

Rhetorikratgeber aus linguistischer Sicht

Annäherungsversuch an eine Ungeliebte

Regina Bergmann

veröffentlicht im Sammelband:

Gisela Brünner / Reinhard Fiehler / Walther Kindt (Hrsg.):

Angewandte Diskursforschung

Band 2: Methoden und Anwendungsbereiche

Radolfzell: Verlag für Gesprächsforschung 2002, 226 - 246

ISBN 3 - 936656 - 02 - 9 (früher: 3 - 531 - 13077 - 3)

Die PDF-Dateien bewahren die ursprünglichen Seitenumbrüche und Fußnoten-Positionen der ersten Auflage des Buches. Alle Zitationen bleiben also gültig. Bei Zeilenumbrüchen und Layout mussten jedoch Veränderungen vorgenommen werden.

Alle Texte erhältlich unter

www.verlag-gespraechsforschung.de

Alle Rechte vorbehalten.

© Verlag für Gesprächsforschung, Dr. Martin Hartung, Radolfzell 2002

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigung, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Rhetorikratgeberliteratur aus linguistischer Sicht

Annäherungsversuch an eine Ungeliebte

Regina Bergmann

Zusammenfassung

Ratgeberliteratur ist aus dem Alltagsleben nicht mehr wegzudenken. Zu den unterschiedlichsten Problemen kann sich der potentielle Leser Rat und Anregung holen, so auch zu Fragen der Gesprächsführung und Redegestaltung in unterschiedlichen Lebensbereichen und -situationen. Mittlerweile ist der Markt der sogenannten Rhetorikratgeber unübersehbar geworden, doch nur wenige der Ratgeber stoßen in fachwissenschaftlichen Kreisen auf Zustimmung; Skepsis und wissenschaftlich begründete Ablehnung dominieren. Hauptkritikpunkte sind eine mangelnde fachliche Basis der Ratgeber und eine unangemessene Auswahl der behandelten thematischen Aspekte.

Im vorliegenden Beitrag wird versucht, Wirkungsfaktoren und -bedingungen der Ratgeber zu ihrer Beurteilung heranzuziehen. Schließlich sind nicht Fachexperten, sondern Laien die Adressaten dieser Literaturform. Eine angemessene Beurteilung kann nur in Berücksichtigung der besonderen Produzenten-Rezipienten-Relation und der damit verbundenen Darstellungsformen sowie der Auswahl und Anordnung der dargestellten Inhalte erfolgen. Obgleich sich die Ansprüche der Rhetorikratgeber nicht so sehr nach fachwissenschaftlichen Kriterien beurteilen lassen, sondern aus ihren Wirkungszusammenhängen heraus, ist kritisches Herangehen an die Ratgeber durchaus angebracht, zumal eine Vielzahl der Autoren wohl über umfangreiche Erfahrungen in Fragen der Gesprächsführung und Redegestaltung verfügt, nicht aber entsprechende systematische geschäftstheoretische Vorkenntnisse nachweisen kann.

Schließlich wird deutlich werden, warum Rhetorikratgeber als Form praktischer Lebenshilfe in ihrer fachlichen und inhaltlichen Ausschnitthaftigkeit dem interessierten Leser nur eine begrenzte Unterstützung in Form von Handlungsvorschriften statt Handlungsalternativen bieten können.

1. Einleitung

Ratgeberliteratur thematisiert ausgesprochen heterogene Themenbereiche des Alltags aus dem (natur-)medizinischen, weltanschaulichen, handwerklichen, naturwissenschaftlichen, technischen, psychologischen, soziologischen oder auch kommunikativen Bereich.

Klienten dieser Literaturform sind Nichtspezialisten, die an einer Optimierung ihrer Lebensweise und -äußerungen interessiert sind. Sie suchen nach Verhaltensregeln und praktikablen Ratschlägen, um aktuellen Belastungssituationen besser begegnen zu können. Diesem ganz natürlichen Informationsbedarf der Laien stehen Spezialisten noch immer mit Vorbehalten gegenüber. Schließlich müssen komplexe Zusammenhänge vereinfacht und teilweise so umstrukturiert und dabei einem nicht gewohnten Niveau angepaßt werden, daß sie den üblichen Denk- und Formulierungsstrategien von Spezialisten gänzlich widersprechen.

Gegenstand dieses Beitrages sollen Ratgeber sein, die unterschiedliche Fragen der Gesprächsführung zum Inhalt bzw. eine Optimierung von Gesprächstechniken zum Ziel haben. Die Gesprächsratgeber (allgemeine Rhetorikratgeber mit Gesprächsanteil eingeschlossen) sind - wie Ratgeber zur Rede- und Vortragsgestaltung, Rhetorikkurse und rhetorische Trainings- und Übungsmaterialien - der 'praktischen Rhetorik' zuzurechnen (vgl. Kallmeyer 1985, 24).

Trotz zahlreicher wissenschaftlicher Vorbehalte haben sich diese verschiedenen Formen praktischer Rhetorik im Alltagsleben fest etabliert, so daß sich die linguisti-

sche Forschung (auch die sprechwissenschaftliche) verstärkt mit diesem Phänomen auseinandersetzen muß und dies auch bereits getan hat.¹

Mit Antos können praktische Rhetoriken als Formen "praxisorientierter Kommunikationsvermittlung" gesehen werden. Aus linguistischer Sicht gehören sie zu einer "Bedarfs- bzw. präskriptiven Linguistik" (1989, 127-128).

Die inhaltliche Vielfalt von Rhetorikratgebern ist an den Kommunikationserfordernissen des Alltags ausgerichtet. Als Schwerpunkte lassen sich vor allem berufliche bzw. betriebliche Kommunikationsabläufe ausmachen. Auf Rhetorikratgeber zu folgenden Bereichen kann ein potentieller Nutzer zurückgreifen:

- *berufsorientierte* Ratgeber als Training, als Video, als Buch (auch als "Buch-Training", vgl. Birkenbihl 1991);
- Ratgeber für den *privaten* Bereich, z.B. Klärung familiärer Konflikte und Bewältigung persönlicher Krisen mit stark therapeutischem Charakter;
- Ratgeber für den *politischen* Bereich: Im Blickpunkt steht der politisch aktive, mündige Bürger, dessen Mitsprachemöglichkeiten, seine Interessendurchsetzung, die Arbeit in Gewerkschaften, Parlamenten und Vereinen;
- Ratgeber für bestimmte *soziale Gruppen*; hier sind vor allem die Frauenratgeber hervorzuheben;
- Ratgeber für bestimmte *Gesprächsformen*, etwa Diskussionen, Prüfungen, Verkaufsverhandlungen;
- Ratgeber für bestimmte *Gelegenheiten*, etwa familiäre Anlässe, Jubiläen, Trauerveranstaltungen u.a.m.;
- *allgemeine Ratgeber* für Rede und Gespräche privater und beruflicher Art;
- *Nachschlagewerke* (z.B. Rentrop 1988);
- Ratgeber in den *Medien* (nicht in Buchform), z.B. als Zeitschriftenartikel, als Spartenartikel in Fach-, Wirtschafts- u.a. Spezialzeitschriften; Fernsehsendungen.

Die Adressatenorientierung der Rhetorikratgeber ist vielfältig, und zuweilen bleibt sie - gewollt oder ungewollt - sehr vage, eine Universalität, die möglicherweise mit Trainingssituationen in Verbindung gebracht werden kann, in denen die Trainer mit Menschen ganz unterschiedlicher beruflicher, sozialer und regionaler Herkunft arbeiten müssen. Da die Autoren der Ratgeberliteratur in den meisten Fällen selbst Rhetoriktrainings leiten, liegt der Schluß nahe, daß die Erfahrungen mit dem eigenen Trainingspublikum und dessen Erwartungen und Ansprüchen die Grundlage für das Verfassen der Ratgeberliteratur bilden.

¹ Zu verweisen ist u.a. auf den Sammelband von Bausch/Grosse (1985), die Arbeiten von Bremerich-Vos (1991, 1995), Hess-Lüttich (1991), Geißner (1994) und Antos (1995, 1996).

Was der potentielle Leser eines Ratgebers grundsätzlich erwarten darf, ist die fachliche Kompetenz der Autoren, über Kommunikation, Sprache, Gespräch und Rede umfassend Auskunft geben zu können. Entsprechende Kompetenzansprüche werden sowohl von den Autoren selbst formuliert als auch von den herausgebenden Verlagen augenfällig zur Darstellung gebracht, um der Bedeutung ihres Ratgebers zusätzliches Gewicht zu verleihen. Welchen Stellenwert diese Kompetenz in den für diesen Beitrag untersuchten Ratgebern und welche Folgen das für die Bewertung der Ratgeber aus linguistischer Sicht hat, soll im Verlaufe dieses Beitrages herausgestellt werden.

2. Rhetorikratgeber zwischen Skepsis und Ablehnung. Zum negativen Image der Rhetorikratgeber

Man kann davon ausgehen, daß Rhetorikratgeber als Gegenstand linguistischer Diskussion in der Vergangenheit zwar keine herausragende Rolle spielten, zumindest in der jüngeren Vergangenheit aber zunehmend Beachtung finden. Kritik und Skepsis dominieren, wenngleich die Existenzberechtigung dieser Literaturform nicht grundsätzlich geleugnet wird.

Eine umfassende Analyse von Rhetorikratgebern erfolgte bereits 1985 in dem von Bausch und Grosse herausgegebenen Band *Praktische Rhetorik*. Neben den Bemühungen, Inhalte der Ratgeber systematisch aufzuarbeiten (Blumenthal 1985a) und eine umfassende Rhetorikratgeber-Bibliographie zu erstellen (Blumenthal 1985b), wurde dort auch der Versuch unternommen, konstruktiv mit den Inhalten der Ratgeber umzugehen und für linguistisches Arbeiten zu nutzen (Kallmeyer 1985). Bereits in diesem Band wie auch in den anderen Auseinandersetzungen erweist sich die Annäherung der Linguisten immer wieder als problembehaftet, da sich ein rein linguistischer Bezug in den Ratgebern kaum ausmachen läßt. Als linguistische Hauptkritikpunkte können genannt werden:

- Der Traditionsbezug: Als fragwürdig wird die Herkunft bzw. die rhetorische Tradition, in der der jeweilige Ratgeber steht, betrachtet. Bezüge zur rhetorischen Theorie werden, wenn überhaupt, nur ansatzweise oder verfälscht gefunden (vgl. Bremerich-Vos 1991).
- Die Einbeziehung kommunikationswissenschaftlichen, linguistischen und sprechwissenschaftlichen Grundlagenwissens: Es wird eine ungenügende Verarbeitung dieses Grundlagenwissens festgestellt bzw. nachgewiesen. Inhaltliche Systematik und Komplexität werden vermißt. Dadurch fehlt es an Darstellungsbreite und -tiefe (vgl. u.a. Blumenthal 1985a; Bremerich-Vos 1991; Hess-Lüttich 1991). Festgestellt wird eine starke Dominanz der Psychologie; die größte Verbreitung besitzen das Hamburger Verständlichkeitsmodell und der kommunikationstheoretische Ansatz von Watzlawick (vgl. Bremerich-Vos 1995, 45-61).
- Die Normativität: Da die Rhetorikratgeber in den meisten Fällen² nur auf einer mangelhaften theoretischen Basis (insbesondere hinsichtlich der Linguistik)

² Dies trifft nicht oder nur bedingt auf Weisbach (1992) und Panzenböck (1979) zu.

aufbauen und die Inhalte kaum in ihrer Komplexität und ihrem Zusammenspiel dargestellt werden, können den Lesern auch kaum Handlungsspielräume und -alternativen angeboten werden. Rhetorikratgeber sind in erster Linie präskriptiv. Sie vermitteln Lesern den Eindruck, daß anhand von Checklisten u.a. Regularien Kommunikation relativ schnell erlernbar und leicht beherrschbar ist (vgl. Antos 1989, 1994 sowie Hess-Lüttich 1991).

An diese Kritikpunkte schließt sich noch die sehr grundsätzliche Fragestellung an, ob und inwieweit Kommunikation aus linguistischer Sicht überhaupt lehrbar ist. Die Beantwortung dieser Frage schließlich beeinflußt die Bewertung der praktischen Rhetorik unmittelbar³ und beeinflußt darüber hinaus das Verhältnis zur Nachbar-disziplin Sprechwissenschaft, wie dies bereits in dem interdisziplinär angelegten Band *Sprechen, Führen, Kooperieren* (Bartsch 1994) deutlich wird. Auch die Sprechwissenschaft setzt sich kritisch mit Rhetorikratgebern auseinander. Geißner z.B. sieht das Fach durch die sogenannte Wirtschaftsrhetorik korrumpiert (1994, 349).

Es gibt auch von linguistischer Seite mittlerweile - bei allen kritischen Ansätzen - keine Zweifel darüber, daß Kommunikationstraining und -schulung ihre Berechtigung haben. Damit hat auch Ratgeberliteratur an sich ihre Existenzberechtigung. Schließlich ist effektive und erfolgreiche Kommunikation in einer auf Zeit- und Aufwandsparnis orientierten Gesellschaft ein wichtiger Wirtschaftsfaktor.⁴ Antos stellt für Teilnehmer an Schulung/Rhetorikweiterbildung in jüngerer Vergangenheit einen deutlichen Prestigegewinn fest und sieht "berufsnah Sprach- und Kommunikationsberatung zunehmend als Beitrag zur karrierefördernden Fort- und Weiterbildung" (Antos 1989, 126/127).

Immer wieder wird mangelnde gesellschaftliche Aufmerksamkeit gegenüber rhetorischem Basiswissen in der Bevölkerung bzw. im Bildungsbereich, auch im akademischen Bereich, festgestellt. Rhetorikwissen wird häufig als "schon vorhanden" bzw. - unter günstigen Sozialisationsbedingungen - als mit dem allgemeinen Sprachwissen erworben erachtet (vgl. Bremerich-Vos 1991). Auch die allgemeine schulische Bildung leistet nach wie vor keinen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung mündlicher Kommunikationsfähigkeiten (vgl. Neuland 1995).

Seitens der Industrie und Wirtschaft werden verstärkt Forderungen laut, daß Gesprächs- bzw. Sprechbefähigung zu den erwünschten Basisqualifikationen gehören. Dabei sind entsprechende Bildungsangebote in der Regel nicht Bestandteil der regulären Berufsausbildung bzw. des Studiums, sondern obliegen dem individuellen Bildungsinteresse der jeweiligen Personen: "Es ist erstaunlich, wie überzeugend die bescheidene Entwicklung einer Kultur öffentlichen Redens in unserer Gesellschaft beklagt wird, und wie verhalten gleichzeitig die Reaktion ist, wenn es daraus die Konsequenz zu ziehen gilt, der Diagnose die geeignete Therapie folgen zu lassen." (Hess-Lüttich 1991, 35)

³ Vgl. Fiehler (in Bd. 2). Verwiesen sei auch auf Fiehler/Sucharowski (1992).

⁴ Besonders deutlich wird dies in dem bereits erwähnten Band von Bartsch (1994).

2.1 Rhetorikratgeber - Annäherung an eine Textsorte

Für eine Beschreibung der Rhetorikratgeber müssen inhaltliche und funktionale Merkmale fixiert werden, um so diese Textsorte überhaupt faßbar machen und einer Bewertung unterziehen zu können.

Allerdings bleibt die Beschreibung insofern unvollständig, als das Korpus, auf das sich dieser Beitrag bezieht, nach dem Zufälligkeitsprinzip erstellt wurde und nur eine begrenzte Literatúrauswahl zur Grundlage hat. Im Gegensatz zu dem von Heinemann/Viehweger (1991) vorgeschlagenen komplexen Verfahren der Typisierung von Texten erfolgt so nur eine selektive Beschreibung von Einzelmerkmalen.

2.2 Spektrum der Ratgeber im Korpus

Für diesen Beitrag wurde auf folgende Rhetorikratgeber zurückgegriffen:

Wirtschaftsratgeber

Thematisiert werden in dieser Gruppe von Rhetorikratgebern Fragen der Führungskommunikation, des Mitarbeiterverhaltens, Abläufe und Regeln allgemeiner betrieblicher Kommunikation. Die Sicht auf diese Phänomene erfolgt nicht immer eindeutig aus der Perspektive der Mitarbeiter oder der betrieblichen Leitungsebenen. Mitunter finden im Ratgeber mehrfache Perspektivenwechsel statt, ohne daß die Motivation für diese Wechsel deutlich wird. Zu prüfen wäre, ob sich die in den Ratgebern dargestellten Regeln und Empfehlungen eher für die Realisierung betrieblicher Interessen oder eher für die Realisierung persönlicher Interessen der Beteiligten eignen.

Neben diesen allgemeineren Problemen betrieblicher Kommunikation werden außerdem Fragen des individuellen Weiterkommens innerhalb der betrieblichen Hierarchie sowie des beruflichen Einstiegs in den Mittelpunkt gerückt. Eine zentrale Stellung nehmen Bewerbungs- und Vorstellungsgespräche ein, außerdem auch Gespräche, die zu einer Gehaltserhöhung führen sollen.

In fast allen Wirtschaftsrhetoriken spielen Verkaufs- und Vertragshandlungen eine wichtige Rolle und werden gern zur Darstellung der Einwandbehandlung und Argumentation herangezogen.

Alltagsratgeber

Ratgeber aus diesem Bereich enthalten Ratschläge zur Bewältigung von Alltagssituationen. Losgelöst vom beruflichen Alltag werden private Karriereentwicklungspläne als Problem von Selbstdarstellung und Präsentation abgehandelt und unter dem Begriff "Vorstellungsgespräch" vermittelt. Da es sich bei Bewerbungen stets um gravierende Einschnitte in die eigene Biographie handelt, ist dieses Thema auch entsprechend oft anzutreffen.

Eher zum schulischen, beruflichen und akademischen Alltag gehören Prüfungsgespräche, die ebenso wie Bewerbungsgespräche wichtige Etappen in der persönlichen (Berufs-)Biographie darstellen. Auch diese Gespräche werden in speziellen Ratgebern thematisiert.

Gemischtratgeber

Thematisch weniger spezifisch sind sogenannte "Gemischtratgeber", in denen willkürlich herausgegriffene Alltags- und berufliche Situationen dargestellt werden. Meist folgen solche Ratgeber der Intention: Wie kann ich meine Gesprächsführung in meinem privaten und beruflichen Alltag verbessern?

Politikratgeber

Eine letzte Gruppe der untersuchten Rhetorikratgeber ist die Gruppe der Politikratgeber, in denen die gewerkschaftliche Kommunikation sowie die Arbeit in Vereinen und Gremien eine Rolle spielen. Bevorzugt werden Darstellungen zur politischen Debatte, zur Argumentation, zur Einwandbehandlung und zur Abwehr verbaler Angriffe. Juristische Aspekte werden in dieser Ratgebergruppe ebenfalls gern behandelt.

2.3 Inhaltliche und methodische Gestaltungsprinzipien

Ratgeberliteratur ist in ihrer inhaltlichen Auswahl wie auch in ihrem methodischen Ansatz markant. Erstes Kriterium für ihre Anwendbarkeit sind die Merkmale Verständlichkeit und Transparenz. Das schließt ein möglichst hohes Maß an Theorieentlastung und Übersichtlichkeit ein. Inhalte müssen selektiert und einprägsam dargestellt werden. Die hierbei entstehenden substantiellen Verluste sind wiederum der häufigste Anlaß für Widerspruch und Kritik. Mit dem Selektionsvorgang ist die Gefahr des großzügigen, ja oberflächlichen Umgangs mit Inhalten verbunden. Dies führt zu Widersprüchen in den Ratgebern selbst und erzeugt Vagheiten, die dem eigenen Anspruch auf Verständlichkeit zuwiderlaufen können.

2.3.1 Redezentriertheit

Im Verlaufe der Ratgeberrecherche wurde deutlich, daß ein Großteil der Rhetorikliteratur sich hauptsächlich auf Reden bezieht. Diese Redezentriertheit führt zum einen zu einer Unterrepräsentation des Gesprächs in der Rhetorikratgeberliteratur überhaupt, zum anderen zu einer Unterordnung des Gesprächs unter die Rede im systematischen Sinne.⁵ In einzelnen Fällen wird des Gesprächs sogar als "Redeart" bezeichnet⁶, in anderen Fällen beschränken sich die Autoren auf die Darstellung einzelner Gesprächsarten, meist auf Konferenz, Debatte und (Verkaufs-)Verhandlung, ohne auf weitere Gesprächsarten oder eine entsprechende Systematik hinzuweisen.

Die klassische Tradition der Rhetorik als Redelehre scheint in den Ratgebern nach wie vor vorherrschend zu sein. Aber auch die Einteilung von Gesprächsarten

⁵ Nach Geißner (1994, 354) trifft dieses Merkmal der Redezentriertheit besonders auf die sektorale Rhetorik zu. Zu diesem Rhetorikbereich gehören vor allem Ratgeber der Wirtschaftsrhetorik. Wirtschaftsrhetorik ist, so stellt Geißner (ebd.) fest, in erster Linie Rederhetorik. Bei den untersuchten Ratgebern handelt es sich zu einem großen Teil um Ratgeber aus dem Bereich der "sektoralen Rhetorik".

⁶ Zum Beispiel: "Die Redearten Gespräch und 'freie Rede'" (In: *Rhetorik. Besser reden, mehr erreichen* 1991, 19).

erfolgt in den meisten Fällen laienhaft und völlig unreflektiert. Unterschieden wird z.B. zwischen Selbstgespräch, Zwiegespräch (= Dialog) und Gruppengespräch (oder Konferenz).⁷ Dabei finden weder Gesprächstypologien der Linguistik, insbesondere der Gesprächsanalyse, noch der Sprechwissenschaft Berücksichtigung.

2.3.2 Sachbezug der Ratgeber

Es wurde bereits darauf hingewiesen, daß vor allem betriebliche Abläufe in den Rhetorikratgebern thematisiert werden.

Als dominante Handlungszusammenhänge stehen Verkaufs- und Verhandlungsaktivitäten, Mitarbeiter- und Mitarbeiter-Chef-Kommunikationen sowie Selbstdarstellungs- und Präsentationstechniken im Mittelpunkt. Diese Handlungszusammenhänge lassen sich in funktionsbedingte, übergreifende Kommunikationsbereiche einordnen, etwa in die institutionelle bzw. betriebliche Kommunikation, in den Marketingbereich, in den Bereich der Betriebsorganisation und -führung bis hin zu juristischen Kommunikationsbereichen. Aus dieser Zuordnungsbeziehung wird eine Rhetorikauffassung deutlich, die Rhetorik in einer dienenden Funktion begreift und praktiziert. Bestätigung findet diese Schlußfolgerung durch die Biographien der Autoren selbst. Der Großteil unter ihnen führt Trainings im institutionellen bzw. betrieblichen Rahmen durch, viele von ihnen sind wiederum gelernte Betriebswirtschaftler und entdeckten die Rhetorik als wirksames Mittel zur Durchsetzung von Marketingstrategien.

Es liegt deshalb nahe, daß ihr Fokus nicht so sehr auf der Darstellung des Kommunikationsprozesses "Gespräch" liegt, denn das Gespräch ist für sie nur Mittel zum (eigentlichen) betriebswirtschaftlichen Zweck.

Die Einzelratschläge wiederum resultieren unmittelbar aus dieser Zwecksetzung und beziehen sich auf folgende Aspekte:

- effektive Gesprächsführung und Gesprächsführung zum eigenen Vorteil,
- erfolgreiche Abwehr verbaler Angriffe,
- Entwicklung/Aufrechterhaltung eines guten Arbeitsklimas in der Firma,
- Herbeiführen guter Verkaufs- und Verhandlungsergebnisse,
- Umgang mit bzw. Entgegenwirken, Vermeiden von Kommunikationsstörungen
- Verbesserung bzw. gezielte Entwicklung des eigenen Ansehens und Selbstbewußtseins (z.B. auf der Führungs- oder Mitarbeiterebene und in der Geschlechterkommunikation).

Zum Teil sind die deklarierten Zielsetzungen widersprüchlich, denn einerseits wird die Fähigkeit zu zwischenmenschlicher Kommunikation und Interaktion mit Gewinn für beide Seiten stark hervorgehoben, andererseits spielt die Entwicklung eigenen Durchsetzungsvermögens im zwischenmenschlichen Wettbewerb eine wichtige

⁷ Diese Differenzierung geht auf *Rhetorik. Besser reden, mehr erreichen* (1991, 19) zurück; in anderen Ratgebern werden vergleichbare Differenzierungen angeboten.

Rolle. Damit sind therapeutische Aspekte mit marktwirtschaftlichen Elementen von Konkurrenz und Wettbewerb eine widerspruchsvolle Verbindung eingegangen, die sich nicht in allen Fällen auflösen lässt.

2.3.3 Der didaktische Vermittlungsansatz der Ratgeberliteratur

Dem Verwendungszweck entsprechend wollen Ratgeber in erster Linie eine übersichtliche, leicht verständliche Darstellungsform bieten; das schließt ihre schnelle und leichte Handhabbarkeit ein. Es werden zahlreiche Regeln, Tips, Leitparagrafen usw. aufgestellt, um Lesern eine möglichst schnelle Orientierung zu bieten. Darstellungsform und Inhalte bedingen einander: Alles ist regelhaft, überschaubar, machbar. Die Ratgeber präsentieren sich einer technikverwöhnten Leserschaft als "Kommunikationstechnologie", deren Konstruktionsmechanismen nur gelernt werden müssen. In dieser betont zweckrational-technologischen Betrachtungsweise reduziert sich Kommunikation auf eine erlernbare Technik, auf Handwerk.⁸

Ein solches Herangehen an die Problematik bringt den Autoren auf kürzere Sicht wahrscheinlich eher Vor- als Nachteile:

- Sie verbessern die Motivation der Leser; Rhetorikschulung erhält den Charakter von (durchaus ernst zu nehmender) Sportlichkeit. Nur ausreichendes Training führt zum Ziel.
- Der Erwerb von Kommunikationsfähigkeit ist machbar. "Machbarkeit" ist die Herausforderung, vor der viele Disziplinen aus Naturwissenschaft und Technik heute stehen; als herausragendes Beispiel sei die Medizin genannt.

In der Industriegesellschaft ist technologisches Denken die vorherrschende Denkart. Technologie ist an klare Regeln und Mechanismen gebunden. Es gibt nach allgemeiner Auffassung klare Richtlinien und Gesetze, nach denen z.B. ein Gerät konstruiert ist und funktioniert. Solche Regeln werden schließlich ebenso von der Kommunikation erwartet und von den Ratgebern erwartungsgemäß entwickelt. Regeln haben Gesetzescharakter, sie lassen sich als Ge- oder Verbote⁹ in Form von Checklisten darstellen.

Aufgrund der gebotenen Kürze und Übersichtlichkeit bekommt der Leser eine Vielzahl solcher Checklisten¹⁰ (nicht immer werden sie so bezeichnet¹¹), die ihn in meist imperativischer Form mahnen bzw. anweisen:

⁸ Oder passender: "Mundwerk"!

⁹ Damit wird eine alte Tradition von Ludwig Reiners fortgeführt, der bereits 1951 ein dreistufiges "Lehr"modell praktizierte: Auf der ersten Stufe operierte er mit einfachen Verboten, auf der zweiten mit Geboten, die dritte Stufe umfaßte lediglich Ratschläge (vgl. Reiners 1951, VII).

¹⁰ Schoenheit/Weisbach (1988) kommen z.B. ohne derartige Listen aus, Panzenböck (1979) baut sie als zusammenfassende Übersichten in den Text ein.

¹¹ Zum Beispiel: "Teilnehmertip" (Seifert 1994); "Tip" (*Rhetorik. Besser reden, mehr erreichen* 1991); "Tip 1-n" (Wilhelm 1989); "Tip, Grundregeln, Kategorien" u.a. nicht genauer benannte Auflistungen (Ebeling 1990); "Verhaltensregel", selten auch: "Faustregel" (Fricke 1985); "Merksatz" (Holtgrewe 1989).

Sie dürfen nie...
Sie sollten auf alle Fälle...
Vergessen Sie nicht...
Vermeiden Sie...
Passen Sie auf, daß...
Bemühen Sie sich...

Es bleibt ohnehin die Frage, ob bei den gebotenen Mengen an Regeln, Listen, Tips etc. der Leser überhaupt noch in der Lage ist, alles zu erfassen, sich einzuprägen und schließlich danach zu handeln.

Auch die didaktische Umsetzung der Übungen bedarf einer kritischen Anmerkung. Nach Ansicht der Autoren genügt ein wenig Ausprobieren mit Freunden und Bekannten, um zum gewünschten Lernerfolg zu kommen. Ob hiermit langfristige Lernerfolge gemeint sind, wird nicht verraten. Festzustellen ist jedoch, daß – bedingt durch das Medium Buch – die Übungsergebnisse letztlich nur der Selbstkontrolle der Leser und deren Interpretation bzw. Bewertung unterliegen. Eine Wechselbeziehung zwischen Übung und Kontrolle funktioniert nicht, und Rede- bzw. Gesprächsfähigkeit läßt sich auf diesem Wege nicht herstellen, da der interaktive Lernprozeß, der notwendig ist, um Kommunikationsfähigkeiten herzustellen, nicht stattfindet. Nur in den seltensten Fällen werden die Ratgeberleser, wie das von den jeweiligen Autoren immer wieder angeregt wird, die Möglichkeit haben, Freunde, Kollegen oder Angehörige für Übungen zu gewinnen.

Da Langfristigkeit der Lernergebnisse in den Ratgebern nur in wenigen Fällen tatsächlich als Ziel formuliert wird, werden offensichtlich eher kurzfristige "Lern"-ziele angestrebt. Dem Leser wird die Möglichkeit geboten, aus seiner aktuellen Problemsituation heraus im Buch nach Lösungsansätzen zu suchen. Er kann das entsprechende Kapitel oder Stichwort nachschlagen und sich die gewünschten Informationen holen, ein systematisches Durcharbeiten des Buchs wird nur besonders interessierten Lesern empfohlen.

2.4 Die Zwecksetzung von Ratgebern

Sowie die Frage der Nutzungsart der Ratgeberliteratur ins Blickfeld gerät, wird ein weiterer Aspekt, der zur Beurteilung dieser Textsorte wichtig ist, in den Mittelpunkt des Interesses gerückt: die Zwecksetzung von Ratgeberliteratur.

Wohl wird die Verbesserung von Kommunikationsleistungen von vielen der Ratgeber als Hauptzweck vorangestellt. Meist werden die Leser darauf hingewiesen, daß dieser Zweck auf verschiedenen Wegen erreichbar sei; einerseits könne das Werk systematisch durchgearbeitet werden, es bestünde andererseits aber auch die Möglichkeit, einzelne Probleme zu bearbeiten bzw. nachzuschlagen. Damit rücken Ratgeber in die Nähe der Nachschlageliteratur. Übungen besitzen unterschiedliche Anteile in den Ratgebern. In manchen Ratgebern wird als Übung deklariert, was sich letztlich als Beispiel mit Interpretation erweist (z.B. Rischar 1991), vielfach sind Übungen und Sachdarstellung gleichberechtigt bzw. aneinander gebunden. Schließlich weisen andere Ratgeber ein bestimmtes Maß an Unterhaltung auf,

gestützt durch Karikaturen, Anekdoten, Sprichwörter, eigenwillige Begriffsbildungen und dergleichen mehr.¹²

Ratgeberliteratur besitzt neben ihrem informativen Charakter auch appellative bzw. instruktive Züge. Sie richtet sich an Personen, die sich oft noch in einer Lernsituation befinden oder auf kommunikativem Gebiet Defizite aufzuweisen haben (bzw. dies von sich glauben). Als solche Personen werden genannt:

- "berufliche Aufsteiger" (Rischar 1991);
- "Berufstätige" (Neuberger 1990);
- "Arbeitssuchende" (Gersbacher 1993);
- "alle ..., die im Privatleben und in der beruflichen Lebenswelt die eigene Kommunikationsfähigkeit verbessern wollen" (Bay 1988, Vorwort);
- "alle ..., die schwierige Gesprächssituationen meistern oder sich in Diskussionen und Verhandlungen behaupten müssen" (Wilhelm 1989, 4);
- "alle, die an Sitzungen im politischen Leben, in Vereinen oder Gremien teilnehmen oder sie leiten" (Meier 1987, 9);
- "jeder, der Diskussionen und Verhandlungen zu leiten hat und sich darauf vorbereiten muß" (Fricke 1985, 7);
- "Menschen mit Ängsten, Lampenfieber, Erwartungsängsten, introvertierte, verklemmte, schüchterne oder gehemmte Menschen", Menschen, die "täglich in der Redep Praxis stehen", und Menschen, die wegen Kommunikationsmangel ihre Kontakte in Familie und Beruf zu verbessern haben (Ebeling 1990, 9);
- stärker sozial definierte Gruppen im institutionellen Gefüge (Führungskräfte bzw. Manager als "Chefs" oder einfache Mitarbeiter auf unteren Ebenen der Hierarchie);
- geschlechtsspezifische Gruppen (Frauen);
- berufsorientierte Zielgruppen: Ingenieure, Techniker, Mediziner oder Verkäufer;
- Menschen in schwierigen Situationen, etwa Prüfungen.

Nicht immer sind die von den Ratgebern deklarierten Zielgruppen mit den in der Sachdarstellung dann tatsächlich benannten identisch. Gegebenenfalls weitet sich die Gruppe der angesprochenen Leser im Buch selbst aus, oder sie verengt sich. Der aus marktstrategischen Gründen oft vage umrissenen Zielgruppe in den Ankündigungen steht eine begrenzte Auswahl von Kommunikationssituationen und –inhal-

¹² Zum Beispiel Birkenbihl (1991) mit der "Charley-Whoop-Methode", Ebeling (1990) mit der umfangreichen Zitat- und Sprichwortsammlung.

ten sowie Beispielen gegenüber, die eher am Trainingspublikum, mit dem sich die betreffenden Autoren beruflich auseinandersetzen, ausgerichtet sind. Die Auswahl der zu beseitigenden Wissensdefizite obliegt folglich der individuellen Erfahrung des jeweiligen (Trainer-)Autoren.

3. Ratgeber zwischen Belehrung, Unterhaltung und populärwissenschaftlicher Darstellung

Ratgeber formulieren nicht nur Ansprüche und Werte über kommunikatives Wirken und kommunikative Wirksamkeit, sie versuchen auch, eigene Ansprüche durch die Art ihrer Gestaltung und Präsentation zu veranschaulichen. Hier lohnt es sich, kritisch zu hinterfragen. Vier immer wieder formulierte Ansprüche lassen sich herausheben:

- Der Verständlichkeitsanspruch: Er betrifft vor allem den Gestaltungsbereich.
- Der Praxisanspruch: Hierdurch stellt sich der außertextuelle Bezug her.
- Der Kompetenzanspruch: Er berührt in erster Linie das Expertentum der Autorenschaft.
- Ein reduzierter Theorieanspruch: Er ist quasi das Gegenstück zum Praxisanspruch. Theorie und Praxis schließen sich in vielen Ratgebern gegenseitig aus.

3.1 Der Verständlichkeitsanspruch

Verständlichkeit wird von nahezu allen Rhetorikratgebern thematisiert und als erstrebenswertes Ziel des guten Kommunikators angegeben. Eindeutiger Favorit ist dabei das Hamburger Verständlichkeitskonzept. Die Ratgeberautoren versuchen, dieses Verständlichkeitsmodell in ihren Büchern selbst beispielhaft umzusetzen. So gehören Einfachheit, Gliederung/Ordnung, anregende Zusätze und Kürze/Prägnanz zu den Prämissen ihrer Textgestaltung. Wie dies tatsächlich umgesetzt wird, läßt sich wie folgt beschreiben:

Einfachheit

Das Merkmal Einfachheit ist geradezu prädestiniert, die Vorstellung von Verständlichkeit deutlich zu machen. Umgangssprachliche Wortwahl und einfache Sätze mit überschaubaren Zu- und Unterordnungsverhältnissen der Teilsätze gehören zu diesem Verständlichkeitskriterium. Die einfache Sprache gibt Lesern das Gefühl, den gebotenen Inhalten gewachsen zu sein und die Problematik bewältigen zu können. Dazu gehört auch, daß man den Lesern unmißverständlich klar macht, was man von ihnen erwartet:

- Deutlich wird dies an einem recht hohen Anteil imperativer Ausdrucksformen. Die Autoren greifen auf eine einfache, unkomplizierte Anweisungstechnik zurück (*Achten Sie auf...!*, *Sprechen Sie nie...!*, *Verwenden Sie oft...!*). Sie erzeugen damit sprachliche Direktheit und Eindeutigkeit.

- Die Darstellungsweise ist sehr anschaulich und bildhaft, z.T. findet ein Ersatz von Termini durch selbst erfundene Bezeichnungen statt. Dadurch reduziert sich der Fremdwortanteil.¹³
- Die Entscheidung für Umgangssprachlichkeit bzw. Saloppheit und damit für eine Sprache, die der Leserschaft geläufig ist, steht im Zusammenhang mit der Funktion dieser Literaturform. Neben dem Effekt, daß auf diese Weise die durch das Medium Buch erzeugte Distanz zwischen Autoren und Lesern aufgehoben und Partnerarbeit i.S. einer Lesermotivation betrieben wird ("Sprich die Sprache deines Partners!"), gewinnt die Darstellung außerdem an Unterhaltungswert. Die Leser können auf diese Weise entspannt lernen:

"Den Vorsitzenden *zum Büttel machen*"; "Randprobleme aufgreifen und *auswalzen*", "Es ist natürlich auch denkbar, daß ein Arbeitgeber ganz ohne Rücksicht darauf, ob er die gewünschte Wirkung erzielt oder nicht, *trotzdem ellenlange Reden vom Stapel läßt.*", "Was in Ihrer Branche und in ihrem Beruf los ist, sollte Ihnen bekannt sein. *Transusen* kommen nicht weiter."¹⁴

Gliederung/Ordnung

Im Hamburger Verständlichkeitskonzept wird die Bedeutung dieses Verständlichkeitsmerkmals immer wieder hervorgehoben. Auch die Ratgeberautoren weisen oft auf die Bedeutung dieses Merkmals für ein wirksames und partnerorientiertes Kommunizieren hin.

Die Ratgeber selbst sind in den meisten Fällen ebenfalls hochgradig gegliedert. Hierdurch soll der Leser die Möglichkeit erhalten, schneller auf ein gesuchtes Stichwort zugreifen zu können.

Betrachtet man die inhaltliche Gestaltung der Überschriften genauer, fallen jedoch einige Merkwürdigkeiten auf:

- Die Überschriften geben zwar den Inhalt des jeweiligen Kapitels an, tragen aber wenig zu einer Systematik des Ratgeberinhaltes bei, weil es oftmals keine Über- und Unterordnungsverhältnisse der behandelten Themen und Teilthemen gibt.
- Daß Überschriften nur in zweiter Linie zur inhaltlichen Klassifikation beitragen, ist anhand weiterer Beispiele zu belegen: Viele Überschriften werden lediglich als Aufforderungen bzw. Feststellungen oder einfache Behauptungen einem Kapitel vorangestellt, beispielsweise:

"Eine gute Diskussion braucht ihre Zeit!"; "Hören Sie zu!"; "... Verhaltensregel. Genau zuhören, was die anderen Diskussionsteilnehmer sagen! Auf jeden Redebeitrag ausdrücklich eingehen! Alle zum Thema gehörenden Fragen aufgreifen!"; "Helfen Sie mir!"; "Schwachsinn kann Stärke bedeuten"; "Sie können über alles verhandeln und alles erreichen".¹⁵

¹³ Zum Beispiel "Schaufel- und Spatenfragen" bei Maeck (1991, 35), "das verbale, das nonverbale und das totale Zitat" bei Birkenbihl (1991, 26-30) sowie "mentales Judo", ebenfalls Birkenbihl (1991, 52).

¹⁴ Die Beispiele stammen aus Cohen (1994), Fricke (1985), Gersbacher (1993).

¹⁵ Die Beispiele stammen aus Cohen (1994), Fricke (1985), Gersbacher (1993).

Ratgebertexte sind mitunter so stark 'übergliedert', daß die Überschriften an textstrukturierender Kraft verlieren. Dieser Verlust erweckt den Eindruck von Systemlosigkeit und trägt zu einer erschwerten Textaufnahme bei.

Anregende Zusätze

Anregung wird erzeugt, wenn Autoren auf Sprachformen zurückgreifen, die beim Leser Aufmerksamkeit, Spaß oder auch Widerspruch erzeugen, die ihn kurzum mobilisieren können. Teilweise kann dies schon erreicht werden, wenn das Bemühen um Einfachheit durch entsprechende anregende Aspekte unterlegt wird, wie dies beispielsweise im Falle der von den Autoren ersatzweise selbst gebildeten Bezeichnungen geschehen ist.¹⁶ Zu "anregenden Zutaten" (Langer/Schulz v.Thun/Tausch 1990, 22) gehören auch die mehr oder weniger umfangreichen Spruch- und Zitatensammlungen, die den Ratgebern beigegeben sind. Besonders beliebt sind Zitate von M. Luther oder K. Tucholsky, wobei nicht immer ganz deutlich ist, ob dies der Erhöhung des Unterhaltungswertes dient, theoretische Leerstellen verdecken oder den Buchumfang vergrößern soll. Problematisch sind solche Einfügungen dann, wenn sie sich vom Inhalt so weit verselbständigen, daß sie separate Buchkapitel bilden.¹⁷

Außerdem wird das Merkmal "anregende Zusätze" von den Autoren durch die Entscheidung für eine spezifische Autorenperspektive bzw. eine wechselnde Leserdistanz realisiert:¹⁸

- Die Autoren sehen sich selbst in der Rolle des Aktanten, beispielsweise durch die Verwendung der 1. Pers. Singular für das Autoren-Ich bzw. der 1. Pers. Plural für das kollektive Wir von Autor und Lesern. Die Rezipienten werden direkt angesprochen. Durch diese sprachlich erzeugte Kollektivität fühlen sich die Leser als Teil eines interaktiven Gruppenhandelns einbezogen, es wird 'Trainingsatmosphäre' geschaffen.
- Die Autoren fügen Wertungen in die Sachdarstellung ein. Auf diese Weise wird eine sehr persönliche Wirkung erzeugt, die von kritischen Lesern allerdings auch als 'subjektiv belastet' empfunden werden könnte. Subjektive Urteile können Aussagen von ihrer Normativität etwas entlasten, ohne daß sie diese aber ganz aufheben:

"Es ist schon merkwürdig", "Es ist erstaunlich", "An dieser Stelle empfehle ich einen Merksatz, der mir selbst oft große Hilfe war" oder in der Wir-Form: "Wir haben Angst vor der Prüfung, weil wir sie als Bedrohung wahrnehmen."¹⁹

¹⁶ Vgl. Anm. 13.

¹⁷ Dies ist ein Trend, der besonders bei Ebeling (1990) deutlich wird. Dort findet sich auch ein eigenes Kapitel zum "Zitatenschatz".

¹⁸ Das Verständlichkeitsmerkmal "anregende Zusätze" wird z.B. durch ein direktes Ansprechen des Lesers, damit durch das Merkmal "persönlich" realisiert. Vgl. hierzu auch Langer/Schulz v. Thun/Tausch (1990, 22).

¹⁹ Die Beispiele stammen aus Cohen (1994), Fricke (1985), Gersbacher (1993), Gourmelon/Mayer/Mayer (1992), Harutunian 1990.

Einige der Ratgeber nutzen bei ihrer Darstellung den Wechsel zwischen Distanz und Nähe. Distanzierende Darstellungsformen werden vor allem dann genutzt, wenn theoretische Zusammenhänge bzw. theoretisches Grundlagenwissen vermittelt werden sollen. Sie stellen in der Regel den vom Umfang her kleineren Teil der Ratgeber dar, vielfach werden sie als letztes Kapitel an die Gesamtdarstellung 'angehängt'. Diese Theoriekapitel sind überwiegend in unpersönlicher Form gehalten, öfter als sonst wird auf Passiv und Passiversatzformen bzw. auf das unpersönliche *man* zurückgegriffen.

Kürze/Prägnanz

Mit diesem Verständlichkeitskriterium verbinden die Ratgeberautoren vor allem die Vorstellung, sich auf das Wesentliche beschränken und damit die Texte auf ein notwendiges Maß an Theorie reduzieren zu müssen. Theorie belaste den Leser unnötig, es komme lediglich auf den richtigen praktischen Umgang mit Kommunikation an. Deshalb ist es dem Leser freigestellt, die Theoriekapitel, die deutlich von den eher praxisbezogenen Darstellungen abgegrenzt sind, durchzuarbeiten.²⁰ In welcher Weise die Selektion der Theorieinhalte vorgenommen wurde, verdeutlicht kaum einer der Autoren.²¹ Sie orientieren sich jedoch an einem klar umrissenen Praxiskonzept.

3.2 Der Praxisanspruch: Das Verhältnis von Theorie und Praxis

Obgleich die Ratgeberautoren auch theoretischen Zusammenhängen Bedeutsamkeit zumessen, erhält das Praxiskriterium eine klare Option. Theorie wird als hinderlich, umständlich und unpraktisch empfunden:

"Mancher Hochschulkollege wird dieses Buch für unwissenschaftlich halten, weil ich auf die *typische Vorsicht der wissenschaftlichen Darstellung* verzichtet habe. Mein vorrangiges Ziel war eine *plausible Darstellung*. Denn wenn Ihnen eine Aussage verständlich und stichhaltig erscheint, benötigen Sie weder eine 'vorsichtige Darstellung' noch einen zusätzlichen empirischen Beleg. Umgekehrt wird es Ihnen wenig helfen, wenn ich meine Aussagen auf die Ergebnisse zahlreicher Untersuchungen stütze, diese Ihnen jedoch für Ihren Erfahrungshintergrund nicht stimmig erscheinen. *Dieses Buch setzt weder Wissen noch Wissenschaft voraus, sondern knüpft an das an, was jedem zur Verfügung steht: Alltagserfahrungen.*" (Weisbach 1992, VII; Hervorhebungen durch mich, R.B.)

Mit diesem Zitat von Weisbach wird gleichzeitig deutlich, in welcher Weise Praxis von den Autoren konzeptualisiert wird: Praxis ist für sie empirisch erlebte und nachvollzogene kommunikative Realität, sie ist erfahrungsbezogen, das heißt sie beruht auf den individuellen Erfahrungen der Trainer und wird von diesen auch bei den Lesern vorausgesetzt.²²

²⁰ Besonders auffällig ist die Arbeit von Birkenbihl (1991), die z.B. auch auf die Angabe von weiterführender Literatur verzichtet.

²¹ Eine Ausnahme machen hierbei Weisbach (1992) und Panzenböck (1979).

²² Diese Einsicht ist auch bei Geißner belegt; er kritisiert: "Das 'Herumtappen in Versuchen und Erfahrungen', das 'trial and error'-Verfahren der Empiriker, bleibt ohne abgeleitete Prinzipien, ohne Denken eines Zusammenhanges über allen Einzelheiten, hinter der (bereichsspezifischen) Theorie zurück und ist somit zufällig." (Geißner 1994, 351)

Erfahrungen sind letztlich auch das, worauf die Autoren selbst und die herausgebenden Verlage ihren Kompetenzanspruch aufbauen. In den Ratgebern ist es meist üblich, möglichst detailliert über die Tätigkeitsfelder der Autoren zu berichten bzw. darauf hinzuweisen. Dies erfolgt sowohl separat im Klappentext als auch im fortlaufenden Text.

3.3 Der Kompetenzanspruch: Verfasserbiographien als Indiz für fachliche Herkunft und Kompetenz

Neben einem sehr großen Erfahrungsschatz im Trainingsbereich, auf den die Autoren zweifellos verweisen können, bleibt die Frage nach der theoretischen Wissensbasis, auf die sich Ratgeberautoren beziehen, bzw. die sie in ihre Arbeit einbeziehen. Damit geht eine genauere Beschreibung der Art von Kompetenz einher, über die Ratgeberautoren tatsächlich verfügen.

Aus linguistischer Sicht ist zudem interessant, inwiefern linguistisches Wissen zur Darstellung sprachlich-kommunikativer Prozesse, besonders auch von Gesprächen herangezogen wird. Um es deutlich zu sagen: Umfassende theoretische Kompetenz zu Kommunikation und Gespräch läßt sich nur über die Kenntnis einschlägiger Arbeiten zum Thema Sprache, Gespräch und Kommunikation herstellen. Hier hat die Linguistik (besonders die Gesprächsanalyse) sehr wichtige Beiträge geleistet. Bereits ein Blick in die Literaturverzeichnisse aber offenbart: Linguistische Themen finden sich kaum; gern zurückgegriffen wird wohl auf Darstellungen der Stilistik, allerdings favorisieren die Ratgeber auch hier wieder nichtlinguistische Literatur, wobei "Volksstilistiken" besonders beliebt sind (z.B. Reiners 1951, 1963).

Die Mehrzahl der Autoren baut auf Arbeiten der Psychologie (Kommunikationsmodelle), der Betriebswirtschaft (Gruppenpsychologie, Führungstheorie), der Kommunikationswissenschaft, der Pädagogik und der praktischen Rhetorik selbst auf.

Der Zusammenhang mit den beruflichen Biographien der Autoren, die - wie ausgewiesen wird - über keine philologische Fachausbildung verfügen, ist offensichtlich; es handelt sich fast ausschließlich um Autoren mit psychologischer, betriebswirtschaftlicher oder pädagogischer Ausbildung. Ihr Wissen hinsichtlich Sprache und kommunikativen Handelns basiert auf den Sichtweisen dieser Fächer, nicht aber auf linguistischem Wissen.

Das Wissen über Gespräch und Sprache resultiert bei diesen als Rhetorik-, Kommunikations-, Management-Trainer oder als Lehrer für Moderationstechniken arbeitenden Autoren hauptsächlich aus praktischen Erfahrungen und aus der Lektüre anderer Ratgeberliteratur. Sie verfügen über Kenntnisse realer Kommunikationsabläufe, verfügen jedoch nicht über das Instrumentarium einer systematischen Erfassung von Gesprächsprozessen und Gesprächselementen. Systematische Zusammenhänge der linguistischen Gesprächsforschung können nicht zugrunde gelegt werden.

3.4 *Der reduzierte Theorieanspruch: Bemerkungen zur Experten-Laien-Kommunikation*

Mit dieser soeben gewonnenen Aussage wird der bereits festgestellte Theorieverzicht aus dem Mangel an (linguistisch basierten) theoretischem Wissen erklärt. Sicher ist dies nicht der einzige Erklärungshintergrund für dieses Phänomen, wurden doch bereits in den Abschnitten 2.3 und 3 hierfür auch wirkungsspezifische Hintergründe, etwa gute Handhabbarkeit, schnelle Auffindbarkeit von Sachinformationen und der Gebrauch der Literatur für einen nur kurz befristeten Zeitraum, genannt.

Es wäre zu einfach, den Theoriemangel als deklassifizierendes Kriterium für eine Bewertung des Expertentums der Ratgeberautoren darzustellen. Es sollte allerdings nicht übersehen werden, daß die Autoren bei den potentiellen Lesern Wissensdefizite beseitigen bzw. verringern wollen, was in der Konsequenz einem Wissenstransfer nahekäme. Ob aber ein Wissenstransfer überhaupt stattfinden kann, wäre eine weitere Frage, die zu überprüfen ist.

Aus der Sicht der Fachsprachenforschung haben Experten aufgrund ihres systematisch erworbenen Wissens zu einem Fachgebiet die Fähigkeit, spezifische Aufgaben in der arbeitsteiligen Welt zu erfüllen. Sie verfügen neben dem systematischen Wissen auch über entsprechende Handlungssysteme, die sprachliches und nichtsprachliches Handeln und Interagieren in diesem fachgebundenen Bereich einschließen. Experten müssen in der Lage sein, geeignete Verfahren und Mittel für die sprachlich-kommunikative Bewältigung ihrer Aufgaben auszuwählen und zu verwenden, um in ihrem Fach kooperationsfähig zu sein. Dazu gehören die Beherrschung einer entsprechenden Terminologie und eine angemessene Textsortenkompetenz. Kooperieren Experten miteinander, ist dies unter diesen Voraussetzungen - theoretisch gesehen - weitgehend unproblematisch, da Experten über vergleichbare Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen. Anders verhält sich dies, wenn ein Experte über die Grenzen seines Fachs hinaus kommuniziert. Er muß damit rechnen, daß seine Kommunikationspartner nur teilweise oder gar nicht über das Wissen seines Fachgebietes verfügen und damit nur ein begrenztes bzw. auch ein anders strukturiertes Wissen über Einzelheiten und Zusammenhänge, Begriffe und Handlungsweisen im Fach besitzen.

In der Fachsprachenforschung wurden bislang verschiedene Modelle entwickelt, die versuchen, die unterschiedliche qualitative und quantitative Verteilung fachspezifischer Ausdrucksformen (z.B. Termini) zu erklären,²³ ohne jedoch auf einen wissensbasierten Erklärungshintergrund aufzubauen. Durchgesetzt hat sich die Vorstellung, daß fachsprachliche Mittel auf verschiedenen vertikalen Ebenen in unterschiedlicher Quantität und Qualität verteilt sind. Grundlage dafür ist die Vorstellung einer Gesamtsprache, die jeweils in Subsysteme gegliedert ist, die sich wiederum als vertikal einander zugeordnete Varianten verhalten. Daraus entwickelte Wichter (1994) nun ein wissensbasiertes Vertikalitätsmodell. Demnach ist der Gebrauch sprachlicher Formen an das vorhandene Wissen gebunden. An der Spitze dieser vertikalen Einteilung stehen Experten mit einem umfassenden speziellen, systematischen Wissen. Über mehrere Zwischenstufen wird am unteren Ende die Gruppe der Laien eingeordnet. Der Vorteil dieser Modellvorstellung besteht darin, daß einerseits

²³ Verwiesen sei auf das 5-Schichten-Modell von Hoffmann (1985).

einer Polarisierung zwischen Experten und Laien entgegengearbeitet wird und andererseits die Gruppe der Laien viel differenzierter betrachtet werden kann. Damit wird die Abgrenzung zwischen Experten und Laien zwar nicht gelöst, an die Aufgabe des Wissenstransfers kann jedoch differenzierter herangegegangen werden, da das Verhältnis zwischen Experten und Laien an der Qualität des Fachbezugs und damit den vorhandenen Wissensstrukturen gemessen wird.

Experten, die ein bestimmtes Fach vertreten, repräsentieren hinsichtlich der Wissensform Expertenniveau, sie verfügen über systematisches und begriffliches Wissen. Die Laien lassen sich zunächst grob differenzieren in die Gruppe der "informierten Laien" und die Gruppe der "absoluten Laien". Die Gruppe der "informierten Laien" ist im Umfeld eines Faches anzusiedeln, sie verfügen über einen beschränkten Fachbezug und damit über ein beschränktes oder nur teilweise systemhaft vorhandenes Fachwissen; der "absolute Laie" verfügt nicht über einschlägige Wissens Elemente, es gibt keinerlei Fachbezug. Er befindet sich - entsprechend der Terminologie bei Wichter (1994, 10) - im Fachaußenfeld.

Wichters Konzept bietet, das soll noch einmal betont werden, eine Orientierung, denn es ist von einer vielfältigen Binnendifferenzierung der Laiengruppe auszugehen. Da es zudem zahlreiche Kooperationsformen zwischen Experten und Laien, zwischen Experten unterschiedlicher Wissensgebiete und zwischen den verschiedenen Laiengruppen gibt, sind weitere Differenzierungen von Wissenstransferprozessen vorauszusetzen.

Der zentrale Gedanke dieses Modells bezieht sich jedoch auf die Bewertung des Experten- und Laienwissens, darin liegt auch seine Bedeutsamkeit für die vorliegende Problematik.

Allgemein ist also von einer unterschiedlichen Strukturiertheit von Experten- und Laienwissen auszugehen, m.a.W. konstruieren sich Experten und Laien aufgrund ihres unterschiedlichen Wissens auch unterschiedliche Weltbilder. Während der "Alltagsmensch" Theorien über sich selbst, sein Denken, Fühlen und Handeln innerhalb eines bestimmten, subjektiv erlebten Raumes entwickelt, bemüht sich der Wissenschaftler hingegen um "objektive Theorien". Beide "Theoriegebäude" weisen wohl vergleichbare Strukturen und Funktionen auf, sie sind gleichermaßen komplex, verfügen aber über verschiedene Systemformen. Während Alltagstheorien subjektiv geformt und daher auch vielgestaltig sein können, weisen Expertensysteme eine sachliche und begriffliche Systematik auf, die bis zu systemhaft gebundenen Darstellungs- und Strukturierungsverfahren führt. Das heißt auch, Laien können im Gegensatz zu den systematisch denkenden Experten schneller Beobachtungs- und Verzerrungsfehlern unterliegen, da ihre Erkenntnis in erster Linie von subjektiv gewonnenen Einsichten abhängig ist. Dies führt letztlich zu stark tendenziösen bis lückenhaften Aussagen, die Lücken werden wiederum mit subjektiv entwickelten Zusammenhängen ausgefüllt: Es ist der Versuch, sich selbst Dinge zu erklären. Erfahrungsgemäß bieten diese Arten von Erklärungen durchaus logische Zusammenhänge, die jedoch bei genauerem Hinsehen schnell an Dichte verlieren.

Folgende Konsequenzen haben diese Einsichten nun für Transferprozesse zwischen Experten- und Laienwelten im allgemeinen und für den Transferprozeß zwischen den Ratgeberautoren und ihren Lesern im besonderen:

- Der Experte muß die Zielgruppe seines Transferaktes genau festlegen und kennen. Zielstellung und Inhalte des Transfers sind aufeinander abzustimmen.

- Der Experte muß bewußt eine angemessene Form des Wissenstransfers wählen. Er muß die sprachlichen und wissensbasierten Möglichkeiten und Fähigkeiten der Adressatengruppe sowie deren Interessensspezifik genau kennen, abschätzen und einordnen, um eine angemessene Auswahl kommunikativer Formen und sachdidaktischer Prozeduren vornehmen zu können.
- Für einen angemessenen Wissenstransfer sind komplexe sachlogische und sprach- und textgestaltende Lösungsprozeduren notwendig:
 - Umstrukturierung oder Vereinfachung von Sachzusammenhängen ohne Aufgabe des Systemcharakters; Selektion von Systemelementen ohne Zerstörung des inhaltlichen Zusammenhangs der Einzelelemente;
 - Auswahl einer sach- und zieladäquaten Darstellungsform (Textgliederung, Textfunktion, Sprachhandlungsmuster);
 - Umformulierungen im begrifflichen Sinne, etwa Entlastung von Termini, Fremdwörtern usw.
- Für die Ratgeber wäre noch zu ergänzen: Einschränkung des normativen Charakters durch Darstellung von Handlungsalternativen bzw. durch Eröffnung von Möglichkeiten zu entsprechenden Handlungsalternativen.

In der Praxis werden Zielvorstellungen der potentiellen Rezipienten auf der Grundlage von Trainingserfahrungen bzw. von in Trainings durchgeführten, z.T. tendenziösen Befragungen antizipiert. Da es in den Ratgebern keine verlässlichen Hinweise auf eine Bedarfsanalyse nach objektiven Kriterien gibt, bleibt die Frage nach den Orientierungskriterien für einen angemessenen Wissenstransfer im Raum.

Das Expertentum der Ratgeberautoren und die Qualität ihres Wissenstransfers sollten in den Ratgebern daher etwas genauer betrachtet werden. Da die Autoren vorwiegend auf eigene Erfahrungen zurückgreifen, handelt es sich folglich um ein erfahrungsbezogenes Expertentum, für das es, wie oben bereits gezeigt wurde, keine linguistische, fachwissenschaftliche Grundlage gibt. Die umfassenden beruflichen bzw. Trainingserfahrungen und ihre zumeist vorhandene psychologische Vorbildung versetzen die Autoren gegenüber der "unerfahrenen" Leserschaft in einen anderen Status. Von Expertentum im fachlichen Sinne kann hinsichtlich Sprache, Gespräch und Kommunikation aus linguistischer Sicht dagegen nicht gesprochen werden. Die herausgehobene Position der Ratgeberautoren läßt sich daher als Expertenstatus beschreiben, der sie in die Lage versetzt, subjektive Erfahrungen weiterzugeben. Eine solche Positionierung gegenüber den jeweiligen Rezipienten macht es den Autoren zudem möglich, neben der eigentlichen Sachdarstellung Werturteile und Geschmacksäußerungen zu Fragen der Kommunikation kommentar- und begründungslos einzubinden.

Die Leistung der Autoren besteht, um das noch einmal zusammenzufassen, in der quantitativen Leistung, gesammelte Erfahrungen weiterzugeben sowie subjektiv (und meist situativ oder institutionell) bewährte Lösungsmöglichkeiten und Tricks anzubieten. Dem Linguisten wiederum eröffnen sich auf diese Weise Einblicke in das allgemeine gesellschaftliche Bewußtsein zu Sprache und Kommunikation, denn in den Rhetorikratgebern findet in den meisten Fällen eine Vermittlungsleistung auf

der Laienebene statt: Bei den Autoren handelt es sich um (Linguistik-)Laien, die - in der Terminologie von Wichter - zum Fachumfeld, und bei den Rezipienten um Laien, die zum Fachaußenfeld gehören.

Der von den Autoren erwogene Defizitausgleich vollzieht sich folglich nicht im Bereich des Wissens über Kommunikation an sich, sondern des Wissens darüber, welche Erfahrungen bei der Bewältigung bestimmter Problemlagen zu machen sind.

4. Bewertung der Rhetorikratgeber als Form praktischer Lebenshilfe

Wenngleich in der Ratgeberliteratur die eigene Bedeutsamkeit meist sehr deutlich hervorgehoben wird, muß diese Selbstaussage nicht unbedingt den Tatsachen entsprechen. Es ist bemerkenswert, wenn Ratgeberautoren gelegentlich versuchen, ihr eigenes Tun kritisch zu beleuchten. Schoenheit und Weisbach (1988) machen z.B. die interessante Feststellung, daß eine Beratung in den Ratgebern meist wohl gar nicht stattfindet. Beraten als Handlungsmuster ist nach ihrem Verständnis entweder transitiv i.S. von "jemandem mit Rat beistehen" oder intransitiv i.S. von "gemeinsam überlegen und besprechen". Statt dessen finde in den meisten Ratgebern eine Informationsvermittlung über bestimmte Rede- und Verhaltensweisen statt, es dominierten Handlungsmuster des Anweisens, Darstellens und Präsentierens (Schoenheit/Weisbach 1988, 7). Das stützt indirekt die weiter oben formulierte These, es handele sich bei den Ratgebern weniger um Wissensvermittlung zum Zwecke des Ausgleichs eines Wissensdefizits, sondern um die Weitergabe von Erfahrungen zur praktischen Nutzung durch Dritte.

Gleichzeitig wird damit ein Erklärungsansatz zur Dominanz von Normativität gegenüber Alternativität i.S. von Handlungsalternativen geliefert. Da die Autoren über die Grenzen der eigenen Erfahrungen hinaus kaum über systematisches (Kommunikations- und Sprach-)Wissen verfügen, bleibt ihnen der eigene Tätigkeitsbereich als Vermittlungsgrundlage. Wenngleich in den Vorworten der Ratgeber betont wird, man biete lediglich Verhaltensvorschläge, hat der Leser nur die eine Alternative: Er berücksichtigt diese "Vorschläge", oder er tut dies nicht. Handlungsalternativen gibt es kaum, sondern nur die klare Anweisung, in der entsprechenden Situation sich entsprechend den Vorschlägen zu verhalten.

Schließlich sollten die Rhetorikratgeber so verstanden werden, wie sie sich darstellen: als kommerzielles Produkt. Sie müssen handlich sein, gut lesbar und unterhaltend; sie sollten vielversprechend sein; sie sollten von kompetenten Autoren verfaßt sein. Dabei wird von Autoren und Herausgebern ein Kompetenzbegriff zugrunde gelegt, der als Summe von Berufserfahrung (und Trainingserfahrung) und akademischer Bildung verstanden wird.

Rhetorikratgeber sind keine linguistischen Darstellungen und streben dies auch nicht an. Ihre Wirkungs- und Vermittlungsmöglichkeiten sind ausgesprochen begrenzt. Diese Grenzen verstehen sich, wie gezeigt wurde, aus ihrer Natur: Von Ratgebern werden in erster Linie schnelle Ratschläge erwartet und in zweiter Linie tiefgründiges Wissen. Wer ein umgekehrtes Verhältnis wünscht, wer entsprechend Zeit und Vorbildung mitbringen kann und will, muß auf andere Darstellungen zurückgreifen.

Literatur

- Antos, Gerd (1989). Optimales Telefonieren nach Script? Neue Formen des Mediengebrauchs in der Wirtschaftskommunikation. Ein Beitrag zu einer "Bedarfs-Linguistik". In: Antos, Gerd & Augst, Gerhard (Hrsg.), *Textoptimierung. Das Verständlichermachen von Texten als linguistisches, psychologisches und praktisches Problem*. Frankfurt a.M., 125-161.
- Antos, Gerd (1995). Warum gibt es normative Stilistiken? Sprachtheoretische Überlegungen zu einem scheinbar trivialen Phänomen. In: Stickel, Gerhard (Hrsg.), *Stilfragen. Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 1994*. Berlin/New York, 355-377.
- Antos, Gerd (1996). *Laien-Linguistik. Studien zu Sprach- und Kommunikationsproblemen im Alltag. Am Beispiel von Sprachratgebern und Kommunikationstrainings*. Tübingen.
- Bartsch, Elmar (Hrsg.)(1994). *Sprechen, Führen, Kooperieren in Betrieb und Verwaltung: Kommunikation in Unternehmen*. München/Basel.
- Bausch, Karl-Heinz & Grosse, Siegfried (Hrsg.)(1985). *Praktische Rhetorik. Beiträge zu ihrer Funktion in der Aus- und Fortbildung. Auswahlbibliographie*. Mannheim.
- Blumenthal, Andreas (1985a). Scheinalternative, Ja-aber-Taktik, Sokratische Methode. Ansätze zu einer Beschreibung rhetorischer Strategien aus konversationsanalytischer Perspektive. In: Bausch, Karl-Heinz & Grosse, Siegfried (Hrsg.), 51-73.
- Blumenthal, Andreas (1985b). Anleitung zur Gestaltung von Rede und Gespräch - Auswahlbibliographie zur praktischen Rhetorik. In: Bausch, Karl-Heinz & Grosse, Siegfried (Hrsg.), 188-254.
- Bremerich-Vos, Albert (1991). *Populäre rhetorische Ratgeber. Historisch-systematische Untersuchungen*. Tübingen.
- Bremerich-Vos, Albert (1995). (Selbst-)Disziplinierung des Sprechens - Aspekte von praktischer Rhetorik als Kommunikationsberatung. In: *Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht 75/76*, 45-61.
- Fiehler, Reinhard & Sucharowski, Wolfgang (Hrsg.)(1992). *Kommunikationsberatung und Kommunikationstraining. Anwendungsfelder der Diskursforschung*. Wiesbaden.
- Geißner, Hellmut (1994). Der ungedeckte Scheck. Eine Bilanz marktkonformer Rhetorik. In: Bartsch, Elmar (Hrsg.), 349-357.
- Heinemann, Wolfgang & Viehweger, Dieter (1991). *Textlinguistik*. Tübingen.
- Hess-Lüttich, Ernest W.B. (1991). Effektive Gesprächsführung. Evaluationskriterien in der Angewandten Rhetorik. In: Ueding, Gert (Hrsg.), *Rhetorik zwischen den Wissenschaften*. Tübingen, 35-51.
- Hoffmann, Lothar (1985). *Kommunikationsmittel Fachsprache*. Tübingen.
- Kallmeyer, Werner (1985). Ein Orientierungsversuch im Feld der praktischen Rhetorik. In: Bausch, Karl-Heinz & Grosse, Siegfried (Hrsg.), 23-50.
- Langer, Inghard, Schulz v. Thun, Friedemann & Tausch, Reinhard (1990). *Sich verständlich ausdrücken*. München.
- Neuland, Eva (1995). Mündliche Kommunikation: Gesprächsforschung - Gesprächsförderung. Entwicklungen, Tendenzen und Perspektiven. In: *Der Deutschunterricht*, Heft I, 3-15.
- Reiners, Ludwig (1951). *Der sichere Weg zum guten Deutsch*. München.
- Reiners, Ludwig (1963). *Stilfibel*. München.
- Rentrop, Norman (Hrsg.)(1988). *Der Redenberater. Handbuch für erfolgreiche Reden im Betrieb, in der Öffentlichkeit und im Privatleben*. Bonn.
- Weisbach, Christian-Rainer (1992). *Professionelle Gesprächsführung. Ein praxisnahes Lese- und Übungsbuch*. München.
- Wichter, Sigurd (1994). *Experten und Laienwortschätze. Umriß einer Lexikologie der Vertikalität*. Tübingen.

Liste der untersuchten Rhetorikratgeber

- Ammelburg, Gerd (1988). *Konferenztechnik. Gruppengespräche - Teamarbeit - Workshops - Kreativsituationen*. Düsseldorf.
- Bay, Rolf H. (1988). *Erfolgreiche Gespräche durch aktives Zuhören*. Ehningen bei Böblingen.
- Birkenbihl, Vera F. (1991). *Kommunikation für Könner schnell trainiert. Die hohe Kunst der professionellen Kommunikation. Weiterbildungsseminar*. München.
- Cohen, Herb (1994). *So bekommen Sie alles, was Sie wollen*. München.
- Crisand, Ekkehard & Pitzek, Andrea (1993). *Das Sachgespräch als Führungsinstrument. Gesprächspsychologische Grundsätze*. Heidelberg.
- Dutfield, Mike & Eling, Chris (1993). *Gesprächsführung für Manager: Mitarbeiter kompetent beraten und beurteilen*. Frankfurt a.M.

- Ebeling, Peter (1990). *Rhetorik - der Weg zum Erfolg*. Wiesbaden.
- Fricke, Wolfgang (1985). *Erfolgreich verhandeln: Diskussionsleitung, Verhandlungsvorbereitung, Verhandlungsführung*. Köln.
- Gersbacher, Ursula (1993). *Das erfolgreiche Bewerbungsgespräch. So kriegen Sie den Job, den sie wollen*. München.
- Gourmelon, Andreas, Mayer, Michael & Mayer, Thomas (1992). *Prüfungsgespräche erfolgreich führen. Ein Programm*. Stuttgart.
- Harutunian, Margard (1990). *Erfolgreich telefonieren. Verhaltensfehler abbauen, Konflikte meistern, Gespräche rationell und sicher führen*. München.
- Holtgrewe, Karl-Georg (1989). *Top-Training Geschäftsbesprechungen - rational, ökonomisch, effektiv*. Stuttgart.
- Maeck, Horst (1991). *Das zielbezogene Gespräch*. Düsseldorf.
- Meier, Hermann (1987). *Zur Geschäftsordnung: Technik und Taktik bei Versammlungen, Sitzungen und Diskussionen*. Opladen.
- Neuberger, Oswald (1990). *Miteinander arbeiten - miteinander reden. Vom Gespräch in unserer Arbeitswelt*. München.
- Panzenböck, Martin (1979). *Rede, Gespräch, Diskussion. Theorie und Praxis*. Berlin/New York.
- Rhetorik. Besser reden, mehr erreichen*. (1991). München.
- Rischar, Klaus (1991). *Schwierige Mitarbeitergespräche erfolgreich führen*. München.
- Ruhleder, Rolf H. (1994). *So verkaufen Sie richtig - und setzen Ihre Preise durch*. Bad Wörishofen.
- Schoenheit, Ingo & Weisbach, Christian-Rainer (1988). *Einwand-frei beraten: Ein Übungsbuch zur kundenorientierten Gesprächsführung*. Offenbach.
- Seifert, Josef W. (1994). *Besprechungsmoderation. Mit neuen Techniken effektiv leiten, erfolgreich teilnehmen, Zeit sparen, Ziele erreichen*. Bremen.
- Thiele, Albert (1990). *Die Kunst zu überzeugen: Faire und unfaire Dialektik*. Düsseldorf.
- van Ments, Morry (1992). *Diskussion(en) - aktiv: Leitfaden für den effektiven Einsatz von Diskussionen in Unterricht, Ausbildung, Fort- und Weiterbildung*. München.
- Weisbach, Christian-Rainer (1992). *Professionelle Gesprächsführung. Ein praxisnahes Lese- und Übungsbuch*. München.
- Wilhelm, Jürgen (1989). *Gespräche erfolgreich führen*. Stuttgart.