

Historisches Wörterbuch der Rhetorik

Herausgegeben von Gert Ueding

Redaktion:

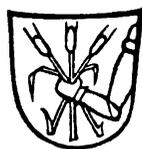
Gregor Kalivoda
Franz-Hubert Robling
Thomas Zinsmaier
Sandra Fröhlich

Band 9: St–Z

Sonderdruck

ISBN 978-3-68100-2 (Gesamtwerk)

ISBN 978-3-68109-5 (Bd. 9: St–Z)



Max Niemeyer Verlag
Tübingen 2009

sen, was zur Schönheit der Form der Darstellung gehört, auf einen gewissen Kreis beschränkt, der ihm durch den bestimmten Zweck [...] für den dargestellten Stoff zu interessieren und zu gewinnen vorgezeichnet wird, die Form muss hier dem Stoffe dienen, und, was man in der Theorie der Beredsamkeit *Schmuck* der Rede (*ornatus orationis*) zu nennen pflegt, ist nur dann an seinem Orte, wenn es mit einer dem Zwecke des Redners entsprechenden Darstellung der Gedanken, welche die Ausführung des Themas fordert, in einer genauen und natürlichen Verbindung steht. [...] Die Form kann und darf bei dem Redner nicht über den Stoff hervortreten.» [75]

Wie stark der Zug zur Verinnerlichung des S.-Begriffes in der nachkantischen und dann durch Hegels hierarchische Klassifizierung der Künste systematisch fortgebildeten Ästhetik greift, so daß es die produktive Einbildungskraft des künstlerischen Genies ist, in bezug auf die nun die S.-F.-Relation Anwendung findet, zeigt exemplarisch eine umgearbeitete Neuauflage der Theorien J.J. Eschenburgs (s.o.). Unter den Oberbegriff der «schönen Redekünste» fallend stellt die Poesie kein materialiter wahrnehmbares Werk nach außen, greift nicht auf einen sinnlichen Werkstoff zurück, sondern «ihr Material sind geistige Bilder und Vorstellungen» [76], die in darstellender Rede, dies hat sie mit der Beredsamkeit gemein, ohne jedoch belehren oder den Willen lenken zu wollen, anschaulich werden. Die Distinktion von «poetische[m] Stoff» und «poetische[r] Behandlung» wird letztendlich hinfällig, handelt es sich doch um zwei untrennbare Vermögen des Dichtergeistes. [77] Das Gedicht ist der «vollendete Abdruck eines im Geiste vorhandenen idealen Gegenstandes in dem Material der wohlklingenden Rede» [78]. Die Frage nach den konstitutiven Momenten des Schönen im Blick auf das «Geheimniß der Kunst» (Schiller), den Kampf mit der Macht des S., wird bei CHR. H. WEISSE als bewußtseinsphilosophisches Problem im Hinblick auf das Verhältnis von S. und Geist problematisiert. [79]

Die Diskussion in den Ästhetiken des 19. Jh. greift diese Verteilung des S. durch die künstlerische Formgebung immer wieder auf. «Nur in dem Mass, als der formlose Stoff, von dem Künstler bewältigt, gleichsam verschwindet, läßt er die Idee des Künstlers hervortreten», betont R. ZIMMERMANN auf Schelling verweisend, sofern «ein Kunstwerk in dem Grade vollkommener wird, als es sich dem blossen Dasein als Idee nähert» [80].

Hegels Modell einer aufsteigenden Folge der Künste im Sinne der Materialunabhängigkeit aufgreifend ist es nach F. TH. VISCHER allein die Dichtung, die sich ganz vom sinnlichen Material befreit hat. [81] In der «Metaphysik des Schönen» bestimmt Vischer das Schöne als «reine Wirklichkeit der Idee in einem begrenzten, daher überschaulichen einzelnen Wesen» [82]. Die Verewigung des Gegenstands im «reinen Schein» [83] aber fordert die Absehung von der Zweckmäßigkeit der Teile eines Körpers zum Ganzen wie von zufälligen empirischen Stoffmerkmalen, eine «Abstraktion vom Stoffartigen im Gegenstande» [84], um zur «reinen Form» vorzudringen, der «reine[n] Grenze [...], welche selbst kein Stoff mehr ist» [85], gleichsam die vom Gegenstand abgelöste Oberfläche. [86] Die reine F. ist die gestaltgewordene Idee, die sich als Oberfläche von aller stoffartigen inneren Mischung und Struktur eines Gegenstandes löst, empirisch kontingente Stoffeigenschaften ausschließt. In dieser Hinsicht – so Vischer in Rekurs auf Schiller – «vertilgt die Form den Stoff» [87], d. h. das sinn-

lich-erfahrungsweltlich gegebene Material, vollständig. Nun bedarf die Phantasie allerdings «Zum Träger ihres Bildes [...] eines Materials, welches, obwohl nicht an sich, doch in diesem Verhältnis roher und toter Stoff ist, denn nur ein solcher läßt passiv die reine Form an sich darstellen» [88] und dieses Material muß, um dem Zweck der darstellenden Phantasie Genüge zu leisten, so «roh» und «tot» sein, daß es für Formen empfänglich ist. Für die Poesie ist dieses Material «die Phantasie der Zuhörer» [89], in der der Dichter mittels der poetischen Sprache ein lebendiges Bild erzeugt. Es ist «daher die Phantasie, in welche der Dichter das Gebilde der seinigen überträgt, das eigentliche Material, in welchem er arbeitet» [90]. Indem er alles sinnliche Material abgeworfen hat arbeitet der Dichter «also mit Phantasie in Phantasie, er baut, er modelliert und meißelt, zeichnet, malt, stimmt wie die Musiker in der innerlich gesetzten ganzen Sinnlichkeit seines Hörers oder Lesers. In gewissem Sinne gilt selbst von diesem Material der Satz, daß alles Kunstmaterial roher und toter Stoff sein muß: roh und tot ist die empfangende Phantasie in diesem Verhältnis [...] Obwohl Geist ist also der Geist des Empfangenden doch in dieser Beziehung widerstandsloses Wachs, das erst zu kneten ist.» [91] Für die Rhetorik, das «Grenzgebiete der Poesie» [92], gelten neben den theoretischen Voraussetzungen einer persuasiven Rede die Mittel der poetischen Rede, vermittelt der Sprache unmittelbar auf das Gemüt und die Phantasie des Rezipienten einzuwirken, «denn die Überzeugung soll durch Entzündung des Gefühls, Affekts und der Phantasie zum Willensakte, zum Beschlusse werden» [93]. Die S.-F.-Dichotomie dient hier allenfalls noch als Folie, um das Bedingungsverhältnis von S./ bestimmter Idee und F./ Gestaltgebung in Abstraktion von jeglicher sinnlichen Materialität zu exponieren und auch das Verhältnis von geistiger Rezeptivität und Produktivität zu bestimmen.

IX. Wandel des Formbegriffs. Ausblick. In der Auseinandersetzung um Formbewußtsein und -verständnis zeichnet sich seit dem 19. Jh. eine kontinuierliche Verschiebung ab, sofern die Diskussion um den Formbegriff sich zum einen zunehmend aus dem Kontext der Debatten um den Begriff des schönen Scheins bzw. der Schönheitserfahrung – eine Emanzipation von tradierten Schönheitskonzepten, die im 20. Jh. als vollzogen gilt – und zum anderen vom Konzept der Gattungsformen gelöst hat. Kennzeichen ästhetischer Theorien des 20. Jh. ist eine ebenso grundlegende wie vielschichtige Problematisierung des Formbegriffs, so etwa in der Auseinandersetzung mit Konzepten der Formstrenge, des ästhetischem Formalismus bzw. im Gegenzug der Auflösung von F., der Zertrümmerung/Deformation, Dynamisierung oder performativen Bestimmung von Formprozessen, der Diskussion um den Status von inhalts- bzw. formästhetischen Prinzipien bzw. grundsätzlich der Neubestimmung des Formbegriffs im Verhältnis zum Begriff des Inhalts. [94] Mit dem Formalismus rückt die Ebene der Sprache als Substrat einer Formgebung in den Blick, die sich auf den Text, die formale Fügung von Sprachzeichen (Metrik, Rhythmisierung und visuelle wie akustische Strukturierung) oder den Umgang mit dem Text- oder Sprachmaterial (Montage, Collage, Experiment u. ä.) bezieht.

Anmerkungen:

1 Platon: Timaios 50c, vgl. 52a. – 2 vgl. Aristoteles: Metaphysik 414a, 1032b. – 3 ders., Metaphysik VII, 3, übers. v. Th. A. Szlezák (2003) 1029a2–5. – 4 vgl. Lausberg Hb. § 46, 48 sowie B.-J.

Schröder: Art. «Materia», in: HWRh, Bd. 5 (2001) Sp. 990–996. – 5 vgl. C. O. Brink: Horace on Poetry. Prolegomena to the Literary Epistles (Cambridge 1963) 56ff.; Diomedes: Ars grammatica, in: Gramm. Lat. Bd. 1, lib. III, 15–20. – 6 Ps.-Long. Subl. 13 4. – 7 Plotin: Enneaden, in: Plotins Schr., übers. von R. Harder, Bd. 1 (1956) I, 6, 3. – 8 ders.: Enneaden, in: Plotins Schr., übers. von R. Harder, Bd. 3 (1964) V, 8, 2. – 9 ebd. V, 8, 2. – 10 ebd. V, 8, 3. – 11 ebd. V, 8, 1. – 12 vgl. Augustinus: Tractatus in Johannem I n. 17, in: ML 34, 1387. – 13 Robert Grosseteste: De unica forma omnium, in: C. Baumecker, G. v. Hertling (Hg.): Beitr. zur Gesch. der Philos. des MA, Bd. 9 (1912) 106 und 109. – 14 ebd. 109; Übers. von R. Assunto: Theorie des Schönen im MA (1996) 223. – 15 vgl. ebd. 109. – 16 Meister Eckhart: Expositio S. Evangelii Secundum Johannem I, cap. I, v. 1–2, 30, in: ders.: Die lat. Werke, Bd. 3, I, übers. von K. Christ, hg. im Auftrag d. DFG (1994) 23. – 17 Thomas von Aquin: Summa theologiae, cura et studio P. Caramello, cum textu et recensione Leonina, Pars I, Quaestio 15, a.1, vgl. Quaestio 44, a. 3. – 18 ders.: Quaestiones disputatae de veritate, Quae. 3, a. 5, in: Opera omnia, cura et studio Fratrum Praedicatorum (1975) XXII, I, 112; vgl. G. Menschling: Zur konstitutiven und regulativen Funktion der Ideen bei Thomas von Aquin, in: M. Pickavé (Hg.): Die Logik des Transzendentalen (2003) 203. – 19 Thomas von Aquin: Summa theologiae, Pars I, Quae. 1, a. 9; Pars I-II, Quae. 101, a. 2. – 20 Galfred, V. 213–216, in: Faral, V. 213–217, 203; U. Eco: Kunst und Schönheit im MA (1991) 163. – 21 Galfred, V. 43–61, übers. nach Assunto [14] 217f.; vgl. Faral 198f. – 22 Matthäus von Vendôme: Ars versificatoria, III, 1, u. III, 2, in: Faral 167f., übers. nach Assunto [14] 211. – 23 Dante Alighieri: Convivio II, 1, in: Tutte le opere, hg. von der Società Dantesca Italiana (Florenz² 1961); Übers. Assunto [14] 239. – 24 vgl. Scaliger, Bd. I, Lib. I, cap. II, 89. Anm. 63; Diomedes [5] III, 473, 15–20. – 25 ebd. cap. II, 90. – 26 ebd. cap. II, 89. – 27 ders., cap. I, 59. – 28 ebd. cap. I, 59. – 29 vgl. hierzu L. Deitz, in: Scaliger [24] 89f. zu R. Wills: De re poetica, übers. von A.D.S. Fowler (Oxford 1958) 54, 56; B. Jonsson: Discoveries (1640/41), hg. von M. Castelain (Paris 1906) § 130, 120f. – 30 Sir Ph. Sidney: The Defence of Poesie, hg. v. W. Clemen (1950) 29. – 31 ebd. 43. – 32 J.G. Schottelius: Ausführliche Arbeit Von der Deutschen HauptSprache (1663, ND 1967) Bd. 2, 1011, Strophe 95,1; vgl. A. Schulz: Art. «Stoff», in: RDL³ Bd. 3 (2003) 521–522. – 33 vgl. J.J. Bodmer: Crit. Abh. von dem Wunderbaren in der Poesie (1740, ND 1966) 3 u. 49f. – 34 A.G. Baumgarten: Ästhetik, § 565, 542/3. – 35 Sulzer, Art. «Gebäude», Bd. 2, 313. – 36 ebd., Art. «Schön», Bd. 4, 306. – 37 ebd., Art. «Werke des Geschmacks; Werke der Kunst», Bd. 4, 727. – 38 ebd. 727–730. – 39 ebd., Art. «Beweisarten», Bd. 1, 390–393, hier 391. – 40 G. Campbell: Die Philos. der Rhet., aus dem Engl. mit Anm. begleitet, und auf die dt. Sprache angewandt von D. Jenisch (1791) 147; vgl. ders.: The Philosophy of Rhetoric, hg. von L.F. Bitzer, D. Potter (Carbondale 1963) cap. 4, 32. – 41 ebd. cap. 4, 35. – 42 J.J. Eschenburg: Entwurf einer Theorie und Lit. der schönen Wiss. Zur Grundlage bey Vorlesungen (1783) 208f.; vgl. J.A. Ernesti: Prolegomena de artis bene cogitandi et bene dicendi conjunctione, in: ders.: Opuscula Oratoria (Leiden 1762) 134. – 43 Kant KU § 45, B 179, A 177. – 44 ebd. § 52, B 214, A 211, 212. – 45 ebd. § 47, B 186, 184. – 46 ebd. § 49, B 193, A 190. – 47 ebd. § 49, B 198, A 195. – 48 ebd. § 49, B 199, A 196. – 49 J.A. Eberhard: Theorie der schönen Wiss. Zum Gebrauche seiner Vorles., hg. von J.A. Eberhard (1783) 17f. – 50 F. Schiller: Über die ästhet. Erziehung des Menschen, 11. Brief, in: Schillers Werke. Nationalausg., Bd. 20/1: Philos. Schr., hg. von B. v. Wiese (1962) 342f. – 51 ebd. 12. Brief, 345, vgl. 345ff. – 52 ebd. 22. Brief, 382. – 53 ebd., 27. Brief, 409. – 54 vgl. F. Schiller: Briefe an Körner (Febr./März 1793), in: Werke, hg. von E. und H. Nähler, Bd. 26 (1992) 190–229, vgl. 224f. – 55 Chr. Fr. Michaelis: Über den Geist der Tonkunst, Mit Rücksicht auf Kants Kritik der ästhet. Urteilskraft, 2 Bde. (1795, 1800). – 56 J. W. v. Goethe: West-Östlicher Divan, Teil 1: Besserem Verständnis, in: Sämt. Werke, Frankfurter Ausg. (1994) I, 3/1, 196. – 57 ders.: Maximen und Reflexionen, Kunst und Künstler, in: Werke, Hamburger Ausg., Bd. 12 (1953) 754; vgl. Aus Kunst und Altertum V, 3 (1826), Einzelnes, 289, in: Weimarer Ausg. (WA), Abt. I, 48, Bd. 55 (1987) 182. – 58 ders.: Maximen und Reflexionen über Kunst, Aus Wilhelm Meisters Wanderjahren, in: WA, Abt. I, 48, Bd. 55 (1987) 196–199. – 59 J.G. Herder: Kalligone. Vom Ange-

nehmen und Schönen, 1. Theil 1800, in: Werke, hg. v. B. Suphan (1880) Bd. 22, 102. – 60 G.W.F. Hegel: Vorles. über die Ästhetik, hg. v. R. Bubner (1971) Teil III: Die Poesie, Einl. α, 13. – 61 ebd. – 62 ebd., Einl. α, 17. – 63 F.W.J. Schelling: Philos. der Kunst (1859, ND 1990) 49. – 64 ebd. 124. – 65 ebd. 50. – 66 vgl. ebd. 102ff. – 67 Novalis: Fichte-Stud., 2. Handschriftengruppe, in: H.-J. Mähl (Hg.): Werke, Bd. 2: Das philosoph.-theoretische Werk (1978) 93. – 68 J. Paul: Vorschule der Ästhetik, III. Programm: § 14, Instinkt des Genies oder genialer Stoff, in: Sämtliche Werke, Abteilung I, V, hg. v. N. Miller (2000) 62f. – 69 ebd. 64. – 70 vgl. K.K. Pohlheim: Die Arabeske. Ansichten und Ideen aus F. Schlegels Poetik (1966) 114. – 71 H. A. Schott: Die Theorie der Beredsamkeit mit besonderer Anwendung auf die geistliche Beredsamkeit in ihrem ganzen Umfange dargestellt, I. Teil (²1828) 154. – 72 ebd. 155. – 73 ebd. 157. – 74 ebd. 162f. – 75 ebd. 164f. – 76 J.J. Eschenburg's Entwurf einer Theorie und Lit. der schönen Redekünste, völlig umgearb. Ausg. von M. Pinder (²1836) § 4, 3. – 77 ebd. § 23, 25. – 78 ebd. § 21, 23. – 79 vgl. Chr. H. Weiß: System der Aesthetik als Wiss. von der Idee der Schönheit (1830) 7. – 80 R. Zimmermann: Gesch. der Ästhetik als philos. Wiss. (Wien 1858) T. 1, 579. – 81 vgl. F. Th. Vischer: Aesthetik, hg. v. R. Vischer, Bd. 6 (²1923) § 836, 7 und Bd. 3 (²1922) § 490, 10. – 82 ebd. Bd. 1: Metaphysich des Schönen (²1922) § 53, 150. – 83 ebd. § 54, 151. – 84 ebd. § 54, 152. – 85 ebd. § 54, 153. – 86 vgl. ebd. § 55, 154. – 87 vgl. ebd. § 55, 155; vgl. auch Schiller [52]. – 88 ebd. Bd. 3, § 490, 9. – 89 ebd. Bd. 6, § 836, 9. – 90 ebd. Bd. 6, § 836, 6. – 91 ebd. § 836, 9. – 92 ebd. § 926, 377. – 93 ebd. § 926, 379. – 94 vgl. K. Städtke: Art. «Form», in: K. Barck u.a. (Hg.): Ästhet. Grundbegriffe, Bd. 2 (2001) 462–494.

Literaturhinweise:

L. Polak: S., Gehalt und F., in: Neophilologus 4/1 (1919) 33–47. – O. Walzel: Gehalt und Gestalt im Kunstwerk des Dichters (1929). – C. v. Bormann, W. Franzen, A. Krapiec, L. Oeing-Hanhoff: Art. «F. und Materie», in: HWPh, Bd. 2 (1972) Sp. 977–1030. – W. Tatarakiewicz: F. in the History of Aesthetics, in: Dictionary of the History of Ideas, hg. v. Ph. P. Wiener, Bd. 2 (1973) 216–225. – E. Cassirer: Freiheit und F. (1922), in: Gesamm. Werke, Bd. 7 (2001). – D. Burdorf: Poetik der F. Eine Begriffs- und Problemgesch. (2004).

A. Eusterschulte

→ Aristotelismus → Ars → Ästhetik → Dichter → Genie → Inspiration → Kunst → Materia → Phantasia → Philosophie → Platonismus → Redner, Rednerideal → Schöne, das; Schönheit → Werk

Strategie (griech. στρατηγική (τέχνη), stratēgiké (téch-nē); engl. strategy; frz. stratégie; ital. strategia)

A. Def. – B. Gesch. des S.-Begriffs in Rhet. und Militärdoktrin. – C. Der S.-Begriff in verschiedenen Fachdisziplinen der Gegenwart: I. Mathematik/Spieltheorie. – II. Management- und Werbetheorie der Ökonomik. – III. Politikwissenschaft. – IV. Psychologie. – D. Der S.-Begriff in Rhet. und Kommunikationsforschung: I. Praktische Rhet. (monologische und dialogische Rede). – II. Argumentationsforschung. – III. Psychologische Kommunikationsforschung. – IV. Linguistische Gesprächsforschung. – V. Textrhetorik und linguistische Textforschung.

A. Def. Der S.-Begriff wurde in der älteren Geschichte der Rhetoriktheorie nie explizit hervorgehoben, war aber als implizite Hintergrundkategorie stets präsent, denn die Rhetorik ist im Kern als «strategische Kommunikation» aufzufassen.[1] Auf den analytischen Ebenen von Interaktion und Textproduktion ist der strategische Ansatz, also das vorausschauend-reflektierte Planen von Handlungen und Formulierungen, für den Orator konstitutiv. Deshalb muß die theoretische Größe «S.» heute zu den erstrangigen Systembegriffen der Rhetorik gerechnet werden. S. beziehen sich sowohl auf die weiträumig in den Blick genommenen Kommunikationszusammenhänge als auch auf die Vertextungslehre

im engeren Bereich des oratorischen Tuns. «Die Rhetorik hat sich schon immer vorrangig dafür interessiert, wie es dem Orator gelingt, im Text spezielle Botschaften aufzubauen. In ihnen ist auf der Bedeutungsebene die Ziel- und Partnerbezogenheit jeglicher Textproduktion kondensiert, von der Texttheoretiker wie van Dijk und Kintsch in ihrem «Strategiemodell» ausgehen.» [2]

Allerdings hat es von Seiten geisteswissenschaftlich-philologischer, philosophischer und soziologischer Theorien lange Zeit Vorbehalte gegenüber der Kategorie «S.» gegeben. Hier ist an erster Stelle J. HABERMAS mit seiner Theorie des kommunikativen Handelns zu nennen. [3] Seine Vorstellung von Rhetorik (und damit verbunden auch vom gesamten S.-Ansatz) ist geprägt von den Propaganda-Erfahrungen der Nazizeit; diesen möchte er eine Theorie der Kommunikation in der Demokratie entgegenstellen. Für Habermas sind das kommunikativ-konsensuelle und das teleologisch-strategische Handeln zwei distinkte und zugleich antagonistische soziale Interaktionstypen. Das strategische Handeln faßt er als parasitäres, erfolgsorientiertes, egozentrisches, zweckrationales und nutzenmaximierendes Derivat des für die Demokratie besser geeigneten, verständigungsorientierten und soziale Bindungen und Kooperation stiftenden Kommunikationshandelns im herrschaftsfreien Diskurs. Wie P.-P. KÖNIG – stellvertretend für eine Reihe anderer Kritiker – jedoch nachvollziehbar dargelegt hat, ist die dichotomische Unterscheidung eines strategischen Handelns von einem kommunikativen Handeln weder begrifflich noch sachlich haltbar, da beides Handeln auf Erfolg zielt und methodisch verständigungsorientiert geschehen kann. [4] Nach B. STRECKER ist das kommunikative Handeln sogar als Teilmenge des strategischen Handelns aufzufassen. [5] Die moderne Rhetoriktheorie setzt ihrerseits ein Realismuspostulat gegen die gedanklich bereinigte, philosophisch abstrakte Idealkonstruktion herrschaftsfreier Diskursbedingungen, wie sie Habermas postuliert. [6]

In literaturwissenschaftlichen Zusammenhängen treten und treten ebenfalls immer wieder unter der heute als fragwürdig erkannten *l'art pour l'art*-Prämisse der sog. Kunstperiode Vorbehalte gegen die Vorstellung rhetorisch-strategischer Konstruktion von Text auf. Davon berichtet auch K. BURKE 1941 in seiner «Philosophy of Literary Form». [7] In neuerer Zeit hat sich dies geändert. So findet man etwa in «Reading Poetry» (1996) von FURNIS/BATH die Kapitelüberschrift «Textual Strategies». [8] Freilich machen die dann folgenden Ausführungen (zur Figuration und Metapher sowie zum Vortrag von Dichtung und zur Ambiguität) klar, daß der Begriff «S.» ohne klare Konzeptionierung verwendet wird. Diese Beliebigkeit im Umgang mit dem S.-Begriff läßt sich auch sonst vielfach beobachten. Als rhetorischer Terminus technicus muß der Begriff «S.» daher erst einmal definitorisch klar gefaßt und von anderen, benachbarten bzw. subsumierbaren Begriffen (wie *Taktik*, *Operation* und *Technik*) abgegrenzt werden:

Eine *rhetorische S.* ist das auf einen komplexen kommunikativen Prozeß bezogene Erfolgs- und Effektivitätskalkül des Orators, in dessen Mittelpunkt die Analyse der relevanten Ziel-Widerstand-Mittel-Relationen steht. Dieses rhetorisch-strategische Kalkül ist ein antizipatorisches Kalkül. Analytisch betrachtet ist es auf der Planungsebene angesiedelt, betrifft also noch nicht die kommunikativen Handlungen selbst. Als Handlungsplan für den Gesamtprozeß bewußten rhetorischen Handelns (gerichtet auf Persuasion [9]) muß es erst rea-

lisiert werden. Die Planungsüberlegungen beziehen sich vor allem auf die Frage, welche der zur Verfügung stehenden Interventionsmittel angesichts der konkreten Widerstandsbedingungen auf welche Weise sinnvoll eingesetzt werden können, um das kommunikative Ziel (Metabolie, Systase) [10] zu erreichen. Für den Orator wird die S. dann als eine Art Masterplan handlungsleitend. Der strategische, auf alle Prozeßfaktoren bezogene *Gesamtplan* kann und muß gegebenenfalls mit Rücksicht auf sich ändernde Umstände während der laufenden Operationen nachjustiert, modifiziert oder gar revidiert und neu konzipiert werden.

Eine *Taktik* ist eine punktuelle, d. h. lokal, temporal und (prozeß-)sektoral begrenzte *Teilstrategie*, mit deren Hilfe der Orator aus dem schon ablaufenden Kommunikationsgeschehen heraus auf unvorhergesehene Umstände reagieren kann. Sie befindet sich damit auf einer unterhalb der strategischen Ebene angesiedelten Planungsebene und befaßt sich insbesondere mit situationsbedingt erforderlich gewordenen Reaktionen des Orators auf Widerstände, die im strategischen Planungsprozeß nicht antizipiert bzw. berücksichtigt werden konnten. Eine kommunikative Taktik wäre es in diesem Sinn also, wenn eine politische Partei im laufenden Wahlkampf durch neue, auf spezielle Zielgruppen zugeschnittene Kampagnen kurzfristig auf Umfrageergebnisse reagiert. Eine solche kurzfristige taktische Überlegung bleibt aber der Gesamtstrategie unterstellt.

Eine *Operation* ist nicht mehr auf der Planungsebene, sondern auf der Handlungsebene angesiedelt. Der Begriff bezeichnet die praktische Umsetzung der S. durch konkrete Maßnahmen und Handlungsabläufe sowie deren Zusammenhänge (Wahlkampagne, Agitation, Produktwerbung, Missionierung, PR-Kampagne usw.).

Der Begriff *Technik* bezieht sich auf der Handlungsebene auf erfahrungsbewährte, durch Lernprozesse anzueignende und stabilisierbare Umgangsweisen mit den medialen und textuellen Instrumenten. Als eingeübte Handlungsroutrinen und Verhaltensautomatismen ermöglichen Techniken eine Entlastung des kognitiven Apparates.

B. Geschichte des S.-Begriffs in Rhetorik und Militärdoktrin. Strategisches Denken gibt es von alters her, weil Individuen, Gruppen und Gesellschaften nur mit Hilfe von S. ihre Ziele unter komplexen Bedingungen ökonomisch und effektiv erreichen können. Unter den antiken Denkern befaßt sich insbesondere ARISTOTELES systematisch mit wichtigen Bereichen des menschlichen Handelns und sozialen Interagierens, für die wir in der modernen Episteme die Kommunikations-, Sozial- und Verhaltenswissenschaften (einschließlich ihrer verschiedenen Zweige, z.B. die Rhetorik und die Textwissenschaften) als zuständig erachten. Aristoteles' Schriften zur Dialektik, Ethik und Politik sowie zur Poetik und Rhetorik legen Zeugnis davon ab. In ihnen wird ein methodischer empirischer Realismus deutlich, der darauf zurückzuführen ist, daß es sich um disziplinäre Fragestellungen handelt, die in ihrer Relevanz an die konkrete Praxis in der Polis zurückgebunden waren. Vor diesem Hintergrund definiert Aristoteles die Rhetorik als *Techne* (d. h. als eine Fachtheorie mit produktionstheoretisch ausgerichteten, handwerklichen Komponenten). Solche *Technai*, wie sie unter anderem auch für die bildenden Künste existierten [11], entstanden im Umfeld der Politik ebenfalls auf dem Gebiet der Militärkunde [12]. Dabei bezeichnet das Wort στρατηγία, *stratēgia* selbst in der griechischen Antike noch nicht die Kriegskunst – für

diese steht der Ausdruck στρατηγική (τέχνη oder ἐπιστήμη), strategikē (technē oder epistēmē), sondern das Amt bzw. die Amtszeit eines Feldherrn (στρατηγός, strategós; wörtlich: «Heerführer» [13]). Der einzelne strategische oder taktische Kunstgriff, die Kriegsliste, heißt στρατήγημα, strategēma, das militärische Handbuch στρατηγικόν, strategikón oder τακτικόν, taktikón bzw. pluralisch στρατηγικά, strategiká oder τακτικά, taktiká. [14] Von der reichen Militärliteratur der Griechen, Römer und Byzantiner ist nur wenig erhalten, etwa ein Teil der Kriegs- oder Belagerungskunst (Πολιορκητικά, Poliorkētiká) von ΑΙΝΕΙΑΣ dem Taktiker (griech. τακτικός, taktikós), einem Zeitgenossen des Aristoteles aus dem 4. Jh. v. Chr. [15] sowie aus dem 1. Jh. n. Chr. die «Strategemata» des S. IULIUS FRONTINUS, eine geordnete Exempelsammlung von erfolgreichen militärischen Maßnahmen und Kriegslisten griechischer, römischer, karthagischer usw. Feldherren. [16] Strategische und taktische Probleme behandelt auch das dritte Buch der «Epitoma rei militaris» des spätantiken Fachschriftstellers P. VEGETIUS RENATUS. [17]

Wenn Aristoteles seine Rhetorik einordnet, dann bringt er sie einerseits mit der Poetik als korrespondierender Vertextungslehre in Zusammenhang, andererseits mit der Dialektik, bei der es ebenso wie bei der Rhetorik um Beweiskunst geht. In verhaltenswissenschaftlicher Hinsicht ordnet er die Rhetorik der Politik zu: «So ergibt sich, daß die Rhetorik so etwas wie ein Seitenzweig der Dialektik und der Beschäftigung mit Handlungs- oder Verhaltensweisen (ἦθη, êthē) ist, die zu Recht auch als politische Wissenschaft bezeichnet wird.» [18]

Auf dem Feld der Kommunikation und Politik hatten sich alle in den Technai niedergelegten Theorien und Lehrsätze (*praecepta*) praktisch zu bewahren. Insofern beachteten auch viele Technographen späterer Epochen den genannten empirischen Realismus. Er «drückt sich in folgendem aus: 1. strenge Eingrenzung eines Diskurs- oder Handlungsfeldes (also Reden für sich betrachtet; Kriegsführen für sich genommen usw.), 2. Herausarbeiten handlungsfeldspezifischer Operationen mit ihren Techniken (Rede- oder Kriegstechniken), 3. induktive Methode bei der Ausarbeitung feldspezifischer Handlungsmaximen (Beobachtung gegenwärtigen Handelns im Handlungsfeld oder Zusammenstellung historischer Beispiele, Ableiten von Regeln).» [19]

Die antiken Technographen und ihre späteren Schüler, z. B. MACHIAVELLI [20], kannten sich gut in der Fachschriftstellerei benachbarter Disziplinen aus. So erklärt sich etwa auch der leicht parodistische Charakter der ebenfalls «verhaltenswissenschaftlich» angelegten «Liebeskunst» («Ars amatoria») des OVID (43 v. Chr. – 17 n. Chr.), die sich vielfach unausgesprochen auf rhetorische und militärtheoretische Ansätze bezieht. Dies hängt damit zusammen, daß Rhetorik und Kriegskunst in methodisch-strukturaler Hinsicht wichtige Gemeinsamkeiten haben, die in den Begriffen des Strategen und der S. koinzidieren. Die Vorstellungen von der Lenkung eines Heeres oder der Heerführung, für die in der griechischen Militärdoktrin der Begriff der «Strategik» (στρατηγική, strategikē) steht, und der rhetorischen Lenkung des menschlichen Bewußtseins, für die PLATON den Begriff der «Seelenleitung» (ψυχαγωγία, psychagōgía) fand [21], liegen strukturell eng beieinander.

In seiner «Institutio oratoria» erklärt QUINTILIAN dementsprechend die Rhetorik bzw. das oratorische Handeln mit Hilfe der Feldherrenmetapher. Danach ist

die Rhetorik als strategische Möglichkeitskunst aufzufassen, die sich auch begrenzter Taktiken bedienen muß: «Die Rhetorik würde eine recht leichte, unbedeutende Angelegenheit, ließe sie sich so in einer einzigen, kurzen Anweisung zusammenfassen. Vielmehr ändert sich fast alles je nach dem Fall, den Zeitumständen, der Gelegenheit und dem Zwang der Verhältnisse. Deshalb ist die Hauptsache beim Redner die Überlegung (*consilium*), weil sie Spielraum läßt und sich dem jeweiligen Schwerpunkt der Lage anpaßt. Was hat es denn für einen Sinn, einem Feldherrn (*imperator*) vorzuschreiben, jedesmal wenn er eine Kampflinie bildet, solle er die Front geradrichten, auf beiden Seiten die Flügel vorziehen und vor den Flügeln die Reiterei aufstellen? Das wird zwar vielleicht die beste Methode sein, wenn es sich durchführen läßt, aber es wird sich verändern nach der Geländebeschaffenheit, wenn ein Berg im Wege steht, ein Fluß den Weg versperrt, Hügel, Wälder und andere Geländeschwierigkeiten es verbieten. Zur Änderung wird der Feind zwingen, mit dem man es gerade zu tun hat, zur Änderung auch die kritische Lage des Augenblicks (*praesentis condicio discriminis*): bald wird man frontal, bald in Keilform, bald mit Hilfstruppen, bald mit dem römischen Aufgebot den Kampf führen, manchmal wird es sich bewähren, sogar kehrtzumachen und Flucht vorzutauschen. So wird auch der jeweilige Fall lehren, ob ein Prooemium notwendig oder überflüssig, kurz oder länger, in der ganzen Rede an den Richter direkt oder manchmal indirekt in einer Figur (*per aliquam figuram*) gerichtet sein soll, ob die Erzählung (*narratio*) straff oder in breiterem Erguß, hintereinander oder in verschiedenen Abschnitten, der Reihe nach oder in umgekehrter Reihenfolge verlaufen soll (*continua an divisa, recta an ordine permutato*) und ebenso bei der Anordnung der Streitpunkte.» [22]

Schon CICERO sucht den Vergleich mit der Kriegskunst, wenn er schreibt: «Kampf und Feldschlacht (*pugna et acies*) stellen andere Anforderungen als ein Spiel (*ludus*) auf unserem [rhetorischen] Marsfeld» [23]; und: «eine Oratio hat eine solche Macht, daß sie nicht nur den Wankenden vollends gewinnen oder den Stehenden ins Wanken bringen kann, sondern auch den Ablehnenden und Widerstrebenden wie ein energischer, tüchtiger Feldherr (*ut imperator fortis ac bonus*) zu bezwingen weiß» [24].

«Die Feldherrenmetapher akzentuiert die Problematik jeglicher schematischen Konventionalität und thematisiert Praktikabilität, Pragmatik, Situationsangemessenheit, Fakultativik und Reaktionskompetenz des Orators.» [25] In diesem Sinne erläutert Quintilian: Die rhetorischen «Vorschriften (*praecepta*) sind ja nicht durch Gesetzesantrag oder Volksbeschluß geheiligt, sondern alles, was sie bieten, hat der Nützlichkeitsgedanke ersonnen (*utilitas excogitavit*)» [26]. Das Hauptgebot lautet im Sinne des Angemessenheitsprinzips: «zwei Gesichtspunkte soll der Orator bei jeder seiner kommunikativen Handlungen (*in omni actu*) berücksichtigen: [1.] was sich schickt und [2.] was sich bewährt (*quid deceat, quid expedit*). Es bewährt sich aber oft, von der überkommenen festen Ordnung etwas zu ändern.» [27] Quintilian ruft damit einerseits zur Beachtung des Angemessenheitspostulats (*apium*) auf, andererseits aber auch zum kreativen Umgang mit den konkreten Lagebedingungen. Das geistige Vermögen (*ingenium*) erlaubt es den meisten Menschen, diese Kreativitätsanforderung umzusetzen. [28] Insofern kommt den kognitiven Fähigkeiten des Orators

und damit der Schulung seiner analytischen und seiner vorausschauend-strategischen Kompetenz (wofür bei Quintilian der Begriff *consilium* ‚Überlegung‘ steht) die allergrößte Bedeutung zu: «Ich begnüge mich zu sagen, daß nicht nur beim Reden, sondern überhaupt im Leben nichts den Vorrang hat vor der Überlegung (*consilium*) und daß ohne sie die anderen Kunstmittel vergebens gelehrt werden und selbst ohne wissenschaftliche Ausbildung Klugheit (*prudencia*) mehr ausmacht als die Lehre der Wissenschaft (*doctrina*) ohne Klugheit. Auch die Rede den örtlichen, zeitlichen und persönlichen Verhältnissen entsprechend einzurichten (*aptare*), gehört zur Leistung der Überlegung.» [29]

Seit der Antike sind der Kriegskunst und der Rhetorik verschiedene Theorieelemente gemeinsam, die sich aus dem handlungstheoretischen Ansatz beider Disziplinen ergeben [30]:

1. *Actor-Zentrierung*. Rhetorik und Kriegskunst setzen in ihrer Theoriebildung bei den Problemen der Handlungsrolle Orator bzw. στρατηγός, strategós (Feldherr) an. Systemische Überlegungen finden hier ihren Fluchtpunkt. In Machiavellis ‚Principe‘ (1513) nimmt diese Handlungsrolle der Alleinregent ein, in seinen ‚Discorsi‘ der gerade in irgendeiner Verantwortung für die Republik stehende Bürger, in seiner ‚Kriegskunst‘ wiederum der Feldherr. [31]

2. *Strategisches Kalkül*. Beide Disziplinen schreiben der Handlungsrolle des lenkenden Akteurs (Orator bzw. Feldherr) ein strategisches bzw. teleologisches, d. h. zielgerichtetes Kalkül zu. Machiavelli faßt dies in seiner ‚Kriegskunst‘ (1521) in dem lapidaren Satz zusammen: «Jeder der Krieg führt, setzt sich das Ziel vor, das Feld gegen jede Art von Feind behaupten zu können, und am Tag der Schlacht den Sieg davon zu tragen.» [32] Implikatur dieser Äußerung ist, daß eine Krise vorliegen muß, die besonderes Vorgehen verlangt. Wenn alles wie gewohnt läuft, sind weder Rhetorik noch Krieg gefragt. Im Krisenfall aber haben sowohl der Orator als auch der Imperator (der Feldherr) zu überlegen, wie die Lage ist, was als taktisches Teilziel, was als strategisches Gesamtziel zu gelten hat. Bei Quintilian wie bei Machiavelli ist diese strategie-analytische Kompetenz gefragt.

3. *Organon-Kalkül*. Beide Disziplinen, Rhetorik wie Kriegskunst, verlangen, die operativ-technischen Mittel (die Instrumente) möglichst genau eingestellt bei den Interaktionspartnern anzusetzen. Wir können hier von instrumenteller, technischer oder operativer Kompetenz beim strategisch Handelnden sprechen.

Spätestens auf dieser dritten Ebene treten Rhetorik und Kriegskunst auseinander. Insofern gibt es zwischen Militärdoktrin und Rhetoriktheorie eine klare Trennungslinie. Der Krieg und die Rhetorik sind nämlich hinsichtlich ihrer Interaktionsweisen und allem, was damit instrumentell zusammenhängt, kategorisch zu trennen. Bei der Rhetorik handelt es sich um symbolische Interaktion (sich: Kommunikation). Im Fall des Krieges dagegen handelt es sich um nicht-symbolische Interaktion, um bloße ‚Handlungsmechanik‘ (im Krieg heißt diese Mechanik ‚Gewalt‘, ansonsten einfach ‚physische Krafterwirkung‘ oder ‚technische Maßnahme‘). Im Fall der Rhetorik ist das eingesetzte Instrument (d. h. meistens sprachliche Texte) als Stimulus definiert, im Fall des Krieges mit seinen Tötungsmaßnahmen als Mechanismus. In der Rhetorik führen die Instrumente im Erfolgsfall zu Macht [33] auf konsensueller Basis, der gewonnene Krieg führt zu Gewaltherrschaft, zumindest vorläufig, sonst hätte man den Krieg nicht führen müs-

sen. Einen Sonderfall stellen die S. der indirekten und symbolischen Kriegführung dar, die man mit K. Burke der ‚administrative rhetoric‘ zuordnen kann. [34]

Die heute in vielen Theoriezusammenhängen der Mathematik, Kognitions-, Kommunikations-, Sozial- und Verhaltenswissenschaften verwendeten Begriffe ‚S.‘ und ‚Taktik‘ haben also ihre theoretische Wurzel in den Lehren zur Kriegführung. In der Neuzeit liefert der preußische General und Kriegstheoretiker C. VON CLAUSEWITZ in seinem postum erschienenen Hauptwerk ‚Vom Kriege‘ (1832–34) die maßgebliche Definition: «Es ist also nach unserer Einteilung die *Taktik* die Lehre vom Gebrauch der Streitkräfte im Gefecht, die *Strategie* die Lehre vom Gebrauch der Gefechte zum Zweck des Krieges.» [35] In dieser Definition sind verschiedene Handlungsebenen ineinander verschachtelt. Die oberste Ebene ist der Krieg, den es zu gewinnen gilt. Der Krieg ist nach Clausewitz «ein Akt der Gewalt, um den Gegner zur Erfüllung unseres Willens zu zwingen» [36]. Um dieses Ziel zu erreichen, muß der Feldherr eine S. ausarbeiten, die den «Gebrauch der Gefechte zum Zweck des Krieges» betrifft. Unter Gefechten sind komplexe Operationen bzw. höher organisierte Handlungskomplexe zu verstehen, die nur aufgrund eines Handlungskonzepts (also einer S.) sinnvoll ins Spiel gebracht und gelenkt werden können. Die Taktik als Lehre vom konkreten Gebrauch der Kriegsinstrumente («Gebrauch der Streitkräfte im Gefecht») kommt nun innerhalb der einzelnen Gefechte ins Spiel. Die Taktik ist also auf das jeweilige Gefechtsfeld bezogen, wofür nicht mehr der Feldherr, sondern mit Blick auf die jeweilige Gefechtslage «der Unterführer verantwortlich zeichnet». [37]

Die S. müsse «dem ganzen kriegerischen Akt ein Ziel setzen, welches dem Zweck desselben entspricht, d. h. sie entwirft den Kriegsplan, und an dieses Ziel knüpft sie die Reihe der Handlungen an, welche zu demselben führen sollen, d. h. sie macht die Entwürfe zu den einzelnen Feldzügen und ordnet in diesen die einzelnen Gefechte an». [38] Die S. darf nach Clausewitz jedoch nicht im Bereich des Antizipatorisch-Projektiven verweilen; vielmehr muß sie, so Clausewitz, «mit ins Feld ziehen [...], um das Einzelne an Ort und Stelle anzuordnen und für das Ganze die Modifikationen zu treffen, die unaufhörlich erforderlich werden.» [39] Gegenüber der *Taktik* habe die Theorie der S., so Clausewitz, «unstreitig die größeren Schwierigkeiten, weil die erstere fast nur ein geschlossenes Feld der Gegenstände hat, die letztere aber sich nach der Seite der unmittelbar zum Frieden führenden Zwecke in ein unbestimmtes Gebiet von Möglichkeiten öffnet» [40]. «Je vielgliedriger das Ganze wird [...], um so größer wird offenbar das Feld des Kalküls, also die Herrschaft des überlegenden Verstandes.» [41] Eine S. ist für Clausewitz nicht aus allgemeingültigen Gesetzen ableitbar; sie ist vielmehr abhängig von Talent und Urteilsvermögen des strategischen Akteurs, d. h. des Feldherren bzw. militärischen Führers in den höchsten Stellen. [42]

Die der clausewitzschen S.-Definition zugrunde liegende Zweck-Ziel-Mittel-Dialektik ist Bestandteil vieler späterer S.-Definitionen aus dem Militärbereich, ebenso der Hinweis auf die Grenzen allgemeingültiger Regeln. Neu aufgenommen wird die bei Clausewitz implizit vorhandene, zwischen S. und Taktik angesiedelte Ebene der Operation bzw. höheren Taktik. [43] «Die praktische Durchführung der S. erfolgt in Operationen.» [44]

C. Der S.-Begriff in verschiedenen Fachdisziplinen der Gegenwart. I. Mathematik/Spieltheorie. In die Mathematik wird der S.-Begriff durch J. VON NEUMANN und O. MORGENSTERN eingeführt. [45] In seiner allgemeinen Form läßt sich der spieltheoretische S.-Begriff mit M. D. DAVIS wie folgt bestimmen: «Eine *Strategie* in der Spieltheorie ist ein vollständiger Handlungsplan, der beschreibt, wie sich ein Spieler in jeder möglichen Situation verhalten wird.» [46] Nach der Spieltheorie ist eine S. also ein vorab gefaßter Plan eines Spielers, der eindeutig angibt (oder vorschreibt), welche Spielzüge (Aktionen) er in Abhängigkeit von den möglichen und wahrscheinlichen Spielzügen (Reaktionen) eines Gegners in jeder denkbaren Entscheidungssituation des Spiels wählt (oder wählen sollte). Hier klingt bereits der wichtige Unterschied zwischen der von einem Spieler nur subjektiv für optimal gehaltenen S. und der statistisch objektiv als optimal nachweisbaren S. eines Spielers an (Dimension «subjektiv – objektiv»).

II. Management- und Werbetheorie der Ökonomik. Im allgemeinen bezeichnet der ökonomische S.-Begriff einen Plan, der die Schritte und Mittel zur Erreichung mittel- oder langfristiger Unternehmensziele festlegt; zum Erreichen kurzfristiger Ziele – z.B. der Behebung temporärer Engpässe und Schwächen auf dem Markt – ist die Taktik zuständig. [47] So bestimmt z.B. A. D. CHANDLER, einer der Pioniere des Strategischen Managements, «S.» als «die Festlegung der grundsätzlichen langfristigen Leit- und Teilziele eines Unternehmens und die Wahl von Vorgehensweisen sowie die Allokation von Ressourcen, welche zum Erreichen dieser Ziele notwendig sind» [48]. An diese klassische Definition lehnen sich viele spätere Autoren an [49], wobei, wie immer wieder konstatiert wird, eine einwandfreie und erschöpfende S.-Definition in der ökonomischen Fachliteratur kaum ausfindig zu machen ist. [50] Besonders auffallend ist, daß Begriffe wie «S.», «Ziel», «Mittel» oder «Operation» in der Managementtheorie und -praxis terminologisch oft nicht auseinandergehalten werden. [51] Als Lösung des Problems des willkürlichen, selten durchdachten Gebrauchs des ökonomischen S.-Begriffs präsentiert H. MINTZBERG die sog. «Five Ps for Strategy» (*plan, ploy, pattern, position, perspective*), die verschiedene Facetten des ökonomischen S.-Begriffs aufzeigen. S. als *plan* (Plan, Handlungsabsicht) enthalte zwei grundlegende Merkmale: S. werden *vor* den Handlungen, für die sie gelten, festgelegt (projektives Kalkül) und *bewußt* entwickelt (Intentionalität). S. als *ploy* (Trick, List) sei ein spezifisches Manöver, das die Überlistung eines Gegners oder Konkurrenten beabsichtigt. S. als *pattern* (Verhaltensmuster) umfaßt für Mintzberg konsistente Verhaltens- bzw. Handlungsmuster. S. als *position* (Position) betrifft die Verortung eines Unternehmens im Markt. Das Verständnis von S. als *perspective* (Perspektive, Sichtweise) lenkt den Blick weg vom Markt hin zum Charakter des Unternehmens, zur Weltanschauung des kollektiven Strategen. Nur durch die Kenntnis der unterschiedlichen Facetten des S.-Begriffs gelinge es, so Mintzberg, sinnvolle Unternehmensstrategien zu entwickeln und zu realisieren. [52]

Im Bereich der Werbung (als Kernbestandteil der marktorientierten Unternehmensführung bzw. des Marketing-Managements) spielt der S.-Begriff ebenfalls eine zentrale Rolle. KROEBER-RIEL/ESCHS verhaltenswissenschaftlich ausgerichtetes Werk «Strategie und Technik der Werbung» [53] steht hinsichtlich des Umgangs mit dem S.-Begriff exemplarisch für viele Publi-

kationen im Marketing- und Werbebereich: Der S.-Begriff ist zwar zentral, eine reflektierte Auseinandersetzung mit dem Terminus oder eine klare Abgrenzung gegenüber benachbarten Begriffen findet jedoch nicht statt. So definieren KROEBER-RIEL/ESCH «S.» nicht explizit, sondern verwenden den Begriff sehr unscharf und stellen ihn häufig auf eine Ebene mit benachbarten Begriffen (z.B. «Ziel»). [54] Ausgehend von der Darlegung der veränderten Bedingungen für die Werbung (i.e. Informationsüberlastung, Dominanz der Bildkommunikation, Marktsättigung, Wertewandel etc.) [55], einer Auseinandersetzung mit grundlegenden Beeinflussungszielen der Werbung (Aktualisierung, Emotion, Information) [56] sowie einer Betrachtung der Angebotspositionierung – d.h. der Abgrenzung gegenüber der Konkurrenz – als marktstrategischem Hauptziel [57], sprechen KROEBER-RIEL/ESCH von vier «Strategien der Werbung», die der Positionierung eines Angebots dienen können [58]: (1) Positionierung durch Emotion und Information, (2) Positionierung durch Information, (3) Positionierung durch Emotion, sowie (4) Positionierung durch Aktualität. [59] Während *Werbestrategien* der Erreichung der Positionierung dienen, betreffen die im Anschluß behandelten *Werbetechniken* (auch: «Sozialtechniken») [60] die Gestaltung der Werbemittel, mit denen die vorgegebenen Werbeziele (Information, Emotion, Emotion und Information, Aktualität) erreicht werden können. [61]

III. Politikwissenschaft. In der 2007 erschienenen Monographie «Politische S.», mit der RASCHKE/TILS «einen wissenschaftlichen Beitrag zur systematischen Grundlegung von Strategie für Politik und Politikwissenschaft leisten» [62] möchten, werden «S.» bestimmt als «erfolgsorientierte Konstrukte, die auf situationsübergreifenden Ziel-Mittel-Umwelt-Kalkulationen beruhen». Unter *erfolgsorientierten Konstrukten* seien «auf wirksame Zielverfolgung gerichtete, praxissteuernde Handlungsanleitungen» zu verstehen, unter *Ziel-Mittel-Umwelt-Kalkulationen* «auf gewünschte Zustände (Ziele) gerichtete, systematisierende und berechnende Denkopoperationen (Kalkulationen) für zielführende Handlungsmöglichkeiten (Mittel), mit Blick auf den situationsübergreifend relevanten Kontext» [63]. Zu den wesentlichen Elementen einer S. zählen Raschke/Tils in Erweiterung ihrer S.-Definition (1) den strategischen Akteur, der (2) die Ziele, (3) die Mittel sowie (4) die Umwelt (5) berechnend verknüpft und das Ergebnis der (6) Kalkulationen in (7) strategisches Handeln übersetzt. Strategische *Akteure* bestimmen sie als «strategisch denkende und agierende Handlungsträger» [64], die prinzipiell Individuen (Politiker) oder Kollektive (Partei, Regierung, Interessenverband) sein können. Strategische *Ziele* sind «Zustände, die Akteure anstreben und mit Hilfe strategischer Operationen zu erreichen suchen»; hierzu zählen sowohl Machtziele (z.B. Gewinnen einer Wahl) als auch Gestaltungsziele (z.B. Durchsetzung einer Reform). [65] Unter strategischen *Mitteln* verstehen sie «Handlungsmöglichkeiten, die auf Wegen und Ressourcen beruhen» [66]; sie beantworten die Frage, mit welchen Maßnahmen (z.B. Kampagne, Koalition, Gesetz) der gewünschte Zustand im Einzelnen erreicht werden kann, sind aber noch nicht die strategischen Handlungen selbst, sondern nur denkbare, antizipatorisch im Betracht gezogene Mittel. [67] Die strategische *Umwelt* ist «der jeweils relevante Kontextausschnitt [...], der für das strategische Handeln der Akteure in besonderer Weise Voraussetzung und Wirkung ist» [68]. Er besteht aus in-

dividuellen und kollektiven Akteuren, deren Handeln Einfluß auf den Erfolg des strategischen Akteurs ausübt.[69] Strategische *Kalkulationen* bestimmen Raschke/Tils als «systematisierende, berechnende Denkopoperationen, die stabilisierte Sinnverbindungen zwischen einzelnen, erfolgsrelevanten Elementen entstehen lassen» und «gedachte Wirkungszusammenhänge zwischen den angesteuerten Zielen, vorhandenen Mitteln und relevanten Umweltausschnitten» herstellen; sie sind damit «erfolgsorientierte Vorteilsberechnungen».[70] Zu den strategischen *Handlungen* schließlich werden nur jene Handlungen gezählt, «denen Akteure strategische Qualität zumessen»; sie sind abzugrenzen von nicht-strategischen Handlungstypen (z.B. traditionales, emotionales, spontanes, situatives Handeln), zu denen Raschke/Tils auch das taktische Handeln als «situationsbezogenes Handeln, das auf den Erfolg im Augenblick begrenzt bleibt», zählen.[71] Von der äußerst komplexen Definition der politischen S. gelangen Raschke und Tils zu den Basiselementen des sog. *strategy-making*, d.h. des dynamischen Gesamtprozesses politischer S.; hierzu zählen: (1) Strategiefähigkeit (Führung, Richtung, Strategiekompetenz); (2) Strategiebildung (Ziele, Lage, Optionen, Entscheidung, Strategie) sowie (3) Strategische Steuerung (Strategieanwendung, Leadership, Macht, Erwartungen, Leistungen, Kontrolle und Lernen, Resultat strategischer Politik).[72]

IV. Psychologie. Stellvertretend für die Verwendung des S.-Begriffs in den unterschiedlichen Teildisziplinen der Psychologie [73] soll J. ZEMPELS Dissertation «Strategien der Handlungsregulation» [74] als Forschungsarbeit auf dem Gebiet der psychologischen Handlungstheorie genannt werden. Zempel unternimmt in ihrer Arbeit den Versuch, anhand der Handlungsregulationstheorie von FRESE/ZAPF [75] sowie der Handlungsorganisationstheorie des komplexen Problemlösens von DÖRNER/SCHAUB [76] – den beiden ihrer Meinung nach elaboriertesten Handlungstheorien – ein Modell zur Differenzierung allgemeiner Handlungsstrategien zu entwickeln. Aus Sicht der Handlungstheorie werde «eine Handlung als eine zielgerichtete, durch kognitive Pläne gesteuerte Verhaltenseinheit eines Individuums verstanden» [77]. Ein wesentliches Merkmal der psychologischen S.-Konzeption bestehe darin, daß sie «weder die Intentionbildung noch Inhalte des Handlungsziels umfaßt, sondern nur die Handlungssequenz, die zur Erreichung eines Ziels dient. Die Ausarbeitung und Präzisierung eines gegebenen Handlungsziels ist Teil der Handlungssequenz [...]. D.h. nicht das Handlungsziel selbst, sondern dessen Präzisierung findet im psychologischen Strategie-Konzept Berücksichtigung.» Der S.-Begriff werde in der psychologischen Handlungstheorie für die vereinfachenden Regeln der Informationsverarbeitung und die Muster von Handlungssequenzen verwendet. Den Ausgangspunkt ihrer Differenzierung und Beschreibung von Handlungsstrategien bilden zwei Grundannahmen der Handlungstheorie: Erstens: Handlungen sind hierarchisch organisiert, d.h. es lassen sich verschiedene Ebenen der Handlungsregulation unterscheiden, die von einer unbewußten sensumotorischen Ebene der Muskelaktivierung bis zur vollbewußten intellektuellen Ebene des abstrakten Denkens reichen. Zweitens: Handlungen sind sequentiell organisiert, d.h. sie vollziehen sich als zeitliche Abfolge bestimmter Handlungsschritte. Für diese zweite Grundannahme stellt Zempel ein Modell vor, das die idealtypische Sequenz einer Handlung in die folgenden fünf Schritte

zerlegt: 1. Zielpräzisierung, 2. Orientierung (Informationssuche und Problemanalyse), 3. Handlungsplanung (Maßnahmenermittlung, -entscheidung), 4. Durchführung, und 5. Feedback (Kontrolle der Zielerreichung).[78] Dieses Modell dient Zempel dazu, anhand variierender Abläufe dieser Handlungssequenz sowie spezifischer Ausprägungen der einzelnen Handlungsschritte vier globale Handlungsstrategien zu unterscheiden [79]: (1) *Planende Handlungsstrategie*: Durch sie plant man eine Handlung vollständig voraus, indem man aus Fern- und Oberzielen in einem *top-down*-Prozeß systematisch Teil- und Unterziele ableitet und dann Maßnahmen zur Bearbeitung entwirft. (2) *Momentane Handlungsstrategie*: Durch sie werden erst dann Maßnahmen geplant, wenn auf akute Probleme bzw. aktuelle Ereignisse oder Situationen reagiert werden muß. Sie ist an Nahzielen orientiert. (3) *Opportunistische Handlungsstrategie*: Hier findet keine systematisch-hierarchische Zielzerlegung und Maßnahmenplanung statt, sondern der Planungsprozeß ist *bottom-up*, da er auf jeder Abstraktionsstufe einsetzen kann, auf der es dem Handelnden aufgrund seiner Erfahrung für die Bewältigung einer Gesamtaufgabe nützlich («opportun») erscheint, zuerst bestimmte Teilaufgaben zu lösen. Die Zielorientierung ist hier also flexibel. (4) *Handlungsstrategie des kritischen Punkts*: Hier orientiert sich der Handelnde zur Bewältigung einer Gesamtaufgabe an dem Grad der Schwierigkeit zu lösender Teilprobleme, d.h. er fängt zunächst mit dem für ihn subjektiv schwierigsten und entscheidenden Teilproblem («kritischer Punkt») an, bevor er das nächstschwierige Teilproblem angeht, usw.

D. Der S.-Begriff in Rhetorik und Kommunikationsforschung. I. Praktische Rhetorik (monologische und dialogische Rede). Die besondere Leistung, Relevanz und Funktion des S.-Begriffs beruht im Bereich praktischer Rhetorik auf allgemeinen Strukturkomponenten des S.-Konzepts. Eine allgemeine handlungstheoretische Definition des S.-Begriffs, die Gültigkeit für sämtliche Bereiche menschlichen Handelns beansprucht (nicht nur für die Rhetorik), könnte folgendermaßen formuliert werden: Als Resultat bewußter Planung ist eine S. ein mehr oder weniger abstrakt ausgearbeiteter, hierarchisch und sequenziell organisierter Plan, der all jene mentalen Regulative (Maximen, Normen, Werte, Leitgedanken, etc.) enthält, an denen sich ein Handelnder bei der Durchführung einer konkreten Handlungssequenz in der Absicht orientiert, ein Ziel trotz erwartbarer Widerstände auf bestmögliche Weise zu erreichen. Die für eine S. erforderlichen mentalen Regulative müssen mindestens aus einer dem Handelnden übergeordneten Richtgröße bestehen (z.B. die Maxime «Stelle Dich immer vorteilhaft dar!» für ein Bewerbungsgespräch), können aber auch aus hierarchisch komplex vernetzten Wenn-Dann-Anweisungen bestehen, die jedem möglichen Widerstand auf dem Weg zu einem Ziel zu begegnen versuchen.

Wesentliche Konstituenten dieser Definition sind: Eine S. (1) ist eine mentale Konstruktion; (2) ist ausgerichtet auf ein Ziel (oder mehrere Ziele), also einen erwünschten Zustand in der Zukunft; (3) reguliert konkretes Handeln (Innenperspektive) bzw. Verhalten (Außenperspektive); (4) ist nötig in problematischen Auswahl- bzw. Entscheidungssituationen und wird (5) subjektiv für optimal gehalten.

In Anwendung auf den Bereich zwischenmenschlicher Kommunikation bedarf die allgemeine S.-Definition der Rhetorik eines speziellen Zuschnitts. Kommu-

nikation läßt sich aus rhetorischer Perspektive, d. h. aus der Sicht eines handlungsmächtig eingestellten Orators, grundsätzlich aufteilen in monologische und dialogische Kommunikationsformen. Allen monologischen Kommunikationsformen (z. B. Wahlkampfrede) ist gemeinsam, daß sich in ihnen ein strategischer Kommunikator (Einzelperson, Gruppe oder Institution) mit einer bestimmten Persuasionsabsicht an einen oder mehrere Adressaten (Publikum) wendet, die er proaktiv und unidirektional durch einen wie auch immer medial performierten Text (Schrifttext, Rede, Film, Plakat, etc.) als abgeschlossenes Resultat einer Planungsprozedur zu beeinflussen sucht. Dialogische Kommunikationsformen (z. B. Bewerbungsgespräch) unterscheiden sich hiervon dadurch, daß der Orator aufgrund der bidirektionalen Interaktivität, also permanent alternierender Aktivitäten zwischen ihm und seinen Adressaten, immer spontan auf unmittelbare Gegeninterventionen reagieren muß. Insofern stellen monologische und dialogische Kommunikationsformen ganz unterschiedliche Herausforderungen für und Anforderungen an das strategische Denken und Handeln des Orators. [79a]

Wie sich das strategische Denken an die unterschiedlichen Bedingungen der jeweiligen Kommunikationsfelder anpassen muß, um das dort geforderte Handeln effektiv anzuleiten, sei nachfolgend an zwei Beispielen skizziert: für den Bereich der monologischen Rhetorik anhand einer Wahlkampf-Rede aus Sicht eines Politikers, für den der dialogischen Rhetorik anhand der Vorbereitung eines Bewerbungsgesprächs aus Sicht eines Arbeitssuchenden. Ausgangspunkt ist das in Abb. 1 wiedergegebene Modell der Handlungsorganisation.

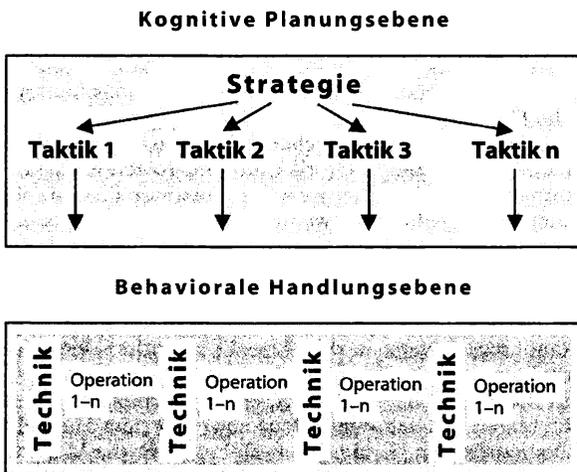


Abb. 1: Rhetorisches Modell der strategischen Handlungsorganisation

Nach diesem hierarchischen Modell stellt die S. die oberste kognitive Planungsebene dar, auf der die grundlegenden Situation-Adressat-Ziel-Widerstand-Mittel-Relationen kalkuliert werden. Das Ergebnis dieser Kalkulation ist ein Masterplan, der auf der Handlungsebene die zur effektiven Verfolgung des Ziels nötig erscheinenden Operationen zu einer chronologisch ausführbaren Sequenz anordnet. Taktiken gehören ebenfalls zur kognitiven Planungsebene. Sie sind jedoch nicht direkt auf das Finalziel ausgerichtet, sondern stellen Maßgaben zur Einhaltung gefährdeter Teil- bzw. Unterziele

des strategischen Gesamtplans unter den immer nur situativ und spontan ermittelbaren konkreten Handlungsumständen und -bedingungen dar. Insofern betreffen sie nur solche Widerstände, die sich erst *nach* Abschluß der strategischen Planungsphase und *während* des operativen Handlungsvollzugs offenbaren.

Am Anfang jeder strategischen Kommunikationsplanung steht eine Analyse des Ist-Zustands (Lage) und des Soll-Zustands (Ziel). Es muß also immer zunächst vom Ziel her gedacht werden. Im Fall der *Wahlkampf-Rede* hat sich der Politiker auf der S.-Ebene zu fragen, ob er durch seine Rede primär neue Wählerkreise gewinnen oder eher bestehende Wählergruppen binden will. Für diese Entscheidung wird regelmäßig auf Umfrage-Ergebnisse zurückgegriffen. Die Entscheidung ist auch abhängig davon, mit welchem Publikum zu rechnen ist. Mit diesen strategischen Überlegungen wird das Global-Telos («Ich will die Wahl gewinnen!») bereits in zwei mögliche Unterziele zergliedert. An der Entscheidung für eines dieser Unterziele hat sich die weitere strategische Planung auszurichten: «Da ich die Wahl nur für mich entscheiden kann (Strategie-Ziel), wenn ich neue Wähler gewinne (Unterziel 1), sollte ich in meiner Wahlkampf-Rede am besten Thema X statt Thema Y behandeln (Operation 1a) und die Position des politischen Gegners angreifen (Operation 1b).» Oder: «Da meine Wahl aufgrund positiver Umfragen nicht gefährdet zu sein scheint, werde ich die Wahl eher gewinnen, wenn ich die Überzeugungen meiner Anhänger zu festigen versuche (Unterziel 2), als wenn ich unnötige Risiken eingehe, die aus einer neuen Attacke gegen meinen Gegner entstehen könnten. Deshalb sollte ich in meiner Rede am besten Thema Y statt Thema X behandeln (Operation 2a) und die Vorzüge der eigenen Position untermauern (Operation 2b).» Als Techniken, den Gegner anzugreifen, könnte man z. B. die Diffamierung des Gegners durch Aufweisen seiner bisherigen Mißerfolge und Irrtümer verwenden (Technik 1: seine Unfehlbarkeit in Frage stellen), oder durch Nachweis seiner bereits bei früheren Wahlen nicht eingelösten Versprechen (Technik 2: seine Glaubwürdigkeit in Frage stellen). Für einen Redenschreiber gehört auch die Beherrschung der rhetorischen Figuren und Tropen zu den Techniken strategischer Textplanung.

Die taktische Ebene ist jedoch im Falle der Redeplanung weitgehend suspendiert, wenn man unter Taktiken nicht bloß kleinere Teilstrategien oder Handlungsschritt-Planungen versteht, sondern dafür das Moment des spontan geschickten Reagierens auf teilzielgefährdende und unvorhergesehene Hindernisse bei der praktischen Ausführung des strategischen Handlungswurfs als konstitutiv erachtet. Als taktische Maßnahme auf dem – für den Orator allein beschreitbaren – Weg von der Zielbildung über die Texterstellung bis zur Performanz einer Rede könnte man sich hier kurzfristige Änderungen der Ausgangsbedingungen einer strategischen Textplanung vorstellen, wenn z. B. eine Stunde vor Aufführung der Rede doch plötzlich gegenteilige Wahlprognosen offenbart werden, die den Politiker zu spontanen Umgestaltungen oder gar Verwerfungen seiner Rede-Konzeption veranlassen könnten.

Bei *Gesprächen* als dialogischen Kommunikationsformen stellt sich der strategische Planungsprozeß komplexer dar, weil hier aufgrund der situativen Interaktivität die Anforderungen an das kurzfristig-spontane, also taktische Handlungsgeschick des Orators ungleich höher sind. Für den gewählten Fall eines *Bewerbungs-*

gesprächs ergibt eine Zielanalyse aus Sicht des Arbeitssuchenden folgendes Global-Telos: «Ich will die Stelle bekommen!». Um dieses Telos zu erreichen, ist als grundsätzliche S-Form eine überzeugende, positive Selbstdarstellung zentral. Der Orator sollte sich im Gespräch also so verhalten, daß sein Adressat einen möglichst vorteilhaften, d. h. ein dem Telos dienlichen Eindruck von seiner Persönlichkeit gewinnt. Als strategische Teilziele der Selbstdarstellung lassen sich aus dem Telos ableiten: a) den Adressaten von der eigenen Kompetenz und den eigenen Fähigkeiten zu überzeugen, b) die Sympathie und Zuneigung des Adressaten zu gewinnen. Aus dem Teilziel «Kompetenz und Fähigkeiten darstellen» ergibt sich als S. die Eigenwerbung (*self promotion*) und aus dem Teilziel «Sympathie und Zuneigung gewinnen» ergibt sich als S. die Einschmeichelung (*ingratiation*). [80] Diese beiden S. stellen allgemeine mentale Regulative bzw. Sollwerte dar, an denen sich die taktische Äußerungsplanung des Arbeitssuchenden bei jedem Sprecherwechsel in Abhängigkeit von den Äußerungen des Personalleiters im Bewerbungsgespräch jeweils zu orientieren hat. Da im Unterschied zur monologischen Rede im Gespräch von vornherein keine strikte Abfolge von Operationen geplant und durchgeführt werden kann, kann sich der Orator hier nur mit einem Arsenal an taktischen Regulativen und Techniken wappnen. Zu diesem Arsenal können u. a. gehören: Einzigartigkeit der Persönlichkeit unterstreichen; individuelle Überzeugungen/Meinungen nennen; nur die für die Firma nützlichen Fähigkeiten erwähnen; keine übertriebene Eigenwerbung machen; einen gewissen Grad an Understatement wahren; Stärken nennen, die in einem Zusammenhang mit der Arbeitsstelle stehen (z. B. Engagiertheit, Fleiß, Ausdauer, Zuverlässigkeit); keine Stärken nennen, die nicht zur Arbeitsstelle passen (z. B. Ehrgeiz oder Durchsetzungsvermögen); einige Schwächen nennen, da jeder Mensch Schwächen hat; die bisherigen beruflichen Erfolge nennen; Selbstbewußtsein an den Tag legen; eine plausible, individuelle Motivation nennen, warum man sich für die betreffende Stelle interessiert; zeigen, daß man sich ausgiebig mit dem Unternehmen des Arbeitgebers auseinandergesetzt hat.

II. Argumentationsforschung. In Erweiterung der Anfang der 1990er Jahre von F. VAN EEMEREN und R. GROOTENDORST an der Universität Amsterdam begründeten pragma-dialektischen Argumentationstheorie [81] wurde das Konzept des *strategic manoeuvring* eingeführt, um die bis dato eingenommene dialektisch-normative Perspektive vernunftgemäßen Argumentierens mit einer rhetorischen Perspektive zielorientiert-effektiven Argumentierens zu verbinden. Um den Zweck dieser Erweiterung verständlich zu machen, seien kurz die Grundzüge der pragma-dialektischen Argumentationstheorie rekapituliert. Als Ausgangspunkt postuliert die Theorie das Anliegen, Meinungsdifferenzen bei strittigen Angelegenheiten auf dem Wege vernünftiger Argumentation lösen zu wollen. Vor diesem Hintergrund entwirft sie ein normatives Idealmodell vernünftigen Argumentierens, das sowohl a posteriori zur kritischen Rekonstruktion und Evaluation faktischer Argumentationen, als auch a priori zur praktischen Orientierung bei der Konstruktion von Argumentationen in privaten oder öffentlichen Diskussionen und Debatten herangezogen werden kann. Das Modell geht von vier klar unterscheidbaren dialektischen Stadien argumentativer Auseinandersetzungen aus: (1) der Konfrontations-

phase (Feststellung und Markierung einer Meinungsdifferenz), (2) der Eröffnungsphase (Zuweisung der Opponenten-Rollen sowie Festlegung der Regeln und Ausgangspunkte für die Argumentation), (3) der Argumentationsphase (Verteidigung, Kritik und Angriff der opponierenden Standpunkte) und (4) der Konklusionsphase (Feststellung einer gemeinsamen Lösung der Meinungsdifferenz oder Aufgabe einer Meinung zugunsten der/des Opponenten). Diese konstitutiven Phasen einer vollständigen Argumentation seien pragmatisch durch spezifische Sprechhandlungstypen gekennzeichnet. Als intersubjektiv verbindliche Maßgaben bzw. Vernunftstandards der argumentativen Überführung von Meinungsdifferenzen in Meinungsübereinstimmungen werden von der Theorie zehn Regeln postuliert: 1) die Freiheitsregel, 2) die Beweispflichtregel, 3) die Standpunktregel, 4) die Relevanzregel, 5) die Regel der unausgesprochenen Prämissen, 6) die Ausgangspunktregel, 7) die Regel des Argumentationsschemas, 8) die Validitätsregel, 9) die Abschlußregel, sowie 10) die Gebrauchsregel. Weiterhin geht die Theorie davon aus, daß die verschiedenen kommunikativen Aktivitätstypen in diversen institutionellen Settings (Gespräche vor Gericht, Schlichtungsgespräche, Verhandlungsgespräche, öffentliche Diskussionen, politische Debatten etc.) unterschiedliche Bedingungsgefüge für die dort möglichen Argumentationen darstellen.

Mit dem neuen Konzept des *strategic manoeuvring* wird nun von der Theorie anerkannt, daß Individuen selbst in intersubjektiv als vernünftig qualifizierbaren und dem pragma-dialektischen Idealmodell gemäßen Argumentationen individuelle rhetorische Ziele verfolgen und dabei erfolgsorientiert handeln. Bildlich gesprochen, fungiert das pragma-dialektische Regelmodell vernünftigen Argumentierens gewissermaßen als der normative Rahmen oder Kanal, innerhalb dessen die Akteure jedoch unterschiedlich strategieren bzw. taktieren können und dürfen, um ihre individuellen Ziele optimal zu verfolgen. In van Eemeren und Houtlossers Worten: «*Strategic manoeuvring* bezieht sich auf die Anstrengungen, die Argumentierende im argumentativen Diskurs auf sich nehmen, um das Anstreben rhetorischer Effektivität mit der Wahrung dialektischer Vernunftstandards (*standards of reasonableness*) in Einklang zu bringen.» [82] Der rhetorische Spielraum für das *strategic manoeuvring* bestehe nun in der Wahl der Themen, der Angemessenheit an Publikumerwartungen und der Stilistik der Darstellung. [83] Die Theorie geht davon aus, daß es für jede der vier genannten Stadien entsprechende strategische Variationen gibt, also verschiedene Konfrontations-, Eröffnungs-, Argumentations- und Konklusionsstrategien.

Schließlich werden für die Analyse der strategischen Optionen einzelner Züge in den vier Stadien argumentativer Diskurse vier Beurteilungsparameter unterschieden: (1) die Ergebnisse (*results*), die erreicht werden können; (2) die Wege (*routes*), die zum Erreichen dieser Ergebnisse beschritten werden können; (3) die Beschränkungen (*constraints*) des institutionellen Kontexts; sowie (4) die gemeinsamen Verpflichtungen (*mutual commitments*), die die argumentative Situation bestimmen. [84] Anhand dieser Parameter sollen sich die strategischen Funktionen argumentativer Züge innerhalb des Handlungsrepertoires (*dialectical profile*) für die vier Stadien relativ präzise bestimmen lassen.

III. Psychologische Kommunikationsforschung. In der vorwiegend US-amerikanisch geprägten, sozial- und ko-

gnitionspsychologisch ausgerichteten Forschung zur Interpersonalen Kommunikation hat sich seit den 1980ern ein Forschungsfeld etabliert, das sich mit der Frage beschäftigt, wie Menschen mittels Kommunikation Ziele zu erreichen versuchen. Eine Grundannahme dieser Forschungsrichtung ist, daß die Strategie-Taktik-Ziel-Relation in Kommunikationsprozessen hierarchisch und fließend organisiert ist. Das heißt, so WIEMANN/DALY, daß einerseits Ziele verfolgt werden durch die Implementierung von S., die aus Taktiken bestehen. Andererseits könnte sich die S. von heute als die Taktik von morgen herausstellen. Zielerreichung könnte als strategischer Zug an sich erachtet werden, der zum Erreichen eines entfernteren oder höheren Ziels dient. [85] Trotz der sich aus der Fluidität und hierarchischen Organisation kommunikativen Handelns ergebenden konzeptuellen Ungenauigkeit des S.-Begriffs besteht laut Wiemann/Daly in der Forschung weitgehend Konsens darüber, daß eine S. ein Handlungsplan zur Erreichung eines oder mehrerer Ziele ist, und daß Taktiken die spezifischen und diskreten Verhaltenszüge der Implementation einer S. sind. [86] So definiert z.B. Ch. BERGER in seiner Planungstheorie der strategischen interpersonalen Kommunikation «S.» als «abstrakte mentale Strukturen, die breit angelegte Klassen von Handlungsalternativen zusammenfassen». Taktiken seien dagegen die «observierbaren Handlungssequenzen, die Individuen vollziehen, um Strategien in ihre zielorientierte Handlungen zu überführen» [87]. Der Persuasionsforscher S.R. WILSON bezieht den Begriff «S.» auf eine «abstrakte Kategorie von Verhaltensweisen, die ein allgemeines Merkmal oder eine Qualität teilen und die ein Ziel zu verfolgen scheinen. Jede Strategie ist ein 'abstrakter Handlungstyp' (*abstract act type*), da sie durch Attribute oder Kennzeichen bestimmt ist, die einer Gruppe konkreter Äußerungen zu eigen ist.» [88]

Eine weitere Grundannahme dieser Forschungsrichtung ist, daß Kommunikatoren bei der Zielverfolgung proaktiv sind. Unter dieser Voraussetzung wird strategische Kommunikation gleichgesetzt mit intentionaler Kommunikation. Umstritten ist dagegen, welcher Bewußtseins- bzw. Aufmerksamkeitsgrad vorliegen muß, um ein Verhalten als «strategisch» zu qualifizieren. Das Spektrum reicht hier von S. als Ergebnissen vollbewußter rationaler Planung bis zu S. als Ergebnissen unbewußter, vollautomatisierter Verhaltensroutinen. In der Tat stellt sich die Frage, ob eine für eine neue Situation zunächst bewußt zielorientiert gewählte Handlungsfolge ihren S.-Charakter dadurch verlieren soll, daß sie aufgrund häufiger Wiederholung zu einer unbewußten Verhaltensgewohnheit automatisiert wird.

Jenseits dieser teils sachlich, teils terminologisch begründeten Inkompatibilitäten im Umgang mit dem S.-Begriff zeichnet sich diese Forschungsrichtung insbesondere durch folgende drei Merkmale aus: *Erstens* hat sie eine Reihe allgemeiner sozialer Ziele identifiziert, z.B. das *compliance gaining* (Erhalt von Zustimmung zu einem Anliegen), das *information seeking* (Erhalt von Informationen), oder das *affinity seeking* (Erzeugung von Zuneigung und Sympathie). *Zweitens* hat sie allgemeine Persuasionsstrategien ermittelt, mit denen Menschen solche Ziele zu erreichen versuchen. So haben z.B. KELLERMANN/COLE in einer Zusammenschau der Literatur 64 S.-Kategorien für das *compliance gaining* aus den einschlägigen Studien extrahiert und definiert. [89] *Drittens* wurden in dieser Forschungsrichtung auch Versuche unternommen, die allgemeinen Deter-

minanten zu bestimmen, die für die Selektion der jeweiligen S. verantwortlich sind. Hierzu zählen Faktoren wie Zeitdruck, Motivation zur Zielerreichung, soziale Nähe/Distanz, Rollenhierarchie, Höflichkeit/soziale Angemessenheit, u. v. a. m.

IV. Linguistische Gesprächsforschung. In die linguistische Gesprächsforschung hat der S.-Begriff Ende der 1970er Jahre über die Fortsetzung der Sprechakttheorie und die Rezeption der mathematischen Spieltheorie Eingang gefunden. [90] Während sich die Gesprächsanalyse in ihren Anfängen vorwiegend strukturellen Aspekten der Gesprächsorganisation (Gesprächsschritt, -sequenz, -phase, *turn-taking*) widmete, erkannte man schnell, daß eine Rekonstruktion der prozeduralen und interaktiven Hervorbringung dieser dynamischen Strukturen durch die Gesprächsteilnehmer nicht ohne den S.-Begriff auskommen kann. [91] BRINKER konstatierte bereits 1986 mit bis heute andauernder Gültigkeit: «Die Gesprächsanalyse hat [...] einen eigenen, ihrem Gegenstand angemessenen Strategiebegriff zu entwickeln – eine Aufgabe, zu deren Lösung bisher nur einige, z. T. recht verschiedenartige Ansätze existieren. Ein allgemein akzeptierter Strategiebegriff liegt noch nicht vor; auch verfügt die Gesprächsanalyse noch nicht über ein adäquates Instrumentarium zur Analyse von Strategien.» [92] Seine Kernfrage lautet: Wie ist strategisches Handeln in Gesprächen zu bestimmen?

Vor dem Hintergrund einer kritischen Skizze bisheriger S.-Konzepte aus der Linguistik kommt Brinker zu seiner eigenen Bestimmung des S.-Begriffs: «Der strategisch Handelnde richtet sein Gesprächsverhalten bzw. seine Gesprächsführung an der Frage aus: Mit welchem sprachlichen und kommunikativen Vorgehen kann ich in einer konkreten Gesprächssituation einem bestimmten Gesprächspartner gegenüber das Handlungsziel Z am besten erreichen? Ein solches Vorgehen zur optimalen Zielrealisation nenne ich «strategisches Handeln». Es ist zu vermuten, daß das konkrete strategische Handeln auf allgemeinen Vorgehensweisen basiert, die als Verfahrensmuster (strategische Muster) zum Handlungssystem einer Kommunikationsgemeinschaft gehören. Diese Muster sollen als *Strategien* bezeichnet werden. Das strategische Handeln kann einfach oder komplex sein, je nachdem, ob es aus einem oder mehreren Gesprächsschritten (Zügen) desselben Sprechers besteht. Ein *Gesprächsschritt* ist auf mindestens drei sprachtheoretischen Ebenen [...] analysierbar, die auch für die Strategiebeschreibung relevant sind, auf der kommunikativ-funktionalen Ebene (die Handlungsbedeutung, die kommunikative Gesamtfunktion des Gesprächsschritts betreffend), auf der thematischen Ebene (Thema und Form der thematischen Entfaltung betreffend) und auf der grammatischen Ebene (die sprachlich-stilistische Gestaltung, die «Formulierung» betreffend). Der strategisch Handelnde entscheidet sich vor und/oder während des Gesprächs – seinem jeweiligen Handlungsziel entsprechend – für eine bestimmte Auswahl und Anordnung seiner Gesprächsschritte sowohl unter handlungstypologischem Aspekt als auch hinsichtlich ihrer inhaltlich-thematischen und sprachlich-stilistischen Ausprägung.» [93]

Brinker führt drei Faktoren an, die eine gesprächsanalytische Strategiebeschreibung zu berücksichtigen habe: 1) Das strategische Potential sprachlicher Handlungstypen, worunter die konventionellen perlokutiven Bewirkungsmöglichkeiten zu verstehen sind. 2) Das strategische Prinzip, worunter allgemeine Handlungs-

maximen nach folgendem Muster zu verstehen sind: «Wenn ein Sprecher (A) in einer Gesprächssituation (S) einem anderen Sprecher (B) gegenüber das Handlungsziel (Z) erreichen will, dann ist es am besten/am erfolgreichsten, eine Sprechhandlung bzw. Sprechhandlungsfolge des Typs P bzw. der Typen P, Q, R in der Ausdrucksform U bzw. den Ausdrucksformen U,V,W zu realisieren.» [94] 3) Das Reaktionspotential sprachlicher Handlungstypen, worunter die kalkulierbaren Einschränkungen zu verstehen sind, unter denen die Handlungsalternativen des Gesprächspartners stehen, die konventionellerweise im Folgezug erwartbar sind.

S. stellen nach Brinker «typische Ziel-Mittel-Relationen dar» und lassen sich «am zutreffendsten aus strategischen Prinzipien ableiten und nach generalisierten Zielsetzungen klassifizieren (z.B. Verkaufs-, Werbe-, Hinhalte-, Ratfindungs-, Problemlöse-, Diskreditierungsstrategie)». [95]

V. Textrhetorik und linguistische Textforschung. Im Kapitel <Textrhetorik> hat die Rhetorik schon immer, wenn auch meist implizit, an strategische Überlegungen gedacht, etwa wenn es um die Eichung von Texten im Hinblick auf das Angemessenheitspostulat (*aptum*) ging. Hier bekommt der kognitive Ansatz der neueren Rhetorik besondere Bedeutung: «Die Textrhetorik konzentriert sich vor allem auf die produktionstheoretische Betrachtungsweise der noetisch-strategischen Ebene, verstanden als Steuerungsebene beim Aufbau einer strategischen Bedeutungsdimension im Text.» [96] *Steuerung* heißt hier, daß aus S. abgeleitete, auf kognitiver Ebene angesiedelte «Selektionsentscheidungen hinsichtlich konkreter Textphänomene gefällt werden (z.B. ob rhetorische Figuren einzusetzen sind). Bei der Textanalyse können aus diesen Textphänomenen dann wieder mittels komplexer Rückschlußverfahren Folgerungen in Hinblick auf die strategische Ebene gezogen werden, insbesondere durch Abduktion.» [97]

In der Linguistik haben sich vor allem Pragmatik und Textlinguistik seit den 1970er Jahren mit Fragen der S. beschäftigt. Hier ist etwa der kommunikativ-sprachliche Planungsansatz von J. REHBEIN zu nennen, der für sprachliche Handlungskomplexe acht Komponenten bestimmt, in deren Mitte sich das «Planen» befindet: «(0) Handlungskontext, (I) Einschätzung, (II) Motivation, (III) Zielsetzung, (IV) Planen, (V) Ausführung, (VI) Resultat, (VII) Nachgeschichte». [98] Rehbein verbindet die «Sprecherstrategie» bei «Sprechhandlungssequenzen» mit Begriffen wie «Handlungsplan», «Plan-einbettung», «Planverschachtelung» oder «Planzerlegung». [99] Unter Bezug auf sprachliche Phänomene im engeren Sinn unterscheidet er dann auch «kommunikative» von «verbalen» bzw. «oberflächenspezifischen» S. [100] Hier trifft er sich mit textlinguistischen Ansätzen, bei denen ebenfalls «Strategische Aspekte von Kommunikation» [101] in den Blick genommen werden.

Für VAN DIJK/KINTSCH wird der S.-Begriff zu einem Kristallisationspunkt ihrer «Strategies of Discourse Comprehension» (1983). Sie untersuchen die textlichen Produktions-S. auf allen linguistischen Ebenen und äußern sich auch über die «stylistic strategy». [102] In der Schreibprozeßforschung gibt es hingegen zwei gegensätzliche Ansätze. Für G. ANTOS ist der Schreibprozeß ein lokales bzw. temporär begrenztes Problemlösungshandeln im laufenden Formulierungsvorgang, bei dem vorausgehende strategische Überlegungen, wenn überhaupt, nur eine nachgeordnete Rolle spielen: «Textherstellen» als «sukzessives Lösen von Formulierungspro-

blemen» [103]. Andere Schreibprozeßforscher wie D. PERRIN gehen durchaus von «Schreibstrategien» aus, die sich schon aus Gattungen und Textsorten herleiten. [104] Vieles dieser Ansätze erinnert im Bereich der vorgesehenen Operationen an das klassische Modell der rhetorischen Produktionsstadien von der Findung (*inventio*) über die Anordnung (*dispositio*) bis zur sprachlichen Ausarbeitung (*elocutio*). Das gilt auch für das dreistufige Ablaufmodell von HERRMANN/HOPPE-GRAFF, das von der «Wissensaktualisierung und Fokussierung» ausgeht und über die Stufe der «Selektion und Linearisierung» zur Stufe der «verbalen Enkodierung» voranschreitet. [105]

Nach dem gegenwärtigen Stand der Diskussion in der Textlinguistik wird «S.» «weitgehend synonym mit differenzierter Sprecher-Planung und Leser-Planung verwendet» und «als das Resultat einer Kette von – in der Regel bewußt ablaufenden – Auswahl- und Entscheidungsoperationen» verstanden, «durch die Lösungsschritte und Mittel markiert werden zur Durchsetzung kommunikativer Ziele. Damit wird deutlich, daß S. zwischen den jeweiligen kommunikativen Aufgaben und Zielen der Partner einerseits und den zu ihrer Realisierung einzusetzenden sprachlichen und nonverbalen Mitteln andererseits vermitteln.» [106]

Anmerkungen:

1.J. Knappe: Was ist Rhet.? (2000) 34. – 2 ebd. 107; T.A. van Dijk, W. Kintsch: Strategies of Discourse Comprehension (New York u. a. 1983). – 3.J. Habermas: Theorie des kommunikativen Handelns, Bd.1 (1981). – 4.P.-P. König: Kommunikatives und strategisches Handeln, in: G. Preyer, M. Ulkan, A. Ulfig (Hg.): Intention – Bedeutung – Kommunikation (1997) 304–320. – 5.B. Strecker: Strategien des kommunikativen Handelns (1987) 28f. – 6.J. Knappe: Zwangloser Zwang, in: Von der Kunst der Rede und Beredsamkeit, hg. v. G. Ueding, Th. Vogel (1998) 54–69. – 7.K. Burke: The Philos. of Literary Form (Louisiana 1941) 256ff. – 8.T. Furniss, M. Bath: Reading Poetry (London u. a. 1996) 103ff. – 9.vgl. Knappe [1] 34; 90. – 10.vgl. Knappe [6]; Knappe [1] 34. – 11.vgl. N.J. Koch: Techné und Erfindung in der klass. Malerei (2000); dies.: Die Werkstatt des Humanisten, in: J. Knappe (Hg.): Bildrhet. (2007) 161–179. – 12.G. Goldschmidt: Die Griechischen Taktiker, in: W. Hahlweg (Hg.): Klassiker der Kriegskunst (1960) 29–54. – 13.vgl. P.J. Rhodes, W. Ameling, F. Tinnefeld: Art. «Strategos», in: DNP, Bd.11 (2001) Sp. 1037–1040. – 14.vgl. LSJ 1651f.; 1753. – 15.griech.-dt. bei H. Köchly, W. Rüstow: Griech. Kriegsschriftsteller. Teil 1 (1853); vgl. dazu A.A. Stahl: Klassiker der S. (Zürich 2004) 37f. – 16.vgl. K. Sallmann: Art. «Frontinus, S. Iulius», in: DNP, Bd.4 (1998) 677f.; Y. Le Bohec: Art. «Militärschriftsteller», ebd. Bd.8 (2000) 185f. – 17.vgl. H. Brandt: Art. «Vegetius», ebd. Bd.12/1 (2002) 1155–1157. – 18.Arist. Rhet. I, 2, 7 (diese und alle folgenden Übers. von den Verf.). – 19.J. Knappe: Machiavelli und die Rhet., in: Retorica: Ordnungen und Brüche. Beitr. des Tübinger Italianistentags 2004, hg. v. R. Franceschini u. a. (2006) 183–202, hier 187. – 20.ebd. – 21.Plat. Phaidr. 261a, 271. – 22.Quint. II, 13, 2–5. – 23.Cic. De or. II, 84. – 24.ebd. II, 187. – 25.J. Knappe: Poetik und Rhet. in Deutschland 1300–1700 (2006) 52. – 26.Quint. II, 13, 6. – 27.ebd. II, 13, 8. – 28.vgl. ebd. I, 12, 2. – 29.ebd. VI, 5, 11. – 30.zum folgenden s. Knappe [19] 194f. – 31.P. Pieri: Niccolo Machiavelli, in: Hahlweg [12] 103–118; W.E. Wiethoff: The Martial «Virtue» of Rhetoric in Machiavelli's «Art of War», in: QJS 64.3 (1978) 304–312; F. Gilbert: Machiavelli, in: P. Paret (Hg.): Makers of Modern Strategy from Machiavelli to the Nuclear Age (Princeton, NJ 1986) 11–31; M. Formisano: Strategie da manuale, in: Quaderni di storia 55 (2002) 99–127. – 32.W. Hahlweg: Krieg – Kriegskunst – Kriegstheorie, in: Hahlweg [12] 20. – 33.zur Abgrenzung von Macht und Gewalt s. J. Knappe: Gewalt, Sprache und Rhet., in: J. Dietrich, U. Müller-Koch (Hg.): Ethik und Ästhetik der Gewalt (2005) 57–78. – 34.K. Burke: «Administrative» Rhetoric in Machiavelli, in: ders.: A Rhetoric of Motives (Berkeley, CA u. a. 1950; ND 2000) 158–166. – 35.C. v. Clause-

witz: Vom Kriege (¹⁸1973) I, 2, 1. – 36 ebd. I, 1, 2. – 37 A.A. Stahel: Strategisch denken (Zürich 1997) 6. – 38 Clausewitz [35] I, 3, 1. – 39 ebd. I, 3, 1. – 40 ebd. I, 2, 2. – 41 ebd. II, 6, 30. – 42 ebd. I, 3, 6. – 43 vgl. hierzu H.H. v. Sandrart: Neue Herausforderungen an das strategische und operative Denken! – Ist Clausewitz noch zeitgemäß?, in: D. Schössler (Hg.): Die Entwicklung des S.- und Operationsbegriffs seit Clausewitz. Militär.-wiss. Colloquium der Clausewitz-Ges. e.V. am 6. u. 7. April 1995 in Dresden (1997) 82ff. – 44 Militärisches Taschenlex., hg. v. K.H. Fuchs u. F.W. Köpfer (1958) 293; vgl. hierzu u. a. auch A.-H. Jomini: Précis de l'Art de la Guerre (Paris 1994) 20; 80f.; Stahel [15] 160f.; 169. – 45 J. v. Neumann, O. Morgenstern: Theory of Games and Economic Behavior (Princeton ¹1944); dt.: Spieltheorie und wirtschaftliches Verhalten, hg. v. F. Sommer; Übers. M. Leppig (1961); vgl. J. von Neumann: Zur Theorie der Gesellschaftsspiele, in: Mathematische Annalen 100 (1928) 295–320. – 46 M.D. Davis: Spieltheorie für Nichtmathematiker (²2005) 18; vgl. auch Th. Riechmann: Spieltheorie (²2008) 49. – 47 vgl. J. Bracker: The Historical Development of the Strategic Management Concept, in: The Academy of Management Review 5.2 (Apr. 1980) 219ff.; vgl. S. Segal-Horn: Introd., in: dies. (Hg.): The Strategy Reader (ND Milton Keynes u. a. 2002) 10; W. Kroeber-Riel, F.-R. Esch: S. und Technik der Werbung (²2004) 47. – 48 A.D. Chandler: Strategy and Structure (Cambridge, Mass. 1962) 13 (Übers. K. Böhme). – 49 vgl. z.B. W. Burr, A. Musil, M. Stephan, C. Werkmeister: Unternehmensführung (2005) 74. – 50 vgl. hierzu z.B. H.H. Hinterhuber: Wettbewerbsstrategie (²1990) 49; Th. Günther: Erfolg durch strategisches Controlling? (1991) 36; H.-G. Baum, A.G. Coenenberg, Th. Günther: Strategisches Controlling (¹1999) 2. – 51 vgl. A. Gälweiler: Strategische Unternehmensführung, Zugest., bearb. u. erg. v. M. Schwaninger (1987) 57f.; H.A. Wüthrich: Neuland des strategischen Denkens (1991) 11f. – 52 vgl. H. Mintzberg: The Strategy Concept I: 5Ps for Strategy, in: California Management Review 30,1 (Fall 1987) 11–24. – 53 Kroeber-Riel, Esch [47]. – 54 vgl. etwa ebd. 48. – 55 vgl. ebd. 13–34. – 56 ebd. 35–50. – 57 ebd. 51–67. – 58 ebd. 51. – 59 vgl. ebd. 67–106. – 60 vgl. ebd. 135–296. – 61 vgl. ebd. 135. – 62 J. Raschke, R. Tils: Politische S. (2007) 14. – 63 ebd. 542; 127. – 64 ebd. 542; 140. – 65 ebd. 129. – 66 ebd. 148. – 67 ebd. 149. – 68 ebd. 130. – 69 ebd. 153. – 70 ebd. 130f. – 71 ebd. 137f.; 155. – 72 ebd. 8f.; 30; 273ff. – 73 vgl. B. Krause: <S.>, in: Fachlex. ABC Psychol., hg. v. G. Clauß (²1995) 448f. – 74 J. Zempel: Strategien der Handlungsregulation (Diss. Gießen 2002). – 75 M. Frese, D. Zapf: Action as the Core of Work Psychology, in: H.C. Triandis (ed.): Handbook of Industrial and Organizational Psychology (Palo Alto, CA 1994) 271–340. – 76 D. Dörner, H. Schaub: Handeln in Unbestimmtheit und Komplexität, in: Organisationsentwicklung 14 (1995) 34–47. – 77 Zempel [74] 14. – 78 ebd. 14f. – 79 vgl. hierzu ebd. 24–29. – 79a J. Knappe: Rhet. des Gesprächs, in: ders. (Hg.): Rhet. im Gespräch (2009) 3–46, hier 7f. – 80 zu den S. der Selbstdarstellung vgl. auch S. Metts, E. Grohskopf: Impression Management, in: Handbook of Communication and Social Interaction Skills, hg. v. J.O. Greene, B.R. Burleson (Mahwah, NJ u. a. 2003) 357–399. – 81 F.H. van Eemeren, R. Grootendorst: Argumentation, Communication, and Fallacies (Hillsdale, NJ 1992). – 82 F.H. van Eemeren, P. Houtlosser: Strategic Maneuvering, in: Argumentation 20/4 (2006) 383 (Übers. K. Böhme). – 83 vgl. ebd. 383. – 84 vgl. ebd. 385f. – 85 J.M. Wiemann, J.A. Daly: Introd., in: J.A. Daly (Hg.): Strategic Interpersonal Communication (Hillsdale, NJ 1994) 8. – 86 ebd. 8. – 87 C.R. Berger: Planning Strategic Interaction (Mahwah, NJ 1997) 6 (Übers. K. Böhme). – 88 S.R. Wilson: Seeking and Resisting Compliance (Thousand Oaks, Calif. 2002) 27 (Übers. K. Böhme). – 89 K. Kellermann, T. Cole: Classifying Compliance Gaining Messages, in: Communication Theory 4:1 (1994) 3–60. – 90 vgl. G. Fritz: Strategische Maximen für sprachliche Interaktion, in: K. Baumgärtner (Hg.): Sprachliches Handeln (1977) 47–68; K.R. Wagner: Sprechstrategie-Illokution versus Sprechakt-Illokution, in: DS 5 (1977) 126–140; K.R. Wagner: Sprechplanung, Empirie, Theorie und Didaktik der Sprechstrategie (1978). – 91 vgl. K. Brinker: Strategisches Handeln in Gesprächen, in: B. Narr, H. Wittje (Hg.): Spracherwerb und Mehrsprachigkeit. FS E. Oksaar (1986) 335–342; Knappe [79a] 20. – 92 ebd. 335. – 93 ebd. 338. – 94 ebd. 339–340. – 95 ebd. 341. – 96 Knappe [1] 122. – 97 ebd. – 98 J. Rehbein:

Planen. I: Elemente des Handlungsplans (1976) 5. – 99 ders.: Planen. II: Planbildung in Sprechhandlungssequenzen (1976) 39ff. – 100 ders.: Komplexes Handeln (1977) 226, 308, 346. – 101 G. Fritz: Kohärenz. Grundfragen der linguist. Kommunikationsanal. (1982) 56ff. – 102 van Dijk, Kintsch [2] 17f.; 94f. – 103 G. Antos: Formulieren als sprachliches Handeln, in: W. Frier (Hg.): Pragmatik, Theorie und Praxis (Amsterdam 1981) 403–440, hier 414; s. auch ders.: Die Produktion schriftl. Texte, in: H. Günther, O. Ludwig et al.: Schrift und Schriftlichkeit, 2. Halbbd. (1996) 1527–1535. – 104 vgl. D. Perrin: Schreiben erforschen, überdenken, verbessern, in: ders. (Hg.): Schreiben: Von intuitiven zu professionellen Schreibstrategien (2002) 15–32; O. Kruse, D. Perrin: Intuition und professionelles Schreiben, ebd. 7–15. – 105 T. Herrmann, S. Hoppe-Graff: Textproduktion, in: G. Antos, H.P. Krings (Hg.): Textproduktion (1989) 146–164. – 106 M. Heinemann, W. Heinemann: Grundlagen der Textlinguistik (2002) 185.

J. Knappe, N. Becker, K. Böhme

→ Angemessenheit → Handlungstheorie → Feldherrnrede → Intention → Iudicium → Kommunikationstheorie → Kommunikative Kompetenz → Manipulation → Persuasion → Propaganda → Publikum → Wahlkampf → Werbung → Wirkung → Zweck, Zweckmäßigkeit

Streitgedicht (auch Streitgespräch, Streitgesang; griech. ἀγών, agón, σύγκρισις, sýnkrissi; lat. altercatio, comparatio, conflictus, disputatio, dialogus; engl. combat, comparison, controversy; frz. débat, jeu parti; ital. contrasto, tenzone)

A. Def. – B. Geschichte: I. Antike. – II. Mittelalter. – III. Renaissance bis 19. Jh. – IV. Mündliche Traditionen.

A. Def. Das S. ist ein Gedicht, in dem zwei oder mehrere Personen, personifizierte Gegenstände oder Abstraktionen einen Streit führen: über die eigenen Vorzüge und die Schwächen oder Fehler des Gegners (Rangstreit), um eine kontroverse Frage (*quaestio*) zu entscheiden oder um die dichterischen Fähigkeiten im Wettkampf zu messen. [1] Zentrales formales Merkmal des S. ist der Dialog, bisweilen eingebettet in einen erzählerischen Rahmen sowie Vor- und Schlussreden. Die Gegner im S. vertreten ihre Sicht des Streitfalles (*causa dubia*) alternierend mit jeweils klarem Wahrheitsanspruch, entweder durch inhaltliche Widerlegung des Vorredners oder durch überbietende Steigerung seiner Argumente.

Das S. ist als Gattung – ob literarisch oder außerliterarisch, rein fiktiv oder auf Basis einer realen Wettkampfsituation – transkulturell und transhistorisch bekannt und stellt ein «Allgemeingut der Völker des Abendlandes» [2] dar. Über Europa hinaus gehört Streitdichtung zu den ältesten und weltweit verbreiteten kulturellen Praktiken. Als Urformen des S. können Sängerkampfstreit, Rätselspiele und Weisheitsproben gelten. Eine frühe wechselseitige Beeinflussung zwischen S. und Drama gilt als gesichert.

In seiner *mündlichen Form* ist das S. vor Publikum ein oft ritueller dichterischer Wettkampf zwischen meist zwei Parteien, die ihren jeweiligen Standpunkt alternierend vortragen. Die performative Realisierung der mündlichen Streitdichtung entspringt oft der Improvisation, die die jeweiligen rhetorisch-dichterischen Fähigkeiten im Sinne des *genus demonstrativum* in den Vordergrund rückt. [3] Die Regeln dieses Wettkampfes können sowohl formaler (Metrik, Rhythmus, Dauer des S.) als auch inhaltlicher Natur (Themenstellung) sein. Dem agonalen Charakter des mündlichen S. entspricht

