

Tim-C. Bartsch
Bernd F. Rex

Rede im Studium!



W. Fink

UTB



UTB 2976

Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Böhlau Verlag · Köln · Weimar · Wien
Verlag Barbara Budrich · Opladen · Farmington Hills
facultas.wuv · Wien
Wilhelm Fink · München
A. Francke Verlag · Tübingen und Basel
Haupt Verlag · Bern · Stuttgart · Wien
Julius Klinkhardt Verlagsbuchhandlung · Bad Heilbrunn
Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft · Stuttgart
Mohr Siebeck · Tübingen
C. F. Müller Verlag · Heidelberg
Orell Füssli Verlag · Zürich
Verlag Recht und Wirtschaft · Frankfurt am Main
Ernst Reinhardt Verlag · München · Basel
Ferdinand Schöningh · Paderborn · München · Wien · Zürich
Eugen Ulmer Verlag · Stuttgart
UVK Verlagsgesellschaft · Konstanz
Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen
vdf Hochschulverlag AG an der ETH Zürich

Tim-C. Bartsch / Bernd F. Rex

Rede im Studium

Eine Einführung

Wilhelm Fink

Die Autoren:

Tim-C. Bartsch (M.A.) hat in Oldenburg und Tübingen Allgemeine Rhetorik, Allgemeine Pädagogik und Politikwissenschaft studiert. Zurzeit promoviert er im Fach Politikwissenschaft über Europäische Hochschulpolitik. Er gewann nationale und internationale Debattierturniere und wurde mit dem Förderpreis Rhetorik des Seminars für Allgemeine Rhetorik der Universität Tübingen ausgezeichnet. Er arbeitet als Dozent im Bereich Erwachsenenbildung und veröffentlichte mehrere Bücher zum Thema Debattieren und Rhetorik.

Bernd F. Rex (M.A./Dipl.-Betr. FH) ist freiberuflicher Trainer und Berater in den Bereichen zielgerichteter Kommunikation. Darüber hinaus ist er u. a. Dozent für Rhetorik, Präsentation und Diskussionsführung an der Hochschule Heilbronn und der Universität Salzburg.

Die Förderung produktiver Kommunikationsformen unterstützt er als Mitbegründer des gemeinnützigen Vereins Streitkultur e.V. und durch die Publikation zahlreicher Artikel und Bücher.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2008 Wilhelm Fink GmbH & Co Verlags-KG
(Wilhelm Fink GmbH & Co Verlags-KG, Jühenplatz 1, D-33098 Paderborn)
ISBN 978-3-7705-4598-8

Internet: www.fink.de

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

Printed in Germany.
Herstellung: Ferdinand Schöningh, Paderborn
Einbandgestaltung: Atelier Reichert, Stuttgart

UTB-Bestellnummer: 978-3-8252-2976-4

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	7
1.1	Dank	7
1.2	Vorwort	8
1.3	Rhetorik – Was ist das eigentlich?	10
1.3.1	Rhetorikmythen	10
1.3.2	In fünf Schritten zur Rede!	12
1.3.3	Quellen der rhetorischen Überzeugung	14
1.3.4	Die 10 goldenen Regeln der Rhetorik	16
2	Rhetorik im Studium	21
2.1	Jetzt rede ich! Präsentationen, Referate und Reden im Studium	21
2.1.1	Zur Sache! Die Präsentation von Inhalten	22
2.1.2	Zur Person! Die Präsentation der eigenen Persönlichkeit	41
2.2	Miteinander reden! Gesprächssituationen im Studium	55
2.2.1	Was können Sie leisten? Beiträge im Seminar und in der Vorlesung	55
2.2.2	Der Dozent – Worauf es zu achten gilt	56
2.2.3	Melden Sie sich zu Wort durch Fragen, Aussagen und Antworten!	57
2.2.4	Gepflogenheiten und Timing – Wann kommt welcher Beitrag gut an?	67
2.3	Rede und Antwort stehen! Prüfungssituationen meistern	79
2.3.1	Die Prüfungsvorbereitung	79
2.3.2	Der Tag der Prüfung	87
2.3.3	Die Prüfungsnachbereitung: Nach der Prüfung ist vor der Prüfung	102
2.4	Gemeinsam arbeiten! Teamwork im Studium	103
2.4.1	Gruppenreferate: In vier Phasen zum Erfolg ...	103

2.4.2	Zusammenarbeit in Lern- und Projektgruppen	112
2.4.3	Leitung von Gruppen – So geht es!	118
2.4.4	Wie werde ich Chef? Zumindest in kleinen Gruppen	122
2.4.5	Wie bringe ich mich am besten ein? Zur Selbstdarstellung in Gruppen	125
2.4.6	Konflikte und deren Lösung in Gruppen	127
2.4.7	Exkurs: Emailverteilerlisten / Diskussionsforen	133
2.4.8	Teamwork und Besprechungen im Beruf.	137
2.5	Reden für ein höheres Ziel! Politisches Engagement im Studium	139
2.5.1	Das kleine rhetorische 1x1 für Versammlungen	139
2.5.2	Kandidaturen.	151
2.5.3	Podiumsdiskussionen	153
2.6	Festlich reden! Besondere Anlässe	156
2.6.1	Schnelle Redestrukturen für unterhaltende Reden	158
2.6.2	Stofffindung für Gesellschaftsreden	161
2.6.3	Ein Wort zum Humor –Witziges und Witze in Reden	162
2.6.4	Zitate: Wie sie verwendet und vorgetragen werden.	164
2.6.5	Glänzen mit Worten: Ein paar rhetorische Figuren	165
3	Schlusswort	169
4	Kommentierte Literaturempfehlungen	171

Zu der Entstehung eines Buches tragen meist wesentlich mehr Menschen bei als die Namen auf dem Umschlag vermuten lassen. Wir möchten uns bei denen bedanken, die es ermöglicht haben, dass dieses Buch erscheinen konnte. An erster Stelle ist hier Diethard Sawicki vom Verlag Wilhelm Fink zu nennen, der die Anregung gab und als Lektor zur Verfügung stand und mit uns sehr vertrauensvoll und engagiert zusammengearbeitet hat. Wir wissen das gute Verhältnis sehr zu schätzen! Auch dem Verlag Wilhelm Fink gebührt großer Dank, dass er dieses Buch in sein Programm aufgenommen und für eine gute Betreuung gesorgt hat.

Ganz besonderer Dank gebührt Carolin Bartsch und Christine Fuhrmann, die durch stete Kritik, Anregung und Unterstützung eine große Hilfe waren.

An dieser Stelle möchten wir auch Michael Hoppmann dankend erwähnen, der in der Konzeptionsphase wichtige Beiträge geliefert hat und dessen Ideen insbesondere in den einleitenden Überblick über die Rhetorik einfließen.

Vorwort

1.2

Warum sollten Sie dieses Buch über Rhetorik im Studium kaufen und lesen? Früher übernahm es die Universität, in der die Rhetorik zentraler Bestandteil jedes Studiums war, ihre Studenten in der Kunst der Beredsamkeit auszubilden. Heute finden Sie allenfalls vereinzelte allgemeine Einführungen und oberflächliche Wochenendseminare, die in diese Lücke gestoßen sind, sie aber nicht ausfüllen können. Der Bedarf, überzeugend zu einem Thema sprechen zu können, treffende Argumentationen zu entwickeln und in Diskussionen erfolgreich eine Position zu verteidigen, kurz: die Tugenden der Rhetorik zu beherrschen, besteht heute immer noch. Dieses Buch bietet Ihnen einen schnellen, aber doch detaillierten Überblick über die unterschiedlichen rhetorischen Herausforderungen des Studiums und wie man mit ihnen umgehen kann.

Zentraler Gegenstand dieses Buches ist das gesprochene Wort. Überall dort, wo im Studium mit der Absicht kommuniziert wird, jemand anderen zu überzeugen, da ist dieses Buch einschlägig. Es geht uns also nicht darum, eine Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten, zum Lernen oder Schreiben zu geben.

In diesem Text wird auf die Anführung weiblicher grammatischer Formen verzichtet, was aber auf keiner wie auch immer gearteten Wertung beruht, sondern nur ein Zugeständnis an bessere Lesbarkeit ist.

Wann sollten Sie also zum Buch „Rede im Studium“ greifen?

Vor dem Beginn des Studiums bietet sich die Lektüre von „Rede im Studium“ an, um der Frage nachzugehen: „Was erwartet mich eigentlich in der Universität?“ Das Buch gibt beispielsweise Aufschlüsse darüber, wie Sie sich in Seminaren oder Vorlesungen einbringen können, wie Sie mit Ihrem Professor kommunizieren und wie besser nicht. Dazu werden die Eigenheiten der verschiedenen Situationen detailliert beschrieben und Ihre Möglichkeiten der Interaktion dargestellt. Um sich grundlegend zu orientieren,

lohnt es sich, dieses Buch in entspannter Atmosphäre am Wochenende „durchzuschmökern“.

Während des Studiums nutzt Ihnen dieses Buch bei der frühzeitigen, aber auch der kurzfristigen Vorbereitung auf Herausforderungen wie z. B. dem ersten Referat, der Zwischenprüfung oder der Bewerbung um Praktika oder um eine Stelle als wissenschaftliche Hilfskraft. Natürlich hat dieses Buch auch eine Notkofferfunktion: Die Abschlussprüfung steht unmittelbar vor der Tür und es herrscht Alarmstimmung! Was kann ich jetzt tun, um die Situation zu retten und meine Überzeugungskraft zu stärken? Dieses Buch gibt Ihnen die Antwort darauf!

Natürlich gibt es gewisse Unterschiede in der Gestaltung des Studiums zwischen Universitäten, Fachhochschulen, Berufsakademien oder auch anderen Studienangeboten, aber auch zwischen den Natur- und den Geisteswissenschaften. Aus diesem Grund haben wir vermieden, allzu spezifisch auf die Besonderheiten dieser unterschiedlichen Formen einzugehen, sondern haben versucht, die Bereiche und Probleme herauszugreifen, mit denen jeder Student konfrontiert ist.

Viele der Tipps und Hinweise aus diesem Buch können auch in beruflichen Situationen angewandt werden. Deshalb wird der Übergang vom Studentenleben in den Beruf besonders berücksichtigt. Am Ende der Kapitel und auch zum Teil in den Texten finden sich dazu kurze Ausblicke auf die Anwendungsmöglichkeiten und die Besonderheiten der rhetorischen Erkenntnisse für die spätere Erwerbstätigkeit.

Der Titel umschreibt nicht nur den Gegenstand dieses Buches, sondern ist auch als klare Aufforderung für ein erfolgreiches Studium gedacht. Also: Rede im Studium!

Rhetorik – Was ist das eigentlich?

1.3

Wenn Sie sich mit dem Begriff „Rhetorik“ befassen, dann stürmen unglaublich viele Bedeutungen und Färbungen auf Sie ein. Rhetorik ist ein schillernder Begriff. Seit seiner Erfindung im antiken Griechenland werden mit ihm große Hoffnungen, aber auch Ängste verbunden. Viele Mythen ranken sich zudem um ihn und verstellen den klaren Blick auf die Möglichkeiten und Risiken, die in ihm liegen. Im Folgenden geht es darum, mit einigen Vorurteilen gegenüber der Rhetorik aufzuräumen und Ihnen die Kernerkenntnisse dieser Wissenschaft gebündelt zusammenzufassen. Dieses Rhetorikverständnis ist die Grundlage für die weiteren Ausführungen über die rednerischen Herausforderungen, die Sie im Studium erwarten.

Was verstehen wir also unter Rhetorik? Rhetorik ist die Kunst der menschlichen Beredsamkeit und ist auf Überzeugung ausgerichtet. Basierend auf dem Erfahrungswissen der rhetorischen Geschichte und Theorie haben sich mit der Zeit empirisch abgesicherte Regelsätze über die zielgerichtete, menschliche Kommunikation entwickelt, deren Befolgung rhetorischen Erfolg begünstigt. Überzeugung bedeutet, dass Sie bei Ihren Zuhörern einen Denkprozess auslösen und sie zu einem bestimmten, von Ihnen vorher definierten Ergebnis bringen. Nach dieser kurzen Definition wollen wir Ihnen nun die Quintessenz der Rhetorik, die Sie für Ihr Studium brauchen, näher bringen.

Rhetorikmythen

1.3.1

„Rhetorik ist Manipulation/Täuschung/böse.“

Rhetorik hat in Deutschland immer auch den Beigeschmack der Propaganda. Und in der Tat wurde gerade in der Nazi-Diktatur intensiv durch die Propaganda-Maschinerie von rhetorischem Wissen Gebrauch gemacht. Aber genauso wie bei einem Küchenmesser, welches nützliche Dienste im kulinarischen Bereich leisten und gleichzeitig als Mordinstrument genutzt werden kann, kann man nicht den Gegenstand für die Folgen seines Gebrauchs

verantwortlich machen. Verantwortlich ist immer der Mensch, der den Gegenstand oder das Wissen für seine Zwecke gebraucht. Gegner haben der Rhetorik durch die Jahrhunderte hindurch auch vorgeworfen, sie sei eine verwerfliche Kunst der Täuschung. Die beste Verteidigung dagegen, durch „rhetorische“ Kniffe getäuscht und verführt zu werden, ist die Mechanismen und Wirkungsweisen der Rhetorik zu kennen und verstehen zu lernen. Das Wissen um die Rhetorik impft Sie also gegen Manipulation und Täuschung.

„Rhetorik ist nicht erlernbar.“

Eine weit verbreitete Überzeugung lautet, dass man zum Redner geboren werden müsse. Nichts ist ferner der Wirklichkeit als dies! Natürlich sind die individuellen Anlagen, die ein Redner benötigt, wie Stimme, Gedächtnis, Konzentrationsfähigkeit und Vergleichbares in der Bevölkerung unterschiedlich stark ausgeprägt. Allerdings macht schon diese Aufzählung deutlich, um welche grundlegenden Dinge es bei der Begabung geht. Wer sich im Alltag normal mit seinen Mitmenschen unterhalten kann, der kann auch gute Reden halten. Man darf dabei aber nicht zu viel erwarten und denken, dass im ersten Anlauf die Massen gebannt vor Bewunderung auf einen schauen. Die beiden Königswege zum guten Redner sind zum einen der Erwerb des rhetorischen Wissens, der Regeln nach denen die Überzeugung funktioniert und zum anderen die regelmäßige und reflektierte Übung, durch die Sie Erfahrungen sammeln und gezielt an den eigenen Schwächen und Stärken arbeiten können.

„Rhetorik ist schöne Worte machen.“

Wenn Sie heutzutage von jemandem gesagt bekommen, das hätten Sie „rhetorisch“ besonders geschickt formuliert, dann ist dieses Lob zumeist mit Vorsicht zu genießen. Denn zugleich schwingt dabei mit, dass es mit dem Inhalt ja nicht ganz so weit her war. Betrachtet man die klassischen Aufgaben, die während der Erstellung einer Rede berücksichtigt werden sollen, so ist die Formulierung der Gedanken nur einer von fünf Schritten. Die

Rhetorik auf „Wortgeklingel“ zu verkürzen, wäre sehr fahrlässig. Seit Anbeginn werden Form und Inhalt in der Rhetorik zusammen gesehen und eben nicht nur die Stilkunst, sondern auch die Logik hat ihre Wurzeln in der antiken Rhetorik.

„Reden kann man nur, wenn man von der Sache überzeugt ist.“ Schon Goethe lässt seinen Faust sagen „Sei er kein schellenlauter Tor. Es trägt Verstand und rechter Sinn mit wenig Kunst sich selber vor.“ Hat er damit Recht? Natürlich muss man etwas zu sagen haben, wenn man rhetorisch in Erscheinung tritt. Aber reicht es aus, einen guten Gedanken zu haben, um das Publikum von der Richtigkeit und Wichtigkeit zu überzeugen? Die Alltagserfahrung zeigt, dass häufig nicht derjenige den Sieg davon trägt, der die bessere Idee hat, sondern derjenige, der die Mehrheit von sich und seinen Ansichten überzeugen kann. Am besten ist es selbstverständlich, wenn Sie gleichzeitig die beste Idee haben und diese auch noch glänzend vertreten können. Daher gilt es, die eigene rhetorische Grundfitness zu trainieren, um für den „Ernstfall“ vorbereitet zu sein!

In fünf Schritten zur Rede!

1.3.2

Es lassen sich fünf Aufgaben ermitteln, die Sie bearbeiten müssen, wenn Sie eine Rede verfassen. Sie müssen den Stoff erstens verstehen und die Inhalte (er-)finden, zweitens die gefundenen Inhalte gliedern, drittens die gefunden und gegliederten Inhalte in eine sprachlich ansprechende Form bringen, viertens müssen Sie die gefundenen, gegliederten und formulierten Inhalte so konservieren, dass Sie sie später vortragen können und Sie müssen fünftens das gesamte Werk ansprechend vortragen. Was jeweils in diesen Arbeitsschritten geleistet werden muss, folgt nun. Bei diesem Vorgehen sind die einzelnen Arbeitsschritte allerdings nur hier auf dem Papier fein säuberlich getrennt. Wenn Sie Ihre Rede entwickeln, dann können Sie bei Bedarf zwischen den einzelnen Tätigkeiten hin- und herwechseln. Allerdings sollten Sie die grundsätzliche zeitliche Abfolge der Schritte beibehalten, da sie sich bewährt hat.

1. Verstehen und erfinden (lat. inventio)

Ganz zu Beginn steht die Analyse der Redeaufgabe: Was wird bei dieser Rede von mir erwartet? Was sind die Rahmenbedingungen? Was will ich erreichen? Nachdem Sie diese Fragen für sich beantwortet haben, dürfte klar umrissen sein, auf was Sie sich bei der Rede eingelassen haben und Sie können dann an die Inhalte gehen. Wovon wollen Sie Ihre Zuhörer überzeugen? Welche Thesen wollen Sie vertreten? Welche Argumente gibt es für Ihre Position, welche sprechen eher gegen sie? In dieser kreativen Analysephase geht es darum, so viele Inhalte wie möglich zu finden und diese stichwortartig festzuhalten. Am Ende dieser Phase haben Sie ein Konzept von Ihrer Rede und ein Bündel von Inhalten im Rohzustand, welches Sie nun weiterbearbeiten können.

2. Gliedern (lat. dispositio)

Den gefundenen Inhalt müssen Sie nun ordnen. Dazu gehört es, dass Sie aus der Fülle der Daten, Fakten, Argumente und Ideen zunächst diejenigen auswählen, die am besten in Ihr Konzept passen und Ihre Position am deutlichsten unterstreichen. Es erleichtert die Auswahl, wenn Sie den Inhalten die Kategorien A, B, C zuordnen. A steht für Inhalte, die zwingend aufgenommen werden müssen. Die Kategorie B bezeichnet Inhalte, die aufgenommen werden können, wenn Sie noch ausreichend Platz in Ihrer Rede haben. C-Inhalte nehmen Sie nicht in die Rede auf, sondern halten sie nur für Notfälle in der Hinterhand. Den ausgewählten Redestoff müssen Sie nun in eine harmonische und wirkungsvolle Reihenfolge bringen. Die einfachste Gliederung besteht aus einer zum Thema hinführenden Einleitung, einem Hauptteil, der Ihre Thesen und Argumente enthält und einem Schluss, in dem Sie Ihre Rede zusammenfassen und in einen Appell an die Zuhörer münden lassen. Um Ihre Argumente zu gewichten, hilft es, sie vom schlagkräftigsten bis zum schwächsten durchnummerieren. Beginnen Sie Ihre Rede mit einem guten Argument und schließen Sie mit dem besten!

3. Formulieren (lat. *elocutio*)

Der Aufbau Ihrer Rede ist klar und Ihre Gliederung steht. Dann ist es Zeit, dieses Redeskelett mit Leben zu füllen und die bisher nur als Stichworte existierenden Fragmente in Worte zu kleiden. Ob Sie dabei Ihre ganze Rede ausformulieren oder nur einzelne wichtige Passagen ausarbeiten, hängt von der Situation und Ihrem Vertrauen in Ihre spontane Formulierungskunst ab. Hier ist der Ort für den Einsatz von rhetorischen Stilfiguren, von Zitaten und Sinnsprüchen und vergleichbarem. Sie sollten sich in jedem Fall ausführlich Ihrem Einleitungs- und Schlusssatz widmen, da beide eine herausragende Bedeutung für das Gelingen Ihrer Rede haben.

4. Einprägen (lat. *memoria*)

Irgendwie muss die Rede nun vom Schreibtisch auf die ‚Bühne‘ kommen. Der Übertrag aus der Arbeitsversion in die endgültige Fassung erfolgt in diesem Schritt. Als Speichermedien können Ihr Gedächtnis, Karteikarten, oder ein ganzes Redemanuskript dienen. Probieren Sie die verschiedenen Möglichkeiten aus und überprüfen Sie, mit welcher Variante Sie am besten klar kommen.

5. Vortragen (lat. *actio*)

Der Moment der Wahrheit! Der Vortrag ist zwar nur die Spitze des Eisbergs, wenn man die gesamte Arbeit an der Rede beurteilt, doch bleibt er das Lebenszentrum eines jeden Redners. Es kommt beim Vortrag darauf an, Ihre Inhalte souverän und glaubwürdig zu verkörpern. Bringen Sie Ihre Inhalte durch Ihre Stimme zum Klingen, unterstreichen Sie wichtige Passagen mit Ihrer Gestik und Mimik und behalten Sie Ihr Publikum durch steten Blickkontakt im Auge.

Quellen der rhetorischen Überzeugung

1.3.3

Wenn Sie vor ein Publikum treten und es überzeugen wollen, dann haben Sie drei Quellen, aus denen Sie dabei schöpfen kön-

nen: Sie haben die Glaubwürdigkeit Ihrer Person (gr. Ethos), Ihnen steht die Emotion zur Verfügung (gr. Pathos) und Sie können auf den Inhalt (gr. Logos) zurückgreifen. Alle drei Elemente wirken in jeder Rede ineinander, allerdings in wechselnder Intensität. Sobald Sie als Redner in Erscheinung treten, wird Ihre Person durch das Publikum eingeschätzt. Von dieser Einschätzung hängen Ihre Möglichkeiten der Überzeugung ab: Werden Sie als kompetent und glaubwürdig eingestuft, haben Sie es leichter, die Menschen mit Ihren Argumenten zu erreichen, als wenn Sie als windiger Dampfplauderer angesehen werden. Achten Sie also darauf, wie Sie wahrgenommen werden (wollen). Auch die Erregung von Emotionen gehört zu den wichtigen Bestandteilen der Überzeugungsarbeit. Sie müssen das Publikum zwar nicht zum Lachen oder Weinen bringen, aber anrühren, betroffen machen, zum Schmunzeln bringen und dergleichen mehr, das schaffen Sie!

Wenn Ihre Rede überzeugen soll, dann sollten Sie diese auf drei Aspekte hin ausrichten. Eine gute Rede muss immer informieren (lat. docere), immer auch bewegende Aspekte beinhalten (lat. movere) und schließlich sollte eine jede Rede auch, zumindest ein wenig, unterhalten (lat. delectare). Haben Sie alle drei Aufgaben im Blick, wenn Sie Ihre Rede planen und später halten.

Argumentieren – Das tägliche Brot des Redners

Es reicht in Auseinandersetzungen mit anderen in der Regel nicht, nur zu behaupten, eine Lösung, Interpretation oder Ansicht sei die bessere, sondern man muss Gründe dafür anführen. Diese Gründe, mit denen Sie Ihre Behauptung stützen, müssen verständlich und plausibel sein. Diese Tätigkeit heißt Argumentieren. Überzeugen können Sie allerdings Ihre Zuhörer nur, wenn es Ihnen gelingt, Ihre eigene Behauptung, also die Überzeugung/These etc., die Sie Ihren Zuhörern vermitteln möchten, mit Gründen zu untermauern, die die Zuhörer teilen. Sie müssen also aus Sicht Ihrer Zuhörer das Problem betrachten und an deren Überzeugungen anknüpfen. Das macht das Argumentieren zu einer so schwierigen Sache, da Sie nicht nur darauf achten müssen, dass

das Argument in sich logisch stimmig ist, sondern Sie müssen auch die Ansichten Ihrer Zuhörer nicht nur kennen, sondern auch maßgeblich in Ihrer Argumentation berücksichtigen.

Eine weitere wichtige Erkenntnis für das Argumentieren in rhetorischen Situationen ist, dass es keine Wahrheiten, sondern lediglich Wahrscheinlichkeiten gibt, mit denen Sie arbeiten müssen. Natürlich ist die Erde rund und keine Scheibe. Und genauso gibt es auch unumstößliche Fakten, die man (eigentlich) nicht ignorieren kann. Es ist wenig gewinnbringend über die Existenz von Schwerkraft zu diskutieren. Aber die Rhetorik dreht sich gerade um Fragen, die überzeugungsoffen sind, d.h. um Fälle, in denen mehrere alternative Positionen oder Lösungen möglich sind. Für Sie bedeutet dies, dass es zu jeder Position auch eine Gegenposition gibt, die Sie zumindest wahrnehmen sollen, wenn Sie argumentieren.

Dies sind lediglich einige der hilfreichen Erkenntnisse der 2000jährigen wissenschaftlichen Beschäftigung mit der Rhetorik. Wenn Sie Gefallen am Bergen von derartigen Schätzen gefunden haben, können wir Ihnen nur empfehlen, in den reichhaltigen Gefilden der Wissenschaft der Beredsamkeit zu wildern und auf eigene Faust auf Entdeckertour zu gehen. Einige weiterführende Literaturhinweise, die Ihnen den Einstieg in das Dickicht erleichtern, finden Sie im Anhang.

Die 10 goldenen Regeln der Rhetorik

1.3.4

Neben den gerade aufgeführten grundlegenden Erkenntnissen gibt es auch eine Reihe von Regeln und Maßgaben, die so allumfassend sind, dass wir diese für Sie in den „10 goldenen Regeln der Rhetorik“ zusammengefasst haben. Diese zehn Regeln sollen Ihnen eine Leitlinie geben, in der jeweiligen Situation die rhetorisch beste und damit erfolgversprechendste Möglichkeit wählen zu können.

1. Regel: Angemessenheit

In der Rhetorik gibt es keine klaren Kategorien von „Falsch“ und „Richtig“. Was in der einen Situation besonders wirkungsvoll war, kann vor dem nächsten Publikum das größte Fettnäpfchen sein. Der zentrale Maßstab der Rhetorik ist deshalb die Angemessenheit (lat. aptum). Es muss alles zusammenpassen. Die Angemessenheit verbindet die drei bestimmenden Elemente der Rhetorik, nämlich den Redner, die Rede und das Publikum miteinander. Ihre Person muss zum Inhalt Ihrer Rede passen, Sie müssen das Publikum bei der Gestaltung der Rede und Ihrem Auftritt maßgeblich berücksichtigen. Desgleichen gibt es beispielsweise auch keine ‚falsche‘ Gestik. Wenn es Ihnen hilft, um Ihre Aussage zu verdeutlichen, können Sie einen Kopfstand machen. Wenn er von Ihrem Inhalt ablenkt, dann sollten Sie darauf verzichten.

2. Regel: Situationsbezogenheit

Auf den Fußball bezogen sagte Sepp Herberger einmal, „Wichtig ist aufm Platz.“ und „Nach dem Spiel ist vor dem Spiel“. Gleiches gilt für die Rhetorik. Sie müssen immer wieder von neuem in der konkreten Situation beweisen, dass Sie Ihre Zuhörer in Ihren Bann ziehen können. Auch wenn Sie im Ruf stehen, besonders eloquent, witzig oder leidenschaftlich zu sein, hilft Ihnen dieser Ruf bei Ihrem Auftritt nichts, wenn Sie dabei nicht eloquent, witzig oder leidenschaftlich sind. Das macht die Rhetorik zu einer Sisyphe-Arbeit, da man nie „fertig“ ist und sich auf seinen Lorbeeren ausruhen kann, aber es ist zugleich eine motivierende Herausforderung, immer wieder unter Beweis zu stellen, dass man nichts verlernt hat oder sogar noch besser geworden ist.

3. Regel: Publikumsgerichtetheit

Das Publikum ist für den Redner jederzeit, von den ersten Schritten der Vorbereitung bis zum Auftritt die wichtigste Bezugsgröße. Denken Sie immer aus Sicht des Publikums! Wenn das Publikum Ihre Botschaft nicht versteht, dann war nicht das Publikum zu dumm, sondern Sie haben die falschen Worte benutzt und das Publikum nicht erreicht! Dies zu akzeptieren, ist eine der wich-