit „Kontingenz“ bezieht sich Ortak nicht auf die Verbindung von Illokution und perlokutionärem Effekt, sondern auf die Art der Manifestation des perlokutionären Effekts je nach Rezipientin (vgl. Ortak 2004).

FAZIT: PERSUASION IM RAHMEN SPRECHAKTTHEORETISCHER UNTERSUCHUNGEN

Die Untersuchung von Persuasion im Rahmen der Sprechakttheorie und ihrer Erweiterungen hat gezeigt, dass die Sprechakttheorie für eine Erklärung des Handlungscharakters von Persuasion herangezogen werden kann, aber die Dialogizität und Interaktivität persuasiven Handelns nur in Teilen erfassen kann. Auch über Wirkfaktoren und stilistische Mittel gibt die Sprechakttheorie wenig Auskunft. Folgende Ergebnisse können festgehalten werden:

In der traditionellen Sprechakttheorie lässt sich Persuasion den Perlokutionen zuordnen. Die Frage, ob es sich um einen perlokutionären Akt oder einen perlokutionären Effekt handelt, kann aufgrund terminologischer Unklarheiten nicht festgelegt werden. Wesentlich für die Charakterisierung der Rollen von Sprecherin und Hörerin ist die Verbindung zwischen Illokution (welche die Intention der Sprecherin ausdrückt) und perlokutionärem Effekt. Während Davis von einer kausalen Verbindung ausgeht (Davis 1980), gelangt Eyer zu der Ansicht, dass es sich nur um eine nicht-kontingente Verbindung handelt (Eyer 1987). Beide sprechen von perlokutionären *Akten*, selbst wenn bei Eyer die Manifestation des Effekts nicht allein von der Sprecherin abhängt, sondern von der Bewertung ihres vorgebrachten „griceschen“ Grundes durch die Hörerin (vgl. Eyer 1987). Eyer nimmt eine Beobachterinstanz in seine Konzeption perlokutionärer Akte auf, sodass es sich bei dem Begriff „perlokutionärer Akt“ für ihn immer um Zuschreibung handelt (vgl. ebd.).

Weiterentwicklungen der Sprechakttheorie, insbesondere des Perlokutionskonzepts, ermöglichen, den perlokutionären Akt als von Sprecherin und Hörerin gleichermaßen vollzogen zu konzipieren: Die Sprecherin ist für den perlokutionären Versuch⁶² verantwortlich, die Hörerin entscheidet über das Eintreten des perlokutionären Effekts (vgl. Henn-Memmesheimer 2006; Marcu 2000; Staffeldt 2007). Insofern ist die Rolle der Sprecherin nicht mehr allmächtig in Bezug auf Persuasion. Die Verbindung von Illokution und perlokutionärem Effekt ist relativiert, indem nur die Art des perlokutionären Effekts von der Illokution vorgegeben wird. Dies wird besonders deutlich durch die terminologische Unterscheidung von Perlokution und perlokutionärem Effekt bei Staffeldt (Staffeldt 2007). Eine weitere wichtige Unterscheidung bringt er zwischen Intention und Illokution ein, die seines Erachtens nicht zusammenhängen müssen (vgl. Staffeldt 2007).

⁶² Diese Darstellung folgt der Terminologie Staffeldts (Staffeldt 2007).

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

Nachfolgedisziplinen der Sprechakttheorie, insbesondere die Dialoganalyse, erfassen Persuasion als Handlungs- bzw. Dialogmuster (Mann 2000; Ortak 2004). Hier wird nicht mehr von Sprecherin und Hörerin ausgegangen, sondern von Sp1 und Sp2 bzw. Proponentin und Opponentin. Der Einfluss Weigands (Weigand 2003) ist sowohl in der Konzeption Manns als auch Ortaks ersichtlich, da beide von einem dialogischen Sprachverständnis ausgehen, Persuasion als gemeinsame Handlung der Interaktionspartnerinnen auffassen und somit zu der Ansicht gelangen, dass nur Wahrscheinlichkeitsaussagen in Bezug auf den Erfolg von Persuasion möglich sind.

Auch betonen sie, dass sich die Intention der Proponentin nicht in der Illokution des initialen Sprechakts zeigen muss, da sie sich auf das Globalziel des Dialogs bezieht. Persuasion als globales Dialogziel zu konzipieren, bedeutet wiederum, eine Verbindung von Illokution und perlokutionärem Effekt grundsätzlich zu verneinen: vielmehr tritt der Effekt aufgrund eines Sequenzmusters mehrerer (illokutionärer) Sprechakte, nicht aber infolge eines einzelnen Sprechakts ein. Somit zeichnet sich die Entwicklung der Sprechakttheorie in Bezug auf diesen Punkt dadurch aus, dass die Verbindung von illokutionärem Sprechakt und perlokutionärem Effekt zunehmend aufgelöst wird.

In der Entwicklung ist außerdem die Rolle der Hörerin stetig aufgewertet und schließlich in die aktive Rolle einer zweiten Sprecherin (Sp2) bzw. Opponentin übergeführt worden. Die Opponentin kann als „critical judge“ (van Eemeren&Grootendorst 1984) auftreten und Widerstand leisten, aber auch Gegenargumente vorbringen (vgl. Mann 2000). Aufgrund der aktiven Rolle der Opponentin kann es nur Wahrscheinlichkeitsaussagen über das Eintreten perlokutionärer Effekte geben (vgl. Marcu 2000; Staffeldt 2007; Weigand 2003). Auch kann der perlokutionäre Effekt in verschiedenen Graden/Stufen eintreten und muss nicht im Erreichen des intendierten Ziels, d.h. in einer vollständigen Übernahme von Ansichten bestehen (vgl. Mann 2000; Marcu 2000).

Auf die Frage, worin die persuasive Kraft von Äußerungen zu verorten ist, kann mit der Sprechakttheorie einhellig geantwortet werden, dass sie nicht in der Illokution, sondern in der Lokution liegt. Die Illokution bestimmt aber die Art der Persuasion: Überredet wird durch nicht-bindende DIREKTIVE, überzeugt durch ASSERTIVE (vgl. Mann 2000; Ortak 2004; Staffeldt 2007; Weigand 2003). Dies bedeutet, dass die situativen und kontextuellen Voraussetzungen für den Vollzug solcher Sprechakte gegeben sein müssen (vgl. Eyer 1987; Motsch 1980; Ortak 2004). Dabei spielt die strategische Wahl des sprachlichen Stils der Äußerung eine Rolle (vgl. Kosta 1995; Marcu 2000; Weigand 2003).

5. Bezugnahmen auf die Sprechakttheorie zur Erforschung von Persuasion

Vielfach wurde argumentiert, dass das persuasive Ziel beiden Interaktionspartnerinnen bekannt sein müsse. Das bedeutet, dass vonseiten der Hörerin kommunikative Kompetenz (als Verstehen der illokutionären Rolle oder in Form von Dialogmusterwissen) vorausgesetzt wird, und dass Manipulation ausgeschlossen wird (vgl. Eyer 1987; Kosta 1995; Mann 2000; Motsch 1980; Ortak 2004). Wichtig ist es hierbei, festzuhalten, dass das Wissen um das persuasive Ziel nicht durch eine direkte Nennung hergestellt werden muss, sondern auch seine Erschließung durch die Kompetenz der Hörerin/Opponentin ausreicht.

Eine Zuordnung der Sprachhandlung ÜBERZEUGEN zu ARGUMENTIEREN ist allgemein akzeptiert (van Eemeren&Grootendorst 1984; Mann 2000; Ortak 2004; Staffeldt 2007; Weigand 2003). In der traditionellen Sprechakttheorie wird dies als Verhältnis von Perlokution und Illokution konzipiert (Davis 1980; Kopperschmidt 1976; Searle 1971; Staffeldt 2007; van Eemeren und Grootendorst 1984), in der Dialoganalyse als zwei Sprechhandlungen mit unterschiedlichen Foki (vgl. Mann 2000; Ortak 2004). Generell lässt sich sagen, dass sich Persuasion im Spannungsfeld zwischen Argumentation, Manipulation und Aufforderung vollzieht. Die Abgrenzung gelingt durch die Kriterien der Entscheidungsfreiheit der Hörerin, der Differenzierung des Argumentationsverständnisses und der Berufung auf den Zweck der Persuasion (vgl. Eyer 1987; Mann 2000; Motsch 1980; Ortak 2004) sowie situativ-kontextueller Faktoren (vgl. Kosta 1995; Motsch 1980; Mann 2000).

Die Sprechakttheorie und ihre Erweiterungen können den Handlungsaspekt der Persuasion erfassen, erweisen sich jedoch als unzureichend für die Erfassung der sozialen und der Wirkungsaspekte. So werden beispielsweise die Gradualität des Erfolgs von Persuasion bzw. das Wahrscheinlichkeitsprinzip, und die Rolle lexikalischer und stilistischer Mittel für den Erfolg von Persuasion thematisiert, aber nicht theoretisch erfasst.

Für eine Vertiefung dieser Aspekte ist es sinnvoll, die Untersuchung von Persuasion interdisziplinär zu erweitern. Nützliche Ansätze können etwa aus der Gesprächsforschung, der Sozialpsychologie, der Kommunikationswissenschaft, der Rhetorik und der Sprechwissenschaft entlehnt werden.

6. INTERDISZIPLINÄRE ERWEITERUNG DES SPRECHAKTTHEORETISCHEN PERSUASIONSKONZEPTS

6.1 BISLANG UNGEKLÄRTE ASPEKTE DER PERSUASION

Persuasive Kommunikation zielt darauf ab, die Übernahme einer Meinung oder die Ausführung einer Handlung zu bewirken. Der Versuch, jemanden zu überzeugen oder zu überreden – ob erfolgreich oder nicht –, stellt eine Handlung dar. In einer Sprechakttheoretischen Konzeption von Persuasion ist dieser Handlungscharakter von Persuasion besonders dominant. Dabei sind weitere Aspekte in den Hintergrund getreten, und erst in überarbeiteten Versionen der Sprechakttheorie sind einige davon thematisiert worden. Diese sind 1) der soziale Aspekt, 2) der Wirkungsaspekt und 3) der sozialpsychologische Aspekt.

Zum sozialen Aspekt gehört die Dialogizität bzw. Interaktivität von Persuasion. Zum Wirkungsaspekt gehören die rhetorischen Fragen nach relevanten Wirkungskriterien und somit nach Gestaltungskriterien für Äußerungen und Argumente. Hier spielt also die Strategie eine Rolle. Zum sozialpsychologischen Aspekt gehören Fragen der Persuabilität bzw. der Einstellungs- und Verhaltensänderung.

Persuasion kann außerdem a) als Prozess oder b) als Produkt begriffen werden. Dies kommt auch in den Sprechakttheoretischen Untersuchungen zum Ausdruck: Persuasion als Perlokution oder perlokutionärer Effekt beschreibt das Produkt, das durch den perlokutionären Akt (Prozess) erreicht werden soll. Ebenso wird Persuasion in Form eines Handlungsmusters als Prozess begriffen, und der definitive Bescheid der Hörerin/Opponentin dient dann wiederum zur Erfassung des Erfolgs, d.h. des Produkts Persuasion. Beide Perspektiven müssen berücksichtigt werden.

Die Untersuchung von Persuasion im Rahmen der Sprechakttheorie hat auch neue Fragen aufgeworfen, auf die in der interdisziplinären Erweiterung der Untersuchung eine Antwort gegeben werden soll. Anders als in der Sprechakttheorie wird es nun aber nicht mehr um Äußerungen oder Äußerungssequenzen, sondern um Gespräche gehen. Zur Benennung der Interaktionspartnerinnen werde ich die Terminologie Manns übernehmen, indem ich von Proponentin und Opponentin (bei allgemeineren Überlegungen auch „Rezipientin“) schreibe. Die Fragen lauten:

- 1) Wie lässt sich die Unterschiedlichkeit in der Wirkung von Persuasionsversuchen erklären?

- 2) Wie lässt sich die Gradualität des Erfolgs von Persuasionsversuchen erfassen?
- 3) Welchen Einfluss hat die inhaltliche Struktur auf den Erfolg von Persuasionsversuchen?

Für eine Klärung der Fragen 1 und 2 kann die Kommunikationswissenschaft herangezogen werden, die sich dazu auf sozialpsychologische Erkenntnisse und Modelle stützt. Für Frage 3 werde ich mich auf das Konzept des „recipient design“ aus der Konversationsanalyse, auf die Kommunikationswissenschaft und auf die Sprechwissenschaft berufen, die auch Bezüge zur Rhetorik herstellt. In Anschluss an Frage 3 werden auch Überlegungen zur Möglichkeit persuasiver Kompetenz kurz skizziert werden.

6.2 DIE UNTERSCHIEDLICHKEIT UND GRADUALITÄT DER PERSUASIVEN WIRKUNG

Dass ein und dieselbe Äußerung oder Nachricht unterschiedliche Wirkungen haben kann, ist in Sprechakttheoretischen Untersuchungen mit den Ausdrücken „Kontingenz perlokutionärer Effekte“ (vgl. Ortak 2004) und „Wahrscheinlichkeitsprinzip“ (vgl. Marcu 2000; Ortak 2004; Staffeldt 2007; Weigand 2003) angesprochen worden. Interdisziplinäre Untersuchungen wie die von Marcu und Ortak haben bereits sozialpsychologische Ansätze zur Erklärung der Kontingenz und Wahrscheinlichkeit herangezogen: Marcu berief sich auf das „Stages of Change“-Modell (SoC oder auch TTM: Transtheoretisches Modell), Ortak auf das Elaboration Likelihood Modell (ELM). Beide sollen nun beschrieben werden.

6.2.1 „TWO ROUTES TO PERSUASION“ - DAS ELABORATION LIKELIHOOD MODELL

Die theoretischen Konzepte der Kommunikationswissenschaft zu Persuasion beruhen größtenteils auf sozialpsychologischen Theorien der Einstellungsänderung (vgl. Price Dillard 2010, 204). Eine klare disziplinäre Unterscheidung kann aus diesem Grund nur an den Fragestellungen und Methoden festgemacht werden, wie weiter unten ersichtlich wird.

In „The Elaboration Likelihood Model of Persuasion“ antworten Richard E. Petty und John T. Cacioppo auf die Schwierigkeit der psychologischen Persuasionsforschung, die Wirksamkeit („effectiveness“) persuasiver Kommunikation zu erfassen (vgl. Petty&Cacioppo 1986, 125). Damit steht die Rezipientin im Fokus ihrer Untersuchung. Durch das Konzept eines Verarbeitungskontinuums („elaboration continuum“) können Petty und Cacioppo sämtliche Theorien bezüglich der Einstellungsänderung durch ihre unterschiedliche Positionierung in diesem Kontinuum erfassen (vgl. ebd, 129). Das Kontinuum beschreibt die Wahrscheinlichkeit der Informationsverarbeitung. Die Autoren erklären:

6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

One can view the extent of elaboration received by a message as a continuum going from no thought about the issue-relevant information presented to complete elaboration of every argument, and complete integration of these elaborations into the person's attitude schema. The likelihood of elaboration will be determined by a person's motivation and ability to evaluate the communication presented (ebd, 129).

Zentral für die Verarbeitung von Informationen sind die Motivation der Rezipientin sowie ihre Fähigkeit, sich mit der Information auseinanderzusetzen:

By elaboration in a persuasion context, we mean the extent to which a person thinks about the issue-relevant arguments contained in a message. When conditions foster people's motivation and ability to engage in issue-relevant thinking, the "elaboration likelihood" is said to be high (ebd, 128).

Motivation und Fähigkeit korrespondieren demnach mit der Verarbeitungswahrscheinlichkeit. Damit hängt auch die Art der Verarbeitung zusammen: Bei hoher Motivation und Fähigkeit wird die Information gründlich geprüft und kritisch verarbeitet, bei geringer Motivation und Fähigkeit stehen hingegen affektive Faktoren im Vordergrund (vgl. ebd, 131). Auf Grundlage dieser qualitativen Unterscheidung halten die Autoren fest:

[...] even though one can view message elaboration as a continuum, we can distinguish persuasion that is primarily a result of issue-relevant argumentation from persuasion that is primarily a result of some cue in the persuasion context that permits attitude change without argument scrutiny (ebd, 132).

Petty und Cacioppo unterscheiden also zwei Arten der Persuasion („two routes to persuasion“): Persuasion durch zentrale und Persuasion durch periphere Verarbeitung (vgl. ebd, 131-132). Während die zentrale Art der Persuasion auf Argumentation beruht und folglich kognitiv-rational genannt werden kann, erfolgt periphere Persuasion durch Reize, Assoziationen und ohne Prüfung.⁶³ Das bedeutet, dass es an der Rezipientin liegt, ob sie eine Information (z.B. als stützende Argumentation) als Argument oder als Reiz verwertet, nämlich je nachdem, wie involviert⁶⁴ sie in das Thema ist. Ortak fasst dies in die Worte: „Faktisch entscheidet nicht die Qualität der persuasiven Äußerung ‘für sich’ über ihre Erfolgchancen, sondern die Art der Informationsverarbeitung durch den Sp2“ (Ortak 2004, 183).

⁶³ Diese zweite Form der Persuasion ist als Manipulation zu werten. Sie funktioniert unter Verzicht auf das Verstehen (vgl. Petty&Cacioppo 1986, 134-135).

⁶⁴ Petty und Cacioppo haben die Motivation und Fähigkeit zur Verarbeitung auch als Involviertheit (involvement) bezeichnet (vgl. Petty, Cacioppo & Schumann: „Central and peripheral routes to advertising effectiveness: the moderating role of involvement“, in: *Journal of Consumer Research* 1983 Bd. 10 [2], 135-146).

Empirische Studien zum ELM haben gezeigt, dass die zentrale Variable für die Ermittlung der Verarbeitungstiefe die „Stärke“ des Arguments darstellt: bei tiefer Verarbeitung fällt die Qualität des Arguments deutlicher ins Gewicht als bei geringer Verarbeitung (vgl. Petty&Cacioppo 1986, 138). Wie stark ein Argument ist, ermittelten die Autoren in Voruntersuchungen durch die Wirkungen, die sie erzielten (vgl. ebd, 133-134). Wie James Price Dillard feststellt, muss dies aus kommunikationswissenschaftlicher - wie auch aus linguistischer - Sicht als Zirkelschluss betrachtet werden:

A communication researcher might ask, “How do I design a persuasive message?” but the psychologist's answer appears to be, “Conduct a pretest to determine which messages have strong or weak arguments.” Hence, the ELM seemingly provides no theoretical counsel to individuals whose disciplinary orientation predisposes them to a concern with creating effective persuasive messages (Price Dillard 2010, 207).

Während es der Kommunikationswissenschaft um das Verhältnis von Merkmalen einer Nachricht und den Wirkungen dieser Nachricht geht, untersuchen Petty und Cacioppo die kognitive Verarbeitung von Nachrichten und verwenden die vorgetesteten Argumente als methodisches Werkzeug dazu (vgl. ebd, 207). Price Dillard hält weiter fest: „[...] to characterize the arguments as strong or weak is to confuse the effect of the appeals (i.e., variation in cognitive response) with a property of the message (i.e., strength)” (ebd, 207).

Mit dem ELM kann man also keine Aussagen darüber machen, was ein Argument persuasiv macht – da dies selbst erst über die Wirkung bestimmt wird -, doch die Bedeutung der Einstellung und Verfassung der Rezipientin kann man damit sehr gut erklären. Der Nutzen des ELM könnte darin gesehen werden, dass man mit dem Begriff der Involviertheit über ein Kriterium verfügt, das die Wahrscheinlichkeit auf Erfolg bestimmt: Eine schwach involvierte Rezipientin leistet weniger Widerstand gegen Persuasionsversuche, weil es ihr nicht „wichtig genug“ ist. Eine stark involvierte Rezipientin hingegen wird jedes vorgebrachte Argument sorgfältig und kritisch prüfen, ehe sie sich überzeugen oder überreden lässt.

Doch so einfach ist es wiederum nicht. Erstens muss man die Möglichkeit in Betracht ziehen, dass eine hohe Involviertheit auch zur Entwicklung von Gegenargumenten führen und sozusagen „nach hinten losgehen kann“ (Schönbach 2013, 68).⁶⁵ Petty und Wegener haben in einer berichtigenden Stellungnahme darauf hingewiesen, dass es keine direkte Übereinstimmung von Verarbeitungstiefe und Persuabilität gibt: „[...] if providing a message recipient with extensive information about the credibility of

⁶⁵ Klaus Schönbach unterscheidet nicht zwischen der Verarbeitung durch die Rezipientin und der Gestaltung der Nachricht und gelangt somit zu der irreführenden Aussage, das ELM wolle erklären, „wie ernsthaft, wie rational meine Argumentation sein sollte“ (Schönbach 2013, 65).

6. Interdisziplinäre Erweiterung des Sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

the source convinces the person more of the validity of the position when the source information is scrutinized, the impact of credibility can be even higher under high- than under low-elaboration conditions" (Petty&Wegener 1999, 47).

Zweitens darf nicht übersehen werden, dass der Persuasionsbegriff von Petty und Cacioppo auch Manipulation mit einschließt (vgl. Petty&Cacioppo 1986, 134-136). In ihrer Untersuchung der peripheren Reize soll das Verstehen der Nachricht ausgeschlossen werden, indem z.B. fremdsprachige Nachrichten verwendet werden und nur der Einfluss der Sprechgeschwindigkeit untersucht wird (vgl. ebd, 135). Im bisher vertretenen Persuasionskonzept kommt aber gerade dem Verstehen eine zentrale Rolle zu (siehe Kapitel 2 bis 5). Eine periphere Verarbeitung ist für manipulative Reize empfänglicher, da die Argumente nicht oder nicht gründlich geprüft werden. Dies konfrontiert das bisher vertretene Persuasionskonzept mit der Schwierigkeit, dass selbst ein Persuasionsversuch, der auf „persuasionsfremde Zwänge“ (Mann 2000, 65) verzichtet, auf die Rezipientin manipulativ wirken kann. So müsste in letzter Instanz die Verarbeitungsart der Rezipientin daraufhin untersucht werden, ob sie zentral oder peripher ist, um rückwirkend festzustellen, ob es sich insgesamt um Persuasion oder um Manipulation gehandelt hat.⁶⁶ Hier kann man sich auch nicht auf die Auskunft der Rezipientin verlassen, denn: „people do not always have access to their cognitive processes“ (Petty&Cacioppo 1986, 136-137).

Zieht man die Konsequenz, als Voraussetzung einer Persuasion eine involvierte Rezipientin und folglich eine zentrale Verarbeitung des Persuasionsversuchs zu postulieren, bietet das ELM keine Möglichkeit mehr, die Unterschiede in der Wirkung von Persuasionsversuchen zu erklären.

⁶⁶ Wenn der Effekt allein von der Rezipientin hergestellt wird, ohne, dass irgendein Bezug zum Gesagten besteht, kann man nicht sagen, dass eine Sprecherin sie überzeugt oder überredet habe. Steven Davis hat diesen Gedankengang anschaulich durchgespielt: „Suppose you are frightened by anyone’s uttering a sound and I say ‘There’s a spider on your lap’. [...] Or suppose you are frightened by anyone’s uttering an English sentence [...] Or suppose you are frightened by my mentioning spiders or referring to your lap [...] Suppose you are blind and deaf and I say ‘There’s a spider on your lap’ causing a stream of air to hit your face which frightens you. [...] Should a perlocutionary act, then, be any act which involves an effect on the speaker’s audience which can be brought about by any feature of the speech situation, including such things as sounds, noises and puffs of air?“ (Davis 1980, 40-41). Er schlussfolgert: “[...] for a perlocutionary act to be performed a speaker’s saying something must produce an effect on the hearer through linguistic competence“ (ebd, 41).

Eine wichtige Erkenntnis kann dennoch aus dem ELM gewonnen werden: Wenn es darum geht, eine Opponentin zu überzeugen oder zu überreden, muss man sicherstellen, dass sie involviert, d.h. zur Verarbeitung fähig und motiviert ist.⁶⁷

6.2.2 STAGES OF CHANGE - DAS TRANSTHEORETISCHE MODELL DER VERHALTENSÄNDERUNG

Ein anderes Modell, das zur Klärung der Unterschiedlichkeit und der Gradualität persuasiver Wirkung dienen könnte, ist das Transtheoretische Modell (TTM) aus der Psychologie, genauer: dessen Konzept der Stages of Change (SoC). Das Modell wurde aus 18 bestehenden Therapiesystemen und auf der Basis empirischer Daten zu Selbstveränderung („self change“) entwickelt (Prochaska&DiClemente 1982, 277 r) und hauptsächlich für die Untersuchung von Therapieerfolgen bei Sucht- bzw. Problemverhalten herangezogen (vgl. Prochaska&DiClemente 1983 und Prochaska [u.a.] 1994). Heute findet es vor allem „Anwendung in der öffentlichen Gesundheitsvorsorge, in der Klinischen Psychologie, Gesundheitspsychologie und der primären, sekundären und tertiären Prävention“ (Maurischat 2001, 8).

Das Konzept der „Stages of Change“ erfasst „Kategorien eines latenten Kontinuums, der motivationalen Bereitschaft für eine Veränderung“ (ebd, 11). Die Autoren ermitteln fünf Stufen bzw. Stadien⁶⁸ der Veränderung: 1) precontemplation, 2) contemplation, 3) action, 4) maintenance und 5) relapse (vgl. Prochaska&DiClemente 1983, 391 l). In der ersten Phase besteht noch kein Problembewusstsein (vgl. Prochaska&DiClemente 1982, 284 r), in der zweiten wird über das problematische Verhalten nachgedacht. In Phase 3 folgt eine aktive Veränderung der Verhaltensgewohnheit oder der Umwelt, und in Phase 4 geht es darum, die neue Gewohnheit beizubehalten (vgl. ebd, 284 r). Die fünfte Phase bildet der Rückfall (vgl. ebd, 283 r). In späteren Arbeiten haben Prochaska und DiClemente noch die 6. Stufe „termination“ hinzugefügt, die sich jedoch nicht allgemein bewährt hat (vgl. Maurischat 2001, 12). Durchgesetzt hat sich offenbar die Klassifizierung der Stufen: 1) precontemplation, 2) contemplation, 3) preparation, 4) action und 5) maintenance (vgl. Marcu 2000, 1726 und Maurischat 2001, 12). In der dritten Phase „prepararion“ werden „intentionale und Verhaltensaspekte kombiniert. Menschen äußern hier die Absicht, ihr Verhalten gewöhnlich innerhalb des nächsten Monats (d.h. kurzfristig) zu ändern oder hatten im letzten Jahr bereits erste erfolglose Versuche unternommen“ (Maurischat 2001, 13). Carsten Maurischat fasst den Leitgedanken des Modells wie folgt zusammen: „Der Leitge-

⁶⁷ Man könnte davon ausgehen, dass die Rezipientin des Persuasionsversuches, die Opponentin also, gewissermaßen immer schon involviert ist, da ihre Opposition auf ein – zumindest minimales - Interesse schließen lässt. Dies stellte jedoch eine einseitige Interpretation von Involviertheit dar, weshalb es nicht nur sinnvoll, sondern auch notwendig ist, die Voraussetzung der Involviertheit neben der des Dissenses eigens festzuhalten, und nicht auf diese zu reduzieren. Involviertheit ist immerhin auch als Konsens möglich, und Dissens zeugt nicht notwendig von Interesse.

⁶⁸ Da es noch keine einheitliche deutsche Übersetzung der Terminologie gibt (vgl. Maurischat 2001, 45-46), werde ich hier die Begriffe Stufe, Phase und Stadium gleichbedeutend verwenden.

6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

danke besteht darin, dass sich Personen bzgl. eines spezifizierten Problembereichs graduell darin unterscheiden, wie bereit sie für eine Veränderung sind und dass sie sich einem SoC zuordnen lassen“ (ebd, 12).

Prochaska und DiClemente zufolge gibt es je Stufe oder Phase passende Therapieprozesse bzw. –methoden, sodass sich eine Therapeutin in der Wahl des Prozesses bzw. der Methode daran orientieren muss, auf welcher Stufe sich die Klientin befindet (vgl. Prochaska&DiClemente 1982, 287 I). Misslingt dies, wird die Therapie oft abgebrochen (vgl. ebd, 287 I). Mit anderen Worten: Der Erfolg der Therapie hängt wesentlich davon ab, ob die Klientin richtig angesprochen wird. Die Autoren teilen die insgesamt zehn Therapiemethoden⁶⁹ in die verbalen und die Verhaltensprozesse ein und erklären: „The major difference is that the verbal processes are most important in preparing clients for action, while the behavioral processes become more important once clients have committed themselves to act“ (ebd, 285 r). Generell halten sie fest: „The further along in the stages of change that clients are, the more readily they will be expected to progress on a particular problem during the course of therapy“ (ebd, 285 I).

Das Modell umfasst also sowohl Einstellungs- wie auch Verhaltensaspekte, die jedoch, wie Maurischat festhält, nicht konsistent den einzelnen Stufen zuzuordnen sind (vgl. Maurischat 2001, 14). Ihm zufolge gibt es keine geradlinige, sondern eine spiralförmige Progression von einer Stufe zur nächsten: „Die SoC werden zwar in aufsteigender Reihenfolge sukzessiv durchschritten, aber in jeder Phase ist auch eine Regression (‘retention’) in eine vorhergehende Phase möglich“ (ebd, 15).

Bei Persuasion geht es zwar nicht um Therapie, doch das Modell der Stufen lässt sich problemlos auf Persuasion übertragen.⁷⁰ Unter folgenden drei Aspekten ist das SoC-Modell für die vorliegende Untersuchung nützlich:

1) Die Annahme unterschiedlicher Bereitschaftsgrade zur Veränderung (und folglich zur Persuasion) bedeutet, dass für den Persuasionsversuch eine Orientierung an der Rezipientin notwendig ist;

⁶⁹ Diese sind: “consciousness raising, self-liberation, social liberation, self-reevaluation, environmental reevaluation, counterconditioning, stimulus control, reinforcement management, dramatic relief, and helping relationships” (Prochaska&DiClemente 1983, 391 I).

⁷⁰ Vgl. dazu die Ausführungen von Marcu, der das Modell für die Erfassung der Involviertheit der Rezipientin heranzieht (vgl. Marcu 2000, 1726).

2) Die unterschiedlichen Bereitschaftsgrade zur Veränderung können außerdem erklären, weshalb ein Persuasionsversuch je nach Rezipientin unterschiedliche Wirkungen erzielen kann;

3) die Konzeption der stufenweisen Veränderung ermöglicht ein anderes, graduelles Verständnis des Erfolgs von Persuasionsversuchen.

Will man das SoC-Modell auf eine Untersuchung der Persuasion anwenden, müssen die Stufen bzw. Phasen der Persuasion definiert werden. Eine solche parallele Realisierung soll im Folgenden versucht werden. Vorweg sei angemerkt, dass die Verbindung von Einstellungs- und Verhaltensaspekten in den beiden persuasiven Operationen Überzeugen und Überreden gespiegelt ist. Laut Ortak sind im Überreden beide Aspekte miteinander verbunden, denn das Überzeugen stellt ihm zufolge „eine Etappe auf dem Weg zur Erfüllung des Überredungsziels“ (Ortak 2004, 65) dar. Somit bestünde Überreden sowohl im Erzeugen einer Zustimmungsbereitschaft (Überzeugen) als auch, darauf aufbauend, einer Handlungsbereitschaft. Man könnte mit Ortak dementsprechend annehmen, dass das Ziel des Überzeugens ein Durchlaufen weniger Stufen erfordert und daher eher erreicht wird als das Überreden, welches bis zur Stufe der Handlungsbereitschaft durchlaufen werden muss. Wie ich zeigen werde, sind beide Operatoren jedoch wesentlich verschieden.

Ein wichtiger Unterschied zum traditionellen SoC-Modell, das sich auf Therapieerfolge konzentriert, besteht darin, dass es bei Persuasion keine vorgegebene Richtung gibt. Am Beispiel des Rauchens lässt sich dies dadurch verdeutlichen, dass man sowohl jemanden überreden kann, aufzuhören, als auch wieder anzufangen. Bei Persuasion geht es um subjektive Ansichten und Wünsche, nicht um ein allgemein als solches definiertes Problemverhalten oder Suchtverhalten. Dies vorausgeschickt, sieht ein erster Versuch über Persuasionsstufen des Typs Überzeugen so aus:

- 1) Die Rezipientin denkt nicht über den in Frage stehenden Sachverhalt nach (keine Reflexion).
- 2) Die Rezipientin denkt über den Sachverhalt nach (Reflexion).
- 3) Die Rezipientin ist bezüglich des Sachverhalts unsicher (Zweifel).
- 4) Die Rezipientin zieht die Darstellung des Sachverhalts (d.i. den Standpunkt) der Proponentin in Erwägung (Erwägen).
- 5) Die Rezipientin ist sich sicher, dass der Standpunkt der Proponentin richtig ist (Zustimmung).

6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

Befindet sich die Rezipientin auf Stufe 1, so muss Reflexionsbereitschaft geweckt werden, damit der Sachverhalt zum Thema wird.⁷¹ Befindet sie sich auf Stufe 2 oder 3, kann bereits Zustimmungsbereitschaft geweckt werden, wobei von Stufe 3 aus weniger Widerstand zu erwarten und ein Persuasionserfolg wahrscheinlicher scheint. Auch Stufe 4 kann noch Ausgangspunkt einer Persuasion sein. Die Unsicherheit der Rezipientin muss hier als ein schwacher Dissens zu der von der Proponentin vertretenen Ansicht gedeutet werden, denn als wesentliche Voraussetzung der Persuasion wurde in der sprechakttheoretischen Untersuchung die Dissensmarkierung genannt.⁷² Die verschiedenen Stufen veranschaulichen die graduelle Minimierung von Dissens zu einer von der Proponentin vertretenen Darstellung der Sachlage.⁷³

Wechselt nun die Rezipientin nach einem Persuasionsversuch von Stufe 1 auf eine der Stufen 2-4, so müsste dies als ein gradueller Erfolg gewertet werden. Allerdings kann dies nicht bedeuten, dass der Persuasionsversuch *erfolgreich* verlaufen ist, sondern nur, dass er nicht völlig *erfolglos* war. Das Wechseln von einer Stufe zur nächsten ist jeweils nur ein Teilerfolg. Es liegt bereits in der Semantik der Verben „überreden“ und „überzeugen“, dass sie einen Endpunkt markieren und eine teilweise Überzeugung nicht möglich ist.⁷⁴ Mit anderen Worten: Die Rede von einem graduellen Erfolg der Persuasion bedeutet nichts anderes, als dass man sich dem Erfolg mehr oder weniger annähern kann, ehe man ihn erreicht. Erst wenn Stufe 5 erreicht ist, hat Persuasion stattgefunden.⁷⁵

Für Überreden gestalten sich die Stufen anders, da es hierbei um eine Handlungsbereitschaft geht. Die Rezipientin muss ein Handlungsmotiv für ausreichend erachten, z.B.: „Ich will nicht, dass mich A für geizig hält. Wenn ich A diese Bitte abschlage, könnte sie mich für geizig halten. Also komme ich der Bitte nach.“ Die Überredung umfasst somit die Überzeugung von der Notwendigkeit oder Nützlichkeit einer Handlungsausführung oder -unterlassung, wobei es sich hier um eine andere Art der Überzeugung handelt, die ich mit Überzeugung² bezeichne:

⁷¹ Das Wecken von Reflexionsbereitschaft könnte man auch damit umschreiben, dass man die Rezipientin „involviert“, was im vorherigen Abschnitt als notwendige Voraussetzung der Persuasion erarbeitet wurde (6.2.1).

⁷² Vgl. dazu die Ausführungen in Abschnitt 5.3 und 5.4.

⁷³ Vgl. das Konzept der Dissensminimierung von Elke Mann (Mann 2000).

⁷⁴ Dies gilt übrigens auch für die entsprechenden Verben in anderen Sprachen, z.B. im Englischen: „persuade“ und „convince“.

⁷⁵ Darin widerspreche ich Elke Mann, die als Ziel der Persuasion die Dissensminimierung, nicht aber den Konsens ansetzt (vgl. Mann 2000).

6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

- 1) Die Rezipientin kennt keinen Grund und hat keine Absicht, eine bestimmte Handlung auszuführen/zu unterlassen (Absichtslosigkeit).
- 2) Die Rezipientin kennt einen Grund und denkt darüber nach, die Handlung auszuführen/zu unterlassen (Reflexion).
- 3) Die Rezipientin ist sich unsicher, ob sie einen hinreichenden Grund hat, die Handlung auszuführen/zu unterlassen (Zweifel).
- 4) Die Rezipientin zieht in Erwägung, dass sie hinreichend Grund hat, die Handlung auszuführen/zu unterlassen (Erwägen).
- 5) Die Rezipientin ist sich sicher, dass sie hinreichend Grund hat, die Handlung auszuführen/zu unterlassen (Überzeugung²).
- 6) Die Rezipientin zieht in Erwägung, die Handlung auszuführen/zu unterlassen (Absichtsbildung).
- 7) Die Rezipientin ist bereit, die Handlung auszuführen/zu unterlassen (Absicht).

Befindet sich die Rezipientin auf Stufe 1 bis 3, vollzieht sich die Überredung ähnlich der Überzeugung. Der zu bewertende Sachverhalt jedoch ist ein anderer, da die Interessen der Proponentin Teil des Grundes sind, die Handlung auszuführen oder zu unterlassen.⁷⁶ Bei der Überredung haben soziale Aspekte folglich ungleich mehr Gewicht als bei der Überzeugung. Da die Überzeugung² von der Nützlichkeit oder Notwendigkeit einer Handlungsausführung oder –unterlassung außerdem nur einen funktionalen Schritt im Überreden darstellt, geht es bei Überzeugung² weniger darum, *welchen* Grund die Rezipientin als hinreichend anerkennt, sondern es steht im Vordergrund, *dass* sie einen Grund anerkennt – es muss also nicht der Grund sein, den die Proponentin vorgebracht hat. Mit anderen Worten: Überzeugen² ist keine Zustimmung. Insofern ist das Überzeugen als Teil des Überredens (Überzeugen²) wesentlich vom Überzeugen verschieden, und das Überreden kann auch erfolgreich sein, wenn das Überzeugen² nicht erfolgreich war (in dem Sinne, dass die Rezipientin einen anderen Grund als hinreichend befindet, als jenen, welchen die Proponentin vorbringt).⁷⁷

⁷⁶ Dies setzt voraus, dass die Rezipientin die Intention der Proponentin kennt.

⁷⁷ Erneut verweise ich auf Kapitel 7, in dem die Definition der Begriffe „überzeugen“ und „überreden“ geleistet wird.

6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

Eine Überredung kann auch noch dann einsetzen, wenn die Rezipientin bereits einen Grund für hinreichend befunden, aber noch keine Absicht zur Handlung gebildet hat (Stufe 5). Stufe 6 stellt den minimalen Dissens dar, den es zwischen Proponentin und Rezipientin zu Beginn eines Persuasionsversuchs des Typs Überreden geben muss.

Diese Skizzierung der Persuasionsstufen bedürfte noch gründlicher Ausarbeitung. Will man ein Stufenmodell der Persuasion anwenden, muss ermittelt werden, was auf welcher Stufe am besten wirkt: welche Informationen, Argumente usw., also wie man seinen Persuasionsversuch an der Position der Rezipientin ausrichten kann. Was das Stufenmodell hier vordergründig zeigen sollte, ist die Möglichkeit, zwischen erfolglosen und erfolgreichen Persuasionsversuchen weiter zu differenzieren. Dies ist empirisch nur über qualitative Wirkungsforschung möglich.⁷⁸

Außerdem kann das Stufenmodell erklären, weshalb ein Persuasionsversuch unterschiedliche Wirkungen erzielen kann – nämlich je nachdem, auf welcher Stufe sich die Rezipientin befindet. Die Überredung, das Rauchen aufzugeben, wird bei einer Rezipientin, die bereits überlegt, damit aufzuhören, anders verlaufen, als bei einer Rezipientin, welche im Rauchen kein Problem sieht. Marcu, der das SoC-Modell für eine Untersuchung von Persuasion vorgeschlagen hat, weist darauf hin:

It is obvious that in order to be persuasive, the content of a message should differ radically according to the stage that the recipient is in: the information provided to a person who is not aware that smoking is unhealthy should be different from that provided to a person who has been attempting to quit smoking for more than three months (Marcu 2000, 1727).

Allerdings ist die Positionierung der Rezipientin auf einer der Stufen nicht allein ausschlaggebend über die Wahrscheinlichkeit des Erfolgs der Persuasion. Man stelle sich folgenden Überredungsversuch vor:

A, B, C, D, E und F sind Raucherinnen. A verfügt über absolut kein Problembewusstsein diesbezüglich und raucht unreflektiert (Stufe 1). B hat die Warnung auf der Zigarettenpackung gelesen und weiß, dass es Gründe gibt, mit dem Rauchen aufzuhören (Stufe 2). C stammt aus einer Familie mit erhöhtem Krebsrisiko und ist sich unsicher, ob dies Grund genug ist, mit dem Rauchen aufzuhören (Stufe 3). D hat Geldprobleme und erwägt, dass es besser wäre, das Rauchen aufzugeben, um Geld zu sparen (Stufe 4). E ist sich sicher, dass sie mit dem Rauchen aufhören sollte, damit ihre Freundinnen nicht mehr die

⁷⁸ Einen solchen Ansatz verfolgt Sven Staffeldt in „Äußerungen und die Indizierung ihrer emotionalen Wirkungen: Perfid's (Perlocutionary Indicating Devices) bzw. Perkams (Perlokutionäre Kräfte anzeigende Mittel) im medial geschriebenen und gesprochenen Deutsch“ (Staffeldt 2014).

Nase vor ihr rümpfen (Stufe 5). F zieht in Erwägung mit dem Rauchen aufzuhören, weil sie schwanger ist und das Kind nicht gefährden will (Stufe 6). G hat das Rauchen aufgegeben und ist begeistert von ihrem Erfolg. Sie möchte ihre Freundinnen dazu überreden, sich das Rauchen abzugewöhnen, da sie vermeiden will, durch ihr Beispiel wieder dazu verleitet zu werden. Gesetzt den Fall, alle sechs Raucherinnen sitzen an einem Tisch und G berichtet, wie sie mit Hilfe von Nikotinplastern schrittweise und problemlos aufgehört hat, zu rauchen, dürfte die Reaktion der Raucherinnen A-F unterschiedlich ausfallen.

A könnte verständnislos den Kopf schütteln, B gleichgültig zuhören. C könnte nach dem Grund fragen, weshalb G aufgehört hat, während D nach dem Preis der Nikotinplaster fragen könnte. E könnte sich motiviert fühlen, diese Methode auch auszuprobieren, genauso gut könnte sie beschließen, nicht aufzuhören, sondern auf Nikotinplaster (die ja nicht riechen) umzusteigen. F müsste im Sinne ihres Interesses nach der Dauer der Therapie fragen. Wie sich zeigt, ist die Reaktion nicht nur von der Stufe abhängig, sondern auch von der jeweiligen Situation, die bestimmt, welche Inhalte relevant sind: für C ist dies Gesundheit, für D das Geld, für E soziale Anerkennung und für F Verantwortlichkeit. Die jeweils passenden Argumente zu finden, stellt eine große Herausforderung für die Proponentin dar.⁷⁹ Marcu spricht in Zusammenhang mit der Wahl der richtigen Argumente bzw. Informationen von „moral profile“:

[i]f they [die Rezipientinnen] are *achievement seekers*, it is better to include a message information that explains how they can advance and achieve a goal; if they are anxious, it is better to avoid the use of fear appeals because this may lower the persuasive effect (ebd, 1727).

Zusätzlich müsse man berücksichtigen, wie bestimmte lexikalische Konstruktionen und wie die rhetorische Ordnung der Inhalte wirken (vgl. ebd, 1732). Die lexikalischen Konstruktionen bezeichnet er als „agent-independent“, denn ihre „perlocutionary effects are independent of the speaker, hearer, structure of the message, etc“ (ebd, 1734). Dazu zählt er „[u]sing specific nouns instead of general ones, and using denotative, spatial or temporal specific nouns“ (ebd, 1734) und erklärt sie zu Oberflächenhandlungen („surface actions“). Nicht unerwartet zieht er den Vergleich zur peripheren Verarbeitungsweise aus dem ELM von Petty und Cacioppo (vgl. ebd, 1737). Die lexikalischen Konstruktionen, als Oberflächenhandlungen verstanden, müssen aus der vorliegenden Untersuchung von Persuasion deshalb ausgeschlossen werden, da ihnen manipulative Kraft zugesprochen werden kann: Ihre Wirkung ist nicht an das Verstehen geknüpft, wie Marcu schreibt:

⁷⁹ An späterer Stelle in dieser Arbeit wird dieser Aspekt anhand der Topik abgehandelt (siehe 6.3.2 und 6.3.3).

6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

The distinction between surface- and interpret-like actions can also model the difference between peripheral and central routes to persuasion (Petty and Cacioppo, 1986; Chaiken, 1987). If the understanding of a message is formalized to be part of the truth conditions that make an INTERPRET action possible, then the persuasiveness of a message can still be high due to the persuasive effects of surface-based actions, which do not require understanding (ebd, 1737).

Die rhetorische Ordnung der Inhalte hingegen wertet Marcu als „agent-dependent“, denn die „perlocutionary effects are dependent on the agents that participate in a conversational exchange, on the agents to which locutionary acts are attributed to, or indirectly, on the structure of the message“ (ebd, 1735). Dazu zählt er die Glaubwürdigkeit der Proponentin bzw. der Quelle, die Einstellung und den Glauben der Rezipientin sowie die argumentative Schlüssigkeit der Nachricht (vgl. ebd, 1735). Aus Sicht der Proponentin ist nur der letzte dieser Punkte direkt plan- und kontrollierbar.

Die Auseinandersetzung mit dem Stufenmodell hat für die Untersuchung von Persuasion gezeigt, dass der Erfolg von Persuasionsversuchen graduell verlaufen kann. Sie hat zudem erklärt, weshalb Persuasionsversuche je nach Rezipientin unterschiedliche Wirkungen erzielen können. Es wurde deutlich, dass eine Orientierung an der Rezipientin für eine erfolgreiche Persuasion unerlässlich ist. Marcu hat dazu einige wegweisende Überlegungen angestellt. Seine „agent-dependent actions“ sind für die vorliegende Untersuchung relevant, während die stilistischen Aspekte als manipulativ ausgeschlossen werden müssen (s.o.). Wie die Orientierung an der Rezipientin bei der Organisation des Persuasionsversuchs erfolgen kann, soll im Folgenden gemeinsam mit der Frage, wie die inhaltliche Struktur eines solchen die Wirkung beeinflusst, näher betrachtet werden.

6.3 DIE ORGANISATION DES PERSUASIONSVERSUCHS

6.3.1 WAS BEDEUTET „ORIENTIERUNG AN DER REZIPIENTIN“?

Dass man sich in Kommunikation generell an der Rezipientin orientiert, ist eine fundamentale Einsicht der interaktiven Linguistik und wurde unter dem Begriff „recipient design“ konzeptualisiert (vgl. Fox 2008, 276). Seinen Ursprung hat dieses Konzept in der Konversationsanalyse, insbesondere den Untersuchungen zum turn-taking von Sacks, Schegloff und Jefferson. Sie schreiben:

It is a systematic consequence of the turn-taking organization of conversation that it obliges its participants to display to each other, in a turn's talk,

their understanding of other turns' talk. More generally, a turn's talk will be heard as directed to a prior turn's talk [...] (Sacks, Schegloff&Jefferson 1974, 728).

Die Analyse der Autoren ergibt, dass alles Sprechen interaktiv und kollaborativ ist, da es entweder auf die Rezipientin und ihre Äußerungen eingeht – reaktiv - oder ihre Handlungsmöglichkeiten festlegt - initiativ. Ein Gesprächsschritt ist demzufolge immer „interactionally determined“ (Sacks, Schegloff&Jefferson 1978, 42). Die Autoren erklären dieses Konzept der Rezipientenorientierung wie folgt:

With „recipient design“ we intend to collect a multitude of respects in which the talk by a party in conversation is constructed or designed in ways which display an orientation and sensitivity to the particular other(s) who are the coparticipants. In our work, we have found recipient design to operate with regard to word selection, topic selection, the admissibility and ordering of sequences, the options and obligations for starting and terminating conversations, and so on [...] (ebd, 43).

Sowohl die Sprache als auch die Inhalte von Äußerungen werden demnach an die Rezipientin angepasst und gehen auf sie ein. Auf Grundlage dieses Konzepts sind in der Konversations- und Diskursanalyse Untersuchungen zur Organisation von Äußerungen durchgeführt worden (z.B. Fox 2008), die darstellen, welche Anpassungen Sprecherinnen vornehmen, wenn sie mit unterschiedlichen Rezipientinnen interagieren. Es konnte beispielsweise gezeigt werden, dass unbekannte Referenzobjekte mit einer Nominalphrase eingeführt werden, bekannte Referenzobjekte jedoch durch Pronomen repräsentiert werden (vgl. ebd, 264-268), sowie, dass sich die Einführung neuer Inhalte an den Themen des Gesprächs ausrichtet (vgl. ebd, 260-262) – beides stellt eine Orientierung an der Hörerin – ihrem Wissen und ihrem Interesse - dar.

Die Untersuchungen zum recipient design sind deskriptiv. Sie betonen, dass die Orientierung an der Rezipientin ein fundamentales Prinzip der Kommunikation ganz allgemein darstellt. Doch obwohl sie selbst keine Aussagen über strategische Aspekte der Kommunikation machen, ermöglichen ihre Erkenntnisse strategische Überlegungen. So kann etwa ein unpassend platzierter Gesprächsbeitrag dessen besondere Wichtigkeit betonen (vgl. ebd, 262). Hier wird allerdings die Orientierung an der Hörerin merklich unterlassen, und gerade dieses Merkmal verhilft dem Beitrag zu erhöhter Aufmerksamkeit.

Recipient Design behandelt die Orientierung an der Rezipientin als prinzipiellen Teilaspekt der Kommunikation, der nötig ist, um Sinn und Zusammenhang zu stiften, um also Verständigung zu sichern. Der Rezipientin muss einsichtig sein, warum welche Aussage gerade jetzt gemacht wird. Dies ist durch den kontextuellen Zusammenhang abgesichert (vgl. Sacks, Schegloff&Jefferson 1978, 43).

6. Interdisziplinäre Erweiterung des Sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

Ein Konzept bzw. eine Theorie aus der Kommunikationswissenschaft vermag das Konzept des Recipient Design in einen größeren Zusammenhang zu stellen, indem das Erkenntnisinteresse auf die kommunikative Haltung der Gesprächspartnerinnen erweitert wird. So erscheint Recipient Design als eine von drei Ebenen der Kommunikation. Die „message design logic“ (MDL) - Theorie⁸⁰ gibt Aufschluss darüber, wie das Kommunikationsverständnis der Gesprächspartnerinnen die Gestaltung der Äußerungen und ihr Verstehen beeinflusst. Barbara O’Keefe, die diese Theorie entwickelt hat, geht davon aus, dass „individuals differ in their basic view of communication – what its purposes are and what it can serve to accomplish“ (Hart 2002, 110), und dass diese grundlegenden Unterschiede die „considerable variance in message production and interpretation“ (ebd, 110) bedingen. Ihr zufolge gibt es drei hierarchisch geordnete „Logiken“ der Gestaltung von Nachrichten: eine expressive, eine konventionelle und eine rhetorische (vgl. ebd, 110).

Bei der expressiven „Logik“ geht es um den Ausdruck von Gedanken der Sprecherin. Die Kommunikation muss vor allem klar sein (vgl. ebd, 112). Rücksicht auf die Nachvollziehbarkeit eines Zusammenhangs vonseiten der Rezipientin wird hier nicht genommen, vielmehr werden Erwartungen offen enttäuscht und der Kontext ausgeblendet (vgl. ebd, 112). Expressive Äußerungen sind folglich subjektiv, idiosynkratisch und reaktiv (vgl. ebd, 113). Fragt man, warum eine bestimmte Äußerung gerade jetzt getätigt wurde, muss die Antwort lauten: weil die Sprecherin gerade einen Gedanken hatte, und sie sagt, was sie denkt (vgl. ebd, 113).

Bei der konventionellen „Logik“ geht es um soziale Effekte. Die Kommunikation muss vor allem angemessen sein und beruht auf Kooperation (vgl. ebd, 113-114). O’Keefe erklärt:

The difference between an expressive and a conventional message design logic is, in large part, the difference between a system that simply reacts to circumstances and a system that responds to exigencies with some appropriate remedy; (O’Keefe 1997, 110).

⁸⁰ Vorgestellt wurde dieses Modell von Barbara O’Keefe im Jahr 1988. Nachzulesen in: O’Keefe, Barbara: „The logic of message design: Individual differences in reasoning about communication“, in: *Communication Monographs* 1988, Bd. 55 [1], 80-103.

Interessant bezüglich des Themas Persuasion ist außerdem ein Artikel aus dem Vorjahr: O’Keefe, Barbara und Shepherd, Gregory J.: „The pursuit of multiple objectives in face-to-face persuasive interactions: Effects of construct differentiation on message organization“, in: *Communication Monographs* 1987, Bd. 54 [4], 396-419 und in: O’Keefe, Barbara: „The logic of message design: Individual differences in reasoning about communication“, in: *Communication Monographs* 1988, Bd. 55 [1], 80-103.

Auf der konventionellen Ebene können „goals based on defined roles, identities and situations“ (Hart 2002, 113) erreicht werden. Hier sind auch Sprechakte zu verorten:

A communicative task is defined by a specific objective or set of objectives, and for any task there is one general sort of message that is employed to do the job – it is the action that “counts as” getting the job done. Something like this image of message design can be found, for example, in analyses of communication based on speech-act theory [...] (O’Keefe 1991, 131).

In der konventionellen Logik werden Äußerungen getätigt, weil es normal und angemessen ist, sie unter den entsprechenden Umständen zu äußern (vgl. Hart 2002, 114). Es ist leicht ersichtlich, dass sich das Konzept des Recipient Design auf die Ebene der konventionellen MDL bezieht.

Die rhetorische „Logik“ schließlich wird von O’Keefe als die komplexeste und hierarchisch höchste dargestellt. Äußerungen, die dieser Logik folgen, sind proaktiv: „In contrast to the Conventional MDL where identity and contest are ‘given’ or fixed, the Rhetorical logic sees these aspects of interaction as changeable or open for negotiation“ (ebd, 114). Hierbei geht es um das Erreichen von Zielen durch die Reorganisation des Kontexts. O’Keefe prägt dafür den Begriff der „architecture of intersubjectivity“ (vgl. ebd, 114). Den Unterschied zur konventionellen Logik beschreibt sie als „the difference between a system that is limited in its response by historically evolved structures and a system that draws on a wider range of resources by changing structures“ (O’Keefe 1997, 110).

Nachrichten bzw. Äußerungen, die einer rhetorischen Logik folgen, sind also durch ein strategisches Moment gekennzeichnet. Die einzelnen Elemente folgen einem Plan und einem Ziel (vgl. Hart 2002, 114). O’Keefe erklärt die hierarchische Ordnung der Logiken wie folgt:

Notice that a move up the hierarchy of message design systems opens up additional possibilities for the use of language. Attaining a conventional level of functioning makes expression an option, a goal one might choose rather than the guiding principle behind the message production system; attaining a rhetorical level of functioning makes affirmation of preexisting roles and routines a choice, rather than a necessary foundation from which all action derives. [...] Hence, differences in message design logic should lead to difference in the ability to accomplish whatever tasks are confronted in the situation. Messages generated by an expressive design logic should be judged as least effective and messages generated by a rhetorical design logic should be judged as most effective in meeting situational demands (ebd, 110).⁸¹

⁸¹ In verschiedenen Studien zu den drei „Logiken“ konnte die These O’Keefes bestätigt werden, dass die effizientesten Nachrichten/Äußerungen, also jene, welche den gewünschten Effekt erzielten, einer rhetorischen Logik entsprachen (z.B. O’Keefe&Cornack 1987; O’Keefe&Shepherd 1987; Peterson&Albrecht 1996; Caughlin

6. Interdisziplinäre Erweiterung des Sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

Persuasion ist der rhetorischen „Logik“ zuzuordnen, denn hier geht es um das Erreichen kommunikativer Effekte (vgl. Hart 2002, 115). Sowohl die Identitäten der Gesprächspartnerinnen als auch die Situation werden in der Kommunikation verhandelt, also kooperativ hergestellt, mit dem Ziel, Konsens zu erreichen (vgl. ebd, 115). Kommunikation wird als ein Prozess der Koordination betrachtet, in dem „explicit contextualizing elements and creative re-descriptions of selves and social arrangements“ (Edwards et.al. 2008, 440) vorkommen. Die Orientierung an der Hörerin ist in der rhetorischen Logik am stärksten ausgeprägt, mehr als das: die Hörerin wird *einbezogen* in die Herstellung von Bedeutung und von Konsens. Dieser Aspekt der gemeinsamen Herstellung erinnert an Weigands Ausführungen zur Verhandlung von Sinn (vgl. Weigand 2003, 4). O’Keefe beschreibt diese Vorgangsweise als „cooperative rather than competitive (e.g. by describing the goal of the encounter as trying to find a consensus that would satisfy both parties or by locating common ground)“ (O’Keefe 1997, 101). In der rhetorischen Logik werden Äußerungen so konstruiert, dass das Ziel, das sie verfolgen, der Hörerin „schmackhaft“ gemacht wird. O’Keefe zufolge erreichen sie deshalb ein „defined and organized agreement as a common understanding achieved jointly rather than as a backdown of the other party“ (ebd, 101).

Die Theorie der MDL bietet eine Möglichkeit, die Variabilität und Anpassung von Nachrichten/Äußerungen zu erfassen. Es darf nicht missverstanden werden als Modell mentaler Repräsentationen, welche der Nachrichtenproduktion zugrunde liegen: „A design logic is a rationale that connects a function to a form [...]. In the case of message design, it is an account of why uttering these words under these circumstances has this particular meaning or effect“ (ebd, 111).⁸² Die MDL-Theorie kann folglich genauso wenig wie das Konzept des Recipient Design Aussagen darüber machen, wie Nachrichten gestaltet werden (sollen): „[...] one should not assume that a design logic ‘generates’ messages in the sense of machining or extruding them“ (ebd, 111). Wohl aber, so O’Keefe, kann sie als „foundation for models of the process of message production“ (ebd, 113) herangezogen werden.⁸³

et.al. 2008; Scott et.al. 2013). Gegenstimmen vertraten die These, dass vor allem eine Übereinstimmung der MDL die Effizienz der Kommunikation erhöhe. Joy L. Hart argumentiert mit Verweis auf die kulturelle Geformtheit der persönlichen Kommunikationstheorien (MDLs), dass vor allem eine Übereinstimmung der MDLs eine effiziente Kommunikation ermögliche, und dass die Untersuchungen, welche die rhetorische MDL als hierarchisch übergeordnet herausstellen, durch die Beschränkung der Studien auf eine kleine kulturelle Gruppe weißer Studierender bedingt sei (vgl. Hart 2002, 116-118). Vgl. auch die Studie von Gwen A. Hullman (Hullman 2004).

⁸² O’Keefe nennt in diesem Sinn auch die Sprechakttheorie Searles eine „design logic“ (vgl. O’Keefe 1997, 111). Hart bringt die konventionellen MDL mit Sprechakten in Verbindung („[...] one makes conventional moves to accomplish recognized speech acts“; Hart 2002, 113).

⁸³ Einen Entwurf eines solchen Modells hat O’Keefe als „message design model“ versucht. Darin behandelt sie „message production as a process of managing or adapting the expression of relevant thoughts and intentions“

Recipient Design und MDL weisen beide darauf hin, dass die Orientierung an der Rezipientin bei der Organisation von Äußerungen allgemein eine Rolle spielt. Während der Fokus des Recipient Design auf der konventionellen Gesprächsführung liegt, die man als unstrategisch bezeichnen kann, unterscheidet die MDL-Theorie drei verschiedene Kommunikationsweisen, die auch unterschiedliche Maße der Rezipientenorientierung und der strategischen Planung aufweisen. Für Persuasion ist die komplexeste und am meisten an der Rezipientin orientierte Form, die rhetorische Logik, von Bedeutung. Das Ziel der Proponentin soll von der Rezipientin übernommen werden, indem gemeinsam Bedeutung hergestellt und verhandelt wird. Es bedarf folglich einer rhetorischen Erweiterung des Sprachgebrauchs, wenn die Orientierung an der Rezipientin dieses Ausmaß erreichen soll. Im Folgenden soll untersucht werden, was das für die Organisation eines Persuasionsversuchs bedeutet.

6.3.2 ERMITTLUNG UND ORDNUNG DER „RICHTIGEN“ ARGUMENTE

Es wurde festgehalten, dass für erfolgreiche Persuasion eine Ausrichtung an der Rezipientin stattfinden muss. Dies geschieht, wie dargelegt, in jeder sprachlichen Interaktion, ohne dass damit kommunikative Ziele verbunden sein müssen. Sollen solche Ziele aber erreicht werden, wie im Fall der Persuasion, bedarf es eines rhetorischen Mehraufwandes. In der rhetorischen Logik (der persuasiven Kommunikation) werden, so O'Keefe, Identität und Situation interaktiv ausgehandelt und kommunikative Ziele können erreicht werden. Folglich muss die Rhetorik für eine weitere Klärung der Rezipientenorientierung bei der Organisation von Persuasionsversuchen herangezogen werden. Die Frage lautet hierbei: Wie kann ich ermitteln, welche Argumente für eine bestimmte Rezipientin Geltung haben und wie muss ich diese Argumente vorbringen?

In der Rhetorik werden diese Fragen mit dem Kriterium der Angemessenheit (*aptum*) beantwortet. „Wer in Hörenden 'Glauben erwecken' will, muß angemessen an Situation und Person (εὐκαρῶς) und verständlich (πρᾶπον) reden“ (Geißner 1998, 200). Glauben erwecken als Ziel der Rhetorik entspricht dem Überzeugen (vgl. ebd, 200)⁸⁴, das Kriterium der Angemessenheit dem, was bislang als Orientierung oder Ausrichtung an der Rezipientin bezeichnet wurde.

In der aristotelischen Rhetorik haben die Hörenden Vorrang (vgl. ebd, 199): Sie entscheiden über die Glaubwürdigkeit der Rednerin sowie über die Annehmbarkeit der Rede und bringen zudem ihre eigene

(O'Keefe 1997, 91) und grenzt sich damit vom „strategy choice model“ von Seibold et.al. ab, das „message production as a process of act selection“ begreift (vgl. ebd, 91), und das zwar von einer Variabilität von Nachrichten („message variation“) ausgehe, diese aber nicht erkläre (vgl. ebd, 92).

⁸⁴ Allerdings kann es bei der Rhetorik auch um Überreden gehen. So definiert Göttert in seiner *EINFÜHRUNG IN DIE RHETORIK* zwei Aufgaben der Rhetorik: „Der Hörer soll nun ein bestimmtes Wissen haben (bzw. sich daran erinnern) und er soll zu einer Handlung bewegt werden“ (Göttert 2009, 39). Jemanden zu einer Handlung bewegen ist nicht als Überzeugen, sondern als Überreden zu bezeichnen.

6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

Gestimmtheit und Stimmigkeit mit ins Spiel (vgl. ebd, 199-201). Nach Hellmut Geißner liegt der Erfolg der Rhetorik (sei es in Gesprächs- wie auch in Rederhetorik, vgl. ebd, 203) „nicht in der Sache, nicht im Anspruch des Redenden, nicht an der Qualität der Rede, sondern an der Offenheit der Hörenden“ (ebd, 200).

Diese Darstellung bestätigt die gewonnene Einsicht, dass bei der Konzeption einer Rede bzw. eines Gesprächsbeitrags die Antizipation der Verfassung bzw. der „Gestimmtheit und Stimmigkeit“ der Adressatinnen an erster Stelle stehen muss. Sie kommt in allen drei Aspekten des Redens zur Geltung. Diese sind „‘Ethos, Pathos und Logos‘, d.h. Glaubwürdigkeit des Redenden, ‘Gestimmtheit‘ der Hörenden und ‘Annehmbarkeit‘ der Rede“ (ebd, 200).

Schon bei der Erfindung der Gedanken (*inventio*) muss bedacht werden, ob die Aufmerksamkeit der Hörerin erst gewonnen werden muss oder vorausgesetzt werden kann (vgl. Göttert 2009, 31) – ob sie also involviert oder zu involvieren ist (siehe 6.2.1). Die Glaubwürdigkeit muss der Sprecherin erst zugesprochen werden (vgl. Geißner 1998, 200), wobei auch „Mimik, Gestik, Haltungen, Kleidung (bes. Uniformen), Haartracht, Symbole (Fahnen, Orden) [...]“ (Geißner 1977, 238) eine bedeutende Rolle spielen – „sprachliche und speziell mündliche Kommunikation [sind] nur ein Feld der Analyse“ (ebd, 238).⁸⁵

Im Gegensatz zur Verfassung der Hörerin und der Glaubwürdigkeit der Sprecherin ist die Annehmbarkeit bzw. Qualität der Rede bereits weiter oben als einziges von der Sprecherin direkt beeinflussbares Element genannt worden (siehe 6.2.2). Es handelt sich vor allem darum, diejenigen Argumente zu finden, die von den Rezipientinnen als solche akzeptiert werden. Mit diesem rhetorischen Teilbereich befasst sich die Topik.

Die Lehre der Topoi gibt Auskunft darüber, welche Argumente mit größter Wahrscheinlichkeit in ihrer Geltung akzeptiert werden und folglich „wirken“:

Das ‘Zwingende’ der Begründung geht im Alltag [...] von der Art [aus], wie ein ‘Fall’ nach seinen einzelnen Aspekten hin ‘erhellt’ wird. Dabei liegt die Überzeugung zugrunde, dass beim Argumentieren nicht gerade immer dieselben Argumente verwandt werden, aber doch immer wieder typische. Dem entspricht die Lehre von den Orten (lat. *loci*, griech. *topoi*), ja buchstäblich Standorten, an denen sich Argumente befinden [...] (Göttert 2009, 36-37).

⁸⁵ Geißner verweist auf die amerikanischen Forschungen zur „credibility“ und „persuability“, vgl. Geißner 1977, 238.

Topoi sind sozusagen Suchformeln und sind nicht inhaltlich fixiert, sondern müssen „für ein *bestimmtes* Ziel also allererst zubereitet werden“ (ebd, 37). Die Topik als Findkunst „gilt als Methodik im Sinne einer antiken *téchnē*“ und „bezeichnet die sowohl regelgeleitete als auch kreative Fähigkeit, Argumente zum Zweck der Überzeugung des Gegenübers zu suchen und anzuwenden“ (Schwarze 2010, 11). Cordula Schwarze, die sich in ihrer Untersuchung zu *FORMEN UND FUNKTIONEN VON TOPOI IM GESPRÄCH* intensiv mit dem Toposbegriff auseinandergesetzt hat, erklärt:

Er ist einerseits ein relevanter inhaltlicher Gesichtspunkt zur vorgelegten strittigen Frage und sichert andererseits als Stützung die schlüssige Beweisführung. Dabei ist er neutral und kann zur Stützung verschiedener, auch gegensätzlicher Positionen innerhalb des Argumentierens genutzt werden (ebd, 11).

Schwarze betont die „inventorische Funktion“ des Topos, „die jedoch gleichzeitig auch die Funktion des Wissensspeichers repräsentiert“ (ebd, 11), da sich darin „das jeweils als passend angesehene argumentative Reservoir“ zeigt (ebd, 11). Topoi geben vor, was als Argument gilt und anerkannt werden kann, konstituieren also „argumentative Angemessenheit“ (Hannken-Illjes 2004, 113), die wiederum interpersonal und kontextuell, nicht universell bestimmt ist (vgl. ebd, 111-113).

Beispiele für Topoi sind, nach der Einteilung Quintilians: Abstammung, Nationalität, Vaterland, Geschlecht, Alter, Körperbeschaffenheit, Schicksal, soziale Stellung, Wesensart, Beruf, Neigungen, Vorgeschichte, Namen (Topoi nach der Person, vgl. Göttert 2009, 37); Ursache, Ort, Zeit, Art und Weise, Möglichkeit, Definition, Vergleich, Unterstellung, Umstände (Topoi nach der Sache) (vgl. ebd, 38). Bezogen auf das Beispiel zu den Raucherinnen (siehe 6.2.2) konnten die Topoi genannt werden: Gesundheit, Geld, soziale Anerkennung, Verantwortlichkeit.

Göttert erklärt am Beispiel der Nationalität, wie die Topoi die Argumentation bestimmen, ohne sie bereits festzulegen: „Dass jemand kein Römer ist, kann bzw. konnte in der Antike genauso abschwächend gemeint sein (er hat deshalb nicht tapfer gekämpft) wie bestärkend (umso bewundernswerter seine Kampfmentalität)“ (ebd, 37-38). So wie Argumente in Gesprächen nicht vollständig ausformuliert, sondern als Enthymeme verkürzt werden (vgl. ebd, 36), zeigen sich auch Topoi nicht immer an der Oberfläche, sondern müssen inferiert werden (vgl. Schwarze 2010, 49). Eine solche Verkürzung könnte in Bezug auf das eben referierte Beispiel so aussehen: „Er ist ja nicht einmal ein Römer!“ Die Schlussfolgerung aus dieser Aussage muss dann erst inferiert werden.

6.3.2.1 Individuell und gemeinsam hergestellte Topoi

In ihrer wegweisenden empirischen Prüfung von Topoi in Konfliktgesprächen gelangt Schwarze zu der interessanten Aussage, dass nicht nur der Inhalt, sondern auch die Form über die Wirkung von Argumentation entscheidet (vgl. Schwarze 2010b, 17). Die „vorstrukturierende und gestaltende Kraft“ des Topos stellt Gesprächsteilnehmerinnen vor zwei Erfordernisse: „Das sind einerseits die Erfordernisse der Interaktionsorganisation, welche die Arbeit am Fortgang der Interaktion umfasst. Das sind andererseits die Erfordernisse zur Herstellung einer argumentativen Sequenz insbesondere des Topos“ (Schwarze 2010, 322). Interessant ist ihre Interpretation, dass in den Konfliktgesprächen nicht die Wahl inhaltlich präziser Argumente im Vordergrund stehe, sondern diese vielmehr von formalen Kriterien abhängig gemacht werden:

In funktionaler Hinsicht zeigt sich, dass die Verwendung des jeweiligen Topos von seinen Durchführungsmöglichkeiten bestimmt wird und eben nicht nur von den nach inhaltlicher Präzision ausgewählten Argumenten. Die formelhafte Gestaltung des Topos als seine Form mitsamt ihren interaktiven und prozessualen Vorteilen, Zwängen und Möglichkeiten bestimmt folglich wesentlich die Wahl der argumentativen Bearbeitung“ (ebd, 323).

Das bedeutet, dass die Qualität der Argumente, verstanden als Stringenz des Verweises ihrer Prämissen auf die Konklusion, tatsächlich nicht den hohen Stellenwert einnimmt, wie bislang in der Rhetorik und Argumentationstheorie angenommen. Vielmehr wird „gutes Argumentieren“ der sozialen Ebene der Interaktion, den „Durchführungsmöglichkeiten“, untergeordnet. Durchgeführt werden können Topoi auf entweder individuelle oder gemeinsame Weise, wobei jeder Topos einer bestimmten Durchführungsart und, damit verbunden, bestimmten Funktionen zugeordnet werden kann (vgl. ebd, 320-323). Schwarze wörtlich: „In den Analysen erwies sich das Kriterium der Interaktivität, das die Wechselseitigkeit des Bezugs der Beiträge von Gesprächsteilnehmenden aufeinander fokussiert, als das für die Klassifikation fundamentale Kriterium“ (ebd, 244). Da die zwei Klassen von Topoi und die Funktionen, die sie jeweils im Gespräch erfüllen können, für die hier behandelte Frage nach der Organisation eines Persuasionsversuchs relevant sind, sollen sie im Folgenden ausführlich dargestellt werden.

Die individuell etablierten Topoi unterscheiden sich von den gemeinsam etablierten Topoi in drei Aspekten: 1. der Gesprächsorganisation und des sequentiellen Kontexts, 2. der Äußerungsgestaltung und Formulierungsdynamik und 3. der toposbezogenen interaktiven Konsequenzen (vgl. Schwarze 2010b, 10-11). Wird ein Topos individuell hergestellt, so kommt es zu keinem Sprecherwechsel innerhalb der

Sequenz, sondern der Topos wird von einer Interaktionspartnerin allein prototypisch ausgeführt und abgeschlossen. Die Dissensmarkierung erfolgt „explizit, oppositiv, interaktions- und formulierungsreflexiv“ (ebd, 11), im Gegensatz zu den gemeinsam etablierten Topoi, bei denen sie „wenig explizit, weniger oppositiv, teils im Frage-Antwort-Schema“ (ebd, 11) erfolgt. Die Äußerung ist bei individuell hergestellten Topoi „stark ausformuliert“ und gekennzeichnet durch „Kürze und Prägnanz bei formulatorischer und prosodischer Glätte“ (ebd, 11). Zudem werden elocutionelle Stilmittel und rhetorische Figuren verwendet (vgl. ebd, 11). Der Gegensatz zu den gemeinsam etablierten Topoi, die „weniger stark ausformuliert“ und durch „Wiederaufnahmen, Abbrüche, Paraphrasen“ (ebd, 11) gekennzeichnet sind, ist deutlich. Weiter wird bei den individuell etablierten Topoi im Gegensatz zu den gemeinsam etablierten eine „geringe Kontextsensitivität“ (ebd, 11) konstatiert. Die Pro-Kontra-Potenz des Topos wird hier nicht genutzt, bei den gemeinsam etablierten Topoi hingegen „voll ausgenutzt“ (ebd, 11).

Individuell entwickelte Topoi werden folglich als „festgefügte, vollständig ausgeführte Argumentationssequenzen von einer Interaktionspartnerinnen hervorgebracht“ (Schwarze 2010, 320). Schwarze bezeichnet sie auch als „kleine feste Pakete im Gesprächsverlauf“ (ebd, 249). Zu diesen gehören die formalen Topoi aus Ursache und Wirkung, Grund und Folge, Mehr und Minder, Gattung und Art, Definition und argumentative Szenarien, sowie der materiale (inhaltliche) Topos⁸⁶ der Autorität (vgl. ebd, 249-287). Mit diesen können verschiedene Funktionen erfüllt werden: Segmentierung des Gesprächs durch Abschluss und Klärung lokaler Uneinigkeiten im Gespräch, Themenarbeit und Präzisionsarbeit und Ausweg aus Zuspitzung des Konflikts durch das Einführen neuer Aspekte, aber auch Konfliktförderung durch Selbst- und Fremdfestlegung (vgl. ebd, 320-321), insbesondere der „Abgrenzung vom Gegenüber“ (ebd, 321), sowie Ablenkung im Sinne des „Sich-selbst-Herausnehmens“ (ebd, 321).

Gemeinsam entwickelte Topoi fungieren als „Konfrontation auf Basis der Kooperation“ (ebd, 321). Schwarze erklärt:

Die Klasse der gemeinsam hergestellten Topoi zeichnet sich auf der Ebene der Gesprächsorganisation dadurch aus, dass der vorgebrachte Topos der jeweils anderen Teilnehmerin aufgegriffen, aber zur Durchsetzung des eigenen Handelns und der damit verbundenen Ziele ausgefüllt wird (ebd, 287).

Die Argumente des Gegenübers werden also für die eigene Position genutzt. Zu dieser Klasse gehören die formalen Topoi aus dem Vergleich, der Mehrdeutigkeit, aus Teil und Ganzem, Induktion, Analogie und Glaubwürdigkeit sowie der materiale Topos der Zeit (vgl. ebd, 287-318). Sie eignen sich besonders

⁸⁶ Schwarze erklärt den materialen Topos als einen „thematische[n] Aspekt in strikter Orientierung auf seinen spezifischen Beitrag zum Argumentieren“ (Schwarze 2010, 149).

für die Funktion, argumentative Fehler aufzuzeigen sowie die andere Position zu widerlegen, indem entweder die formale Relation des Topos angegriffen wird oder unterschiedliche Konklusionen aus den gemeinsam entwickelten Prämissen gezogen werden (vgl. ebd, 322). Schwarze erklärt:

Das [die Widerlegung des Gegenübers, Anm. der Verf.] geschieht nicht in toto durch das Vorbringen eines anderen, weiteren Arguments wie bei den individuell entwickelten Topoi, sondern es wird zur Rechtfertigung der eigenen Position unter Zuhilfenahme der Argumente des Gegenübers gemeinsam entfaltet. Wenn der gemeinsame Topos von der Interaktionspartnerin erst einmal akzeptiert ist, wird eine Konklusion in eigener Zielorientierung gezogen. Es wird folglich die Kooperation für eine pointierte Darlegung der eigenen Position für den Konflikt genutzt und Widerlegung auf der Basis der vorgebrachten Argumente des Gegenübers durchgeführt (ebd, 321-322).

Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass sich die Überlegungen zur Topik nicht auf den Teilbereich des Überzeugens, bei dem es um Ansichten und Meinungen geht, beschränken. Zwar ist von Argumentation die Rede, und Argumentation wurde mit Überzeugen in Zusammenhang gestellt, nicht mit Überreden.⁸⁷ Doch Argumentation wird hier nicht nur als formal-logische verstanden, sondern auch, und zwar vorrangig, unter dem Gesichtspunkt der Alltagslogik betrachtet (vgl. Schwarze 2010, 49). Die Geltung der Argumente wird, wie auch Kati Hannken-Illjes herausstellt, „interpersonal bestimmt, nicht universell“ (Hannken-Illjes 2004, 111).⁸⁸ Auch argumentative Szenarien, die weitgehend normativ als „Trugschlüsse“ bezeichnet werden (vgl. Schwarze 2010, 280), oder fehlerhaft entwickelte Topoi (vgl. ebd, 267-269) können in der Interaktion produktiv verwendet werden. Indem selbst subjektive Empfindungen in der Argumentation zählen, können auch Muster des Insistierens oder Zuredens, die zum Überreden eingesetzt werden, argumentativ ausformuliert und folglich als Argumentation gewertet werden.⁸⁹

⁸⁷ Die bereits vorgestellte These (siehe 6.2.2), dass Überzeugen nicht nur eine „Etappe auf dem Weg zur Erfüllung des Überredungsziels“ (Ortak 2004, 65) darstellt, wird von der Verfasserin aufrechterhalten und im Folgekapitel genauer erläutert.

⁸⁸ Zur Gültigkeit von Argumenten siehe auch Schwarze 2010, 150-151. Zusätzlich sei auf folgenden Aufsatz verwiesen: Wohlrapp, Harald: „Argumentative Geltung“, in: Ders. [Hg]: *Wege der Argumentationsforschung*. Stuttgart-Bad Cannstatt: Frommann-Holzboog, 1995, 280-297.

⁸⁹ Ortak hat das Sequenzmuster ZUREDEN tatsächlich argumentativ ausformuliert (vgl. Ortak 2004, 173).

Um nun die oben nur aufgelisteten Topoi näher zu erklären, sollen im Folgenden zwei Beispiele aus den von Schwarze untersuchten Konfliktgesprächen zwischen Müttern und Töchtern⁹⁰ gegeben werden.

Das erste Beispiel stellt den (individuell entwickelten) Topos aus Grund und Folge dar. Es handelt sich um ein „Putzversprechen“, das der Mutter von der Tochter für die Zeit nach ihren Prüfungen gemacht wird (vgl. ebd, 257-258). Schwarze analysiert den Gesprächsausschnitt wie folgt:

- Grund: habe Zwischenprüfung und muss lernen
- Folge: putze nach der Zwischenprüfung, dann ist Zeit (ebd, 258).

Die Rekonstruktion des Arguments, das hier enthymemisch vorkommt, leistet sie als:

- Prämisse 1: Wer lernt, hat keine Zeit zum Putzen.
- Prämisse 2: Ich lerne gerade.
- Konklusion: Also habe ich jetzt keine Zeit zum Putzen (ebd, 258).

Die Tochter bringt dieses Argument vollständig und allein in der (von mir paraphrasierten) Formulierung vor: „Ich hab dir schon gesagt, dass ich nach meiner Zwischenprüfung mein Zimmer putze, vorher habe ich keine Zeit, weil ich üben muss“ (vgl. ebd, 257).

Der Unterschied zu einem gemeinsam entwickelten Topos wird im folgenden Beispiel zum Topos Analogie deutlich. Es geht um das der Mutter zufolge ungenügende Interesse der Tochter am Kochen (vgl. ebd, 311-313). Die Mutter wendet den Topos der Analogie auf ihre Tochter und deren Schwester, Molly, an. Sie erinnert sie daran, dass Molly nach ihrer Heirat immer angerufen habe, um zu fragen, wie man verschiedene Gerichte koche. Die Tochter bestätigt diese Aussage in Parallelsprechen, macht sich aber „den Topos aus der Analogie richtig zu eigen, indem sie ihn für das eigene Ziel nutzt. Beginnend mit einem */wenn/* zieht sie ihre eigene, ihr persönliches Handeln betreffende Konklusion aus der Analogie zu */molly/*, sie mache das dann eben genauso“ (ebd, 312), während die Mutter die Konklusion zieht, vorher könne (und solle) man es halt lernen (vgl. ebd, 312). Die Analogie bleibt dabei intendiert: „Die intendierte Analogie basiert auf der Gleichsetzung von */molly/* und der Tochter als Schwes-

⁹⁰ Sie bezieht sich auf das Korpus „Mütter-Töchter-Konfliktkommunikation“, das insgesamt 143 Gespräche umfasst und in der DGD (Datenbank für gesprochenes Deutsch) frei zugänglich ist. Zur näheren Beschreibung des Korpus siehe Schwarze 2010, 165-166.

6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

tern bzw. nahen Familienmitgliedern, die Analogie muss dabei nicht aktiv hergestellt werden, während aber die relevant gesetzten Handlungsimplicationen aktiv aufgezeigt werden müssen“ (ebd, 312). Beide Gesprächsteilnehmerinnen haben die von der Mutter ins Spiel gebrachte Analogie als Prämisse für ihre je eigene Konklusion verwendet – den Topos also gemeinsam hergestellt. In diesem Beispiel hat die Tochter ihre Mutter durch deren eigenes Argument widerlegt, indem sie es anders „ausgefüllt“ hat.

An diesem gemeinsam hergestellten Topos wird ersichtlich, wie in Interaktion kooperativ Identität und Situation hergestellt werden können. Die Tochter hat die Analogie zu Molly akzeptiert, hätte sie aber auch zurückweisen können, etwa durch eine Äußerung wie: „Ich bin aber nicht (wie) Molly“. Ihre Identität wurde kooperativ verhandelt.

Auch die Bewertung der Situation wird verhandelt, und es ist der Unterschied in der Bewertung der (noch zukünftigen) Situation, der die unterschiedliche Schlussfolgerung (und damit den Misserfolg der Persuasion) erklärt. Während die Mutter die Lage, anrufen zu müssen, um nach Rezepten zu fragen, als unangenehm für die Tochter hinstellt, und ihr somit das gegenwärtige Kochenlernen schmackhaft machen will, teilt die Tochter diese Wertung jedoch nicht, sondern betrachtet die Möglichkeit, anzurufen und nachzufragen, als gute Lösung für ihr als mangelhaft zu prognostizierendes Kochwissen, das ihr aktuelles Desinteresse am Kochen im verwendeten Argument erst zum Problem macht. Die Mutter müsste, um mit diesem Argument zu „punkten“, ihre Bewertung der Situation durchsetzen.

Das Argument der Mutter weist übrigens einen hohen Grad an Rezipientenorientierung auf: Sie konstruiert das Argument aus der Perspektive ihrer Tochter und bemüht sich um eine Darstellung, die dieser die Vorteile vor Augen führen sollen, die ihr aus dem von der Mutter gewünschten Verhalten erwachsen würden. So stellt sie der Tochter in Aussicht, eine missliche Lage (immer anrufen müssen) vermeiden zu können, wenn sie jetzt kochen lernte.

6.3.2.2 Topoi und rhetorische MDL

Schwarze betont immer wieder, dass die Widerlegung der Gegenposition bei gemeinsam etablierten Topoi nicht oppositiv und nicht „in facebedrohlicher Weise“ (ebd, 321) verlaufe. Der Vergleich zu O’Keefes Feststellung, in rhetorisch-logischer Kommunikation erreichten die Interaktionspartnerinnen ein „defined and organized agreement as a common understanding achieved jointly rather than as a backdown of the other party“ (O’Keefe 1997, 101), drängt sich auf. Man könnte folglich das Nutzen gemeinsam hergestellter Topoi als rhetorisch in O’Keefes Verständnis, und damit als besonders geeig-

net für Persuasion bezeichnen. Weitere Hinweise auf die Zulässigkeit einer solchen Interpretation sind die Aussage Schwarzes, gemeinsam etablierte Topoi eröffneten den Gesprächsteilnehmerinnen eine geteilte Welt (vgl. Schwarze 2010b, 13), was sowohl Kosta als auch Mann zu den Voraussetzungen für das Gelingen der Persuasion zählen (als „Angleichung der kommunikativen Biographien der Gesprächspartner“, siehe 5.3.1 und 5.3.2), sowie natürlich Schwarzes Untersuchungsergebnis, dass gemeinsam etablierte Topoi zur Widerlegung einer Gegenposition genutzt werden (s.o.). Zusätzlich lässt sich festhalten, dass die kooperative Herstellung von Bedeutung und Identität, die laut O’Keefe in rhetorischem Sprachgebrauch durchgeführt wird (vgl. O’Keefe 1997, 101), durch die gemeinsame Entwicklung eines Topos geschehen kann. Dies wird am oben angeführten Beispiel des Topos aus der Analogie ersichtlich.

Auf der Grundlage der Analyse Schwarzes könnte in Bezug auf die Frage nach der Wahl der für eine Opponentin guten Argumente vorerst also dreierlei festgehalten werden: Erstens könnte man sagen, dass nicht nur das Argument per se zählt, sondern zu einem großen Teil die Art seines Hervorbringens: beteiligt man die Opponentin an der Entwicklung des Topos, sind die Erfolgchancen höher, denn zumindest den Prämissen stimmt sie dadurch schon zu.⁹¹ Aus diesem Grund könnte man zweitens die Verwendung der gemeinsam entwickelten Topoi nahelegen, die oben aufgezählt und beschrieben wurden. Drittens schließlich kann man auf dieser Grundlage empfehlen, die Argumente der Opponentin aufzugreifen, da diese 1. Auskunft darüber geben, welche Gesichtspunkte für sie inhaltlich relevant sind⁹² und 2. so die kooperative Herstellung eines Topos begonnen werden kann. Das bedeutet natürlich, dass man hierbei von einer Opponentin ausgeht, die nicht nur Dissens signalisiert, sondern selbst Argumente produziert, und somit von einer - mit Manns Worten - „zweiseitigen“ Persuasion (vgl. Mann 2000, 127).

Es bedeutet allerdings auch, dass nicht zwingend neue, also unbekannte Informationen gegeben werden müssen, um zu überzeugen, sondern dass vor allem die Schlussfolgerung aus den bekannten Informationen thematisiert werden muss. In diesem Zusammenhang kann man auch den Hinweis Marcus lesen: „If a speaker wants to be persuasive, he must not only include in the message information that is already known to the hearer, but must also make explicit the conclusions that are implicit“

⁹¹ Das lässt sich mit Eyers Aussage verbinden, die Sprecherin müsse der Hörerin „gricesche“ Gründe für das Ausführen einer Handlung geben, Prämissen also, aus denen sie ihre Konklusion ziehen kann (vgl. Eyer 1987, 113). Die Konklusion allerdings ist es, die dann dem Wunsch der Sprecherin entsprechen sollte.

⁹² Erfahrungsgemäß ist es für die Proponentin auch sehr frustrierend, nicht zu verstehen, *warum* die Opponentin nicht ihre Ansicht teilt oder ihrem Wunsch nachkommen will, sodass ein Grund oft eingefordert wird – eben um ihn dann gegen sie zu verwenden oder darauf zu antworten (Anm. d. Verf.).

6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

(Marcu 2000, 1725). Der persuasive Erfolg stellt sich erst durch die Akzeptanz der Konklusion ein, die Akzeptanz der Prämissen, die in gemeinsam entwickelten Topoi vorab geprüft wird, reicht nicht aus.

Deshalb muss die hier skizzierte Interpretation der gemeinsam entwickelten Topoi als Entsprechung der rhetorischen MDL als verkürzt gelten. Wenn man gemeinsam hergestellte Topoi als kooperativ bezeichnet, so wird Kooperation nämlich nur als formale Eigenschaft aufgefasst. Neben dieser formalen Seite gibt es aber noch eine inhaltliche Seite der Kooperation. Für diese inhaltliche Kooperation darf das Kriterium der Herstellung von Topoi keine Rolle spielen, sodass man davon ausgehen muss, dass auch individuell hergestellte Topoi einen rhetorischen Mehraufwand leisten können.

Ein weiteres von Schwarze angeführtes Beispiel soll in diesem Zusammenhang erwähnt werden, das überdies ein relevantes Stilmittel enthält: koorientierte Argumente (vgl. Schwarze 2010, 260-261). Ihrer Einschätzung nach sind koorientierte Argumente „ein typisches Gestaltungsmittel mündlichen Argumentierens“ (ebd, 260). Sie beschreibt sie als „Stilmittel mit intensivierender, verstärkender Funktion“ (ebd, 261), da mehrere Begründungen gegeben werden, die auf die gleiche Konklusion verweisen. Das Beispiel, das sie aus dem Korpus anführt, ist dieses:

- Schlussfolgerung: es ist nicht schlimm, wenn ich da schlafe
- Grund 1: da kann nichts passieren
- Grund 2: ich nehme die Pille
- Grund 3: wir sind schon über ein Jahr zusammen (ebd, 261).

Die Aufzählung mehrerer Gründe erhöht die Chance für die Proponentin, ein für die Opponentin „richtiges“ Argument vorzubringen. Die Argumente werden dabei schon als „fertige Pakete“ eingebracht, also individuell hergestellt.

In diesem Beispiel versucht die Proponentin (hier die Tochter, die bei ihrem Freund übernachten möchte) zu beeinflussen, wie ihre Mutter die Situation bewertet.⁹³ Als implizite Botschaft vermittelt sie der Mutter: „Du musst dir keine Sorgen machen, du kannst ganz ruhig sein.“ Dies ist eine individuelle Festlegung und muss erst vonseiten der Mutter akzeptiert werden, damit es im Gespräch als Argument

⁹³ Diese Vorgangsweise zählt Eyer zu den zwei Strategien der Überredung (vgl. Eyer 1987, 109).

gilt. Der Unterschied zu einem gemeinsam entwickelten Topos liegt darin, dass diese Argumentation als Ganzes zurückgewiesen oder akzeptiert wird. So betrachtet sind die Erfolgchancen vergleichbar.

Das Verhandeln über die Situation ist als eine Charakteristik der rhetorischen MDL genannt worden (siehe 6.3.1), wobei Verhandeln allerdings per definitionem Kooperation voraussetzt. Was hier erfolgt, ist eine Festlegung – typisch für individuell entwickelte Topoi (vgl. ebd, 320-321). Doch diese Festlegung ist durchaus kooperativ, denn sie nimmt Bezug auf das Befinden der Mutter. Als Schritt in einem Überredungsdialog, der die Erlaubnis zum Auswärts-Schlafen zum Ziel hat, dient diese Argumentation der Beruhigung der Mutter, indem die Situation als „nicht schlimm“ bewertet wird. Die Kooperation ist hier darin zu sehen, dass sie eventuelle Nachteile der gewünschten Handlung verneint. Vorteilhafter im Sinne der Rhetorizität wäre es, wenn die Tochter die *Vorteile* der von ihr gewünschten Handlung für ihre Mutter herausstriche, etwa durch: „Wenn ich außer Haus bin, kannst du dir mit Papa einen romantischen Abend machen“. Damit gäbe sie der Mutter nicht nur einen Grund, die Übernachtung nicht schlimm zu finden, sondern sie sogar zu wünschen, und erhöhte die Kooperativität.

Dieses Beispiel und seine Weiterführung zeigen, dass der individuelle Topos Grund und Folge die rhetorische MDL-Ebene erreichen kann, bei der die Rezipientenorientierung am stärksten ausgeprägt ist.⁹⁴ Denn O’Keefe beschreibt „describing the goal of the encounter as trying to find a consensus that would satisfy both parties or by locating common ground“ (O’Keefe 1997, 101) als kooperativ und als rhetorische Vorgangsweise. Das Ziel wird dargestellt, als ob es beiden nützen oder zumindest niemandem schaden würde, sodass sein Erreichen von beiden angestrebt werden kann. Die Akzeptanz der Darstellung ist zwar nicht abgesichert, wenn der Topos individuell hergestellt wird, da die Zustimmung an keiner Stelle eingeholt wird; Kooperation findet aber dennoch statt: nämlich auf der inhaltlichen Ebene.

Die Ausführungen zur Rhetorik und insbesondere zur Topik haben ergeben, dass die Kooperation, die für rhetorische MDL charakteristisch ist, auf zwei Ebenen stattfinden kann: Auf der formalen Ebene verwirklicht sie sich durch die gemeinsam Herstellung von Topoi, auf der inhaltlichen Ebene durch Perspektivenübernahme. Individuell etablierte Topoi ermöglichen laut Schwarze „eine stärkere Zielorientierung, sie eignen sich zur Durchsetzung eigener Interessen und Ziele, sie festigen den eigenen Standpunkt und funktionieren wenig ‘kooperativ’ im Konflikt“ (Schwarze 2010b, 13). Das Beharren auf dem eigenen Standpunkt ist jedoch nicht mit einer Absage an Kooperation gleichzusetzen. Wie am eben untersuchten Beispiel gezeigt wurde, können individuell entwickelte Topoi *inhaltlich* Kooperation

⁹⁴ In expressiver MDL könnte die Aussage etwa so lauten: „Es würde mich so glücklich machen, wenn ich da schlafen dürfte!“

6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

herstellen, indem sie die Perspektive der Opponentin übernehmen, um ihr das (nicht verhandelbare) Handlungsziel „schmackhaft“ zu machen (s.o.). In diesem Sinne am erfolgreichsten in Bezug auf Persuasion müssen also mit kooperativen Inhalten gefüllte, gemeinsam hergestellte Topoi sein.

Um das Beispiel von den Raucherinnen wieder aufzugreifen (siehe 6.2.2): G hat die Wahl zwischen dem Topos aus dem Vergleich (z.B. Rauchen mit einer anderen Sucht, einer anderen Gewohnheit, einem anderen Laster, einem anderen Fehl- oder Risikoverhalten, etc.), dem Topos aus der Mehrdeutigkeit (z.B. gelegentlich rauchen heißt nicht - oder eben doch - Raucherin zu sein, oder: aus Gewohnheit rauchen ist nicht Sucht, etc.), dem Topos aus Teil und Ganzem (z.B. einen Tag nicht rauchen ist noch nicht aufhören), dem Topos aus der Induktion (z.B. die eigene Erfahrung als Hinweis auf den generellen Erfolg der Methode), dem Topos aus der Analogie (z.B. Raucherin und andere Raucherin oder Frau und Frau, etc.), dem Topos aus der Zeit (z.B. Dauer der Therapie oder des Rauchens, Zeitpunkt der Therapie, etc.) und dem Topos aus der Glaubwürdigkeit (z.B. Anerkennen der Schwierigkeit, aufzuhören unter Verzicht auf Vorwürfe oder Abwertungen, weil sie immerhin auch einmal geraucht hat, etc.).

Diese Topoi, die nach Schwarze typischerweise gemeinsam etabliert werden, kann die ehemalige Raucherin G verschieden ausfüllen. Dabei sollte sie die Perspektive der jeweils anderen übernehmen, um die spezifischen Vorteile des Aufhörens herauszustellen. Für eine Mitteilung an B könnte dienen, ein Beispiel einer Person anzuführen, die aufgrund des Rauchens eine Beinamputation erleiden musste (Topos aus der Induktion), oder: dass es zwar schwierig sei, sich aber lohne (Topos aus der Glaubwürdigkeit verbunden mit dem Topos aus der Analogie). Für C wäre der Hinweis geeignet, als Raucherin mache sie sich krebskrank (Topos aus der Mehrdeutigkeit⁹⁵). Um D zu überreden, könnte sie betonen, dass weniger rauchen finanziell nicht viel Unterschied ausmache, und ganz aufzuhören nötig sei, um wirklich zu sparen (Topos aus Teil und Ganzem). Bezogen auf E, die vor allem der Geruch stört, könnte dies der Hinweis auf die eigene Erfahrung sein, dass niemand mehr die Nase über sie rümpft oder dass sie ihre Haare nicht mehr so häufig waschen muss, dass ihre Finger nicht mehr gelb sind, oder ähnliche Hinweise auf die Verbesserung des Erscheinungsbildes (Topos der Analogie). In Bezug auf die schwangere Raucherin F könnte ein Argument lauten, dass Rauchen bereits ab Beginn der Schwangerschaft

⁹⁵ Die Mehrdeutigkeit ergibt sich hier aus dem Risikobegriff: Ein Risiko ist noch keine (oder eben doch eine) Sicherheit, je nach Auslegung. Es ist daran zu erinnern, dass Argumente nicht universelle Gültigkeit haben müssen, um im Gespräch akzeptiert zu werden (vgl. Hannken-Illjes 2004, 111).

für das Kind schädlich ist (Topos der Zeit), oder dass Rauchen in der Schwangerschaft so sei wie Gewalt in einer Liebesbeziehung (Topos aus dem Vergleich).⁹⁶

6.3.2.3 Äußerungsgestaltung

Topoi geben aufgrund ihrer formalen Struktur vor, welche Reaktionen in Anschluss an ihre Verwendung in der Argumentation möglich sind. Schwarze konnte aufzeigen,

[...] dass Topoi bestimmte Gestaltungsmöglichkeiten eröffnen, denn argumentative Sequenzen sind aufeinander abgestimmt. Wenn Gesprächsteilnehmerinnen einen bestimmten Topos nutzen, eröffnen sich sowohl dem Gegenüber als auch der Nutzerin nicht alle denkbaren Reaktionsweisen. [...] Die aufgerufene Formel oder eben der verwendete Topos hat vorstrukturierende und gestaltende Kraft, denn er eröffnet Verpflichtungen für die Reaktionsweise des Gegenübers (ebd, 322).

Schwarze spricht in Zusammenhang mit den Gestaltungsmöglichkeiten auch von „Formulierungsdynamik innerhalb der topischen Sequenz“ (ebd, 159), sowie von „Äußerungsgestaltung“ (ebd, 157). In Bezug auf letzteres verweist sie auf das bereits vorgestellte Konzept des Recipient Design, das mehrere linguistische Ebenen, nämlich „die lexikosemantische, syntaktische, prosodische, stilistische sowie die Ebene der Formulierungsdynamik“ (ebd, 158) umfasst. Die Formulierungsdynamik erklärt sie als einen „wesentliche[n] Kontextualisierungshinweis“ und als „Ausdruck kognitiver Orientierung [...], wobei es sich um Sprachproduktion und Sprachverstehen unter den Bedingungen von Interaktion handelt, d.h. um Formulierungsverfahren, mit denen Interagierende die als Einheit wahrnehmbare und interpretierbare Äußerung produzieren“ (ebd, 159). Formulierungsaktivitäten können sowohl rückblickend sein und das Gesagte bearbeiten, „wozu Verfahren des Wiederholens, Paraphrasierens oder Resümierens gehören“ (ebd, 159), als auch vorausschauend sein und neue Inhalte einführen (vgl. ebd, 159). In Bezug auf Topoi zählt Schwarze „die Verwendung von Wortgleichheit, Worthülsen oder Stereotypen, die ihr Korrelat auf der prosodischen Ebene in der Gestaltung prosodischer Glätte haben“ (ebd, 159) zu den Formulierungsaktivitäten.

Der Äußerungsgestaltung bzw. „sprachliche[n] Darstellung der Gedanken (*elocutio*)“ (Götttert 2009, 41) kommt in der Rhetorik die Aufgabe zu, die Verständlichkeit des Gesagten zu fördern, indem sprachrichtig und klar gesprochen wird (*latinitas* und *perspicuitas*). Ein weiteres Element, das bei der sprachlichen Ausgestaltung dazukommt, ist der Redeschmuck (*ornatus*), der dem Sachverhalt und der Hörerschaft angemessen sein muss (Kriterium der Angemessenheit, *aptum*) (vgl. ebd, 62-63).

⁹⁶ Für A kann kein Beispiel angeführt werden, da die Raucherin erst involviert werden muss und die weitere Vorgangsweise von ihrer Reaktion abhängt (sie könnte ja auch allein durch die Information, dass es Gründe gibt, aufzuhören, beschließen, nicht mehr zu rauchen und müsste dann gar nicht dazu überredet werden).

Der Bereich des Schmucks hat, so Göttert, in der Rhetorikrezeption „die größte Verachtung auf sich gezogen“ (ebd, 45). Der Grund dafür liegt, wie auch Kopperschmidt anmerkt, im naheliegenden Verdacht, dass die Stilmittel verselbständigt und zur Manipulation instrumentalisiert würden (vgl. Kopperschmidt 1976, 156). Gerade dies soll aber durch das Kriterium der Angemessenheit vermieden werden. Göttert merkt an: „Gerade weil die Rhetorik als technische Fertigkeit leicht pervertierbar ist, liegt in der Tugend der Angemessenheit eine Art Sicherung des Ganzen“ (Göttert 2009, 62). Die „Frage der Angemessenheit“ bleibt für ihn jedoch „eine Frage des Fingerspitzengefühls“ (ebd, 62). Kopperschmidt betont in diesem Zusammenhang die Kreativität und Ästhetizität der rhetorischen Stilmittel als „ordnungsstiftend“ und „innovativ (informationell)“ (vgl. Kopperschmidt 1976, 165). Anhand der Beschreibung der Wortfigur Antithese verdeutlicht er die dadurch erleichterte Verständlichkeit und gibt zu bedenken, „ob die versuchte linguistische Beschreibung nur der Klärung einer empirisch leicht nachprüf-baren ästhetischen Wirkung dieser Stilfigur dient oder ob sie in dieser Stilfigur eine bestimmte Struktur denkerischer Auseinandersetzung mit Wirklichkeit freilegt“ (ebd, 167). Doch wie sprachliche Mittel Wirklichkeit erfassbar machen können und als Mittel „‘Gefallen’ an der Wahrheit zu finden“ (Göttert 2009, 41) ausgelegt werden können, so kann ihnen manipulative Kraft nicht abgesprochen werden. Kopperschmidt schreibt, wieder in Bezug auf die Antithese:

Ob die Rücknahme von Widersprüchen als Aufhebung ideologisch verbürgerter Scheinantagonismen zu gelten hat oder als manipulative Verschleierung und Entschärfung geltender und die Wirklichkeit objektiv bestimmender Gegensätze, lässt sich grundsätzlich nicht entscheiden, sondern nur über die Beantwortung der Frage klären, welches Interesse die Rücknahme leitet: die Immunisierung der Wirklichkeit gegen die Erfahrung ihrer Widersprüchlichkeit [...] oder die Befreiung der Wirklichkeit von historisch wie gesellschaftlich ab-ständigen Gegensätzen (Kopperschmidt 1976, 173).

Kopperschmidt erkennt den „möglichen ideologischen Charakter dieser figuralen Sprachleistung“ (ebd, 173) an, weist aber gleichzeitig darauf hin, dass die sprachliche Form dieser Figuren eine bestimmte „Denk-, Interpretations- und Argumentationsfigur“ (ebd, 173) manifestiere, sodass der „*formelhafte Charakter* figuraler Prägungen, der sie mit den bereits genannten topischen Denkmustern vergleichbar macht“ (ebd, 173) betont werden müsse, wohingegen vom konstitutiven Element der Abweichung abgesehen werden könne.⁹⁷ Somit dient auch der Schmuck der Rede der Verständlichkeit.

⁹⁷ Quintilian nennt die rhetorischen Grundmuster „Abweichung“ oder „Abänderung“ (*mutation*) von der alltäglichen Ausdrucksform, die eine kunstvolle Redegestalt ermöglicht (vgl. Kopperschmidt 1976, 164).

Rhetorische Stilfiguren können also, verstanden als Ausdruck bestimmter herrschender Denk-, Interpretations- und Argumentationsmuster, mit Topoi verglichen werden. Sie dienen der Strukturierung der Gedanken, und diese Strukturierung entspricht bestimmten Mustern. Der Vergleich zu den Topoi lässt sich außerdem mit Schwarzes Aussage vereinbaren, dass auch Topoi strukturierende und gestaltende Kraft haben (vgl. Schwarze 2010, 322). Es geht bei dieser Gestaltung um die Förderung des Verständnisses, sodass Stilfiguren wie auch Topoi als für Persuasion äußerst wichtig betrachtet werden müssen.

Da Topoi Teile von Argumenten sind, kann sich ihre gestaltende Kraft allerdings zwar innerhalb der Argumente entfalten, doch nichts über eine strategisch kluge Ordnung der Argumente selbst aussagen. Diese Frage fordert einen breiteren Blick auf Gespräche. In der Rhetorik entspricht ihr der Planungsschritt der *dispositio* (vgl. Götttert 2009, 40). Die Erklärung von Karl-Heinz Götttert verdeutlicht allerdings, dass dabei das einseitige Reden, nicht die Wechselrede, im Vordergrund steht:

Es gilt nun, die jeweiligen Einzelheiten in eine sinnvolle bzw. wirkungsvolle Ordnung zu bringen. Dies bedeutet einerseits: wohl überlegte (raffinierte) Platzierung von Wichtigem und weniger Wichtigem insbesondere bei der Aufeinanderfolge der Argumente (innerhalb der Begründung). Und es bedeutet andererseits: entweder Orientierung an der 'Natürlichkeit' der Ordnung – also am Nacheinander von Einleitung, Schilderung, Begründung, Schluss – oder auch bewusste Störung solcher Art von Natürlichkeit im Dienst der Erregung von Aufmerksamkeit (ebd, 40).

Da in Gesprächen wechselseitiges Sprechen stattfindet, ist es schwierig, einen Plan z.B. in Bezug auf „Platzierung von Wichtigem und weniger Wichtigem“ zu verfolgen, da auch die Gesprächspartnerin Beiträge liefern und ihrerseits Themen einführen – und damit vorwegnehmen – kann, den Gesprächsverlauf also mitbestimmt. Dieses besondere Merkmal der Interaktivität kann auch Marcu umgehen, der die Ordnung von Pro- und Kontraargumenten in Abhängigkeit vom Wissen der Rezipientin stellt:

Depending on hearer's awareness of the pros and cons of a problem, different orderings of the information to be presented should be chosen. For a hearer who is not aware of the cons, to increase the chances of a message being persuasive, it should be composed in such a way that supporting information is presented first, and refuting information second. For a hearer who is aware both of the pros and cons, the message should first present the arguments against the goal that is intended to be achieved and support it afterwards (McGuire, 1968) (Marcu 2000, 1729).

Marcu bezieht sich hierbei auf die Inokulationstheorie von William McGuire, auch bekannt als der Yale-Approach. Da er seine Überlegungen auf schriftliche Texte bezieht, stellen auch für ihn etwaige Rück-

meldungen oder Reaktionen vonseiten der Rezipientin(nen) kein Hindernis für die Organisation einer persuasiven Nachricht dar.

Das Einbringen von Argumenten an der richtigen, d.h. passenden Stelle im Gespräch kann daher mit diesen Ansätzen nicht erfasst werden. Vielmehr drängt sich erneut die Einsicht auf, dass auch bei der Ordnung der Argumente ein sensibles Abtasten der Situation und der Verfassung der Rezipientin gefragt ist. Auf diesen Umstand haben sowohl Eyer mit seiner Handlungstheorie in actu (vgl. Eyer 1987) wie auch Weigand mit dem Konzept der Kompetenz-in-der-Performanz (vgl. Weigand 2003) hingewiesen, und Mann spricht davon als zweiseitige Persuasion (vgl. Mann 2000). Das soll nicht bedeuten, dass es in absoluter Abhängigkeit von der Rezipientin geschieht, dass also ein strategisches Vorgehen nicht möglich ist, aber dass eine Orientierung an ihr im Sinne des Recipient Design erforderlich ist, zu dem ja auch „topic selection“ gehört (vgl. Sacks, Schegloff&Jefferson 1978, 43). Doch durch die Annahme einer aktiven Opponentin wird der strategische Aspekt der Persuasion auf jeden Fall relativiert.

6.3.3 PERSUASIVE STRATEGIEN

Der Begriff „Strategie“ ist im Laufe dieser Arbeit bereits mehrere Male gefallen. Eyer hatte als Strategie der Überredung genannt, eine Gegenleistung anzubieten oder die Bewertung der Situation zu verändern (vgl. Eyer 1987, 109). Mann unterscheidet offene und dissimulative Strategie des persuasiven Handelns (vgl. Mann 2000, 72). Ortak definiert Persuasion als ein Strategiemuster (vgl. Ortak 2004, 89).

Der Aspekt der Intentionalität wird durch den Begriff „Strategie“ besonders hervorgehoben (vgl. Iakushevich&Arning 2012, 9). Damit verweist er auf die Proponentin im Persuasionsprozess. Es verwundert deshalb nicht, dass von Strategie bisher vor allem im Kapitel zur Sprechakttheorie die Rede war, die ja von der Sprecherin ausgehend konzipiert ist. Doch auch in der Rhetorik haben Strategien eine zentrale Bedeutung, da es um die Förderung der Wirksamkeit der Rede geht.

Strategien sind nicht an einzelne Äußerungen oder Gespräche gebunden, sondern können auch „die Ebene des Diskurses“ umfassen, sodass „abhängig von dem jeweiligen Kontext die persuasiven Strategien Teilstrategien sein können“ (ebd, 9). Das bedeutet, dass ein Persuasionsversuch in mehrere Teilziele zerlegt werden kann und sich in der Einheit eines Gesprächs womöglich nur ein Schritt eines solchen zeigt. Dies steht in einer Linie mit der Konzeption von Persuasion innerhalb des Stufenmodells, demzufolge mehrere Teilerfolge nötig sein können, um den Endpunkt, die Persuasion, zu erreichen (siehe 6.2.2).

In Bezug auf Persuasion verbinden Strategien die Absicht der Proponentin mit der Antizipation der Wirkung auf die Opponentin. Wo diese Wirkung auf unbewusstem Wege erreicht werden soll, etwa durch die Nutzung von Konnotationen, pathetischer Wörter, die Erzeugung von Angst etc. (vgl. Marcu 2000, 1730 und 1734), liegt dem vertretenen Persuasionskonzept zufolge Manipulation vor. Die referierten Strategien wirken nicht aufgrund des Verstehens, sondern aufgrund von Emotionen und Affekten. Marcu bezeichnet sie als „agent-independent“ (vgl. ebd, 1734). Sie werden, Pettys und Cacioppo Terminologie benutzend, peripher verarbeitet (vgl. Petty&Cacioppo 1986, 135).

Ist ein Persuasionsversuch erfolgreich, kann grundsätzlich nicht ausgeschlossen werden, dass Strategien manipulativer Art das Eintreten des Erfolgs begünstigt oder gar allein verursacht haben. Bei der Konzeption eines Persuasionsversuchs allerdings dürfen sie keine Rolle spielen. Dies vorausgeschickt, sollen im Folgenden einige psychologische Erkenntnisse präsentiert werden, auf denen Strategien der Persuasion aufbauen können. Da die Studien und die daraus gewonnenen Erkenntnisse vorrangig aus den Bereichen Werbung, Marketing und Verkauf stammen, verwundert es nicht, dass es hier zumeist um Persuasion als Überreden geht. Ich werde zeigen, dass aus den manipulativ nutzbaren psychologischen Prinzipien zusätzliche Topoi für die Argumentation generiert werden können und durch ihre Thematisierung ihr manipulatives Potential einbüßen. Da ihre Wirksamkeit aus unbewussten Abläufen resultiert (manipulative Kraft), ist zu erwarten, dass ihre persuasive Kraft deutlich geringer ist.

Schönbach zählt in seiner Darstellung sechs persuasive Strategien auf. Dabei folgt er einem anderen als hier vertretenen Persuasionskonzept, wenn er erklärt: „Persuasion versucht in der Tat, Handlungsalternativen zu reduzieren⁹⁸ – möglichst auf eine einzige“ (Schönbach 2013, 144), und anmerkt,

[z]umindest einige dieser [Persuasions-]Versuche gelten uns schnell als Manipulation, ja Ausbeutung – weil sie Aktionen hervorrufen sollen, die nicht gesund für den zu Überzeugenden sind; ihn dazu bringen, Geld auszugeben, das er nicht hat; Verhaltensweisen fördern, die nicht zu ihm passen (ebd, 143).

Deshalb müssen zumindest zwei seiner Strategien, nämlich Drohung und Verwirrung, ausgeschlossen werden. Es bleiben die Sequenzstrategie, die Fuß-in-der-Tür-Strategie, die Mit-der-Tür-ins-Haus-Strategie und die zweiseitige Argumentation (vgl. ebd, 112-138), die nun vorgestellt werden.

⁹⁸ Vgl. dagegen die Aussage Manns, dass die Handlungsoptionen während des gesamten Persuasionsversuchs unverändert bleiben müssen und dass folglich auf „persuasionsfremde Zwänge“ verzichtet werden muss (vgl. Mann 2000, 65, Fußnote).

6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

Die Sequenzstrategie sieht vor, dass im Vorlauf des persuasiven Arguments die „Wichtigkeit eines bestimmten Werts nahe gelegt“ (ebd, 112) wird, sodass der Persuasionsversuch „auf bereiteten Boden“ (ebd, 112) fallen kann. Diese Strategie ist im Laufe der Arbeit bereits angedeutet worden durch den Verweis auf die Involvierung der Gesprächspartnerin bzw. in Bezug auf die Rhetorik als Erregung der Aufmerksamkeit der Hörerin, indem die Wichtigkeit des zu Sagenden begründet wird.

Unter zweiseitiger Argumentation versteht Schönbach das Vorbringen bzw. Vorwegnehmen von Gegenargumenten, um einerseits die Glaubwürdigkeit der Proponentin zu erhöhen und andererseits die Opponentin zu „impfen“ im Sinne der Inokulationstheorie nach McGuire (vgl. ebd, 134). Dabei muss man betonen, dass „Argumentieren“ für Schönbach „Schönreden oder Schlechtmachen der Entscheidungsalternativen, die uns zur Verfügung stehen [...]“ (ebd, 29) bedeutet.

Durch die Thematisierung von Gegenargumenten erscheinen die Überzeugenden „besonders objektiv, wenn sie auf pure Lobhudelei verzichten und damit das Publikum, geradezu aufklärerisch, ernst nehmen“ (ebd, 134) und eine zentrale Verarbeitung fördern (vgl. Petty&Cacioppo 1986, 138). Die Inokulation funktioniert nach dem „Motto: Die Gegenargumente wurden ja schon offen zugegeben – was also ist neu?“ (Schönbach 2013, 135). Schönbach zufolge sollten Gegenargumente jedoch nicht zu Beginn (wegen des Primacy-Effekts)⁹⁹ und nicht am Ende (wegen des Recency-Effekts)¹⁰⁰ angeführt werden (vgl. ebd, 136), und überhaupt nur dann erwähnt werden, „wenn man davon ausgehen muss, dass das Publikum garantiert früher oder später die Gegenargumente kennen lernt. Dann lieber von mir, ist die Devise“ (ebd, 135). Ähnliche Überlegungen zur Anordnung der Gegenargumente hat auch Marcu unternommen (vgl. Marcu 2000, 1729).

Die Fuß-in-der-Tür-Strategie und die Mit-der-Tür-ins-Haus-Strategie sind im Vorgehen einander entgegengesetzt, beruhen aber auf verschiedenen psychologischen Prinzipien. Bei der Fuß-in-der-Tür-Strategie wird durch Etikettierung Konsistenzstreben ausgelöst, d.h.: Man bittet um einen kleinen Gefallen, der mit größter Wahrscheinlichkeit erfüllt wird, und dann erst um den eigentlichen, „größeren“ Gefallen. Durch die Erfüllung der ersten Bitte erfolgt eine Etikettierung der Überredeten, die sich attribuieren, „dass ich ja jetzt einer bin, der solchen – und ähnlichen! – Aufforderungen nachkommt“ (Schön-

⁹⁹ Der Primacy-Effekt bewirkt, dass das zuerst Gesagte am besten erinnert wird (vgl. die Erklärung in Schönbach 2013, 136).

¹⁰⁰ Der Recency-Effekt bewirkt, dass auch das zuletzt Gesagte besser erinnert wird (vgl. wiederum die Erklärung in Schönbach 2013, 136).

bach 2013, 116). Durch diese Attribuierung wird das Prinzip der Konsistenz aktiviert, das besagt, dass Menschen in ihrem Handeln um Konsistenz bemüht sind und folglich Handlungen, die sie schon einmal ausgeführt haben, bereitwillig wieder ausführen, da sie dadurch persönliche Verlässlichkeit („self-reliance“) konstituieren (vgl. Cialdini 2007, 103).

Der versteckte Topos in diesem Prinzip könnte ausformuliert werden als:

- Ich bin jemand, der Dinge wie x tut, weil ich x getan habe (Etikettierung durch Generalisierung bzw. Inferenz).
- y ist ein Ding wie x (Ähnlichkeit).
- Also sollte ich auch y tun (Konsistenz).

Der so erhaltene „Topos der Konsistenz“ setzt also über Selbstzuschreibung oder Fremdzuschreibung von Eigenschaften (Etikettierung) ein. In einem Gespräch könnte die Verwendung dieses Topos in der Form „Du hast x getan, warum dann nicht auch y?“ oder umgekehrt in der Form von „Warum sollte ich y tun, wenn ich x-Dinge nicht tue?“ vorkommen. Dieser Topos operiert folglich mit dem potentiellen Vorwurf, nicht konsistent zu sein.¹⁰¹

Cialdini beschreibt das Prinzip der Konsistenz wie andere psychologische Prinzipien als Mechanismus, der unbewusst und innerpsychisch wirkt und folglich Manipulation ermöglicht (vgl. Cialdini 2007, 5). Als Topos in der Argumentation verwendet, wird dieses Prinzip aber durch seine Thematisierung ins Bewusstsein erhoben und kann akzeptiert wie auch abgelehnt werden. Die Thematisierung garantiert eine zentrale Verarbeitung im Sinne des ELM (vgl. Petty&Cacioppo 1986, 131-132). In Bezug auf das vorliegende Erkenntnisinteresse kann deshalb die Hypothese aufgestellt werden, dass die Geltung dieses Topos mit großer Wahrscheinlichkeit akzeptiert würde. Ob und wie er in Gesprächen verwendet wird, und ob er Akzeptanz findet, bedürfte einer empirischen Prüfung.

Die Mit-der-Tür-ins-Haus-Strategie sieht im Gegensatz zur Fuß-in-die-Tür-Strategie vor, zuerst um einen großen Gefallen zu bitten, der zwar erfüllbar wäre, aber mit größter Wahrscheinlichkeit verwei-

¹⁰¹ Zum „Topos aus der Glaubwürdigkeit“ nach Schwarze besteht der hervorzuhebende Unterschied, dass hier nicht die Inkonsistenz einer Forderung oder eines Vorwurfes einer Interaktionspartnerin an die andere im Fokus steht (im Sinn von: „Warum soll ich nicht x tun, wenn auch du Dinge wie x tust?“ Oder: „Du kannst mir nicht vorwerfen, dass ich x tue, weil auch du Dinge wie x tust“) (vgl. Schwarze 2010, 316-317), sondern die Inkonsistenz des Verhaltens einer einzelnen Person („Wenn du x getan hast, kannst du auch andere Dinge wie x tun“).

gert wird. Im zweiten Schritt wird dann die eigentliche, vergleichsweise kleine Bitte vorgebracht (vgl. Schönbach 2013, 119). Diese Strategie basiert auf dem psychologischen Prinzip der sozialen Gegenseitigkeit: „Mit dem ersten Schritt der ‘Mit-der-Tür-ins-Haus’-Strategie hat man nämlich ein ‘Geschenk’ erhalten, das jetzt einigermaßen angemessen erwidert werden muss. Dieses Geschenk ist in diesem Falle ein Zugeständnis“ (ebd, 120), nämlich der ersten, großen Bitte nicht nachkommen zu müssen. Schönbach betont dabei, die

Ablehnung der ersten Bitte muss ja ein schlechtes Gewissen verursachen, weil man einer Regel des menschlichen Zusammenlebens [nämlich, anderen selbstverständlich Gefallen zu erweisen, Anm. d. Verf.] nicht nachgekommen ist. Das geschieht nur, wenn die Forderung eigentlich hätte erfüllt werden können – wenn auch unter Mühen (ebd, 121, vgl. Cialdini 2007, 17ff).

Auch diese Strategie operiert durch unbewusste Mechanismen und folglich manipulatorisch; als Topos in der Argumentation aber kann er Teil eines Persuasionsversuches sein, wobei m.E. die Bezeichnung „Topos der Wiedergutmachung“ geeignet ist. Der Topos kann ausformuliert werden als:

- Ich habe eine Bitte abgeschlagen (schlechtes Gewissen).
- Wer eine Bitte abgeschlagen hat, muss dies wiedergutmachen (soziale Gegenseitigkeit).
- Also muss ich wenigstens einer kleinen Bitte nachkommen (Wiedergutmachung).

Im Gespräch angewendet könnte dieser Topos der sozialen Gegenseitigkeit in der Form „Wenn schon nicht x, dann wenigstens y“ vorkommen.

Die eingangs erwähnte Strategie, die Eyer in seinen Ausführungen zum Überreden vorgeschlagen hat, nämlich, eine Gegenleistung anzubieten, bedient sich übrigens genau desselben Prinzips.¹⁰² In der Form „Wenn du x tust, werde ich y für dich tun“ verweist das Gegenangebot auf die zukünftige Einlösung des Anspruchs, der der Überredeten aus ihrer Handlung erwächst, während der „Topos der Wiedergutmachung“ durch das „pre-giving“ funktioniert (vgl. Schönbach 2013, 123).

Weitere psychologische Prinzipien, die Cialdini in seinem Werk *INFLUENCE. THE PSYCHOLOGY OF PERSUASION* anführt, sind das Prinzip der Anpassung an das Verhalten der anderen („truths are us“) – in

¹⁰² Ortak nennt das Anbieten einer Gegenleistung als Spezifikum des ZUREDENS (vgl. Ortak 2004, 159).

YES! 50 SCIENTIFICALLY PROVEN WAYS TO BE PERSUASIVE, das er mit Noah Goldstein und Steve Martin verfasst hat, benutzt er hierfür den einschlägigeren Ausdruck „soziale Bewährtheit“ („social proof“) (vgl. Goldstein, Martin&Cialdini 2008, 12) - und das Prinzip der Knappheit („scarcity“) (vgl. Cialdini 2007, 114 und 237). Auch diese Prinzipien können, wie ich zeigen werde, ausformuliert als Argument in einem Persuasionsversuch dienen.

Das Prinzip der sozialen Bewährtheit besagt: “When people are uncertain about a course of action, they tend to look outside themselves and to other people around them to guide their decisions and actions” (Goldstein, Martin&Cialdini 2008, 10). So konnten die Autoren in einem Experiment nachweisen, dass allein die Information darüber, wie viele Hotelgäste ihre Handtücher mehr als einmal verwenden, dazu beitrug, dass erheblich mehr Hotelgäste ihre Handtücher wiederverwendeten, wohingegen der Hinweis auf die Schonung der Umwelt bei einem solchen Verhalten wenig persuasiv wirkte (vgl. ebd, 11-13).¹⁰³

Als Topos ausformuliert könnte dieses Prinzip so lauten: „Wenn es alle tun, warum nicht auch du?“ oder, vereinfacht: „Das macht man so.“ Dabei wird die Gesellschaft also zur Autorität, die das gewünschte Verhalten verbürgt. Als „Topos aus der Autorität“ hat ihn auch Schwarze schon in ihren Topoikatalog aufgenommen (vgl. Schwarze 2010, 273). Er gehört zu den individuell hergestellten Topoi und nutzt als „argumentative Ressource Fremdwissen verschiedener Herkunft“ (ebd, 273). Zu diesen Ressourcen zählt Schwarze „Mitglieder der Familie [...], die Großeltern oder de[n] Vater sowie relevante Personen des sozialen Umfelds, wie beispielsweise de[n] Arbeitgeber“, aber auch „das gesamte Volk, alle Menschen oder mindestens die meisten Weisen“ (ebd, 274). In letzterem Fall wird der Fremdbezug durch Sprichwörter entfaltet, „und es werden [beispielsweise] die Möglichkeiten der Verallgemeinerung und Illustration, die der Phraseologismus bietet, genutzt“ (ebd, 274).

Die Struktur des Arguments kann rekonstruiert werden als:

- Viele tun x.
- Was viele tun, ist richtig (Autorität).
- Also ist es richtig, x zu tun.

¹⁰³ Ein ausführliches Kapitel zu diesem Prinzip („Following the Herd“) widmen auch Richard H. Thaler und Cass R. Sunstein in ihrem Buch *NUDGE. IMPROVING DECISIONS ABOUT HEALTH, WEALTH, AND HAPPINESS* unter der Beschreibung „social norms and fashions“. Nachzulesen in: Thaler, Richard H. und Sunstein, Cass R.: *Nudge. Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. 4. Aufl. New Haven/London: Yale University Press, 2008, 53-71.

6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

Das Prinzip der Knappheit („scarcity“) besagt, dass etwas umso wertvoller ist, je schwerer es zu erlangen ist und dass folglich schwer Erreichbares oder begrenzt Verfügbares begehrenswerter ist („opportunities seem more valuable to us when their availability is limited“, Cialdini 2007, 238). Cialdini erklärt: „The idea of potential loss plays a large role in human decision making. In fact, people seem to be more motivated by the thought of losing something than by the thought of gaining something of equal value“ (ebd, 238). Auf Grundlage dieses Prinzips identifiziert Cialdini die „limited number“-Taktik und die „deadline“-Taktik (vgl. ebd, 241-242).

Als Topos in der Argumentation könnte dieses Prinzip so genutzt werden: „Wenn nicht jetzt, dann niemals!“, „Lass dir diese Gelegenheit nicht entgehen!“, „So etwas macht man nur einmal im Leben!“ oder „Das kannst du nur jetzt machen (z.B. solange du jung bist), später nicht mehr!“. Die argumentative Struktur dieses „Topos der Knappheit“ lässt sich rekonstruieren als:

- Man muss die Dinge machen, solange sie möglich sind.
- X zu tun, ist nur jetzt möglich (Knappheit).
- Also muss ich jetzt x tun.

Dieser Topos weist Ähnlichkeiten zu den von Schwarze angeführten Topoi der argumentativen Szenarien und dem Topos aus der Zeit auf, fällt aber nicht mit ihnen zusammen. Von den argumentativen Szenarien unterscheidet er sich durch die (zumindest vorgegebene) Faktizität, während bei den argumentativen Szenarien „eine fiktive Welt eröffnet und etabliert wird, deren Geltung lokal besteht“ (vgl. Schwarze 2010, 282). Der Topos aus der Zeit ist bei Schwarze ein materialer Topos (vgl. ebd, 314), bei dem Zeit in „drei Modalitäten, der Dauer, des Zeitpunktes und der Anzahl“ (ebd, 313) konzeptualisiert wird. Dazu gehören, im Gegensatz zum „Topos der Knappheit“, auch das Hinauszögern oder Verschieben von Handlungen auf einen späteren Zeitpunkt, dessen Bestehen aber, einmal erreicht, nicht in Gefahr ist (im Sinne von „Du bist noch nicht alt genug“, vgl. ebd, 314-315).

Die psychologischen Strategien, deren Wirksamkeit in unbewussten psychischen Mechanismen gründet, konnten durch ihre argumentative Ausformulierung ihres manipulatorischen Potentials entledigt werden – denn was bewusst gemacht wird (durch Thematisierung), wird zentral verarbeitet (vgl. Petty&Cacioppo 1986, 131-132). Anhand der Analyse der psychologischen Persuasionsstrategien konnten auf diese Weise weitere Topoi generiert werden, die vor allem in Überredungsversuchen zum Ein-

satz kommen können: Der Topos der Konsistenz, der Topos der Wiedergutmachung und der Topos der Knappheit. Der Topos der Autorität, der von Schwarze bereits angeführt wurde, konnte aus psychologischer Sicht bestätigt werden. Der Topos der Knappheit und der Topos der Autorität sind materiale Topoi.

Die kommunikationswissenschaftlichen Persuasionsstrategien, Sequenzstrategie und zweiseitige Argumentation, fußen auf bereits im Lauf der Arbeit erarbeiteten Bedingungen der Persuasion. Dazu gehören die Involvierung der Opponentin(nen), die Glaubwürdigkeit der Proponentin und die Förderung einer zentralen Verarbeitung des Gesagten.

EXKURS: PERSUASIVE KOMPETENZ

Die Frage nach der Kompetenz, andere zu überzeugen und zu überreden, stellt sich in Anlehnung an die Frage nach dem effektiven Einfluss der Proponentin auf den Ausgang des Persuasionsversuchs. Diese Frage verweist über die Grenzen dieser Arbeit hinaus, insofern es hier nicht um eine Didaktik geht, sie soll aber in ihren Umrissen kurz dargestellt werden, wobei Verweise auf mögliche Ansätze für eine Bearbeitung dieser Frage gegeben werden.

Im Laufe der Arbeit wurde die Bedeutung der Rezipientin allgemein und der Opponentin im Besonderen für das Eintreten des gewünschten Effekts betont. Persuasive Kompetenz muss in diesem Sinne bedeuten, die Verfassung der Opponentin, ihr Wissen, ihre Interessen, ihre Einstellung zu antizipieren und die Äußerungen entsprechend anzupassen.

Diese Fähigkeiten hat Hannken-Illjes bei der Erarbeitung ihres Konzepts der argumentativen Kompetenz als Empathie und Perspektivenübernahme – ein Begriff, der auch hier schon gefallen ist – bezeichnet, die interpersonal bestimmt sind und folglich in der Verantwortung der Gesprächspartnerinnen liegen (vgl. Hannken-Illjes 2004, 150). Sie schreibt: „Perspektivenübernahme fungiert also als grundlegende Fähigkeiten für argumentative Kompetenz und beinhaltet, den Blick, den die Partnerin auf das aktuelle normative Feld hat, zu antizipieren und in die eigene Argumentation einzubeziehen“ (ebd, 150). Sie führt weiter aus: „[D]ie Partnerinnen müssen in der Lage sein, Wissen, Können und Motivation der anderen zu antizipieren und dem entsprechend zu agieren“ (ebd, 151).

Hannken-Illjes baut ihr Modell der argumentativen Kompetenz auf Modellen der kommunikativen Kompetenz auf (vgl. ebd, 57). Ein Modell persuasiver Kompetenz könnte wiederum ihr Modell der argumentativen Kompetenz zur Grundlage nehmen.

6. Interdisziplinäre Erweiterung des Sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

Einen anderen Ansatz, ebenfalls aus der Sprechwissenschaft, bietet Geißner mit den Konzepten der Gesprächsfähigkeit (Geißner 2002) und der Überzeugungsfähigkeit (Geißner 1977b), wobei letzteres kaum expliziert wird. Das Gespräch ist für Geißner der „Prototyp der Kommunikation“ und „als mündliche Kommunikation die intentionale, wechselseitige Verständigungshandlung mit dem Ziel, etwas zur gemeinsamen Sache zu machen, bzw. etwas gemeinsam zur Sache zu machen“ (ebd, 200), woraus er den überraschenden Schluss zieht, dass der Konflikt jedem Gespräch zugrunde liegt (vgl. ebd, 200). Gesprächsfähigkeit ist für ihn immer auch Konfliktfähigkeit (vgl. ebd, 209).

Geißner begreift die Entwicklung von Gesprächsfähigkeit als soziales Lernen (vgl. ebd, 204) und bezieht auf diesem Verständnis „situative, personale, formative, leibhafte – auch, aber nicht nur sprachliche“ (ebd, 197) Faktoren in seine Erklärung mit ein.

Besonders die Thematisierung von „Überzeugensbarrieren“ (vgl. ebd, 201) ist im gegenwärtigen Zusammenhang von Interesse und könnte in Form einer Negativbeschreibung für die Erarbeitung der Bedingungen des Überzeugens verwendet werden. Zur Überzeugungsfähigkeit heißt es bei ihm:

Wenn der Prozeß des Überzeugens an Kommunikationsfähigkeit geknüpft ist, und es aufgrund unterschiedlicher Kommunikationsbiografien unterschiedliche Kommunikationsfähigkeit gibt, dann gibt es unterschiedliche – aktive und passive – Überzeugungsfähigkeit; und das heißt: dann gibt es unterschiedliche Überzeugungshindernisse, die durch 'rationale Argumentation' nicht schlichtweg beseitigt werden können (Geißner 1977b, 251).

Hier kommt die Verknüpfung von Kommunikationsfähigkeit und Überzeugungsfähigkeit als spezifischer Teil der persuasiven Fähigkeit zum Ausdruck. Der Begriff der passiven Überzeugungsfähigkeit entspricht dem der Persuabilität.

Aus der Rhetorik liefert Kopperschmidt eine „Didaktik der Persuasiven Kommunikation“ (Kopperschmidt 1976, 179). Als persuasive Kompetenz nennt er dabei nicht nur „Redefähigkeit“ (ebd, 181), sondern auch die (hörerseitige) „Fähigkeit kritischen Dekodierens kommunikativer Inhalte“ (ebd, 180). Zur Rhetorik als Theorie der persuasiven Kommunikation sagt er: „Sie wird die Manipulation nicht verhindern, aber sie wird die Manipulations-Signale beschreiben können [...]“ (ebd, 180). Die Kenntnis dieser Signale und „Wachsamkeit“ gehören folglich zu den Fähigkeiten, „über deren Vermittlung bzw. Erwerb ein didaktisch, nicht methodisch orientiertes Frageinteresse an der Persuasiven Kommunikation abschließend Auskunft geben müßte“ (ebd, 182). Kopperschmidts Ansatz bietet vor allem die

6. Interdisziplinäre Erweiterung des sprechakttheoretischen Persuasionskonzepts

Möglichkeit, Manipulations-, aber auch Persuasionsresistenz zu konzeptualisieren, und könnte in Hinblick auf einen rezipientenorientierten Kompetenzbegriff weiter ausgebaut werden.

Abschließend sei auf einen kommunikationswissenschaftlichen Text hingewiesen, in dem didaktische Studien zur persuasiven Kompetenz dokumentiert und ausgewertet wurden: „The Development of Persuasive Abilities in College Students“ von Beverly D. Sypher, Tracy C. Russo und Audrey C. Hane. Untersucht wurde die Entwicklung der persuasiven Fähigkeiten von Studentinnen, die Kurse über Persuasion belegten (vgl. Sypher, Russo&Hane 2002, 3). Die Autorinnen nehmen Bezug auf die MDL-Theorie von O’Keefe, um die Qualität der persuasiven Leistung einzuschätzen (vgl. ebd, 3-4), und bieten durch ihre Systematisierung der Kompetenzkriterien eine Möglichkeit zur empirischen Überprüfung persuasiver Kompetenz, die als Ausgangspunkt für eine Untersuchung mit dieser Zielsetzung herangezogen werden kann.

7. GRUNDLAGEN EINES MODELLS DER PERSUASION

7.1 ZUSAMMENFÜHRUNG DER ERGEBNISSE

Die bisherigen Ausführungen haben ein vielschichtiges und komplexes Bild von Persuasion ergeben. Dabei lag der Fokus stets auf der interpersonalen, direkten, interaktiven Kommunikation, kurz: dem Gespräch.

Die verschiedenen Aspekte von Persuasion konnten durch einen interdisziplinären Zugang erfolgreich erfasst werden. Der Handlungscharakter von Persuasion kann durch die Sprechakttheorie und die Rhetorik über die Begriffe Intention, Illokution und Strategie erfasst werden. Persuasion wird als berechneter Effekt aufgefasst. Die Proponentin, ihre Intention und ihre Handlung stehen im Vordergrund dieser Disziplinen. Die Rhetorik bietet darüber hinaus Erklärungen über die Wirksamkeit bestimmter Aspekte des Persuasionsversuchs, indem sie Glaubwürdigkeit der Proponentin, Stringenz der Argumentation und Offenheit der Hörerin als Kriterien der Wirksamkeit behandelt. Die Ausrichtung an der Verfassung der Hörerin(nen) ist oberstes Prinzip der Rhetorik, das als Angemessenheit der Rede konzipiert ist.

Persuasion wird aber nicht von einer Proponentin bei einer Opponentin *hergestellt*. Zwischen Intention und Eintreten des intendierten Effekts besteht eine Lücke. Diese Lücke füllt die Opponentin: Es liegt an ihr, ob sie der Proponentin Glaubwürdigkeit zuspricht, ob sie ihre Argumentation akzeptiert und ob und wie sehr sie bereit ist, sich überzeugen oder überreden zu lassen. Unter diesem Gesichtspunkt droht der Handlungscharakter der Persuasion dahinzuschwinden, denn wer hat als Akteurin der Persuasion zu gelten, wenn eine Proponentin nicht mehr tun kann, als einen *Persuasionsversuch* zu unternehmen?

Der Zusammenhang zwischen Intention und Effekt ist ein notwendiges Kriterium, um von Persuasion sprechen zu können, wobei der Begriff „Effekt“ aber irreführend ist, da er die Rolle der Opponentin passiv festschreibt. Auf diesen Umstand haben bereits Henn-Memmesheimer und Weigand hingewiesen (vgl. Henn-Memmesheimer 2006; Weigand 2003), sodass die Frage nach der Haltbarkeit der Konzeption (perlokutionärer) Effekte bereits in Kapitel 3 im Raum stand (siehe 3.1). Anstatt von „Effekt“ ist vielmehr von einer „Entscheidung im Sinne der Proponentin“ zu sprechen. Der Zusammenhang zwischen Intention und Entscheidung im Sinn der Proponentin kann in etwa so rekonstruiert werden: Die Intention der Proponentin veranlasst sie zum Persuasionsversuch. Der Persuasionsversuch löst eine Entscheidungshandlung bei der Opponentin aus. In Abhängigkeit von ihrem Bereitschaftsgrad zu Ver-

7. Grundlagen eines Modells der Persuasion

änderung, von ihren Interessen und ihrem Wissen, sprich in Abhängigkeit ihrer gesamten Persönlichkeit und situativen Verfassung wird sie die im Persuasionsversuch von der Proponentin vorgebrachten Argumente zur Grundlage ihrer Entscheidung machen. Nur, wenn die Äußerungen der Proponentin zum entscheidenden Grund für die Opponentin werden, ihre Ansicht zu ändern oder eine Handlungsabsicht zu bilden, und nur, wenn ihre Entscheidung der Intention der Proponentin entspricht, kann man sagen, dass Überzeugung oder Überredung stattgefunden habe. So gesehen ist Persuasion notwendigerweise eine *gemeinsame Handlung* von Proponentin und Opponentin. Da dies in sprachlicher *Interaktion* zum Ausdruck kommt, ist die Grenze der Sprechakttheorie mit dieser Feststellung deutlich überschritten.

Die Proponentin kann durch ihre Äußerungen nur *versuchen*, die Entscheidung der Opponentin zu beeinflussen. Die Opponentin entscheidet, ob sie die Äußerungen als Grund akzeptiert oder nicht, wobei ihr Verständnis der Äußerungen als notwendig vorausgesetzt wird. Als Erfolgsvariable der Persuasion ist folglich der Persuasionsversuch zu verstehen. Er vermittelt zwischen Intention und Effekt:

Intention der Proponentin -> Persuasionsversuch -> Entscheidung der Opponentin

Um die Wahrscheinlichkeit des Erfolgs zu erhöhen, muss also der Persuasionsversuch strategisch optimiert werden. Das bedeutet, wie gezeigt wurde, dass die Äußerungen der Proponentin auf die Opponentin persönlich zugeschnitten sein müssen.

Dieser „persönliche Zuschnitt“ ist in der Arbeit mit den Begriffen Rezipientenorientierung und Perspektivenübernahme thematisiert worden. Dabei sind die linguistische Ebene und die pragmatische Ebene zu unterscheiden: auf der linguistischen Ebene findet Recipient Design statt, das im Dienst der Verständlichkeit steht, auf der pragmatischen Ebene Kollaboration. Das bedeutet einerseits, wie durch Bezug auf die Sprechwissenschaft ausgeführt wurde, dass die Opponentin an der Herstellung der Argumente beteiligt wird, also selbst im Persuasionsversuch eine aktive Rolle einnimmt, indem sie Topoi akzeptiert oder ablehnt (gemeinsame Herstellung von Topoi). Das bedeutet andererseits, wie durch Bezug auf die MDL-Theorie der Kommunikationswissenschaft ausgeführt wurde, dass die Proponentin bemüht ist, der Opponentin aufzuzeigen, welche Vorteile ihr aus einer Entscheidung im Sinne der Intention der Proponentin erwachsen würden (rhetorische MDL).

Dass die Offenheit der Opponentin, d.h. ihre Bereitschaft zur Veränderung, verschieden ausgeprägt sein kann, ist am Beispiel des SoC-Modells aufgezeigt worden. Die Involviertheit der Opponentin ist in Form des Dissenses unabdingbare Voraussetzung für Persuasion, da eine zentrale Verarbeitung der

Äußerungen der Proponentin im Sinne des ELM gewährleistet sein muss, um die Möglichkeit auszuschließen, dass die Entscheidung der Opponentin auf manipulative Weise beeinflusst wird. Deshalb wurden die Persuasionsstrategien der Kommunikationswissenschaft und der Sozialpsychologie, die sich in ihrer Wirksamkeit auf unbewusste Mechanismen verlassen, argumentativ ausformuliert. Die psychologischen Prinzipien, als Topoi verwendet, büßen ihr manipulatives Potential ein, entfalten dafür aber persuasives Potential.

Im Laufe der Arbeit sind einige wichtige Unterscheidungen getroffen worden, deren genauere Erklärung noch aussteht. Das betrifft zum einen die Unterscheidung zwischen Überzeugen und Überreden als zwei verschiedene Arten der Persuasion, zum anderen die vielfach angesprochene Abgrenzung von Persuasion gegenüber Argumentation, Manipulation und Aufforderung. Im Folgenden sollen diese Unterscheidungen erklärt werden.

7.1.1 ÜBERREDEN UND ÜBERZEUGEN

Die Unterscheidung zwischen Überreden und Überzeugen ist von verschiedenen Autoren auf die unterschiedlichste Weise geschehen. Weit verbreitet ist die Ansicht, dass Überzeugen die sozusagen „gute“ Form der Persuasion sei, während Überreden mehr mit „unlauteren“ Mitteln der Beeinflussung in Zusammenhang gebracht wird und deshalb als „schlecht“ gilt.

Diese Wertung findet sich bereits in einem antiken Persuasionsverständnis angelegt, dem zufolge man von Wahrem überzeugt, aber zu Falschem überredet wird. In der Aufklärung aufgegriffen, wurde diese Auffassung um das Kriterium der Rationalität erweitert, sodass anhand der Vernunft zwischen wahren und falschen Ansichten getrennt wird (vgl. Ortak 2004, 52). Kant nennt das Überreden in der *KRITIK DER REINEN VERNUNFT* einen bloßen Schein, „weil der Grund des Urteils, welcher lediglich im Subjekte liegt, für objektiv gehalten wird“ (Kant 1974/2, 820), während Überzeugung „für jedermann gültig ist, so fern er nur Vernunft hat“ (ebd, 820), und also auf objektiven Gründen beruhe. In dieser Auffassung geht es nicht um eine Differenz in der Zielsetzung, sondern in der rationalen Qualität bzw. dem Wahrheitswert von Urteilen (d.i. Ansichten). Wahre Ansichten sind demnach Überzeugungen, unwahre Überredung. Die eigenen Urteile müssen also durch den Abgleich mit anderen auf deren Qualität überprüft werden.

Der Probestein des Fürwahrhaltens, ob es Überzeugung oder bloße Überredung sei, ist also, äußerlich, die Möglichkeit, dasselbe mitzuteilen und das Fürwahrhalten für jedes Menschen Vernunft gültig zu befinden; denn als-

7. Grundlagen eines Modells der Persuasion

denn ist wenigstens eine Vermutung, der Grund der Einstimmung aller Urteile, *ungeachtet* der Verschiedenheit der Subjekte unter einander, werde auf dem gemeinschaftlichen Grunde, nämlich dem Objekte, beruhen, mit welchem sie daher alle zusammenstimmen und dadurch die Wahrheit des Urteils beweisen [sic!] werden (ebd, 821).

Auch Kopperschmidt trifft eine qualitative, an Aristoteles und Kant angelehnte Unterscheidung: Überzeugen geschehe durch Argumentation im Dienst „konsensueller Verständigung“, Überreden durch „Scheinargumentation“ (vgl. Geißner 2004, 106).

Auf der Grundlage der Ansichten Kants bauen Chaim Perelman und Lucie Olbrechts-Tyteca ihr Konzept des universellen Publikums und partikularen Publikums auf¹⁰⁴, und erweitern es erneut: Objektivität, Überzeugung und *Intelligenz* sind Eigenschaften des universellen Publikums, Charakter, Überredung und *Handlung* Eigenschaften des partikularen (vgl. Long 1983, 108).

Ähnlich hat Geißner in frühen Arbeiten Überreden als „Tun im Reflex“ und Überzeugen als „Handeln mit Reflexion“ definiert. Hier tritt zum Kriterium der Vernunft also noch jenes der Handlung hinzu, das aber bei Geißner nicht zum Differenzierungsmerkmal wird. Demnach wird die Urteilsfähigkeit der Hörerin beim Überreden „außer Kraft gesetzt“ (Geißner 1977, 235). Geißner entwirft folgendes Szenario:

Die Überredeten sind wehrlos gegenüber der Insistenz, haben keine Möglichkeit, sich dem (sanften) Zwang zu entziehen, das eindringlich Gesagte zu überprüfen. Vollends wehrlos werden sie, wenn die Überredenden ihre Zwecke verschweigen oder verschleiern und die Überredeten von ihnen abhängig sind (Geißner 1998, 206).

Auch beim Überreden geht es hier also um Akzeptanz von Äußerungen, wobei die rationale Prüfung aber ausbleibt. Später verwirft Geißner diese Unterscheidung allerdings als ungenügend (vgl. Geißner 2004, 106).

Ein anderes Kriterium der Unterscheidung von Überreden und Überzeugen ist der Zeitfaktor. Vor allem in Kommunikationswissenschaft und Persuasionsforschung steht die Langfristigkeit von Wirkung im Vordergrund (vgl. Ortak 2004, 59-60). Dabei wird davon ausgegangen, dass Überzeugen langfristig wirkt, während Überreden „punktuell an einem Ereignis ausgerichtet ist“ (ebd, 61). Eine vergleichbare Einstellung vertritt aus pragmalinguistischer Sicht Eyer. Ihm zufolge wird beim Überzeugen der Bedingungszusammenhang der Hörerin erweitert, wohingegen er bei der Überredung vorübergehend suspendiert wird (vgl. Eyer 1987, 120). Er erklärt dies anhand eines Beispiels:

¹⁰⁴ Dieses Konzept stellen die Autoren 1958 in ihrem Werk *TRAITÉ DE L'ARGUMENTATION, LA NOUVELLE RHÉTORIQUE* vor.

Wenn beispielsweise S H davon überzeugt, daß man anderer Leute Apfelbäume besser in Ruhe läßt, hat H eine neue Verhaltensmaxime erworben, zu deren Gunsten er eine alte aufgeben mußte. Er kann dann nicht mehr, ohne inkonsistent zu sein, behaupten, daß man Äpfel stehlen darf, oder dies tun. Demgegenüber stellt die Suspendierung des Präferenzgefüges durch ÜBERREDEN nur eine sehr ephemere Veränderung dar: Wenn H dazu [sic!] ÜBERREDET wird, ϕ ZU TUN, dann braucht er keine seiner vorher bestehenden Verhaltensmaxime [sic!] aufzugeben, er braucht sie nur für einen lohnenden Moment zu vergessen (Eyer 1987, 120).

Hier gibt es eine klare Unterscheidung zwischen Einstellung und Handlung, wobei aber davon ausgegangen wird, dass zweite von ersterer abhängt, dass man seiner Einstellung entsprechend handelt. Nur so kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass Überzeugen eine langfristige Verhaltensänderung bewirkt als Überreden, wobei der Zusammenhang zwischen Einstellung und Verhalten jedoch nicht geklärt wird. Es wird allerdings deutlich, dass Eyer das Handeln aufgrund einer Überzeugung nicht mit Überredung gleichsetzt.

Eyer bietet jedoch neben dieser zeitbezogenen Überlegung auch eine syntaktische Unterscheidungsmöglichkeit der beiden Termini. Dabei zeigt er auf, dass Überzeugen im Gegensatz zum Überreden nicht zwingend sprachlich geschehen muss (vgl. ebd, 51 und 74). Er spricht dem Überzeugen die Bedingung der Absicht sowie auch die Eigenschaft der instrumentalen Handlung ab (vgl. ebd, 75) und zählt es, zusammen mit anderen Verben dieser Klasse, wie z.B. beweisen, verhindern, veranlassen, zwingen, verursachen, etc. nicht zu den perlokutiven Akten:

Daß die Verben nichts über die instrumentale Handlung sagen, bedeutet nämlich, daß keine spezifische instrumentale Handlung gefordert ist. Das widerspricht aber der in (BP) formulierten Bedingung, daß perlokutive Akte als instrumentale Handlungen lokutive Akte erfordern. Man kann also nicht eigentlich sagen, daß die Verben der Klassen Π_1 und Π_2 perlokutive Akte bezeichnen [...]“ (ebd, 71).

„Überzeugen“ bezeichnet demnach nur eine „Herbeiführung(srelation)“ (ebd, 69), weshalb Überreden für Eyer ungleich interessanter für eine linguistische Untersuchung ist. Bei „Überreden“ ist die instrumentale Handlung nämlich als lokutive Handlung festgelegt (vgl. ebd, 74).

In der Sprechakttheorie hat sich generell die Unterscheidung von Überreden und Überzeugen anhand der jeweils verwendeten Illokution durchgesetzt. Schon bei Searle findet man Hinweise darauf, dass man auffordere, um zu überreden (vgl. ebd, 100), aber argumentiere, um zu überzeugen (vgl. Searle

1971, 42). Dem entspricht Staffeldts Zuordnung der Perlokutionsklassen ÜBERREDEN und ÜBERZEUGEN zu den illokutionären Klassen der DIREKTIVA und der ASSERTIVA (vgl. Staffeldt 2007).

Auch bei Kosta findet sich die Unterscheidung von Überreden und Überzeugen in Bezug auf die Art der Durchführung dieser für ihn aber eigenständigen Sprechakte, die nicht einer Illokution zugeordnet werden müssen. Während man durch Argumentation überzeugt, überredet man durch Beeinflussung und Verführung (vgl. Kosta 1995, 324). In dieser Darstellung ist Überreden wieder pejorativ besetzt. Die positive Variante des Überredens entsteht durch die Verbindung von beidem: überzeugen, um zu überreden (siehe 5.3.1).

Ortak schließlich vertritt eine Auffassung, die Methode und Ziel gleichermaßen berücksichtigt. Er erklärt Überzeugen als das Bemühen, „die Manifestierung einer bestimmten Haltung, nicht aber einer Handlung“ (Ortak 2004, 62) zu erwirken, Überreden als Bemühen um „die Initiation von *Handlungsbereitschaft*“ (ebd, 62). Gleichzeitig bindet er Überzeugen an die Illokution des ISPA BEWERTEN, Überreden an BITTEN, VORSCHLAGEN und EMPFEHLEN (vgl. ebd, 178).

Ortaks Ansatz kommt der von mir vertretenen Auffassung am nächsten. Ich überrede jemanden *zu einer Handlung*, aber überzeuge jemanden *von einer Ansicht*. Die Handlungs- vs. Meinungsunterscheidung ist auch aufgrund des Alltagsverständnisses dieser Verben naheliegend.

Ein Punkt, in dem ich mich jedoch wesentlich von Ortak unterscheide, ist die Ansicht, das Überzeugen markiere „eine wichtige Etappe auf dem Weg zur Erfüllung des Überredungsziels“ (ebd, 65). Wie in Abschnitt 6.2.2 dargelegt, besteht m.E. ein wesentlicher Unterschied zwischen Überzeugen und Überreden, da der zu bewertende Sachverhalt verschieden ist. Bei der Überredung sind die Interessen der Proponentin Teil des Grundes, die Handlung auszuführen oder zu unterlassen, sodass „soziale Aspekte“ hier mehr ins Gewicht fallen. Dies kann in Bezug auf das Prinzip der sozialen Gegenseitigkeit, wie es in Abschnitt 6.3.3 vorgestellt wurde, so erklärt werden: Das „Argument“ wird beim Überreden aus der Bitte abgeleitet, in der es (als Prinzip der sozialen Gegenseitigkeit) enthymemisch enthalten ist. *Gleichgültig, wie die Bitte begründet wird, stellt die Bitte selbst das Argument für die Opponentin dar: „Wenn sie es so sehr will, dann sollte ich doch nachgeben.“* Insofern spielt es keine Rolle, ob die Opponentin die stützenden Argumente der Proponentin zum Grund ihrer Handlungsentscheidung macht, von der Nützlichkeit oder Notwendigkeit der Handlung also überzeugt ist (Überzeugung²), oder ob sie *die Faktizität der Bitte* als Grund zur Handlung nimmt. Im Vordergrund steht, *dass* sie einen Grund für die Bildung einer Handlungsabsicht anerkennt.

Deshalb ist es nicht notwendig, zu überzeugen, um zu überreden, denn Überreden kann auch erfolgreich sein, wenn Überzeugen² nicht erfolgreich war. Es kann genügen, die Bitte zu wiederholen, zu insistieren o.ä., damit ihr Vorbringen zum hinreichenden Grund für die Opponentin wird.

Dieser Auffassung steht auch die rhetorische Sichtweise entgegen, die das Erzeugen einer Handlungsbereitschaft – Überreden also - prinzipiell als Folgeerscheinung des Überzeugens konzipiert, insofern davon ausgegangen wird, dass Menschen ihre Handlungen an ihren Überzeugungen ausrichten (vgl. Kopperschmidt 1976, 95). Dagegen habe ich in Abschnitt 5.1 bereits das Argument angeführt, dass dieser Zusammenhang ungenügend geklärt ist. Ich habe auf die Partikel „eigentlich“ hingewiesen, deren Verwendung als symptomatisch für Handlungen, die entgegen einer Überzeugung ausgeführt werden, gewertet werden kann.

Doch angenommen, es wäre nötig, zu überzeugen, um zu überreden - Es ist etwas anderes, ob ich eine Handlung ausführe, weil ich einer Überzeugung folge, oder ob ich eine Handlung ausführe, weil ich dazu überredet wurde. So kann ich nicht sagen, ich hätte jemanden dazu *überredet*, keine Äpfel mehr zu stehlen (vgl. Beispiel von Eyer weiter oben), wenn ich ihn bloß davon *überzeuge*, dass dies moralisch verwerflich ist. Denn erstens kann ich nicht davon ausgehen, dass nur diejenigen Leute Äpfel stehlen, die dies moralisch *nicht* verwerflich finden – vielleicht ist die Versuchung einfach zu groß, oder es handelt sich um eine Mutprobe, die man *gegen seine Überzeugung* mitmacht. Zweitens, und das ist hier entscheidend, ist die Zuschreibung des Einflusses der Proponentin auf die Handlungen der Opponentin zu großzügig, wenn jede Handlung, die diese aufgrund einer Überzeugung, welche die Proponentin bei ihr erwirkt hat, direkt dem Einfluss der Proponentin zugeschrieben wird. Überzeuge ich meinen Mann davon, dass Haare schneller wachsen, wenn der Mond im Löwezeichen steht, und er zieht daraus die Konsequenz, seine Haare niemals zu diesem Zeitpunkt zu schneiden, so kann ich doch nicht sagen, ich hätte ihn dazu überredet, sich so zu verhalten, denn dies war vielleicht gar nicht meine Intention. Und selbst wenn, dann müsste man von „Überzeugen mit der Hoffnung auf dementsprechendes Verhalten“ sprechen, aber nicht von Überreden. Beim Überreden bin ich für die Handlung, zu der ich überrede, mitverantwortlich, beim Überzeugen nur für die Manifestation der Meinung, nicht aber für jede Handlung, die aus dieser entstehen kann.

Nach diesen Ausführungen kann also gesagt werden: Überzeugen bezieht sich auf Ansichten, Einstellungen, Meinungen, und zwar *nur auf diese*; Überreden bezieht sich hingegen ausschließlich auf die Absicht zu bestimmten Handlungen und Verhaltensweisen.

Tabellarisch lassen sich Überzeugen und Überreden folgendermaßen gegenüberstellen:

Art der Persuasion	Überreden	Überzeugen
Intention der Proponentin	erwirken einer Handlungsabsicht	erwirken einer bestimmten Meinung oder Ansicht
Glaubwürdigkeit	bezieht sich auf den Wunsch der Proponentin	bezieht sich auf die Ansichten der Proponentin
Dissens	keine Handlungsabsicht	andere Meinung oder Ansicht
Entscheidungsgrund	Bitte der Proponentin	Argumentation der Proponentin
Verstehen der Opponentin	bezieht sich auf den Wunsch der Proponentin	bezieht sich auf die Meinung der Proponentin

Mit dem gegenwärtigen Persuasionskonzept kann eine wertende Unterscheidung zwischen Überreden und Überzeugen, wie in Antike und Aufklärung vertreten, sowie eine qualitative Unterscheidung, wie sie in Rhetorik, Kommunikationswissenschaft und Sozialpsychologie vertreten wird, überwunden werden, da erstens von einer nur interpersonal gültigen Argumentation (also immer schon „Scheinargumentation“) ausgegangen wird, und zweitens Manipulation von vornherein ausgeschlossen ist. Eine Klärung der Verhältnisse zwischen Argumentation, Manipulation und direktiven Akten der Aufforderung wird im nächsten Abschnitt geleistet.

7.1.2 MANIPULATION, AUFFORDERUNG, ARGUMENTATION

Persuasion vollzieht sich im Spannungsfeld von Manipulation, Aufforderung und Argumentation. Wo man versucht, Persuasion gegen Manipulation abzugrenzen, kann man leicht in die Falle tappen, Persuasion mit Argumentation gleichzusetzen. Betrachtet man nur die Äußerungsformen (Lokutionen), läuft man Gefahr, Überredung als Aufforderung auszulegen. Die Abgrenzung dieser Begriffe untereinander ist bereits an verschiedenen Stellen in dieser Arbeit vorgenommen worden, soll hier aber, einer besseren Übersichtlichkeit verpflichtet, zusammengeführt werden. Unter folgenden Gesichtspunkten kann eine Abgrenzung vorgenommen werden:

1) Opponentin und Verfahrensweise: Von Manipulation unterscheidet sich Persuasion durch das Kriterium der Entscheidungsfreiheit aufseiten der Opponentin und durch ihre Involvierung, die eine zentrale Verarbeitung der Äußerungen sicherstellt. Die Bedienung unbewusster psychologischer Mechanismen (vgl. Cialdini 2007) ist typisches Merkmal der Manipulation, aber als „persuasionsfremde“ Verfahrensweise (vgl. Mann 2000) zu bezeichnen. Die Handlungsoptionen, die der Opponentin vor der Interaktion zur Verfügung stehen, bleiben bei der Persuasion unverändert.

2) Situation und Kontext: Von einer Aufforderung unterscheidet sich Persuasion durch den situativ-kontextuellen Faktor der Absenz einer handlungsleitenden Norm, welche die Entscheidungsfreiheit der Opponentin einschränkt. So steht die Opponentin in keinem Abhängigkeits- oder Verpflichtungsverhältnis zur Proponentin, das ihre Entscheidungsfreiheit einschränken würde. Darauf haben sowohl Mutsch als auch Eyer und Kopperschmidt hingewiesen.¹⁰⁵ Das bedeutet nicht, dass die Beziehung in jeder Hinsicht (z.B. in Bezug auf Wissen)¹⁰⁶ symmetrisch sein muss.

3) Zielsetzung des Verfahrens: Von Argumentation unterscheidet sich Persuasion durch die Zielsetzung. Bei Persuasion geht es um das Erwirken einer bestimmten Ansicht oder Absicht bei der Opponentin, über die nicht verhandelt wird. Argumentation kann hingegen auch nur der Klärung von Ansichten oder einer gemeinsamen Erkenntnis dienen, bei der persönliche Interessen ausgeblendet sind (d.i. ein theoretischer Diskurs, vgl. Ortak 2004, 85). Dabei ist Argumentation sowohl als formal-logische als auch als Alltagsargumentation von dieser Festlegung betroffen. Argumentation ist überdies als Mittel zum Zweck der Persuasion zu sehen, als Illokution zur Perlokution (vgl. van Eemeren&Grootendorst 1984; Mann 2000; Ortak 2004; Staffeldt 2007; Weigand 2003).

Die Verhältnisse stellen sich tabellarisch so dar:

¹⁰⁵ Mutsch spricht in diesem Zusammenhang von „sozialen Normen“ (vgl. Mutsch 1980, 161), Eyer spricht etwas allgemeiner von einer „Norm“, die bei perlokutiven Akten „invoziert“ wird (vgl. Eyer 1987, 45), Kopperschmidt von „eingespielten Interaktionsmustern“, mit denen der „Kommunikationsmodus“ übereinstimmen müsse (vgl. Kopperschmidt 1976, 84).

¹⁰⁶ Die Proponentin wird aber den Wissensstand der Opponentin bei ihren Äußerungen berücksichtigen müssen, wenn sie Verständnis sichern will (durch Recipient Design).

7. Grundlagen eines Modells der Persuasion

Differenzierungsaspekt ↓	Persuasion	Manipulation	Aufforderung	Argumentation
Entscheidungsfreiheit der Opponentin	Gegeben	eingeschränkt bis verhindert, Zwang	eingeschränkt	Gegeben
handlungs- bzw. entscheidungsleitende Norm	ausgeschlossen	möglicherweise Abhängigkeit von Proponentin und Mangel an Handlungsoptionen	möglicherweise Sanktionen	irrelevant, wird verhandelt
Verfahrensweise (Illokution)	argumentieren (s.r.) oder bitten	einschüchtern oder täuschen	anordnen, befehlen, anweisen	Gründe anführen, Schlüsse ziehen, analysieren
Zielsetzung	Opponentin bildet die von der Proponentin intendierte Meinung oder Handlungsabsicht	Beeinflussung oder Lenkung des Opfers in seinen Entscheidungen	Durchführung einer Handlung oder eines bestimmten Verhaltens	Erkenntnisgewinn im theoretischen Diskurs oder Klärung von Standpunkten

7.1.3 DEFINITION VON PERSUASION

Die Definition wird auf Grundlage folgender Erkenntnisse erstellt:

1. Es gibt zwei zu unterscheidende Arten der Persuasion: überreden und überzeugen.
 - a. Überzeugen und Überreden stehen in keinem Abhängigkeitsverhältnis zueinander.
2. Die Art der Persuasion wird von der Intention der Proponentin bestimmt. Je nach Intention wird sie den Persuasionsversuch anders konzipieren (eine Meinung befürworten oder um eine Handlung bitten). Dies entspricht in sprechakttheoretischer Terminologie der Illokution.
3. Der Persuasionsversuch operiert mit Argumentation (Ebene der Lokution), wobei Argumentation als das Geben von Gründen, die interaktiv gelten, zu verstehen ist.
 - a. Eine zentrale Verarbeitung des Persuasionsversuchs muss durch die Involvierung der Opponentin gesichert werden.
 - b. Das Verständnis der Argumentation kann durch rhetorische Stilmittel erleichtert werden.

- c. Der Persuasionsversuch kann strategisch optimiert werden.
 - d. Die Opponentin kann ihren Dissens entweder nur betonen oder argumentativ entfalten (durch Gegenargumente). Gegenargumente bieten die Möglichkeit, die für die Opponentin relevanten Gesichtspunkte zu erkennen und darauf im Sinne des Recipient Design und im Sinne der rhetorischen MDL zu reagieren.
4. Das Eintreten des gewünschten Effekts (Übernahme einer Einstellung oder Handlungsabsicht) steht nicht in Abhängigkeit von der Proponentin oder deren Intention, sondern von der Beurteilung der Argumentation durch die Opponentin. Folgende Strategien eignen sich zur Erhöhung der Wahrscheinlichkeit einer Akzeptanz der Argumentation durch die Opponentin:
- a. Die Argumentation muss kooperativ, also rezipientenorientiert sein, d.h. es muss ermittelt werden, welche Gesichtspunkte für die Opponentin Relevanz haben (materiale Topoi) und welchen Bereitschaftsgrad zur Persuasion die Opponentin aufweist – auf welcher Stufe sie sich also befindet.
 - b. Inhaltliche Kooperation wird durch Perspektivenübernahme sowie durch formale Kooperation, z.B. durch die gemeinsame Herstellung von Topoi, ermöglicht.
 - c. Ein Ausbleiben des Erfolgs ist nicht zwingend mit einem Misserfolg gleichzusetzen, da es Annäherungen an das Ziel geben kann.

Eine Definition von **Persuasion in sprachlicher Interaktion** könnte dementsprechend lauten: Persuasion bezeichnet das Erwirken einer intendierten Ansicht oder Absicht bei einer Opponentin durch das Vorbringen interaktiv gültiger Argumente, deren Verständnis der Opponentin als Grundlage für die freiwillige Manifestation der von der Proponentin intendierten Ansicht oder Absicht dient.

7.2 VORAUSSETZUNGEN UND BEDINGUNGEN

Im Folgenden sind die Voraussetzungen und Bedingungen von Persuasion aufgelistet. Die Gelingens- und Erfolgsbedingungen fallen dabei zusammen, da nicht der Persuasionsversuch, sondern die erfolgte Persuasion analysiert wird. Diese Darstellung gibt deshalb auch keinen Aufschluss darüber, was die Proponentin unternehmen kann, um die Wahrscheinlichkeit auf Erfolg zu erhöhen. Das strategische Element der Persuasion fällt also aus dieser Beschreibung heraus. Sinnvoll ist die Auflistung von Voraussetzungen und Bedingungen besonders unter dem Gesichtspunkt der definitorischen Klärung.

7. Grundlagen eines Modells der Persuasion

Situative Voraussetzungen

1. Die Opponentin kann in Bezug auf die von der Proponentin intendierten Effekte frei entscheiden.

Vorbereitende Bedingungen

1. Zwischen den Interaktionspartnerinnen besteht Dissens.
2. Die Opponentin ist kooperationsbereit.
3. Der thematisierte Sachverhalt lässt einen Dissens zu.

Ernsthaftigkeitsbedingungen

1. Die Proponentin verfolgt eine bestimmte Intention.

Wesentliche Bedingungen

1. Die Opponentin ist involviert.
2. Die Opponentin fällt eine Entscheidung bezüglich der von der Proponentin intendierten Effekte.
3. Die Opponentin fällt ihre Entscheidung auf Grundlage ihres Verständnisses der Äußerungen der Proponentin.

Erfolgsbedingungen

1. Die Opponentin bewertet die Proponentin als glaubwürdig.
2. Die Opponentin akzeptiert die Argumentation der Proponentin.
3. Die Opponentin bezieht aus den Äußerungen der Proponentin einen hinreichenden Grund für eine Entscheidung in Bezug auf den Dissens.
4. Die Entscheidung der Opponentin entspricht der Intention der Proponentin.

Persuasion kann nur stattfinden, wenn die situativen Voraussetzungen gegeben sind. Uneingeschränkte Entscheidungsfreiheit ist deshalb notwendig, da die Entscheidung der Opponentin, eine Meinung anzunehmen oder eine Absicht zu bilden, auf den Persuasionsversuch der Proponentin zurückgeführt werden können muss. Andere Faktoren, welche ihre Entscheidung beeinflussen könnten (Normen, Sanktionsdrohungen, etc.), müssen folglich ausgeschlossen werden können (vgl. Mutsch 1980, Eyer 1987, Mann 2000). Dieser Punkt umfasst folglich sowohl, dass der „geltende Interaktionsmodus“ (vgl. Kopperschmidt 1976) Persuasion zulässt, als auch, dass auf „persuasionsfremde Mittel“ (vgl. Mann 2000) verzichtet wird.

Eine Persuasion ist nur dann möglich, wenn Dissens festgestellt wird. Es ist unsinnig, eine Opponentin von etwas überzeugen zu wollen, von dem sie schon überzeugt ist, oder zu etwas überreden zu wollen, das sie ohnehin tun will. Über diesen Punkt herrscht in der Literatur generell Einigkeit, nur terminologisch hebt sich Ortak hervor, der von Divergenz spricht (vgl. Ortak 2004).

Die Opponentin muss sich auf den Persuasionsversuch einlassen, d.h. sie muss bereit sein, über den Dissens zu sprechen und ihn zu verhandeln. Mit anderen Worten: Sie darf sich dem Gespräch nicht verschließen. Geißner nannte dies die „Offenheit der Hörenden“ (vgl. Geißner 1998, 200). Dies ist mit Kooperationsbereitschaft gemeint. Das Stufenmodell der Persuasion bietet eine Möglichkeit, die Ausprägung der Kooperationsbereitschaft zu differenzieren (vgl. Abschnitt 6.2.2).

Die Strittigkeit des Sachverhalts ist notwendiges Kriterium, um Persuasion von Belehrung zu unterscheiden (vgl. Abschnitt 5.1). Für Überzeugen bedeutet diese Bedingung, dass es sich nicht um Wahrheit oder Richtigkeit, sondern um Ansichten, also Bewertungen von Sachverhalten handeln muss, so dass das Bestehen verschiedener Ansichten möglich ist. Für Überreden bedeutet die Bedingung, dass einerseits alternative Handlungsweisen möglich sein müssen und andererseits die Opponentin zur Ausführung der gewünschten Handlung fähig sein muss.

Der Zusammenhang zwischen der Entscheidung der Opponentin und der Intention der Proponentin ist ein wesentliches Kriterium von Persuasion. Damit man sagen kann, eine Proponentin habe eine Opponentin von etwas überzeugt oder zu etwas überredet, muss man der Proponentin die Absicht, dies zu erwirken, zusprechen können (vgl. Eyer 1987).

Die Opponentin muss die Äußerungen der Proponentin zentral im Sinne des ELM (vgl. Petty&Cacioppo 1986) verarbeiten, d.h. sie muss fähig und motiviert sein, die vorgebrachten Argumente sorgfältig zu prüfen. Das bezeichnet der Ausdruck „Involviertheit“.

Die Opponentin muss entscheiden, ob sie die gewünscht Ansicht oder Absicht manifestiert oder nicht, sie darf diese Entscheidung nicht suspendieren. Ihre Entscheidung bildet den Abschluss des Persuasionsversuchs. Solange sie sich nicht „festlegt“, kann sie nicht als überzeugt oder überredet gelten.

Der Zusammenhang zwischen den Äußerungen der Proponentin und der Entscheidung der Opponentin muss gegeben sein, damit man sagen kann, sie sei durch dieses oder jenes Argument von einer bestimmten Ansicht überzeugt worden, oder durch das Bitten und Flehen der Proponentin zu einer

7. Grundlagen eines Modells der Persuasion

Handlung überredet worden. Die Äußerungen sind das Instrument des Persuasionsversuchs. Deshalb muss ihre Entscheidung im Verständnis dieser Äußerungen begründet sein. Mit anderen Worten: Der persuasive Effekt darf nicht zufällig eintreten. Eyer hat sich auf diese Bedingung mit seinem Begriff des „griceschen Grundes“ bezogen (vgl. Eyer 1987), Davis sprach von „linguistischer Kompetenz“ (vgl. Davis 1980).

Die Erfolgsbedingungen sind weitgehend selbsterklärend. Sie alle hängen von der Opponentin ab. Aus Sicht der Proponentin müsste man sie mit „Perspektivenübernahme“ und demgemäßen „Zuschnitt“ auf die Opponentin umschreiben.

Es ist eine rhetorische Erkenntnis, dass man einer Proponentin nur glauben kann, wenn man sie als glaubwürdig einschätzt. Dabei bezieht sich die Glaubwürdigkeit im Fall des Überredens auf den geäußerten Wunsch bzw. die Bitte der Proponentin. Im Fall des Überzeugens bezieht sie sich auf die vorgebrachten Argumente, die, da sie interaktiv gültig sind, von den Interaktionspartnerinnen „verbürgt“ werden müssen (vgl. dazu Kopperschmidt 1976, 88). Abgesehen davon stellt die Glaubwürdigkeit für die Opponentin eine Motivation zur Kooperation dar. Müsste sie annehmen, dass die Proponentin nicht wirklich will, worum sie bittet, oder selbst nicht glaubt, was sie sagt, dürfte ihr das Gespräch sinnlos erscheinen.

Punkt 2 der Erfolgsbedingungen bedeutet für das Überzeugen: Da die Opponentin ihre Entscheidung aufgrund der Argumente der Proponentin fällt, muss sie diese Argumente als gültig anerkennen (vgl. Schwarze 2010). Tut sie dies nicht, kann sie sie nicht als Grund für ihre Meinungsänderung verwenden. Für Überreden: Die Opponentin akzeptiert die Bitte, bzw. den Wunsch der Proponentin als Grund für die Bildung ihrer Handlungsabsicht.

Der Grund, den die Opponentin aus den Äußerungen der Proponentin erhält, muss hinreichend sein, um eine Entscheidung in Bezug auf den Dissens zu treffen. Nur so kann von persuasiver Wirkung gesprochen werden. Ihre Entscheidung muss mit der Intention der Proponentin übereinstimmen.

Der Begriff „Entscheidung“ verdeutlicht in diesem Modell, dass die Opponentin aktiv an der Herstellung des Effekts beteiligt ist.

7.3 NOTWENDIGKEIT EINER EMPIRISCHEN PRÜFUNG

In der vorliegenden Arbeit wurden verschiedene Konzepte der Persuasion untersucht und in einem theoretischen Modell zusammengeführt. Dabei wurde vordergründig der Zusammenhang zwischen Intention, Äußerung und Effekt und damit die Positionen von Proponentin und Opponentin und deren jeweiligen Einfluss auf den Verlauf eines Persuasionsversuchs behandelt. Im Anschluss an die theoretischen Ergebnisse ist eine empirische Prüfung der vertretenen Thesen gefragt, um ein praktikables Modell der Persuasion etablieren zu können.

Für den Bereich der Gesprächsforschung sind die neuen, aus den psychologischen Strategien entwickelten, Topoi in Bezug auf ihre tatsächliche Verwendung, ihre Herstellung und ihre Akzeptanz eine Überprüfung wert.

Aus sprechwissenschaftlicher Sicht stellt sich die Frage nach weiteren, in persuasiven Kontexten verwendeten Topoi und deren Wirkung, ebenso ist von Interesse, wie eine konkrete Umsetzung von Strategien in Interaktion funktioniert, denn, wie angemerkt wurde, strategisches Vorgehen ist in Interaktion vielen Störfaktoren ausgesetzt: Vorwegnahmen durch die Gesprächspartnerin, unvorhersehbare Wendungen, etc.

Diese Frage dürfte aber auch Dialoggrammatiker beschäftigen: Wie muss sich die Opponentin im Idealfall verhalten, damit die Proponentin ihre Strategie ungestört entfalten/anwenden kann? Wie kann sie die Strategie stören? Wie kann die Proponentin darauf reagieren? Eine Analyse des Persuasionsdialogs aus Sicht der Opponentin wäre zweifelsohne ein lohnendes Unterfangen.

Auch aus linguistischer Sicht muss der Forderung nach einer empirischen Prüfung nachgegangen werden, weshalb das hier entwickelte Modell der Persuasion auch nur als (theoretische) Grundlage eines Modells vorgestellt wurde. Fragen für Untersuchungen hierzu müssen lauten: Wie lassen sich die einzelnen Aspekte der Persuasion empirisch überprüfen? Wie zeigen sich die aufgelisteten Bedingungen sprachlich? Welche sprachlichen Mittel werden verwendet, um z.B. Dissens zu markieren? Wie kann man das Verständnis der Opponentin empirisch überprüfen, und wie den Erfolg eines Persuasionsversuchs? Denn weder Ansichten noch Absichten sind außersprachlich feststellbar. Methoden aus der Gesprächsanalyse und Wirkungsforschung könnten für einige dieser Fragestellungen geeignet sein.

8. KONKLUSION – DIE ERGEBNISSE IN KÜRZE

Um alle Aspekte von Persuasion in ihrer Komplexität theoretisch erfassen zu können, war es nötig, mehrere Disziplinen in die Untersuchung mit einzubeziehen. Die Sprechakttheorie kann für den Handlungscharakter von Persuasion herangezogen werden, bringt aber den sozialen Aspekt, den Wirkungsaspekt und den sozialpsychologischen Aspekt nicht zur Geltung.

Innerhalb der Sprechakttheorie ist eine Antwort auf die Frage, ob Persuasion ein perlokutionärer Akt oder Effekt sei, nicht möglich, da die Begriffe nicht einheitlich verwendet werden. Das ausschlaggebende Kriterium für diese Zuordnung wurde in der Verbindung von Intention und Effekt erkannt, so dass ihre Bestimmung Aufschluss über die Rollen der einzelnen Gesprächsteilnehmerinnen in der persuasiven Kommunikation gibt. Diese Verbindung ist nicht kausal, aber auch nicht kontingent. Es sind nur Wahrscheinlichkeitsaussagen über das Eintreten des „Effekts“ möglich.

Durch welche Illokutionen Persuasion erfolgen kann, stellte eine weitere Forschungsfrage dar. Ihre Beantwortung hat dazu geführt, dass zwischen Persuasion, Argumentation und Aufforderung unterschieden werden musste. Generell ist die einhellig anzutreffende Zuordnung „Überzeugen durch Argumentieren“ und „Überreden durch nicht-bindende Aufforderungen“ akzeptiert worden, wobei die Mittel-Zweck-Beziehung betont und eine Gleichsetzung der Illokution mit der Perlokution wiederholt kontrastiert wurde. Die Unterscheidung zwischen Überreden und Überzeugen nimmt hier ihren Ausgangspunkt. Als Resultat kann festgehalten werden, dass sich Persuasion in argumentativen Strukturen vollzieht, wobei Argumentation nicht als formallogische, sondern als alltagslogische verstanden werden muss, die ihre Gültigkeit aus der Interaktion bezieht. Manipulation wird definitorisch ausgeschlossen. Persuasive Kraft hat den sprechakttheoretischen Untersuchungen zufolge die Lokution, also die Äußerung selbst, wohingegen die Illokution nur die Art des Effekts bestimmt.

Als wesentliche Einflussfaktoren auf den Erfolg und die unterschiedliche Wirkung von Persuasionsversuchen wurden folgende Aspekte erkannt: Die Involviertheit der Opponentin, ihre Kooperationsbereitschaft, ihre Akzeptanz der vorgebrachten Argumente. Zur Vertiefung der einzelnen Aspekte wurden sozialpsychologische, kommunikationswissenschaftliche, sprechwissenschaftliche und rhetorische Erkenntnisse und Theorien herangezogen. Als „Erfolgsrezept“ kann die Orientierung an der Opponentin daraus gewonnen werden, d.h.: Die Kompetenz-in-der-Performanz (vgl. Weigand 2003) muss jeder Strategie vorausgehen. Antizipation und Perspektivenübernahme müssen die Äußerungsgestaltung bestimmen.

9. LITERATURVERZEICHNIS

- Cialdini, Robert B.: *Influence. The Psychology of Persuasion*. 3. Aufl. New York: First Collins Business Essential, 2007.
- Davis, Steven: „Perlocutions“, in: Searle, J., Kiefer, F. und Bierwisch, M. [Hg]: *Speech act theory and pragmatics*. Dordrecht: Reidel Publishing Company, 1980 (Synthese language library; 10), S. 37-55.
- Edwards, Autumn P. [et.al.]: „An Investigation of the Relationships among Implicit Personal Theories of Communication, Social Support and Loneliness“, in: *Human Communication* 2008, Bd. 11 [4], 437-454.
- van Eemeren, Frans & Grootendorst, Rob: *Speech Acts in Argumentative Discussions. A Theoretical Model for the Analysis of Discussions Directed towards Solving Conflicts of Opinion*. Dordrecht: Foris Publications, 1984 (Pragmatics and discourse analysis; 1).
- Ernst, Peter: *Pragmalinguistik. Grundlagen, Anwendungen, Probleme*. Berlin/New York: Walter de Gruyter, 2002 (De-Gruyter-Studienbuch).
- Eyer, Peter: *Perlokutionen*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1987 (Reihe Germanistische Linguistik; 75).
- Fox, Barbara: „Dynamics of discourse“, in: Antos, G. und Ventola, E. [Hg]: *Handbook of Interpersonal Communication*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 2008, (Handbooks of Applied Linguistics 2) 255-284.
- Franke, Wilhelm: „Konzepte linguistischer Dialogforschung“, in: Preyer, G., Ulkan, M. und Ulfig, A. [Hg]: *Intention – Bedeutung – Kommunikation. Kognitive und handlungstheoretische Grundlagen der Sprachtheorie*. Opladen: Springer Verlag, 1997, 346-262.
- Geißner, Hellmut: „Überzeugen vs. überreden. Zum Doppelcharakter der Persuasion“, in: Plett, Heinrich F. [Hg]: *Rhetorik. Kritische Positionen zum Stand der Forschung*. München: Wilhelm Fink, 1977, 233-239.
- Ders.: „Überzeugungshindernisse (Kommunikationsbarrieren)“, in: Plett, Heinrich F. [Hg]: *Rhetorik. Kritische Positionen zum Stand der Forschung*. München: Wilhelm Fink, 1977b, 239-251.

9. Literaturverzeichnis

- Ders.: „‘Das Ziel liegt bei den Hörenden’. Überzeugen oder Überreden in rhetorischer Kommunikation?“, in: Evangelisch-Theologische Fakultät Wien [Hg]: *Wiener Jahrbuch für Theologie*. Bd. 2. 1998, 199-213.
- Ders.: „Entwicklung der Gesprächsfähigkeit. Sprechwissenschaftlich begründete Kommunikations‘trainings‘“, in: Brüner, G., Fiehler, R. und Kindt, W. [Hg]: *Angewandte Diskursforschung. Bd.2. Methoden und Anwendungsbereiche*. Radolfzell: Verlag für Gesprächsforschung, 2002, 197-210.
- Ders.: „‘Argumentieren’ auf dem Weg ‘Vom Gespräch zur Rede’“, in: Köhler, K. und Skorupinski, C. [Hg]: *Wissenschaft macht Schule. Sprechwissenschaft im Spiegel von 10 Jahren Sommerschule der DGSS. Sprechen und Verstehen*. Bd. 21, St. Ingbert: Röhrig Universitätsverlag, 2004, 101-112.
- Goldstein, Noah J./Martin, Steve J. und Cialdini, Robert B.: *Yes! 50 Scientifically Proven Ways to Be Persuasive*. New York [u.a.]: Free Press, 2008.
- Göttert, Karl-Heinz: *Einführung in die Rhetorik*. 4. Aufl. Paderborn: Wilhelm Fink, 2009.
- Grice, Herbert P.: „Logic and Conversation“, in: Cole, P. und Morgan, J.L [Hg]: *Syntax and Semantics*. Bd. 3: Speech Acts. New York [u.a.]: Academic Press, 1975, 41-58.
- Hannken-Illjes, Kati: *Gute Gründe geben. Ein sprechwissenschaftliches Modell argumentativer Kompetenz und seine didaktischen und methodischen Implikationen*. Frankfurt a.M.: Peter Lang, 2004 (Hallesche Schriften zur Sprechwissenschaft und Phonetik; 13).
- Harras, Gisela: *Handlungssprache und Sprechhandlung. Eine Einführung in die theoretischen Grundlagen*. 2., erweiterte Aufl., Berlin/New York: Walter de Gruyter, 2004 (De-Gruyter-Studienbuch).
- Hart, Joy L.: „Cultural Assumptions Underlying Message Design Logic: Premises of Development, Preference, and Understanding“, in: *Intercultural Communication Studies* 2002, Bd. XI [4], 109-120.
- Henne, Helmut und Rehbock, Helmut: *Einführung in die Gesprächsanalyse*. Vierte, durchgesehene und bibliographisch ergänzte Auflage. Berlin/New York: Walter de Gruyter, 2001 (De-Gruyter-Studienbuch).
- Henn-Memmesheimer, Beate: „Zum Status perlokutiver Akte in verschiedenen sprachwissenschaftlichen Theorien“, in: Kristel Proost / Winkler, Edeltraud [Hg]: *Von Intentionalität zur Bedeutung konventionalisierter Zeichen. Festschrift für Gisela Harras zum 65. Geburtstag*. Tübingen: Gunter Narr 2006 (Studien zur deutschen Sprache 33), S. 199-218.

- Hindelang, Götz: „Sprechakttheoretische Dialoganalyse“, in: Staffeldt, S. und Hagemann, J. [Hg]: *Pragmatiktheorien. Analysen im Vergleich*. Tübingen: Stauffenberg, 2014, 149-182.
- Ders.: „Sprechakttheoretische Dialoganalyse“, in: Fritz, G. und Hundsnurscher, F. [Hg]: *Handbuch der Dialoganalyse*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1994, 95-112.
- Ders.: *Einführung in die Sprechakttheorie. Sprechakte, Äußerungsformen, Sprechaktsequenzen*. 5., bearbeitete Aufl., Berlin/New York: Walter de Gruyter, 2010 (Germanistische Arbeitshefte 27).
- Iakushevich, Marina & Arning, Astrid [Hg]: *Strategien persuasiver Kommunikation*. Hamburg: Dr. Kovač, 2012.
- Kant, Immanuel: *Kritik der reinen Vernunft*. Bd. 1 und 2. Herausgegeben von Wilhelm Weischedel. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1974 (Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft).
- Kopperschmidt, Josef: *Allgemeine Rhetorik. Einführung in die Theorie der Persuasiven Kommunikation*. 2. Aufl., Stuttgart/Berlin/Köln/Mainz: Kohlhammer, 1976.
- Kosta, Peter und Thielemann, Nadine: „Gesprächsanalyse/Discourse Analysis“, in: Kempgen, Sebastian, Kosta, Peter [u.a.] [Hg]: *Die slawischen Sprache. The slavic languages. Ein internationales Handbuch zu ihrer Struktur, ihrer Geschichte und ihrer Erforschung (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 32.1). An International Handbook of their Structure, their History and their Investigation (Handbook of Linguistics and Communication Science 32.1)*. Berlin: Mouton de Gruyter 2009, 1029-1047.
- Kosta, Peter: „Zur Modellierung persuasiver Sprechakte“, in: *Zeitschrift für Slawistik* 1995, Bd. 40 [1], 305-324.
- Long, Richard: „The role of audience in Chaim Perelman’s new rhetoric“, in: *Journal of Advanced Composition* 1983, Bd. 4, 107-117.
- Mann, Elke: *Persuasive Sprechhandlungen in Alltagsdialogen des Russischen unter besonderer Berücksichtigung ihrer Handlungsbedingungen*. München: Otto Sagner, 2000.
- Marcu, Daniel: „Perlocutions: The Achilles’ heel of speech act theory“, in: *Journal of Pragmatics* 2000, Bd. 32 [12], 1719-1741.
- Maurischat, Carsten: *Erfassung der „Stages of Change“ im Transtheoretischen Modell Prochaska’s – eine Bestandsaufnahme*. 2001 (Forschungsberichte des psychologischen Instituts der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg, Nr. 154): <https://www.psychologie.uni-freiburg.de/forschung/fobe-files/154.pdf> (letzter Zugriff 27.04.2015, 11:10).

9. Literaturverzeichnis

- Motsch, Wolfgang: "Situational context and illocutionary force", in: Searle, J., Kiefer, F. und Bierwisch, M. [Hg]: *Speech act theory and pragmatics*. Dordrecht: Reidel Publishing Company, 1980 (Synthese language library; 10), 155-168.
- O'Keefe, Barbara: "Message Design Logic and the Management of Multiple Goals", in: Tracy, Karen [Hg]: *Understanding face-to-face interaction. Issues Linking Goals and Discourse*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1991 (Language and discourse processes), 131-150.
- O'Keefe, Barbara: „Variation, Adaptation and Funcional Explanation in the Study of Message Design", in: Albrecht, T. und Philipsen, G. [Hg]: *Developing Communication Theories*. New York: New York Press, 1997 (SUNY series in human communication processes), 85-118.
- Ortak, Nuri: *Persuasion. Zur textlinguistischen Beschreibung eines dialogischen Strategiemusters*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2004.
- Petty, Richard E. und Cacioppo, John T.: "The Elaboration Likelihood Model of Persuasion", in: Berkowitz, L. [Hg]: *Advances in experimental social psychology*. Bd. 19. New York: Academic Press, 1986, 124 – 205.
- Petty, Richard E. und Wegener, Durane T.: "The Elaboration Likelihood Model. Current Status and Controversies", in: Chaiken, Sally und Trope, Yaakov [Hg]: *Dual Process Theories in Social Psychology*. New York: Guilford Press, 1999, 41-70.
- Price Dillard, James: "Persuasion", in: Berger, C. R. und Roloff, M. E. [Hg]: *The Handbook of Communication Science*. 2. Aufl., Thousand Oaks: Sage Publications, 2010, 203-219.
- Prochaska, James O. und DiClemente, Carlo C.: "Transtheoretical Therapy: Toward a more integrative model of change", in: *Psychotherapy: Theory, Research and Practice* 1982, Bd. 19 [3], 276-288.
- Dies.: "Stages and processes of self-change of smoking: Toward an integrative model of change", in: *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 1983, Bd. 51, 390-395.
- Prochaska, James O. [u.a.]: "Stages of Change and Decisional Balance for 12 Problem Behaviors", in: *Health Psychology* 1994, Bd. 13 [1], 39-46.
- Sacks, Harvey/Schegloff, Emanuel und Jefferson, Gail: "A simplest systematics for the organization of turn-taking for conversation", in: *Language* 1974, Bd. 50, 696-735.
- Dies.: "A simplest systematics for the organization of turn-taking for conversation", in: Schenkein, Jim [Hg]: *Studies in the Organization of Conversational Interaction*. New York: Academic Press, 1978, 7-51.

- Schönbach, Klaus: *Verkaufen, Flirten, Führen. Persuasive Kommunikation – ein Überblick*. 2., erweiterte Aufl., Wiesbaden: Springer Fachmedien, 2013.
- Schwarze, Cordula: *Formen und Funktionen von Topoi im Gespräch. Eine empirische Untersuchung am Schnittpunkt von Argumentationsforschung, Gesprächsanalyse und Sprechwissenschaft*. Frankfurt a.M. [u.a.]: Peter Lang, 2010 (Hallesche Schriften zur Sprechwissenschaft und Phonetik; 32).
- Dies.: „Zur Notwendigkeit der empirischen Prüfung argumentativer Praxis am Beispiel von Topoi im Gespräch“, in: *DGSS@ktuell* 2010, Bd. 4, 6-18,. Online abrufbar unter: <http://www.dgss.de/fileadmin/Redaktion/Oeffentlich/Newsletter/dgssaktuell2010-4.pdf> (letzter Zugriff 11.05.2015).
- Searle, John: „Conversation“, in: Searle, J., Parret, H. und Verschueren, J. [Hg]: *(On) Searle on Conversation*. Amsterdam [u.a.]: Benjamins, 1992, 7-29.
- Ders.: *Sprechakte. Ein sprachphilosophischer Essay*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1971.
- Staffeldt, Sven: *Perlokutionäre Kräfte. Lexikalisierte Wirkungen sprachlicher Äußerungen im Deutschen*. Frankfurt a.M.: Lang, 2007.
- Ders.: „Perlokutionäre Kräfte“, in: Henn-Memmesheimer, B. und Joachim, F. [Hg]: *Die Ordnung des Standard und die Differenzierung der Diskurse. Akten des 41. Linguistischen Kolloquiums in Mannheim 2006*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2010, 287-299.
- Ders.: „Äußerungen und die Indizierung ihrer emotionalen Wirkungen: Perfid's (Perlocutionary Indicating Devices) bzw. Perkams (Perlokutionäre Kräfte anzeigende Mittel) im medial geschriebenen und gesprochenen Deutsch“, in: Vaňková, Lenka [Hg]: *Emotionalität im Text*. Tübingen: Stauffenburg, 2014, 85-102.
- Sypher, Beverly D./Russo, Tracy C. und Hane, Audrey C.: „The Development of Persuasive Abilities in College Students“, in: *American Communication Journal* 2002, Bd. 5 [3], ohne Seitenangabe. <http://ac-journal.org/journal/vol5/iss3/special/sypher.htm> (letzter Zugriff 15.05.2015).
- Weigand, Edda: *Sprache als Dialog. Sprechakttaxonomie und kommunikative Grammatik*. 2., neu bearbeitete Aufl., Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2003 (Linguistische Arbeiten 204).
- Wunderlich, Dieter: *Studien zur Sprechakttheorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1976.

10. ANHANG

10.1 ABSTRACT

In der vorliegenden Arbeit werden die beiden Teilbereiche der Persuasion, Überzeugen und Überreden, unter pragmalinguistischem Gesichtspunkt auf ihre Voraussetzungen und Erfolgsbedingungen in interpersonaler, interaktiver face-to-face-Kommunikation untersucht, um die theoretischen Grundlagen eines Modells der Persuasion zu erarbeiten.

Ausgangspunkt der Arbeit ist die Sprechakttheorie, die den Handlungscharakter persuasiver Kommunikation fassbar macht. Dabei ist der Zusammenhang zwischen Intention und Effekt bei perlokutionären Akten von besonderem Interesse, da sich aus seiner Klärung die Rollen der Interaktionspartner/innen ergeben: Wer entscheidet über den Ausgang des Persuasionsversuchs? Wie weit reicht der Einfluss des/r Sprechers/in, welche Möglichkeiten hat der/die Hörer/in? Perlokutions- und Persuasionskonzepte werden vorgestellt und miteinander verglichen. Die Weiterentwicklungen der Sprechakttheorie gehen in Richtung einer Aufwertung des/der passiven Hörers/in, der/die in Folge als (aktive/r) Opponent/in behandelt wird.

Um die Interaktivität im Vollzug, die sprachliche Gestaltung und die Faktoren der Wirksamkeit zu erfassen, werden die sprechakttheoretischen Konzepte in der zweiten Hälfte der Arbeit interdisziplinär erweitert: Erkenntnisse und Theorien aus Sprechwissenschaft, Rhetorik, Sozialpsychologie und Kommunikationswissenschaft werden mit einander in Beziehung gesetzt, um die Faktoren zu analysieren, die persuasive Wirkung bestimmen. Als Variable des Erfolgs gilt der Persuasionsversuch in seiner sprachlichen Ausgestaltung. Er füllt die Lücke zwischen Intention und Effekt über die Akzeptanz vonseiten der Opponentin. Antizipation und Perspektivenübernahme müssen jeder persuasiven Strategie vorausgehen. Mit dem Fortschreiten der Analyse wird deutlich, dass der Erfolg von Persuasion nicht im Eintreten des intendierten Effekts bei dem/r Hörer/in, sondern in einer freien Entscheidung des/r Opponenten/in im Sinne des/r Proponenten/in zu sehen ist.

Die Ergebnisse der Untersuchung werden in Form der theoretischen Grundlagen eines Persuasionsmodells zusammengeführt, das in Abgrenzung zu Argumentation, Manipulation und Aufforderungen erstellt wird und dessen Teilbereiche, Überzeugen und Überreden, definitorisch getrennt werden. Anschlussmöglichkeiten für empirische Untersuchungen zur Persuasion und damit für eine Validierung und Vervollständigung des Modells werden aufgezeigt.

10.2 LEBENSLAUF

Persönliche Daten

- **Geburtsjahr** 1986
- **Staatsbürgerschaft** italienisch, deutsch



Ausbildung

- 2006-2015 **Lehramt Philosophie, Psychologie und Deutsch**
Universität Wien und Université du Luxembourg, Luxemburg
- 2009-2011 **Philosophie**
Master of Arts (MA), Universität Wien und Universitetet i Bergen, Norwegen
Masterarbeit: „Wittgenstein über Verstehen“ (Sprachphilosophie).
- Apr-Juni 2011 **Forschung für die Masterarbeit**
Wittgenstein Archiv Bergen, Norwegen
- Aug-Dez 2010 **Forschungsassistentz**
Wittgenstein Archiv Bergen, Norwegen
- 2005-2008 **Publizistik und Kommunikationswissenschaft** mit Schwerpunkt auf PR/Öffentlichkeitsarbeit und Fernsehjournalismus
Bakkalaureat der Philosophie (Bakk.phil.), Universität Wien
- 2005 **Matura**
Klassisches Lyzeum, Franziskanergymnasium Bozen, Italien (Südtirol)