



FORUM ARTIS RHETORICAE

Persuasive Texte als Objekt linguistischer Reflexion

Persuasive Texts as Objects of Linguistic Reflection

Zahlen-Editor/ Volume Editor Iwona Bartoszewicz

TABLE OF CONTENTS

- 7 **Elegante Verführung: einige Bemerkungen zur symbolhaften Veredelung von Produkten in der Werbung**
Elegant Seduction: Remarks on Symbolic Refinement of Products in Advertising
Joanna Golonka
- 17 **Anarchistische Rhetorik gegen den Krieg. Zu Emma Goldmans Rede vom 14. Juni 1917 gegen die Zwangseinberufung in den U.S.A.**
Anarchistic Rhetoric Against the War. About Emma Goldmann's Speech of June 14, 1917 Against the Forced Conscription in the U.S.A.
Manfred Kienpointner
- 34 **“Einen Weg aus keinem Weg machen” Martin Luther Kings sprichwörtliche Rhetorik für Menschenrechte**
“Making a Way out of No Way”. Martin Luther King's Proverbial Rhetoric for Human Rights
Wolfgang Mieder
- 64 **Lügt man im Deutschen, wenn man höflich absagt? – Zur Analyse der Absageschreiben auf Bewerbungen im Lichte der Theorie der Lüge**
One lies in German, if one refuses politely? An analysis of rejection letters to applicants in the light of the falsehood theory
Joanna Szczęk

82 Kann der Richter zum Angeklagten werden? Ciceros Erste Rede gegen Verres als die Verteidigung des Senatorenstandes – Analyse aus dem Blickwinkel der Theorie Mentaler Räume

Can the judge become the defendant? Cicero's *First Oration Against Verres* as a Defense of the Senatorial Order – Analysis from the Point of View of the Mental Space Theory

Justyna Rudnicka, Przemysław Staniewski

PERSUASIVE TEXTE ALS OBJEKT LINGUISTISCHER REFLEXION

In der rhetorischen Theorie und Praxis wird die pragmatische Komponente des Kommunikationsprozesses hervorgehoben. Man geht davon aus, dass dem Text eine bestimmte Absicht zugrunde liegt, die der Sender zu realisieren versucht. Auch wenn es sich um Texte handelt, in welchen die persuasive Funktion primär nicht im Vordergrund steht, scheint es berechtigt zu sein, analytische Methoden der Rhetorik zu verwenden, weil sie eine komplexe Untersuchung unterschiedlicher Aspekte des grundsätzlich auf den Kommunikationserfolg orientierten Sprachgebrauchs, darunter selbstverständlich auch der Argumentationsstrukturen, möglich machen.

Im Kommunikationsakt hat die Relation zwischen den Interaktanten ihre eigene Dynamik, die durch die interagierenden Personen bestimmt und geprägt wird. Das 10-Bedingungen-Modell von Searle, welches zu bestimmen ermöglicht, ob ein Sprechakt gelungen oder misslungen ist, betont die Rolle des Rezipienten als Partner im Kommunikationsakt, der eine korrekt formulierte Äußerung nicht nur verstehen und akzeptieren, sondern auf die mit der Sprechhandlung realisierte Absicht des Produzenten positiv antworten soll. Die Persuasivität der Sprechakte ist in diesem Kontext eine selbstverständliche Komponente der Rezeptions- und Verarbeitungsstruktur der sprachlichen Produkte.

Die Autorinnen/Autoren der in diesem Band präsentierten Beiträge haben sich darum bemüht, die primär persuasiven Texte, die mit den Bereichen der Politik- und Werbekommunikation identifiziert werden, unter Einsatz linguistischer Analyseverfahren zu interpretieren.

Joanna Golonka beschreibt die in den polnischen und deutschen Werbespots gebrauchten verbalen Werbestrategien, mit welchen die Reklame den Wünschen und Bedürfnissen der potentiellen Käufer entgegenkommt, bzw. ihr Entstehen stimuliert. Auf eine linguistisch erfassbare, aber gleichzeitig verdeckte Art erweckt die Werbung Verlangen nach bestimmten Produkten, verführt die Empfänger mit verbalen und nicht verbalen Strategien, die auf die sog. symbolischen Werte anspielen, die in einem bestimmten Kulturkreis als selbstverständlich empfunden werden.

Es gibt Situationen, in welchen ein Rezipient zum Akzeptieren von für ihn deutlich unangenehmen Entscheidungen persuasiv veranlasst wird, was auch

sein negatives Gesicht bedroht. Joanna Szczek analysiert verschiedene Typen von Absageschreiben, versucht eine Charakteristik dieser Textsorte und der in diesem Rahmen funktionierenden Typen von offiziellen Briefen.

Die Verfasser von drei weiteren Texten in diesem Band beschäftigen sich mit politischen Texten. Es handelt sich dabei um politische Reden, die den traditionellen Interessenbereich der *ars rhetorica* bilden. Wolfgang Mieder analysiert die sprichwörtliche Rhetorik in Martin Luther Kings Predigten, Ansprachen und Büchern, die direkt oder indirekt auf die Bibel als Quelle hindeuten. Ihre Rolle als bedeutende Elemente der Argumentationsstruktur ist nicht zu bestreiten.

Justyna Rudnicka und Przemysław Staniewski haben einen Versuch unternommen, das Instrumentarium der Theorie Mentaler Räume zur Analyse der Ersten Rede von Cicero gegen Verres zu verwenden. Das ermöglicht den Autoren eine interpretatorische Hypothese hinsichtlich der Zweckbestimmtheit der durch den Redner getroffenen technischen Lösungen aus der Perspektive einer linguistischen Theorie zu formulieren.

Manfred Kienpointner hat als Objekt seiner wissenschaftlichen Reflexion die Rede Emma Goldmans vom 14. Juni 1917 gegen die Zwangseinberufung in den U.S.A gewählt. Neben der Analyse der Argumentationsstruktur dieser Ansprache werden auch ihre stilistischen Eigentümlichkeiten sowie das sog. strategische Manövrieren als im Allgemeinen erfolgreiche persuasive Strategien beschrieben.

Iwona Bartoszewicz

Zahlen-editor

PERSUASIVE TEXTS AS AN OBJECT OF LINGUISTIC REFLECTION

Rhetorical theory and practice underscores the pragmatic component of the communication process. The point of departure is the assumption that a text has a specific purpose, which the speaker attempts to achieve. Also in the case of texts which do not perform a primarily persuasive function it seems justifiable to apply analytic methods of rhetoric, since they enable a complex investigation of various aspects of success-oriented communicative language use, obviously including argumentation structures.

Within the act of communication, the relationship between the interlocutors has its own dynamics, determined and shaped by conversational partners. The 10-condition model by Searle, which makes it possible to establish if a speech act was successful or unsuccessful, emphasizes the role of the recipient as a partner in the communicative act who should not only understand and accept a correctly formulated utterance, but also positively respond to the speaker's intention. In this context, the persuasiveness of speech acts is an obvious component of the structure of the reception and processing of linguistic products.

The authors of the papers in the present volume have made an effort to interpret the primarily persuasive texts from the domains of political and advertising communication, with the application of linguistic analytical procedures.

Joanna Golonka describes the verbal advertising strategies applied in Polish and German commercials in order to respond to the wishes and needs of potential buyers, or to stimulate their emergence. In linguistically observable, though simultaneously covert ways, advertising awakens desires for specific products, seduces the recipient with verbal and non-verbal strategies, which allude to so-called symbolic values, which are perceived as self-evident within a specific culture group.

There are situations in which a recipient is persuasively prompted to accept unpleasant decisions, which also threatens his or her negative face. Joanna Szczek analyzes various kinds of rejection letters and makes an attempt to characterize this text type and the kinds of official letters functioning within this framework.

The authors of three further articles in the present volume deal with political texts, in particular with political speeches, which form the traditional area of

interest of *ars rhetorica*. Wolfgang Mieder analyses the proverbial rhetoric in Martin Luther King's sermons, speeches and books, which directly or indirectly point to the Bible as their source. Its role as a significant element of the structure of the argument is undisputed.

Justyna Rudnicka and Przemysław Staniewski have made an attempt to apply the methodology of the Theory of Mental Spaces to the analysis of Cicero's first speech against Verres. This enables the authors to formulate a theory-based interpretative hypothesis regarding the purposefulness of the technical solutions chosen by the speaker.

As an object of his scholarly reflection, Manfred Kienpointner has chosen the speech by Emma Goldman from 14th June 1917 against compulsory conscription in the USA. The author not only offers an analysis of the argumentative structure of this speech but also describes its stylistic peculiarities and so-called strategic manoeuvres as generally successful persuasive strategies.

Iwona Bartoszewicz

Volume Editor

Joanna Golonka
Universität Rzeszów

ELEGANTE VERFÜHRUNG: EINIGE BEMERKUNGEN ZUR SYMBOLHAFTEN VEREDELUNG VON PRODUKTEN IN DER WERBUNG

1. Produktanpreisung durch Zuweisung symbolischer Werte

Werbung in der uns am meisten bekannten Form – die kommerzielle Absatzwerbung für diverse Produkte und Dienstleistungen, die mit Hilfe unterschiedlicher Massenmedien an ihr Zielpublikum gesendet wird – hat zum Ziel, ihre Werbeobjekte auf dem Markt möglichst vorteilhaft erscheinen zu lassen, sie „besser und wirkungsvoller anzubieten als die Konkurrenz“ (vgl. Kotler/Armstrong 1988, zit. nach Karmasin 1993: 12), sie so zu präsentieren, dass sie sich von den Erzeugnissen der Konkurrenz in positiver Weise unterscheiden.

Werbung selbst ist eine wichtige Form der symbolischen massenhaften Marktkommunikation, also der Kommunikation der Unternehmen mit den Konsumenten, bei der Produkte oder Dienstleistungen in Form von Zeichen und Symbolen (in Worten und Bildern) physisch nicht greifbar dargestellt wird (vgl. Schweiger/Schrattenecker 1995: 8-9). Ihre Bedeutung und somit auch ihre Präsenz haben mächtig zugenommen auf den hochgradig gesättigten Märkten des westlichen Kulturkreises, die eine Vielzahl von Produkten vergleichbarer Qualität und Leistung anbieten.

In den letzten Jahrzehnten vollzogen sich mehrere qualitative Veränderungen des Werbephänomens (wie auch des Marketing schlechthin), im Zusammenhang mit dem geänderten gesellschaftlichen Umfeld des ausgehenden 20. und des beginnenden 21. Jahrhunderts: Werbung musste sich anpassen an die nun in großem Maße individualisierte, hochtechnisierte und informationsübersättigte Freizeit- und Erlebnisgesellschaft. Zur zentralen Marketingstrategie wurde – in der BRD seit den 70er Jahren des 20. Jhs., in Polen nach 1989 – das

Erlebnismarketing mit seiner Erlebnisprofilierung (Gestaltung emotionaler Erlebniswelten um das beworbene Objekt, s. Golonka 2009: 43). Seitdem geht es darum, Erlebnisse als Teil des Angebots zu präsentieren und zu verkaufen, sowie um Vermittlung „sinnlicher Konsumerlebnisse, die in der Gefühlswelt der Konsumenten verankert sind und ihre Werte, Lebensstile und Einstellungen beeinflussen“ (Weinberg 1992: Vorwort).

An Bedeutung gewinnen in der neuen (Markt-)Situation zusehends unterschiedliche *symbolische Werte* (als Produktvorzüge beziehungsweise als Vorteile der Zielpersonen nach dem Kauf des Beworbenen, viel seltener auch Qualitäten der Werber selbst). Als Werte sind in diesem Zusammenhang individuelle oder gruppenspezifische „Konzeptionen des Wünschenswerten“ zu verstehen, die eine hohe Handlungsrelevanz und darüber hinaus eine Orientierungsfunktion haben, und – im Vergleich z.B. zu Einstellungen – relativ stabile Größen darstellen.¹ Symbolische Werte (*Symbolic Values*), Werte also, die innerhalb einer Kultur als besonders wichtig betrachtet werden, sie direkt widerspiegeln, stehen in Opposition zu funktionalen Werten, und zwar sowohl den *Prime Values* (Werten, die aus dem Material kommen, z.B. ein Diamant) als auch den *Labour Values* (Werten, die aus dem Bearbeitungsverfahren kommen, z.B. Handarbeit) sowie den zahlreichen Werten, die Qualität und Leistung der Werbeobjekte betreffen.² Diese werden heute werblich immer häufiger als Träger diverser symbolischer Werte dargestellt, der Zusatzwerte, die gegenwärtig neben den weiterhin sehr relevanten Gebrauchswerten als relevante Kaufreize fungieren. Die Zuschreibung diverser symbolischer *Zusatzwerte* an das eigene Angebot soll dieses attraktiver machen, es veredeln, mit einer positiven Aura umgeben, individualisieren, erkennbar machen und auf jeden Fall von dem Angebot der Konkurrenz abheben.

Unter den symbolischen Werten lassen sich einige Gruppen unterscheiden. Am grundlegendsten ist die Differenzierung zwischen produktbezogenen, senderbezogenen und empfängerbezogenen Werten, je nachdem ob sie den Produkten selbst zugeschrieben werden oder – in der Werbepaxis am seltensten – den werbenden Unternehmen, oder aber den Umworbenen als Gratifikation für den Kauf der Werbeobjekte in Aussicht gestellt werden. In diesem Aufsatz untersuche

1. Ich knüpfe damit an die „klassische“ kultursoziologische Definition der Werte von Kluckhohn (1951 : 395) an, die in der marketingorientierten Werteforschung am häufigsten übernommen wird. Eine detaillierte Darstellung der Wesensmerkmale von Werten enthält die Monographie von Golonka (2009: 81-84).

2. Zur Differenzierung zwischen Prime Values, Labour Values und Symbolic Values s. Appadurai (1986).

ich nur die erstgenannte Gruppe der produktbezogenen symbolischen Werte. Auch sie können unterschiedlich sein: Sie können in symbolhafter Weise an sich funktionale Produktvorteile betreffen, wenn sie das Werbeobjekt z.B. als *innovativ-revolutionär*, als *eine gesunde Alternative zu herkömmlichen Produkten*, als *Wissenschaft pur* umschreiben. Als symbolische Werte betrachte ich „Neuheit“ sowie „Spitzenstellung/Sonderstellung/Exklusivität“,³ die in konkreter Werbung genauso gut auf einem Warentest-Urteil „sehr gut“ basieren, also aus als exzellent nachgewiesener Qualität resultieren können,⁴ wie auch aufgrund rein symbolhafter Wertezuschreibung zum Beworbenen behauptet werden. Im zweiten Fall wird ein Erzeugnis oft superlativisch als z.B. *in Deutschland am meisten begehrt*, als *Spiel des Jahres*, als *die Revolution unter den Feinwaschmitteln*, als *ultimativ* charakterisiert. Viele andere werbliche Wertezuschreibungen betreffen Produktvorteile von rein symbolischem Charakter, z.B. magische Kräfte, unwiderstehliche Anziehungskraft, ästhetische Qualitäten der Produkte usw. Die Grenzen zwischen den unterschiedlichen Arten symbolischer Werte sind fließend.

2. Werbliche Verführung

Vielfach wird Werbung – als die Kunst der Überredung – in den gegenwärtigen marktdominierten, konsumträchtigen Kulturen für ein Paradebeispiel der Persuasion oder gar der Manipulation gehalten. Spätestens seit Vance Packards berühmtem Werk „The Hidden Persuaders“ (1957) haftet ihr der schlechte Ruf einer Verführerin an, die in Menschen Wünsche und Bedürfnisse weckt und die der Werbeflut hilflos ausgesetzten Menschen offen oder verdeckt zum Konsum verführt.

Es würde den Rahmen dieses Aufsatzes bei Weitem sprengen, das gerade angesprochene Problem auch nur annähernd zu erörtern. Sicher ist, dass jede kommerzielle Werbung zwei grundlegende Funktionen erfüllt: Sie dient der Kommunikation zwischen den Anbietern und den Verbrauchern, und gleichzeitig ist sie Instrument der Beeinflussung der Letzteren durch die Ersteren.

Beeinflussung ist keinesfalls nur ein Charakteristikum (eine Wirkung) der Werbung, sondern vielmehr ist sie – neben Information und Unterhaltung die

.....
3. Beide werden in der Werbung sehr häufig thematisiert.

4. Jegliche Qualitätswerte sind als funktional zu betrachten, s. Golonka (2009 : 328-330).

dritte wichtige Funktion menschlicher Kommunikation (s. Wehner 1996: 13). Im Falle der Werbung kommt dieser Aspekt besonders stark zum Ausdruck, weshalb ihn die meisten Definitionen der Werbung explizit erwähnen.⁵ Dabei kann es sich hier höchstens um eine Beeinflussungsabsicht handeln, kaum um einen Beeinflussungszwang,⁶ und zwar obwohl die Werber ihr Bestes tun, um die Ratio ihrer Zielpersonen zu umgehen. Auf jeden Fall sind das Beeinflussungspotenzial der Werbekommunikation wie auch das Wissen darum, wie die Beeinflussung effizient umgesetzt werden kann, im letzten Jahrhundert wesentlich gewachsen.

Anstatt von Beeinflussung wird im Kontext der Werbung oft auch ein anderer – neutralerer – Begriff gebraucht – die *Persuasion*. Darunter versteht Lewandowski (1994, Bd. 2, S. 790) in Anlehnung an Brown (1958: 299) „Symbolmanipulation mit der Absicht, beim Adressaten ein bestimmtes Verhalten auszulösen“. Die persuasive Einwirkung soll Menschen in ihren Meinungen, Einstellungen und in ihrem Handeln erreichen und wendet sich vor allem an die Emotionen der Adressaten.⁷ Sie geschieht mit Hilfe sprachlicher und – gegenwärtig immer mehr – nichtsprachlicher Mittel. Die sprachliche Persuasion ist dabei präzisiert und kann auch selbst Elemente der Bildhaftigkeit (bildhafte Sprachausdrücke, oft rhetorische Stilmittel) enthalten.

Aus dem bis hierher Gesagten folgt, dass Werbung mehrfach mit Symbolen zu tun hat: Sie bildet einen wichtigen Teil der symbolischen Kommunikation auf dem Markt. Sie bedient sich der persuasiven „Symbolmanipulation“ (s. Definition der Persuasion von Lewandowski oben). Sie weist den Produkten auf vielerlei Weise zahlreiche symbolische Werte zu. Die folgenden Abschnitte befassen sich mit den sprachlich eleganten Ausdrucksformen, die Werbung zur symbolhaften Veredelung von Produkten benutzt.

3. Beitrag der Rhetorik

Persuasive Kraft wird der Sprache gemeinhin aufgrund ihrer Appellfunktion

5. Die Ausnahme hierfür bilden die „unternehmerfreundlichen“ Definitionen des Phänomens, die eine partnerschaftliche Harmonie zwischen Sendern und Empfängern im marktwirtschaftlichen Kommunikationsprozess stilisieren. Mehr dazu s. in Zielke (1991 : 27-31).

6. Dieser ist gesetzlich ausgeschlossen.

7. Noch mehr als die kommerzielle ist die nicht-kommerzielle Werbung auf Beeinflussung angewiesen. Bei der Social-Werbung geht es ja nicht darum, Konsumwünsche der Adressaten anzusprechen, sondern sie dazu zu bringen, zum Wohl anderer Menschen, der Umwelt usw. beizutragen.

zugeschrieben und weil geschickt ausgewählte Wörter und Syntagmen, vor allem verschiedene bildhafte Ausdrücke, Gefühle und Impulse erwecken, die im Bewusstsein der Rezipienten (oder auch für diese unbewusst) zu mentalen Bildern werden. Die Persuasive Funktion der Sprache betrifft nach Anusiewicz (1992: 20) die Sphäre der in einer Gesellschaft relevanten Werte. Sie ist kulturgebunden. Persuasive Texte funktionieren in einer Kultur und schöpfen daraus. Beispielsweise haben nur solche Werbebotschaften die Chance, im Einklang mit der Senderintention aufgenommen zu werden, die auf entsprechende Wünsche, Träume, Sehnsüchte oder Wertvorstellungen des Adressaten treffen, welche wiederum seiner Kultur entspringen, in ihr wurzeln (Sawicka 1994: 263).

Ein prägnantes Beispiel persuasiven Sprachgebrauchs bildet seit der Antike die *rhetorische Sprachkunst*. Sie wurde im 20. Jahrhundert von den Werbeschaffenden neu entdeckt und wird in Werbetexten vielfach umgesetzt. Auch zur einprägsamen, emotional ansprechenden Vermittlung unterschiedlicher symbolischer Produktvorzüge eignen sich viele rhetorische Sprachmittel ausgezeichnet.

4. Ergebnisse der Korpusanalyse

Nur in etwa 46 Prozent der zum Korpus dieses Aufsatzes gehörigen 187 deutschen und 184 polnischen Werbespots werden produktbezogene symbolische Werte vermittelt: in genau 86 deutschen und 85 polnischen Spots. Es ließen sich im Korpus 245 Thematisierungen der genannten Werte feststellen, die gleichmäßig (123 zu 122) verteilt sind im deutschen und im polnischen Korpus. In mehreren Fällen geschieht die Vermittlung symbolischer Produktvorzüge mit Hilfe unterschiedlicher sprachlicher Mittel, die man als rhetorisch ansehen kann.

Häufig sind vor allem verschiedene *Metaphern*. So wird das Krombacher-Bier eine *Perle der Natur* genannt, die Erzeugnisse des *Thyssen Krupp*-Konzerns als *Werkstoffe für kühnste Architektenträume* charakterisiert. Die Pralinen von *Mieszko* präsentieren sich als *królestwo nadzienia* und das Friseurzubehör von Philips macht „ein Friseursalon daheim“ (orig. *salon fryzjerski w domowym zaciszu*) möglich. Inzwischen sehr bekannt ist die Bezeichnung der Kaffeesorte *Jacobs Krönung* als *das Verwöh naroma*; in der polnischen Werbung heißt es *moc królewskiego aromatu*. Aus dem Slogan der Käsemarke *Fol Epi* erfahren wir, dass er *von der Sonne verwöhnt* ist. Hier liegt sogar eine doppelte Metapher (zugleich Personifizierung) vor: eine Sonne, die verwöhnen kann und ein Käse, der verwöhnt wird.

Bei sehr vielen werblichen Metaphern handelt es sich um *Synästhesien*, in denen unterschiedliche reale oder fiktive Sinneswahrnehmungen angesprochen werden. Beispielsweise wird von der *Nivea Body Milk* versprochen, dass sie *trockene Haut fühlbar glatter pflegt*, und *Ambi pur Seaworld* wird als *harmonische Kombination von Duft und Dekoration* angepriesen. In dem letzten Beispiel liegen zusätzlich Alliteration und Endreim vor. Das *Warka-Bier* wird als *szlachetna harmonia smaku* bezeichnet, die *Mieszko-Pralinen* als *czekoladki nadziewane uczuciami* (konkret sind es *wiśniowe pocałunki*, *wiśniowe uściski* und *wiśniowe wyznania*). Es wird uns weisgemacht, dass die Sommersuppen von *Maggi* nach Sommer schmecken und dem Kaffee *Maxwell House* wird ein „inspirierender Geschmack“ (orig. *smak inspiracji*) nachgewiesen. In ähnlicher Weise wird *Nescafe Gold* als *esencja doskonałości* angepriesen.

Sehr zahlreich sind in den untersuchten Werbetexten Beispiele für unterschiedliche *Entkonkretisierungen*.⁸ Die angebotenen Produkte werden mit Vorliebe als etwas Besonderes, nicht bloß Materielles, über gewöhnliche Konsumgüter Hinausgehendes dargestellt und dadurch in der Wahrnehmung der Konsumenten veredelt.⁹ Der *Fresh-Drink* von *Danone* erscheint dann als *die fruchtig-gesunde Erfrischung* selbst, *REI F3* als die Revolution unter den Feinwaschmitteln. Der *Lycrawear-Nagellack (Rimmel)* soll als *der Durchbruch für die Nägel* gesehen werden. In vielen deutschen Beispielen kommt hier der definite Artikel vor, der die Einzigartigkeit, die Sonderstellung des jeweiligen Angebots zum Ausdruck bringt. Er wirkt in solchen Fällen hyperbolisch.¹⁰ Polnische Werbetexte vermischen diese Wirkung, weil das Polnische keine Artikelkategorie kennt. Doch gerade in den Werbespots des polnischen Korpus konnten sehr viele Belege für Entkonkretisierungen gefunden werden: *pokusa, której możesz ulec* (*Rama CraneFINE*), *szlachetna harmonia smaku* (*Warka-Bier*), *Sposób na zdrowe włosy bez lupieżu* (*Head&Shoulders*), *Ostatnie osiągnięcie ekspertów w walce z próchnicą* (*Oral B Cross Action*), *apetyt na życie* (*Nałęczowianka*), *Moc z charakterem* (*Tatra Mocne*) usw. In dem folgenden Beleg hat die Entkonkretisierung einen komplexen Charakter: *Podaruj to, co najlepsze: witalność, zdrowie, kondycję fizyczną*

8. Dagegen habe ich nur ein Beispiel für Hypostasierung gefunden, in dem *Wiesenhof-Spot*: *Jetzt kommt die ganze Frische der Natur auf den Tisch. Mit Wiesenfrische, der frischen Geflügelwurst von Wiesenhof*. Die dreimalige Wiederholung des schlüsselwortartigen Morphems *frisch* bringt hier darüber hinaus eine Dreierfigur zustande.

9. Dies trifft allerdings auch für die bisher besprochenen Arten der Metaphern zu und gleichermaßen für die im Folgenden behandelten rhetorischen Figuren im Dienste der werblichen Anpreisung.

10. Zur Hyperbel s. weiter unten.

i psychiczną. (Geriativ Pharmaton). Viele Entkonkretisierungen sind zugleich Synästhesien (s. oben).

Mehrere werbliche Metaphern enthalten *Hochwertwörter*.¹¹ Gemeint sind Ausdrücke, die ohne die grammatische Struktur eines Komparativs oder Superlativs geeignet sind, das damit Bezeichnete (bei Nomina) oder näher Bestimmte/Prädizierte (bei Adjektiven) aufgrund ihrer positiven Inhaltsseite aufzuwerten, zu veredeln. So wird das *Krombacher-Bier* als eine *Perle der Natur* (mit *Felsquellwasser gebraut*) angepriesen und die *Mozart-Kugeln* (Reber) als *Spezialitäten*, als *hochfeine Confiserie* und als *echt klassisch*, was zusätzlich durch den Produktnamen selbst, die visuelle Spot-Gestaltung sowie die musikalische Untermalung (verständlicherweise Musik von Mozart) expressiv betont wird. Sehr beliebt ist in der Werbung das Nomen *König* (auch *Königin*) und das davon abgeleitete Adjektiv *königlich* (in den polnischen Werbetexten entsprechend die Nomina *król* und *królowa* sowie das Adjektiv *królewski*). Ein Beispiel hierfür ist die Bezeichnung des *Warsteiner-Biers* als *Königin unter den Bieren*, ein anderes der folgende Werbetext, in dem das besagte Hochwertwort gleich drei Mal wiederholt wird: *Heute ein König. König Pilsener. Das König der Biere*. Im letzten Fragment entdecken wir hier eine intendierte Abweichung von der grammatischen Norm, dank der die Verbindung von *König* und *Bier* noch prägnanter zum Ausdruck kommt. Im polnischen Korpus wurden Belege gefunden wie *Moc królewskiego aromatu* (Jacobs Krönung),¹² *królestwo nadzienia* und *Klejnoty* (Pralinen von Mieszko), *szlachetna harmonia smaku* (Warka-Bier).¹³ Unter den untersuchten Werbeobjekten haben wir außerdem einige *Testsieger* (vor allem bei *Stiftung Warentest*, z.B. *o.b.*, *Hermes*, *Dove-Deo*, *Head&Shoulders*).¹⁴ Weitere Korpusbeispiele für Hochwertwörter sind: *lider osiągnięć* (Mobil 1), *urodzony zwycięzca* (Renault Clio), *salon fryzjerski w domowym zaciszu* (Philips) usw. Mehrere Hochwertwörter finden wir in folgenden Werbetexten: *Każde arcydzieło ma swojego twórcę. Dla prawdziwych kolekcjonerów: seria limitowana Vegety ... podpis Mistrza ... kolekcjonerskie opakowanie.; Dziedzictwo Narodowej Kultury ... tajniki warsztatu największych mistrzów ... arcydzieła sztuki narodowej (Kolekcja Sztuki Polskiej)*.

Viele Hochwertwörter haben eine hyperbolisierende Wirkung. Die

11. Zum Begriff s. Janich (2003 : 120).

12. Auch das zum Produktnamen gehörige Nomen *Krönung* ist ein Hochwertwort.

13. Der Bezug zum Adelstand in Polen ergibt sich hier eindeutig aus dem Spotgeschehen.

14. Als Hochwertwort ist Sieger anzusehen.

Ausdrucksformen der *Hyperbeln* sind aber durchaus nicht darauf beschränkt. Besonders häufig kommen vor allem diverse superlativische Formulierungen vor, z.B. *Deutschlands bestlösliches Feinwaschmittel* (REI F3); *Nivea-Spray. Das beste Nivea-Deo, das es je gab; Unterwegs die schnellste verfügbare T-Mobile-Datenverbindung; Carlsberg. Probably the best bear in the world.; Die sichersten Autos kommen aus Frankreich. (Renault); Najważniejszy miesięcznik dla ludzi biznesu (Forbes); Najskuteczniejsza szczoteczka ... technologicznie najbardziej zaawansowana na świecie (Oral B von Braun); Najdoskonalsze wyrażenie dobrego smaku (Ferrero Rocher).¹⁵ Eine ähnliche Funktion spielen Ausdrücke mit der Zahl 1 bzw. der Ordinalzahl *erst-* wie *Der weltweit erste Akku-Schleifer mit Lithium-Jonen-Technologie* (Prio von Bosch);¹⁶ *Das Nr. 1-Album zu Weihnachten (Greatest Hits von Robbie Williams)*. Hyperbolisch wirken außerdem Nominalphrasen mit Genitivformen, z.B. *Aspirin. Medizin deines Lebens.* oder *Samochód Roku 2006 (Renault Clio)* sowie einige Adjektive wie *ultimativ, einzigartig, einmalig, jedyny (taki), unikalny, niepowtarzalny*. Eine Morphemwiederholung liegt zusätzlich in dem Warsteiner-Slogan vor: *Das einzig wahre Warsteiner*.*

Als letzte rhetorische Figur, mit der produktbezogene symbolische Werte werblich vermittelt werden, möchte ich hier die *Personifizierung* erwähnen. Mit dieser Trope, einer besonderen Art Metapher, werden Gegenständen menschliche Eigenschaften verliehen. Indem Waren wie Menschen handeln, können Ergebnisse ihrer Handlungen (und nicht mehr die Waren selbst) angepriesen werden. Auf diese Weise werden Eigenschaften und Wirkungen anstelle von Produkten angeboten, was ein werbepsychologischer Trick ist (s. Golonka 2009: 218). Personifizierungen liegen z.B. in den folgenden Werbesprüchen vor: *Was hat trockene Haut am liebsten? Liebevoller Berührung. Nivea Body Milk ... pflegt trockene Haut fühlbar glatter.; Begeistert von Technologie (der neue Citroën C4); Centrum pomoże ci je [witaminy] odzyskać*. Die darin ausgedrückte Aktivität kommt verständlicherweise stets den Werberezipienten zugute. Als eine besondere Art Personifizierung können Ausdrücke betrachtet werden, wonach Produkte mit magischen, übernatürlichen Kräften ausgestattet sind, die ebenfalls

15. Dieselbe superlativische Form kann in demselben Werbetext auch mehrfach wiederholt werden: *Sorgen Sie für Ihre Zukunft vor. (...) Bei der Bank mit der besten Beratung, besten Finanzplanung ... Beste Bank. Beste Beratung. Platz 1 im Bendertest. (Deutsche Bank)*.

16. Das Adjektiv *weltweit* macht die Behauptung zu einem Vergleich. Vergleichskonstruktionen unterschiedlicher Art sind in der Werbung sehr häufig. S. mehr dazu in Golonka (2009: 221-224). Zwei Belege dafür aus dem Korpus sind: *So wichtig wie die Luft zum Atmen: Gerolsteiner naturell. und Würzen wie noch nie. (Maggi Würzwelt)*. Im zweiten Beleg wird der Vergleich hyperbolisch durch die Negation unterstrichen.

für die Umworbenen Gutes, Wohltuendes, Wünschenswertes bewirken. Dies ist z.B. in den folgenden Belegen der Fall: *Styling, das verbindet (Lock-Shock-Wafes von Wella)*; *Culinaria: Bringt die Welt in Ihr Zuhause. (Dr. Oetker)*; *Die neue Pflegeserie, die dem Haar die Kraft gibt, um länger zu werden. (Fructis)*; *Das kann nur das Verwöh naroma Jacobs Krönung.*¹⁷ *Macht die Welt schöner (Peugeot 307 CC)*; *Nałęczowianka (...) dzień po dniu uwalnia niepohamowana radość życia; W ziarnach tkwi niezwykła siła natury, a to, co w nich najlepsze, da ci Rama.; Mieszko kryje sny jak Ty, jak ja, jak my. Mieszko, uwierz mi, ma serce, ma duszę, ma sny.* Der letzte Beleg ist zugleich ein Beispiel für ein Endreim sowie für eine (hier gesungene) werbliche Pseudodichtung.¹⁸

5. Fazit

Gegenwärtige Werbung kann ihren Ruf als Verführerin höchstwahrscheinlich nicht mehr ohne Weiteres abstreifen. Ihr Werk möchte sie deshalb möglichst elegant tun. Wenn es darum geht, Werberezipienten für das eigene Angebot zu gewinnen, zeigen schöne Motive und Formen vielfach eher Wirkung als Hässliches, symbolische Qualitäten eher als gewöhnliche Leistungen. Aus diesem Grunde findet man heutzutage in der Werbung vermehrt Bezüge auf unterschiedliche symbolische Eigenschaften, Leistungen und Wirkungen der Produkte. Will man sie geschickt und wohlgeformt zum Ausdruck bringen, greift man oft zu dem reichen Repertoire rhetorischer Figuren. Mit ihnen kann man Produkte symbolhaft veredeln und dadurch gleichzeitig die Zielpersonen der Werbung elegant verführen.

Bibliographie

- Anusiewicz, Janusz** (1992) *Kulturowa teoria języka. Zarys problematyki*. In: *Język a kultura*. Hrsg. von Janusz Anusiewicz/Jerzy Bartmiński. Bd. 1. Wrocław, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 17-30.
- Appadurai, Arjun** (1986) *The social life of things*. New York, Cambridge University Press.
- Brown, Roger** (1958) *Words and Things*. Glencone (Ill.),The Free Press.
- Golonka, Joanna** (2009) *Werbung und Werte. Mittel ihrer Versprachlichung im Deutschen*

17. Was mit dem Demonstrativpronomen gemeint ist, zeigt die Spotszene.

18. Mehr zu dieser Ausdrucksform s. in Golonka (2009 : 295-297).

und im Polnischen. Wiesbaden, VS.

Janich, Nina (2003) *Werbesprache. Ein Arbeitsbuch*. 3. Aufl. Tübingen, Narr.

Karmasin, Helene (1993) *Produkte als Botschaften. Was macht Produkte einzigartig und unverwechselbar? Die Dynamik der Bedürfnisse und die Wünsche der Konsumenten. Die Umsetzung in Produkt- und Werbekonzeptionen*. Wien, Ueberreuter.

Kluckhohn, Clyde (1951) *Values and Value-Orientations in the Theory of Action*. In: *Toward a General Theory of Action*. Hrsg. von Talcott Parsons et al. Cambridge, Harvard University Press, 388-433.

Kotler, Philip/Armstrong, Gary (1988) *Marketing*. Wien, Fachverlag An der Wirtschaftsuniversität.

Lewandowski Theodor (1994) *Linguistisches Wörterbuch*. 3 Bde. 6. Aufl. Heidelberg/Wiesbaden, Quelle & Meyer.

Lewiński, Piotr H. (1999) *Retoryka reklamy*. Wrocław, Wyd UW.

Meffert, Heribert (Hrsg.) (1994) *Lexikon der aktuellen Marketingbegriffe*. Wien, Ueberreuter.

Sawicka, Grażyna (1994) *Konotacje kulturowe jako tworzywo kulturowe językowego obrazu świata reklam telewizyjnych*. In: *Rozgrywanie światów. Formy perswazji w kulturze współczesnej*. Hrsg. von Kinga Iwasiów/ Jerzy Madejski. Szczecin, Wyd. Naukowe US, 260-272.

Schweiger, Günter/Schrattenecker Gertraud (1995) *Werbung. Eine Einführung*. 4., völlig neu bearb. und erw. Aufl. Stuttgart/Jena, Gustav Fischer Verlag.

Wehner, Christa (1996) *Überzeugungsstrategien in der Werbung. Eine Längsschnittanalyse von Zeitschriftenanzeigen des 20. Jahrhunderts*. Opladen, Westdeutscher Verlag.

Weinberg, Peter (1992) *Erlebnismarketing*. München, Vahlen.

Zielke, Achim (1991) *Beispiellos ist beispielhaft oder: Überlegungen zur Analyse und Kreation des kommunikativen Codes von Werbebotschaften in Zeitungs- und Zeitschriftenanzeigen*. Pfaffenweiler, Centaurus.

Summary

Recent advertising cannot easily escape its bad reputation of seducing people. Therefore it all the more pays attention to doing its job in an elegant manner, in order to let its addressees sense as little as possible of its real intentions to seduce them. Numerous symbolic values as well as figures of speech prove to be suitable for this task.

Streszczenie

Prawdopodobnie reklamie nie uda się już uwolnić od złej reputacji bycia uwodzicielką. Dlatego tym większe czyni starania, by swoje dzieło nakłaniania wykonywać w sposób elegancki i wyszukany, tak, aby ci, do których się zwraca, nie zauważyli jej uwodzicielskich zamiarów. Do zadania tego znakomicie nadają się różnorakie symboliczne walory przypisywane produktom oraz retoryczne figury służące ich wyrażeniu.

Manfred Kienpointner
Universität Innsbruck, Österreich

ANARCHISTISCHE RHETORIK GEGEN DEN KRIEG ZU EMMA GOLDMANS REDE VOM 14. JUNI 1917 GEGEN DIE ZWANGSEINBERUFUNG IN DEN U.S.A.

Einleitung

Die folgende Analyse einer Rede der Anarchistin, Feministin und bedeutenden politischen Rednerin Emma Goldman (1869-1940) unternimmt den Versuch, Konzepte der klassischen Rhetorik (Aristoteles, Cicero, Quintilian) sowie der Neuen Rhetorik von Chaim Perelman und Lucie Olbrechts-Tyteca (1983) mit Ansätzen der Pragma-Dialektik (van Eemeren/Grootendorst 2004, van Eemeren 2010) und der Kritischen Diskursanalyse (Reisigl/Wodak 2001, Wodak 2011) für die Zwecke einer Fallstudie sinnvoll zu kombinieren.

Gegenstand der Fallstudie ist die Rede gegen Zwangseinberufung und Krieg, die von Emma Goldman am 14. Juni 1917 in New York gehalten wurde. Die Rede ist im historischen Kontext der von Goldman und ihrem langjährigen Lebensgefährten und Mitstreiter Alexander Berkman (1870-1936) organisierten Aktivitäten der *No-Conscription-League* zu sehen. Diese Aktivitäten richteten sich gegen das von Präsident Woodrow Wilson (1856-1924) im Mai 1917 im amerikanischen Kongress erfolgreich durchgebrachte Gesetz *Selective Service Act*, nach dem Männer zwischen 21 und 30 Jahren zum Kriegsdienst verpflichtet werden konnten. Verstöße gegen das Gesetz wurden mit erheblichen Strafen geahndet.

Auf der deskriptiven Ebene wird die Rede Goldmans 1. hinsichtlich ihres argumentativen Aufbaus analysiert, d.h. hinsichtlich der Makrostruktur und der inhaltlichen Typen der wichtigsten Argumente, die Goldman vorbringt; 2. hinsichtlich der Struktur eines der Argumente, die in der Rede verwendet werden, und schließlich 3. hinsichtlich des strategischen Einsatzes von Metaphern in dieser Rede. Im Sinne der Typologie diskursiver Strategien der Kritischen

Diskursanalyse geht es dabei um 1. Strategien der Argumentation, 2. Strategien der (metaphorischen) Benennung und 3. Strategien des (metaphorischen) Zuschreibens von Eigenschaften („argumentation strategies, referential/nominal strategies, predication strategies“, vgl. Reisigl/Wodak 2001: 45).

Auf der normativen Ebene wird sodann die schwierige Frage gestellt und ansatzweise beantwortet, wie die Rede Goldmans hinsichtlich der Plausibilität ihrer Argumentation insgesamt zu bewerten ist.

Vereinzelt werden darüber hinaus auch Passagen aus weiteren Reden Goldmans sowie ihrer Autobiographie (vgl. Goldman 2006) und ihren politischen Schriften (vgl. Shulman 1996, Goldman 2009) berücksichtigt, um diese Fallstudie in den breiteren Rahmen von Goldmans politischer Rhetorik und ihres anarchistischen Denkens zu stellen.

1. Emma Goldman – biographische Skizze

Emma Goldman (zu ihrem Leben vgl. Goldman 2006, Wexler 1984, 1989 und Gornick 2011) wurde in Kowno (damals in Russland, heute: Kaunas in Litauen) als Tochter jüdischer Eltern geboren. Frühe prägende Erfahrungen waren die brutale körperliche Züchtigung durch ihren Vater, einen in verschiedenen geschäftlichen Unternehmungen gescheiterten Kleinbürger. Goldman musste früh als Fabrikarbeiterin tätig werden, da ihr Vater ihr höhere Schulbildung verweigerte. Typisch für sie war jedoch, dass diese Kindheitserlebnisse ihren starken Willen nicht brachen, sondern sie nur umso mehr zu offenem Widerstand motivierten. 1885 gelang es ihr, mit ihrer Schwester Helena in die U.S.A. zu emigrieren. Nach einer gescheiterten Ehe und erneut zermürenden Erfahrungen als Fabrikarbeiterin lernte sie 1899 ihren langjährigen Lebensgefährten und politischen Mitstreiter, Alexander Berkman, kennen, der sie mit anarchistischen Kreisen in New York bekanntmachte (vgl. Goldman 2006: 5ff.; Goldman 2009: 5; Wexler 1984: 54ff.; Gornick 2011: 22ff.).

Damit begann Goldmans Engagement als politische Aktivistin. Schon bald entdeckte sie ihr herausragendes rhetorisches Talent und wurde in den folgenden Jahrzehnten auf großen Vortragsreisen zu einer überall in den U.S.A. gefeierten Rednerin. Mehrfach zu Gefängnisstrafen verurteilt, gründete sie 1906 die anarchistische Zeitschrift *Mother Earth*, die sie zusammen mit Berkman bis 1917 herausgab und größtenteils durch die Erträge ihrer Vortragsreisen finanzierte (vgl. Gornick 2011: 61ff.).

Im Jahr 1917 engagierten Goldman und Berkman sich energisch gegen die verpflichtende Registrierung und Einberufung von jungen Amerikanern zum Kriegsdienst auf den Schlachtfeldern Europas im 1. Weltkrieg. Sie gründeten in New York die *No-Conscription-League*, die bald auch in anderen Städten der U.S.A. Niederlassungen hatte, und setzten sich durch Publikationen, Organisation von politischen Versammlungen und Reden gegen die Zwangseinberufung intensiv gegen Woodrows Kriegspolitik ein. Unter anderem hielt Goldman am 14. Juni in Forward Hall in New York City die Rede *Against Conscription and War*, die im Folgenden detailliert analysiert wird.

Am Tag nach dieser Rede (15. Juni 1917) trat ein weiteres von Präsident Wilson erfolgreich eingebrachtes Gesetz in Kraft, der *Espionage Act*, mittels dessen die U.S. Behörden Aktivitäten, die gegen die U.S.-Kriegsbeteiligung gerichtet waren, als kriminelle Akte verfolgen konnten, ohne damit gegen die verfassungsmäßig verbrieften Rechte von U.S.-BürgerInnen auf freie Meinungsäußerung zu verstoßen. Unter Berufung auf dieses Gesetz wurden Goldman und Berkman noch am selben Tag (15. Juni 1917) in den Redaktionsräumen von *Mother Earth* verhaftet und nach einer umstrittenen Gerichtsverhandlung im Juli 1917, bei der sich Goldman und Berkman selbst verteidigten, vom Richter Julius M. Mayer am 9. Juli 1917 zur Maximalstrafe von zwei Jahren Gefängnis verurteilt (vgl. Wexler 1984: 230ff.; Gornick 2011: 96ff.). Trotz des zu erwartenden Ausgangs ist Goldmans abschließende Rede vor der Jury voller souveränem Spott über die fragwürdigen Prozeduren des Staates, die zu ihrer Verhaftung und Anklage geführt haben (vgl. Goldman 1996; 2006: 348ff.). Nach zwei Jahren in Haft und der Aberkennung der U.S.-Staatsbürgerschaft wurden sie 1919 aus den U.S.A. ausgewiesen und zusammen mit hunderten weiteren radikalen AktivistInnen nach Europa deportiert.

Nach einem zweijährigen Aufenthalt in der Sowjetunion, der Goldman und Berkman wegen der autoritären Entwicklung von Lenins Kommunismus bitter enttäuschte, lebte Goldman einige Jahre in Berlin, London und Kanada. 1928-1930 schrieb sie mit finanzieller Unterstützung durch Peggy Guggenheim in Frankreich ihre Autobiographie *Living my life* (Goldman 2006). 1934 konnte sie für eine dreimonatige Vortragsreise noch einmal in die U.S.A. zurückkehren, musste sich jedoch verpflichten, nicht über Politik zu sprechen. 1936 ging sie nach Spanien und engagierte sich im Spanischen Bürgerkrieg begeistert für die anarchistische Bewegung in Katalonien. Nach deren Scheitern kehrte sie 1939 kehrte sie nach Kanada zurück und erlag dort 1940 einem Schlaganfall.

2. Argumentative Struktur der Rede vom 14. Juni 1917

Die folgende Beschreibung der Struktur der argumentativen Passagen in Goldmans Rede greift aus Platzgründen nur die wichtigsten Argumente heraus, die Wilsons Position direkt zu widerlegen versuchen. Goldman nützt dabei eine ganze Fülle von Mustern der Alltagsargumentation, wie sie erstmals von Aristoteles in seiner Topik und in seiner Rhetorik systematisiert worden sind, in antiken und modernen Typologien wiederaufgegriffen und für die Argumentationsanalyse fruchtbar gemacht worden sind (vgl. Aristoteles 2002, 2004; Cicero 1976; Perelman/Olbrechts-Tyteca 1983; Kienpointner 1992; Garssen 1997; Rigotti 2007; Walton/Reed/Macagno 2008).

Goldman verwendet u.a. Autoritätsargumente, kausale Argumente, Vergleichsargumente sowie Gegensatzargumente. Einige dieser Argumente sind „fiktiv“, d.h. sie berufen sich kontrafaktisch nicht auf Sachverhalte der realen Welt, sondern auf angenommene Sachverhalte in möglichen Welten. Typen fiktiver Argumente sind schon von Quintilian eins zu eins allen Typen „realer“ Argumente gegenübergestellt worden (vgl. inst.orat. 5.10.95: *argumenta a fictione*), aber auch in der modernen Argumentationsforschung ausführlich beschrieben worden (vgl. Kienpointner 1911). Das Ziel all dieser Argumente ist es, die Befürwortung der Teilnahme der U.S.A. am 1. Weltkrieg sowie der Zwangseinberufung zu diskreditieren und als unhaltbare Position herauszustellen.

Zunächst ist jedoch kurz auf die Argumente von Präsident Wilson für die Kriegsteilnahme und die Zwangseinberufung resümierend einzugehen, um klar zu machen, wogegen sich Goldmans Kontra-Argumente richten. Bei seiner Wiederwahl 1916 hatte Wilson noch erfolgreich mit dem Slogan „He kept us out of war“ werben lassen. Doch der brutale deutsche Überfall auf Belgien 1914, die Versenkung des britischen Passagierschiffs *Lusitania* durch ein deutsches U-Boot 1915, wobei fast 1200 Zivilpersonen, darunter 128 U.S.-BürgerInnen, ums Leben kamen, hatten zunehmend große Empörung in den U.S.A. erzeugt. Außerdem hatten republikanische Politiker wie der frühere U.S. Präsident Theodore Roosevelt (1858-1919) sowie Vertreter des Bankensektors und der Rüstungsindustrie im Rahmen der *Preparedness*-Bewegung seit Beginn des 1. Weltkrieges Stimmung für eine amerikanische Kriegsbeteiligung gemacht.

Als Deutschland zudem im Jänner 1917 den uneingeschränkten U-Bootkrieg erklärte und ein verschlüsseltes Telegramm des deutschen Außenministers Arthur Zimmermann abgefangen und entziffert wurde, in dem er den deutschen

Botschafter in Mexiko aufforderte, den Staat Mexiko zum Kriegseintritt gegen die U.S.A. auf der Seite Deutschlands zu bewegen, betrieb Wilson entschlossen den Kriegseintritt der U.S.A. gegen die Mittelmächte. Rhetorisch stellte er ihn geschickt als ein Mittel dar, die Welt freier zu machen und zu demokratisieren (vgl. „The world must be made safe for democracy“) und zukünftige Kriege unmöglich zu machen (vgl. Wilson 1917: 4):

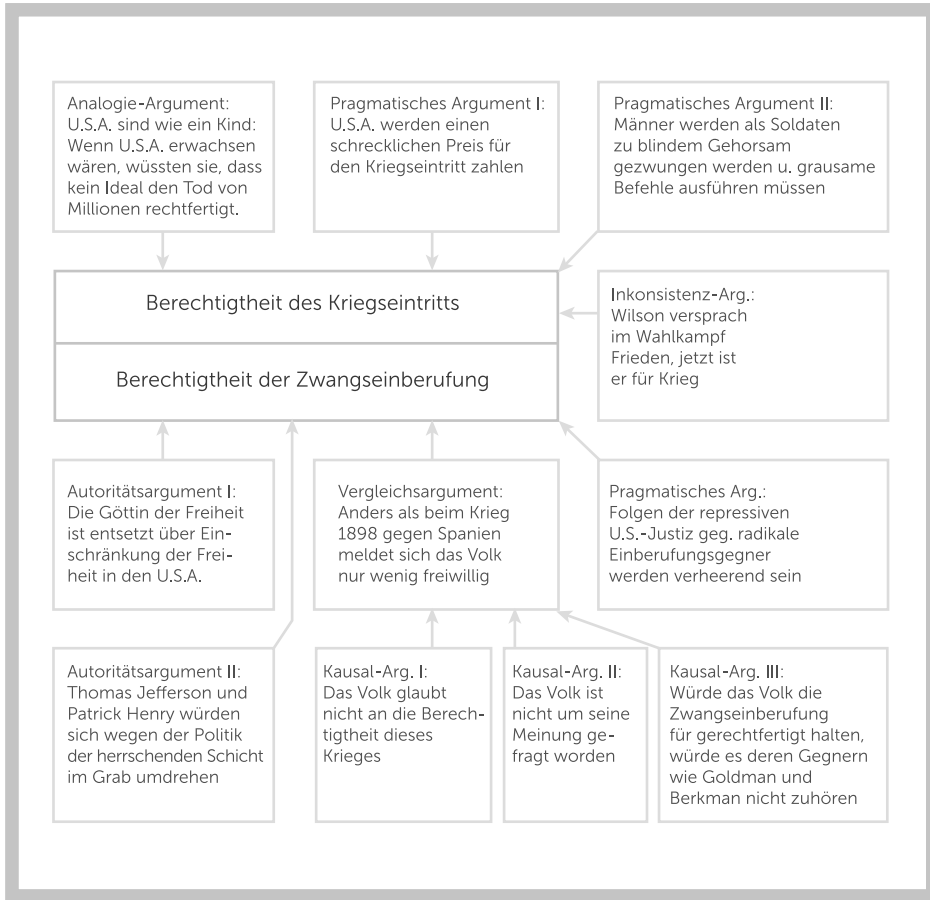
We are glad, now that we see the facts with no veil of false pretense about them, to fight thus for the ultimate peace of the world and for the liberation of its peoples, the German peoples included; for the rights of nations great and small and the privilege of men everywhere to choose their way of life and of obedience. The world must be made safe for democracy.

Da die Freiwilligen-Meldungen weit unter den Erwartungen blieben (Sechs Wochen nach der Kriegserklärung hatten sich erst 73.000 Mann freiwillig gemeldet), setzte Wilson den *Select Service Act* in Kraft, um durch Zwangseinberufung die U.S. Truppenstärke signifikant zu erhöhen. Am Ende des Krieges waren es insgesamt 2,8 Millionen auf dieser Basis eingezogene Soldaten. Weiters initiierte Wilson massive Medienpropaganda mit Werbung für die Zwangseinberufung und für die Kriegsteilnahme. Unter anderem ließ Wilsons Propaganda-Chef George Creel (1876-1953) 75.000 Redner jeweils vier Minuten für den Kriegseintritt in 5000 Städten in den U.S.A. sprechen und erreichte so Millionen von AmerikanerInnen. Schließlich setzte Wilson den bereits erwähnten *Espionage Act* in Kraft, um die radikale inneramerikanische Opposition durch massive Einschränkungen der Redefreiheit auszuschalten (vgl. Goldman 2006: 337ff.; Wexler 1984: 227ff.; Shulman 1996: 30f; Gornick 2011: 92ff.).

Die Struktur von Goldmans wichtigsten Argumenten werden im Folgenden aus ihrer linearen Abfolge in ihrer Rede herausgelöst, zu knappen Inhaltsangaben verdichtet (zu solchen „dialektischen Transformationen“ der Umstellung und Ersetzung als Mittel der Argumentationsanalyse vgl. van Eemeren/Grootendorst 2004: 103f.) und als direkte bzw. indirekte Kontra-Argumente gegen die Befürwortung Wilsons der Kriegsteilnahme und der Zwangseinberufung angeordnet (vgl. unten Schema 1).

Zum besseren Verständnis dieses Schemas folgen einige Erläuterungen. Die Befürwortung des Krieges und die Zwangseinberufung durch Wilson stehen in einem sehr engen inhaltlichen Zusammenhang, weswegen diese beiden Positionen

durch einen gemeinsamen Rahmen verbunden werden. Die Kontra-Argumente Goldmans werden durch einen invertierten Pfeil dargestellt (vgl. Kopperschmidt 1989: 218). Die meisten der ausgewählten Argumente Goldmans richten sich direkt gegen eine dieser beiden Positionen der U.S.-Regierung, gelegentlich stützt sie jedoch auch ihre Kontra-Argumente durch weitere Argumente, was im Schema explizit durch einfache Pfeile dargestellt wird.



Schema 1

Im Folgenden werden die von Goldman verwendeten inhaltlichen Typen von Argumenten näher charakterisiert. Analogieargumente sind ein Spezialfall von Vergleichsargumenten, bei denen die Größen, die verglichen werden, aus völlig unterschiedlichen Bereichen der Wirklichkeit stammen. Es ergeben sich

folgenden beiden Analogierelationen: U.S.A. : Kriegseintritt = Kind : noch nicht gelernter Lektion; U.S.A. : Nichtkriegseintritt = Erwachsener : bereits gelernter Lektion. Analogieargumente haben zwar die grundsätzliche Schwäche, an die Ähnlichkeit von nur schwer bzw. nur bedingt Vergleichbarem zu appellieren, sind aber dennoch ein unverzichtbares und oft plausibles Mittel der Alltagsargumentation (vgl. Perelman/Olbrechts-Tyteca 1983: 502ff.; Kienpointner 2012).

Das Analogieargument erscheint hier in der Form eines fiktiven Arguments (vgl. Goldman 1917: 1):

[...] if America had been a grown man instead of a child it would have learned the lesson that no matter how great the cause it is never great enough to sacrifice millions of people in the trenches and on the battlefield in the name of democracy and liberty.

Pragmatische Argumente (vgl. Perelman/Olbrechts-Tyteca 1983: 358; Kienpointner 1992, p. 340f.; Walton et al. 2008: 100ff.) sind ein wichtiger Spezialfall kausaler Argumente, bei denen (politische) Handlungen nach ihren Folgen positiv oder negativ beurteilt werden. In diesem Zusammenhang weist Goldman auf die zu befürchtenden extrem negativen Folgen des Kriegseintritts hin (vgl. Goldman 1917: 1: „Evidently, America has to learn a salutary lesson and it is going to pay a terrible price“). Inkonsistenzargumente sind eine Unterart von Argumenten, die mit Gegensätzen operieren (vgl. Kienpointner 1992: 315ff.). Sie versuchen, einen Widerspruch zwischen Aussagen der Gegenpartei oder eine Inkonsistenz zwischen Aussagen und Handlungen der Gegenpartei nachzuweisen. Im obigen Beispiel liegt der zweite Fall vor, d.h. Goldman wirft Wilson die Diskrepanz zwischen seinem Friedensversprechen und seiner nunmehrigen Kriegspolitik vor (vgl. Goldman 1917: 2: und die Detailanalyse unten in Kap. 3).

Autoritätsargumente (vgl. Kienpointner 1992: 393ff.; Walton et al. 2008: 87ff.) versuchen, die Wahrheit bzw. Wahrscheinlichkeit von deskriptiven Aussagen bzw. die Richtigkeit oder Unrichtigkeit normativer Aussagen durch einschlägige Stellungnahmen von Autoritäten zu untermauern. Diese Autoritäten sind im Normalfall Personen (meist: Fachleute), können aber auch nicht-historische Größen wie die Göttin der Freiheit im obigen ersten Beispiel sein oder fiktiv herangezogene historische Autoritäten wie im zweiten Beispiel die U.S.-Nationalhelden Patrick Henry (176-1799) und Thomas Jefferson (1743-1826) aus dem amerikanischen Unabhängigkeitskrieg (vgl. Goldman 1917: 3: „[...] if Jefferson

or Henry or the others, if they could look down upon the country and see what their offspring has done to it, [...], they would turn in their graves“; und die ähnliche Argumentation in ihrer Rede vor der Jury: Shulman 1996: 367f.; Goldman 2006: 349).

Vergleichsargumente (vgl. Kienpointner 1992: 284ff.) berufen sich anders als der Spezialfall der Analogieargumente auf Vergleichsgrößen, die derselben Dimension der Realität angehören, im obigen Fall zwei von den U.S.A. geführte bzw. zu führende Kriege, den Spanisch-Amerikanischen Krieg von 1998 und den 1. Weltkrieg 1914-1818, wobei nach Goldman der entscheidende Unterschied darin bestand, dass im Spanisch-amerikanischen Krieg das Volk hinter der Regierung stand (vgl. Goldman 1917: 2):

Don't you know that during the Spanish-American War when the people believed in the war there was no need of asking the young men of the country, at the point of the bayonet and gun and club, to put on an American uniform?

Kausalargumente (vgl. Perelman/Olbrechts-Tyteca 1983: 354ff.; Kienpointner 1992: 328ff.) führen entweder naturgesetzliche Ursachen für Wirkungen oder menschliche Motive für Handlungen bzw. Haltungen an. Goldman führt drei Kausalargumente an, um den von ihr vorgenommenen Vergleich mit dem Spanisch-Amerikanischen Krieg zu stützen, der zuungunsten der Bereitwilligkeit der U.S.-Bevölkerung ausfällt, in den 1. Weltkrieg zu ziehen.

Bei den ersten beiden Kausalargumenten erklären die von Goldman angenommenen Motive der U.S.-Bevölkerung ihre Ablehnung der U.S.-Kriegsteilnahme im 1. Weltkrieg: Die Masse der Bevölkerung glaubt erstens nicht an diesen Krieg und ist zweitens nicht um ihre Meinung befragt worden. Beim dritten Kausalargument liegt wieder ein fiktives Argument vor, nach dem aus logisch gültigen Muster des *Modus tollens*: Wenn p, dann q; nicht-q; also: nicht-p. Konkret ist gemeint: Wenn die U.S.-BürgerInnen hinter dem Kriegseintritt bzw. der Zwangseinberufung stehen würden, würden sie radikalen AnarchistInnen wie Goldman und Berkman gar nicht zuhören (vgl. Goldman 1917: 2: „[...] if conscription rested upon the desire of the people, all the revolutionists and Emma Goldmans and Alexander Berkman might talk their heads off and the people would not listen to them“). Nun hören aber offenkundig tausende von Menschen Goldmans Reden zu; also stehen die U.S.-BürgerInnen nicht hinter dem Kriegseintritt bzw. der Zwangseinberufung (vgl. Wexler 1984: 231; Gornick

2011: 96 zur Rede Goldmans am 18. Mai 1917 im Harlem River Casino, wo ihr 8000 Personen zuhörten).

3. Das Inkonsistenzargument gegen Wilson

Im Folgenden soll eines der Hauptargumente Goldmans näher betrachtet werden, nämlich ihr Inkonsistenzvorwurf an Wilson, der hier nochmals ausführlich zitiert wird (Goldman 1917: 2):

[...] the people of America placed Mr. Wilson in the White House and in the Chair of the Presidency because he told the people that he would keep them out of war, and as one of his political advertisements billposters were posted all over the city with the picture of a working woman and her children saying, „He kept us out of war.“ He promised you heaven, he promised you everything if you would only place him in power. What made you place him in power. You expected peace and not war. The moment you placed him in power, however, he forgot his promises and he is giving you hell. War was imposed upon the people without the people getting a chance to say whether they wanted war or not, and war was imposed on them, I say, because the gentlemen of power and those who back power want war.

In der Sicht Goldmans besteht ein Widerspruch zwischen dem Wahlkampfversprechen Wilsons im Jahr 1916, die Neutralität der U.S.A. im 1. Weltkrieg aufrechtzuerhalten, und seinem aktiven und entschlossenen politischen Eintreten für einen Kriegseintritt der U.S.A. im Jahr 1917. Die Kernstruktur ihres Arguments lässt sich wie folgt als Instanz eines Argumentationsmusters rekonstruieren, das mit Gegensätzen operiert (vgl. Schema 2):

Wenn ein führender Politiker im Wahlkampf seine Eintreten für Neutralität und Nichteintritt in einen Krieg verspricht, und später entschlossen für eine Aufgabe der Neutralität und eine Kriegsteilnahme eintritt, verhält er sich widersprüchlich.
Präsident Woodrow Wilson hat 1916 im Wahlkampf sein Eintreten für die Neutralität der U.S.A. und ihren Nichteintritt in den 1. Weltkrieg versprochen und ist 1917 entschlossen für die Aufgabe der Neutralität und die Kriegsteilnahme der U.S.A. eingetreten.

Also: Präsident Wilson verhält sich widersprüchlich.

Schema 2

Die rekonstruierte Struktur dieses Arguments weist die formallogisch gültige Form des *Modus ponens* (Wenn p, dann q; p; also: q) auf. Wie fast immer, lässt sich die Plausibilität eines Arguments jedoch nicht unabhängig von der Frage der Haltbarkeit der Prämissen bestimmen. Und hier stellen sich inhaltliche, nicht formale Fragen. In diesem Fall ist zu den beiden Prämissen die kritische Frage stellen, wie lang ein Zeitabschnitt zu bemessen ist, der dem später der ersten bzw. dem Jahresabstand 1916-1917 der zweiten Prämisse entspricht, innerhalb dessen man seine Meinung und sein Verhalten nicht ändern darf, ohne sich widersprüchlich zu verhalten. Ferner ist fragen, ob in diesem Zeitintervall wichtige Ereignisse geschehen sind, die eine Verhaltensänderung legitimieren könnten.

Zugunsten Wilsons kann gesagt werden, dass ein Jahr ein langer Zeitraum ist, innerhalb dessen gute Gründe auftauchen können, seine Meinung zu wechseln. Zu diesen Gründen sind zweifelsohne die Erklärung des uneingeschränkten U-Boot-Kriegs durch Deutschland zu zählen und der Versuch, Mexiko zu einem Krieg gegen die U.S.A. bewegen. Beides erfolgte im Jänner 1917, also vor der Meinungsänderung Wilsons.

Zugunsten Goldmans kann gesagt werden, dass Wilsons *Selective Service Act* und sein *Espionage Act* und die begleitenden propagandistischen Maßnahmen unverhältnismäßige Mittel waren, um das Ziel der Kriegsteilnahme zu erreichen, da sie hunderttausendfaches Blutvergießen in Kauf nahmen und die Blockade von Redefreiheit und Einschränkung von Bürgerrechten in den U.S.A. mit sich zogen, wie auch andere prominente Gegner der Zwangseinberufung und Kriegsteilnahme der U.S.A. wie z.B. Senator Robert M. La Follette (1860-1925) betonten. Die Meinungs- und Verhaltensänderung von Wilson im Jahre 1917 waren also eine Kehrtwendung ungeheuren Ausmaßes.

4. Anarchistische Metaphorik

Schon Aristoteles (rhet. 1410b 10-15) hatte den kognitiven Aspekt von Metaphern hervorgehoben. In unserer Zeit ist vor allem von Ricoeur (1975: 25) und Lakoff/Johnson (1980: 3) zu Recht betont worden, dass Metaphern unser Denken entscheidend prägen: „Our ordinary conceptual system, in terms of which we both think and act, is fundamentally metaphorical in nature“. Metaphern werden von allen AkteurInnen der politischen Rhetorik strategisch eingesetzt. Im Bereich der Politik lassen sich bestimmte Metaphernfelder jedoch bestimmten

ideologischen Positionen zuordnen, wie Lakoff (2005: 38ff.) anhand der Kernmetaphern der U.S.-Demokraten („Die Regierung ist ein nährer Elternteil“) und U.S.-Republikaner („Die Regierung ist ein strenger Vater“) gezeigt hat.

Im Folgenden sollen einige für Goldmans anarchistische Rhetorik typische Metaphern in Auswahl präsentiert werden. Die am direktesten mit anarchistischem Denken verbundenen Metaphern veranschaulichen den Hauptwert libertären Denkens, Freiheit. Zu Eingang ihrer Rede kritisiert Goldman den Abbau ziviler Freiheiten in den U.S.A. als Folge von Wilsons Kriegspolitik. Dabei kombiniert sie geschickt die personifizierte Freiheit, die Göttin *Liberty*, die 1986 errichtete Freiheitsstatue im Hafen von New York und deren Fackel, die sie zu einer komplexen Metapher (einer Allegorie) verdichtet, die den Niedergang der politischen Freiheit in den U.S.A. 1917 anschaulich durch das schwächer werdende Licht der Fackel, deren Flammen nur noch schwach glimmen, und die Scham der Göttin über den Abbau politischer Freiheitsrechte anprangert. Ferner wird Goldmans Kritik durch ein Wortspiel verstärkt („what they have done in the name of liberty to liberty“), in dem die aus der Sicht Goldmans zynische Kriegspropaganda kritisiert wird, die das U.S.-Engagement in Europa als Kampf für Freiheit stilisiert, dabei aber zugleich innere politische Freiheiten abbaut (Goldman 1917: 1):

[...] a hundred and one other nationalities who sent their young men and their women to this country in the foolish belief that liberty was awaiting them at the American Harbor, Liberty holding a torch. That torch has been burning dimly in the United States for a very long time. It is because, the Goddess of Liberty is ashamed of the American people and what they have done in the name of liberty to liberty.

Ebenfalls an prominenter Stelle, nämlich am Schluss ihrer Rede, kommt Goldman nochmals metaphorisch auf das zentrale Thema *freedom* zurück. Sie merkt zu den telephonischen Todesdrohungen an, die sie kurz vor der Rede erhalten hatte: Lieber würde sie den Tod einer freien Löwin sterben, als ein sprichwörtliches „Hundeleben“ zu führen, d.h. wie ein Hund verstohlen herumzuschleichen und herumzuschnüffeln (Goldman 1917: 3; Goldman 2006: 343f.):

What is life unless you can live it in freedom and beauty, and unless you can express yourself unless you can be true to yourself what is life? I would rather than

live the life of a dog to be compelled to sneak about and slink about, to worry that somebody is looking for you ready to take your life – Rather than that I would die the death of a lion any day.

Die beklagenswerte Ausbeutung der arbeitenden Massen in der kapitalistischen U.S.-Gesellschaft und ihren Verlust an Freiheitsrechten durch die Vorbereitung auf die Kriegsbeteiligung veranschaulicht Goldman (1917: 3) durch den metaphorischen Vergleich der Werktätigen mit den sprichwörtlichen Rädchen in einem Getriebe: „[...] individual men and women will be nothing but cogs in a machine“.

Ähnlich vergleicht sie zwanzig Jahre später in ihrer Rede beim Kongress der *International Working Men's Association* Ende 1937 in Paris die Umwandlung von Menschen in Automaten als Folge jedes Krieges: „I still feel the same abhorrence of militarism, its dehumanization, its brutality and its power to turn men into automatons“ (Shulman 1996: 378), rechtfertigt aber trotzdem den verzweifelten Abwehrkampf der anarchistischen CNT-FAI (*Confederación Nacional del Trabajo* und *Federación Anarquista Ibérica*) im spanischen Bürgerkrieg gegen Franco mit der Verteidigung der Errungenschaften der ersten anarchistischen Revolution in Katalonien (zur grundsätzlichen Anti-Kriegshaltung Goldmans vgl. auch Wexler 1989: 236).

Wilson setzt sie metaphorisch-hyperbolisch mit dem russischen Zaren gleich: „A Czar was imposed upon you without the consent of the people“ (Goldman 1917: 3). In den letzten Sätzen ihrer Rede steigert sie den Stellenwert der jetzt noch relativ schwachen oppositionellen Stimmen in den U.S.A., indem sie ihre Zunahme zu einem mächtigen Donnerrollen vorhersagt (Goldman 1917: 3): „it [= the human voice] will be raised into a thunder“).

Mit Metaphern wie diesen, die komplexe abstrakte Zusammenhänge konkretisieren, moralische Empörung herausfordern, die Rechte jedes einzelnen Menschen betonen und zur Hoffnung auf die Möglichkeit politischer Veränderung anspornen, gelang es Goldman wiederholt, höchst verschiedenartige, auch und gerade wenig gebildete große Auditorien zu begeistern, auch noch in den Jahren ihres Exils (vgl. Wexler 1984: 169; 1989: 160f.; Shulman 1996: 109ff.; Gornick 2011: 37ff.).

5. Normative Analyse: Strategisches Manövrieren

Nach dieser deskriptiven Behandlung einiger wichtiger argumentativer und stilistischer Aspekte von Goldmans Rede gegen Zwangseinberufung und Krieg vom 14.6.1917 soll nun noch abschließend versucht werden, die Rede aus einer normativen Perspektive heraus zu betrachten und hinsichtlich ihrer Plausibilität zu bewerten.

Dabei ist auf das grundsätzliche Dilemma politischer Rhetorik einzugehen, nach dem Plausibilität bzw. Rationalität einerseits und Effizienz bzw. persuasiver Erfolg andererseits in Einklang zu bringen sind. Die Bemühung um eine diesbezügliche ausgewogene Balance wird in der Pragma-Dialektik unter dem Leitbegriff „strategisches Manövrieren“ erörtert. Van Eemeren (2010: 40) definiert strategisches Manövrieren als „the continual efforts made in all moves that are carried out in argumentative discourse to keep the balance between reasonableness and effectiveness“. Spezifischer geht es beim strategischen Manövrieren 1. um die Auswahl argumentativer Überzeugungsmittel aus dem „topical potential“, als dem Arsenal an einschlägigen Themen und Techniken; 2. um die Orientierung der Rede an den Bedürfnissen des jeweiligen Publikums („audience demand“) und 3. um die Auswahl geeigneter Mittel der Präsentation („presentational devices“)(van Eemeren 2010: 93f.).

Gelingt es der argumentierenden Person, eine ausgewogene Balance zwischen Plausibilität und Effizienz herzustellen, ist die entsprechende Argumentation sowohl vernünftig als auch persuasiv. Gelingt dies nicht, ist das strategische Manövrieren „entgleist“, wie van Eemeren (2010: 198) mit einer Metapher aus dem Eisenbahn-Bereich formuliert, und die betreffende Argumentation ist trugschlüssig.

Wendet man diese Konzepte nun auf Goldmans Rede an, ergibt sich folgende tentative Konklusion: Zweifelsohne ist es ihr gelungen, eine Reihe von gewichtigen Argumenten gegen die Zwangseinberufung und den Kriegseintritt der U.S.A. auszuwählen (topisches Potential). Insbesondere Wilsons massiver Meinungsschwenk, die Diskrepanz zwischen seiner pathos-gesättigten Ankündigung eines Kampfes für Demokratie und Freiheit bei gleichzeitiger massiver Einschränkung der Freiheitsrechte wie Redefreiheit in den U.S.A., die offenkundig fehlende Bereitschaft der Masse der männlichen Bevölkerung, freiwillig in den Krieg zu ziehen und die zu befürchtende hohe Zahl an Todesopfern (Am Ende des 1. Weltkriegs waren es über 100.000 gefallene U.S.-Soldaten) sind

hier zu erwähnen. Sie benützt auch geschickt stark emotionalisierende Symbole und Symbolfiguren der U.S.-Geschichte wie die Freiheitsstatue und U.S.-Gründungsväter wie Patrick Henry und Thomas Jefferson (Publikumsorientierung). Ihre Metaphernwahl, insbesondere die mitreißende Freiheitsmetaphorik, zeigt großes persuasives Geschick bei der Formulierung ihrer Argumente (verbale Präsentation).

Kritisch ist einzuwenden, dass Goldman Wilsons Hauptgründe für seinen Meinungsschwenk und den Kriegseintritt, nämlich Deutschlands Erklärung des uneingeschränkten U-Boot-Krieges und der Versuch, Mexiko zu einem Krieg gegen die U.S.A. zu bewegen, mit keinem Wort erwähnt. Ihre Anrufung von Gründungsvätern der U.S.A. wie Patrick Henry und Thomas Jefferson als moralische Autoritäten gegen die von ihr als ausbeuterisch, imperialistisch und autoritär dargestellten U.S.-Machthaber im Jahre 1917 verliert an Glaubwürdigkeit, wenn man bedenkt, dass Henry und Jefferson wohlhabende Gutsbesitzer und Sklavenhalter waren. Goldman kann aus pazifistischer Sicht auch entgegengesetzt werden, dass ihre Anti-Kriegs-Rhetorik nicht konsequent genug ist, da sie z.B. den Spanisch-Amerikanischen Krieg von 1898 als aus ihrer Sicht vom Volkswillen getragene militärische Auseinandersetzung zumindest implizit gutheißt, obwohl die U.S.A. sich infolge ihres Sieges in diesem Krieg in imperialistischer Manier die spanischen Kolonien Puerto Rico, Guam und die Philippinen aneigneten.

Schließlich ist der Vergleich Wilsons mit dem russischen Zaren ein klarer Fall von rhetorischer Hyperbolik (vgl. Wexler 1984: 171): Bei aller Entschlossenheit, seinen Willen mit Propaganda und sonstigen Machtmitteln wie dem *Espionage Act* durchzusetzen, blieb Wilson ein demokratisch gewählter Präsident, der für seine Kriegsgesetze stets Mehrheiten finden musste.

6. Konklusion

Zusammenfassend kann festgehalten werden: Goldmans Rede stützt ihre Hauptthese von der Verfehltheit der Zwangseinberufung und der U.S.-Beteiligung am 1. Weltkrieg mit starken Argumenten, die sie stilistisch persuasiv umzusetzen weiß, wie insbesondere einige von ihr benützten Kernmetaphern zum Thema „Freiheit“ zeigen. Hinsichtlich der Balance zwischen Rationalität und Plausibilität einerseits und persuasiver Effizienz andererseits zeigt sich, dass Goldmans strategisches Manövrieren zwar in einigen Punkten „entgleist“ und

ihre diesbezügliche Argumentation als höchst problematisch bis trugschlüssig zu bezeichnen ist. Insgesamt aber, vor allem im historischen Rückblick auf die verheerenden Gesamtfolgen des 1. Weltkrieges, ist ihre gegen den Kriegseintritt der U.S.A. bzw. gegen die Zwangseinberufung gerichtete Rede vom 14.6. 1917 als ein technisch brillantes, von berechtigtem Pathos getragenes und in wichtigen inhaltlichen Punkten plausibles Meisterwerk anti-militaristischer Rhetorik zu bewerten.

Bibliographie

1. Quellentexte:

Goldman, Emma (1917) "Speech Against Conscription and War." Delivered at Forward Hall, New York City, 14 June 1917.

[zitiert nach: Homepage des "Emma Goldman Papers Project" an der Universität Berkeley: <http://ucblibrary3.berkeley.edu/goldman/Writings/Speeches/170614.html>; zuletzt eingesehen: 8. August 2012]

Goldman, Emma (2006) *Living My Life* (Abridged Version of the Original in 2 Vols. [1931]). New York, Penguin Books.

Goldman, Emma (2009) *Anarchism and Other Essays* (Original published [1910]). Breinigsville, PA; Filiquarian Publishing.

Shulman, Alix Kates (ed.) (1996) *Red Emma Speaks. An Emma Goldman Reader*. New York, Humanity Books.

Wilson, Woodrow (1917) *War Message/Rede vor dem amerikanischen Kongress* vom 2. April 1917. [zitiert nach:

http://en.wikisource.org/wiki/Woodrow_Wilson_Urges_Congress_to_Declare_War_on_Germany; zuletzt eingesehen am 10.8.2012]

2. Sekundärliteratur:

Aristoteles, Rhetorik. (2002), übers. und komm. von Chr. Rapp. 2 Bde, Berlin, Akademie Verlag.

Aristoteles, Topik. (2004), übers. u. komm. v. T. Wagner/Chr. Rapp. Stuttgart: Reclam.

Cicero, De Oratore/Über den Redner. (hg. 1976), übers. von H. Merklin. Stuttgart, Reclam.

Eemeren, Frans H. van (2010) *Strategic Maneuvering in Argumentative Discourse*. Amsterdam, Benjamins.

Eemeren, Frans H. van, and Grootendorst, Rob (2004) *A Systematic Theory of Argumentation*. Cambridge, Cambridge Univ. Press.

Eemeren, Frans H., van, and Houtlosser, Peter (2002) "Strategic Maneuvering with the Burden of Proof." In: *Advances in Pragma-Dialectics*. edited by Frans H. van Eemeren, Amsterdam, SicSat, p. 13-28.

- Garssen, Bart** (1997) *Argumentatieschema's in pragma-dialectisch perspectief*. Amsterdam, IFOTT.
- Gornick, Vivian** (2011) *Emma Goldman. Revolution as a Way of Life*. New Haven, Yale University Press.
- Kienpointner, Manfred** (1992) *Alltagslogik*. Stuttgart, Frommann-Holzboog.
- Kienpointner, Manfred** (2011) „Fiktive Argumente.“ In: *Lebenswelt und Wissenschaft*, hg. v. Carl Friedrich Gethmann, Hamburg, Meiner, p. 505-538.
- Kienpointner, Manfred** (2012) „When Figurative Analogies Fail: Fallacious Uses of Arguments from Analogy.“ In: *Topical Themes in Argumentation Theory*, edited by Frans H. van Eemeren, Bart Garssen, Dordrecht, Springer, p. 111-125.
- Kopperschmidt, Josef** (1989) *Methodik der Argumentationsanalyse*. Stuttgart: Frommann-Holzboog.
- Lakoff, George** (2005) *Don't Think of an Elephant!* White River Junction, Chelsea Green.
- Lakoff, George, Johnson, Mark** (1980) *Metaphors We Live by*. Chicago, Chicago Univ. Press.
- Perelman, Chaim and Olbrechts-Tyteca, Lucie** (1983) *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*. Bruxelles, Editions de l'Université de Bruxelles.
- Quintilian, Institutio oratoria/Ausbildung des Redners. (hg. 1972/1975), übers. von H. Rahn. Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft.**
- Reisigl, Martin and Wodak, Ruth** (2001) *Discourse and Discrimination*. London, Routledge.
- Ricoeur, Paul** (1975) *La métaphore vive*. Paris, Seuil.
- Rigotti, Eddo** (2007) “Can Classical Topics be Revived within the Contemporary Theory of Argumentation.” In: *Proceedings of the Sixth Conference of the International Society of Argumentation*, edited by Frans H. van Eemeren, J. Anthony Blair, Charles A. Willard and Bart Garssen, Amsterdam, SicSat, p. 1155-1163.
- Walton, Douglas, Reed, Christopher, Macagno, Fabrizio** (2008) *Argumentation Schemes*. Cambridge, Cambridge Univ. Press.
- Wexler, Alice** (1984) *Emma Goldman in America*. Boston, Beacon Press.
- Wexler, Alice** (1989) *Emma Goldman in Exile. From the Russian Revolution to the Spanish Civil War*. Boston, Beacon Press.
- Wodak, Ruth** (2011) “Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis.” In: *Discursive Pragmatics*, edited by Jan Zienkowski, Jan-Ola Östman and Jef Verschueren, Jef, Amsterdam, Benjamins, p. 50-70.

Summary

Goldman's anti-war speech from June 14, 1917 is described on the basis of insights and concepts taken from Ancient and New Rhetoric (e.g. Aristotle's Topics and Perelman-Olbrechts-Tyteca's typology of argument schemes) and modern linguistics (e.g. van Eemeren/Grootendorst's Pragma-Dialectics and Lakoff's Cognitive Theory of Metaphor). In this way, the most important argument schemes, the macro-structure and central metaphors used within the speech are analysed in some detail. Furthermore, a normative analysis based on van Eemeren/Houtlosser's concept of „strategic maneuvering“ is done in order to answer the question whether Goldman

has succeeded in finding a justified balance between argumentative rationality and persuasive efficiency. Case studies like this one can make a contribution towards reaching the goal of reconciling descriptive and normative approaches to the study of political rhetoric.

„EINEN WEG AUS KEINEM WEG MACHEN“ MARTIN LUTHER KINGS SPRICHWÖRTLICHE RHETORIK FÜR MENSCHENRECHTE

Eine große Anzahl von Biographien und Studien haben Martin Luther King (1929-1968) als einen Bürgerrechtler, einen Verteidiger von Gewaltlosigkeit im Kampf gegen Rassentrennung, einen Anwalt der Armen, einen Kriegsgegner und einen Visionär einer zusammenhängenden Welt von freien Menschen gefeiert. Die sprichwörtlichen Wahrheiten „All men are created equal [Alle Menschen sind gleich geschaffen]“ und das Recht aller Menschen auf „life, liberty, and the pursuit of happiness [Leben, Freiheit und die Verfolgung des Glücks]“, die am Anfang der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung ausgedrückt werden, bilden die Basis für seinen engagierten und aufrichtigen Kampf für Freiheit, allgemeines Stimmrecht, Anti-Rassismus und sozioökonomische Verbesserungen. Als ein Kommunikator *par excellence* hat er reichlichen Gebrauch von bekannten Sprachformeln gemacht, die er im Dienst einer Unmenge von Themen und Anliegen als Leitmotive in seine sehr wirksame mündliche und geschriebene Rhetorik eingebaut hat. Obwohl der Begriff „Sprichwort“ nicht zum aktiven Vokabular von King gehört, hat er erhebliches Interesse am Gebrauch von Volks- und Bibelsprüchwörtern, berühmten Zitaten (von denen einige einen gewissen Anspruch auf Sprichwörtlichkeit haben) und einer reichhaltigen Menge sprichwörtlicher Redensarten.

Es ist unverständlich, daß die umfangreiche Sekundärliteratur über Kings meisterhaften Gebrauch der englischen Sprache kaum auf die sprichwörtliche Natur seiner vielfältigen Kommunikationen eingegangen ist. Das mag daran liegen, daß das Studium der Rhetorik bislang keine allzu große Beachtung phraseologischer Sprachelemente eingeschlossen hat. Wie die massive zweibändige Aufsatzsammlung *Phraseology: An International Handbook of Contemporary Research* (Burger et al. 2007) zeigt, ändert sich dieses Bild langsam, da rhetorische Wissenschaftler jetzt interessierter daran sind, die Disziplinen der Phraseologie

und Parömiologie einzuschließen (Mieder 2009a). Dennoch haben Studien zur ausdrucksstarken und gefühlsvollen Sprache Martin Luther Kings seine Vorliebe für Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten fast völlig ignoriert. Eine kleine Ausnahme bildet lediglich der kurze aber aufschlußreiche Aufsatz „‘No Lie Can Live Forever’: Zur sprichwörtlichen Rhetorik von Martin Luther King“ (2007) meiner ehemaligen Studentin Dženeta Karabegović.

Eine Untersuchung der vorhandenen Sekundärliteratur zur predigthaftern und sozialpolitischen Sprache Kings gibt wenig Aufschlüsse über seine phraeologisch geprägte Sprache. Mervyn A. Warren behandelt „the vividness and imagery“ sowie die „figures of speech“ (Warren 1966: 201) im Stil von King, aber bei der Besprechung von Stabreim, Anapher, Metapher, Wiederholung, und Vergleich fehlt jeglicher Hinweis auf Sprichwörtliches (vgl. Warren 1966: 201-208). Andere Wissenschaftler sprechen von Kings „figures of speech – similes, metaphors, allegories, and personifications“ (Boulware 1969: 254), seiner „metaphoricity“ (Spillers 1971: 17 [1989: 879]) und seiner stilistischen Präakkupation mit Metaphern, Wiederholung, Parallelismus und Antithese (Ensslin 1990: 120-122). Immerhin verweist wenigstens Lewis V. Baldwin als Nebenbemerkung auf „King’s eloquence and brilliant use of imagery and the folk idiom [that] help explain the ease with which he found a route to the hearts and eventually the heads of his people“ (Baldwin 1991: 296). Jonathan Rieder macht die interessante Beobachtung, dass „A King [sermonic or rhetorical] performance was a collective act [...]; his [...] sermons and speeches were collage compositions. [...] If he was able to provoke assorted audiences, it was because his life lay at the junction of diverse lines of affiliation that taught him to speak in tongues. Those networks formed a transmission belt through which the raw materials of song, argument, homily, citation, inflection, philosophy, sermon, rhythm, examples, authors, theology, and ideas flowed“ (Rieder 2008: 10-11). All diese Bemerkungen passen perfekt, aber warum fehlen Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten in diesen Aufzählungen der verschiedenen Stilelemente des großen Predigers und Redners?

Keith D. Miller, als der unbestreitbare Experte auf dem Gebiete der stark differenzierten Rhetorik Kings, hat seinen diskursiven Gebrauch formelhafter Sprache als „shared treasure, voice merging, and self-making“ (Miller 1990: 77; vgl. auch Farrell 1991; Miller 1991b) charakterisiert. Miller hat seine detaillierten Sprach- und Stiluntersuchungen folgendermaßen zusammengefaßt: „In the folk pulpit, one gains an authoritative voice by adopting the persona of previous

speakers as one adapts the sermons and formulaic expressions of a sanctified tradition. Like generations of folk preachers before him, King often borrowed, modified, and synthesized themes, analogies, metaphors, quotations, illustrations, arrangements, and forms of argument used by other preachers. Like other folk preachers, King typically ended his oral sermons (and almost every major speech) by merging his voice with the lyrics of a spiritual, hymn, or gospel song“ (Miller 1991a: 121; vgl. auch Rosenberg 1970; McKenzie 1996). Anders gesagt, während viele seiner ausdrucksstarken formelhaften Aussagen nicht seine eigenen sind, ist es dieses „blending [Vermengen]“ (Rieder 2008: 160) solcher Sprachformeln mit seiner eigenen Stimme, was die diskursive Sprachkraft Martin Luther Kings als Redner und Autor ausmacht.

David Fleer hat in dieser Hinsicht von Kings eindrucksvoller und innovativer „reformation [Neugestaltung]“ seiner zahlreichen Sprachquellen gesprochen. Er erinnert daran, daß King seit 1957 wenigstens zweihundert Predigten und Ansprachen im Jahr (in späteren Jahren oft zwei pro Tag!) gehalten hat. Da sollte es nicht überraschen, dass er sich auf Vermischungen verschiedener Stimmen und Zusammenstellungen vorgeprägter Sprachmuster verlassen mußte, die er leicht in seine Predigten und Reden einstreuen konnte. Diese wiederholt auftretenden Sprachgruppierungen sind ein wesentlicher Bestandteil seiner so eingängigen und überzeugenden Rhetorik. Dies ist mündlich sowie schriftlich der Fall, und so sind es gerade seine schöpferische Umgestaltung oder Neugestaltung seiner sprachlichen Quellen, die King zu einem rhetorischen Künstler machen (vgl. Fleer 1995: 158-160). Ähnliche Gedanken und Argumente wurden auch von Keith D. Miller vorgelegt, der darauf hinweist, daß eine beträchtlich Menge der vielen Quellen Kings „are highly familiar – the modern equivalents of the commonplaces of classical rhetoric“ (Miller 1986: 249 [1989: 643]).

Obwohl King nicht dazu neigt, den Begriff „proverb [Sprichwort]“ zu benutzen, hat er dennoch einige Predigtskizzen und eigentliche Predigten auf die Erklärung von Sprichwörtern basiert, indem er sie als Titel oder als Leitmotive zitiert, ohne jedoch ausdrücklich auf diese Bibel- oder Volkssprichwörter hinzuweisen. Da King stets als Prediger oder Didaktiker auftritt, überrascht es nicht, daß er auf solche sprichwörtlichen Weisheiten als Grundlage seiner religiösen und sozialen Nachrichten zurückgreift. Ein frühes Beispiel ist folgende minimale Predigteinführung mit dem Sprichwort „Life is what you make it [Das Leben ist, was man daraus macht]“ als Titel:

Life Is What You Make It

INTRODUCTION

Many people wander into the world, and they pick up everything they can get their hands upon looking for life. They never get it. What they get is existence. Existence is what you find; life is what you create. Therefore, if life ever seems worth while to you, it is not because you found it that way, but because you made it so. (VI, 83-84; 30. Nov. 1948 – 16. Feb. 1949; alle römischen Zahlen beziehen sich auf die sechs Bände von Clayborne Carson et al. [Hrsg.], *The Papers of Martin Luther King, Jr.* [1992-2007])

Immer an weitere Predigten denkend hat King sich auch kurze Predigtschlüsse notiert, die ihm dann zur Verfügung standen, wenn plötzlich eine unerwartete Predigt zu halten war. Diese Einführungen und Schlüsse zu Predigten wurden in Ordnern zur raschen Verwendung aufgehoben. Das folgende Beispiel ist von besonderem Interesse, da King hier die einleitende Formel „there is an old saying [es gibt eine alte Redewendung]“ benutzt hat, um ausdrücklich anzuzeigen, daß er ein Volkssprichwort zitiert. Die „saying“-Bezeichnung besagt hier ein „proverb“, aber auch dieser alternative Begriff erscheint nur sehr selten in Kings Kommunikationen:

Success In Life

There is an old saying, “If wishes were horses beggars would ride [Wenn Wünsche Pferde wären, würden Bettler reiten können].” Friends, the great highroad of success lies along the old high-way of steadfast well-doing; and they who are the most industrious and the most persistent, and work in the truest spirit, will invariably be the most successful. Success treads on the heels of every right effort. (VI, 85; 30. Nov. 1948 – 16. Feb. 1949)

Während solche Paragraphen bloße Bruchstücke darstellen, hat King auch vollständige Predigten mit einem sprichwörtlichen Titel und einer nachfolgenden Erklärung hinterlassen. Das herausragende Beispiel ist Kings Voreinnahme für das Bibelsprichwort „Love your enemies [Liebet eure Feinde]“ (Matthäus 5:44), das er in einigen verwandten „Loving Your Enemies“-Predigten ausgelegt hat. King hat dieses Sprichwort in seinem umfangreichen Werk 53mal benutzt (vgl. Mieder 2010: 281-295), und es wird niemanden überraschen, daß es Kings Lieblingssprichwort als Ausdruck seines christlich basierten „fundamental

concept of nonviolence“ (Hedgepeth 1984: 81 [1989: 543]) darstellt. Dieses gewichtige Sprichwort illustriert die vielen Mutationen von Kings grundlegendem Argument, daß Liebe das Schlüsselement in einer Welt der Gewaltlosigkeit ist. Indem King seinem „Love your enemies“-Bibelspruchwort noch das Volksspruchwort „Hate begets hate [Haß erzeugt Haß]“ als Warnung hinzufügt, gelingt ihm folgende überzeugende Aussage in einer seiner nicht immer wörtlichen Wiederholungen dieser Predigt in seinem Buch *Strength to Love* (1963) :

Why should we love our enemies? The first reason is fairly obvious. Returning hate for hate multiplies hate, adding deeper darkness to a night already devoid of stars. Darkness cannot drive out darkness; only light can do that. Hate cannot drive out hate; only love can do that. Hate multiplies hate, violence multiplies violence, and toughness multiplies toughness in a descending spiral of destruction. So when Jesus says “Love your enemies” [Matthäus 5:44], he is setting forth a profound and ultimately inescapable admonition. Have we not come to such an impasse in the modern world that we must love our enemies – or else? The chain reaction of evil – hate begetting hate, wars producing more wars – must be broken, or we shall be plunged into the dark abyss of annihilation. (King 1963: 37; vgl. den deutschen Text in King 1968: 66)

Dieser Absatz wird zu einer sprichwörtlichen Warnerzählung, wie sicherlich viele Predigten Kings klassifiziert werden könnten. Selbstverständlich aber hat King trotz all dieser Sorge, Dürsterheit und Verzweiflung immer den Mut der Hoffnung für eine bessere Welt. Der Zweck seiner predigthafter Auslegungen von Sprichwörtern ist folglich ein erhebender Versuch, einen besseren Weg für die Menschheit in ihrem Kampf für Freiheit und Frieden in der Welt zu finden. Sein so hoch geschätztes Bibelspruchwort „Love your enemies“ enthält ohne Zweifel die Weisheit, die als Leitstern auf diesem Weg dienen kann.

Martin Luther King war vor allem ein Prediger, dessen „rhetoric was of the *Biblical vernacular*“ (Marbury 1971: 4 [1989: 626]). Er kannte seine Bibel, und er sprach und schrieb immer mit der Heiligen Schrift im Hintergrund. Er konnte ganze Passagen aus der Bibel auswendig zitieren, und er hat solche bekannten Bibelstellen benutzt, um seinen Ansichten und Argumenten eine gewisse biblische Autorität zu verleihen (vgl. Calloway-Thomas und Lucaites 1993). Die Heilige Schrift war immer bei ihm, aber indem er daraus zitierte, war er auch durchaus fähig, sie auf die sozialpolitischen Zustände seiner Zeit zu beziehen.

Während er tief in der Bibel verwurzelt war und unerschütterlich an das Wort Gottes glaubte, hat er die Sprache und Weisheit der Bibel dazu benutzt, seinem Kreuzzug gegen die schändliche Rassentrennung und für inklusive Bürgerrechte eine autoritäre Sprache zu verleihen. Es gibt folglich kaum eine Seite im Oeuvre von King, die nicht wenigstens einen Hinweis auf die Bibel enthält (vgl. Stevenson 1949; Mieder 1990; Griffin 1991). Ein gutes Beispiel beinhaltet das allgemein bekannte Bibelspruchwort „Man does not live by bread alone [Der Mensch lebt nicht vom Brot allein]“ (5. Mose 8:3, Matthäus 4:4), das sowohl in dem Alten als Neuen Testament erscheint. King hat es in seiner am 12. März 1958 vor dem Council of Churches in Detroit gehaltenen Predigt „The Christian Doctrine of Man“ benutzt, wo er erklärte, daß er als Pastor eine moralische und soziale Verpflichtung gegenüber seinen Gemeindemitgliedern und der Welt überhaupt hat. Während das Sprichwort eigentlich betont, daß der Mensch außer Lebensmitteln auch geistige Nahrung braucht, bezieht King durch seine innovative Auslegung des Wortes „alone“ die Bibelweisheit auf die verarmten Mitbürger, die sich nicht einmal Brot leisten können (Turner 1977: 52 [1989: 1000]; Rieder 2008: 289). Das aber gibt King die Gelegenheit, das Sprichwort als überzeugendes Argument gegen die Armut in den Vereinigten Staaten und der übrigen Welt einzusetzen:

And so in Christianity the body is sacred. The body is significant. This means that in any Christian doctrine of man we must forever be concerned about man's physical well-being. Jesus was concerned about that. He realized that men had to have certain physical necessities. One day he said, "Man cannot live by bread alone" [5. Mose 8:3, Matthäus 4:4]. [Yeah] But the mere fact that the "alone" was added means that Jesus realized that man could not live without bread. [Yes] So as a minister of the gospel, I must not only preach to men and women to be good, but I must be concerned about the social conditions that often make them bad. [Yeah] It's not enough for me to tell men to be honest, but I must be concerned about the economic conditions that make them dishonest. [Amen] I must be concerned about the poverty in the world. I must be concerned about the ignorance in the world. I must be concerned about the slums in the world. (VI, 332; 12. März 1958)

Indem sich King immer wieder auf die sprichwörtliche Weisheit von Jesus verläßt (vgl. Winton 1990), hat er die perfekte Metapher für seine soziale Tagesordnung

im Neuen Testament gefunden, wo es heißt: „He who lives by the sword shall perish by the sword [Wer das Schwert nimmt, wird durchs Schwert umkommen]“ (Matthäus 26:52). Es ist *das* symbolische Argument für King gegen alle gewalttätigen Mißhandlungen sowie jegliche Kriegsführung geworden. In seiner Rede „The Montgomery [Alabama] Story“ auf der Jahrestagung der NAACP [National Association for the Advancement of Colored People] am 27. Juni 1956 in San Francisco zitiert er das Bibelspruchwort als ein metaphorisches Zeichen der Gewalttätigkeit, die durch eine Philosophie der Gewaltlosigkeit überwunden werden muss:

From the beginning there has been a basic philosophy undergirding our movement. It is a philosophy of nonviolent resistance. It is a philosophy which simply says we will refuse on a nonviolent basis, to cooperate with the evil of segregation. In our struggle in America we cannot fret with the idea of retaliatory violence. To use the method of violence would be both impractical and immoral. We have neither the instruments nor the techniques of violence, and even if we had it, it would be morally wrong. There is the voice crying [*applause*], there is a voice crying through the vista of time, saying: “He who lives by the sword will perish by the sword” [Matthäus 26:52]. [*applause*] History is replete with the bleached bones of nations who failed to hear these words of truth, and so we decided to use the method of nonviolence, feeling that violence would not do the job. (III, 305; 27. Juni 1956)

Während Martin Luther King gewisse Bibelspruchwörter und literarische Zitate wiederholt als rhetorische Leitmotive zitiert, zeigt er keine solche Vorliebe für besondere Volksspruchwörter. Dies bedeutet jedoch nicht, daß er sich vor der Verwendung solcher tradierten Weisheit scheut, wenn sie ihm in seiner Argumentation zu einer volkssprachlichen Prägnanz verhelfen kann. Als intellektueller Prediger ist ihm von vornherein mehr an Bibelspruchwörtern gelegen, und so verwundert es auch nicht, daß er beim Zitieren von Volksspruchwörtern nicht mit Einführungsformeln darauf hinweist, daß er ein „proverb“ benutzt. Höchstens weist er mit solchen Begriffen wie etwa „truism [Wahrheit]“ oder „saying [Redewendung]“ darauf hin, daß er eine Volksweisheit benutzt. Es kann natürlich auch sein, daß King die Sprichwörter ganz einfach für so bekannt voraussetzte, daß ein besonderer Hinweis fehl am Platze wäre. Genau so verfährt er schließlich mit den so oft wiedergegebenen Sprichwörtern aus der Bibel. Wie

dem auch sei, selbst wenn King nicht ausdrücklich auf die von ihm verwendeten Volkssprichwörter hinweist, so benutzt er diese Weisheiten doch mit erheblicher Frequenz und beachtlicher Akribie als rhetorische Stilmittel. Wie es seine Vorbilder Abraham Lincoln und Frederick Douglass vor ihm gemacht haben und wie Barack Obama es jetzt handhabt, ist es die kombinierte Betonung von Bibel- und Volkssprichwörtern, die ihre sozialpolitischen Aussagen so effektiv machen (vgl. Mieder 2000, 2001, 2009c, 2010). Sprachteilnehmer damals und jetzt konnten sich leicht mit diesen sprichwörtlichen Weisheiten identifizieren (vgl. Mieder 1993) und waren bereit dazu, diesen außergewöhnlichen Verfechtern der Gleichheit und Freiheit zu folgen. Es besteht kein Zweifel, daß Sprichwörter eine bedeutsame Rolle im politischen Diskurs im Verlauf der Jahrhunderte gespielt haben, und sie sind auch weiterhin von beträchtlicher Wirksamkeit in der (inter)nationalen Politik (vgl. Nichols 1996; Mieder 1997, 2005; Louis 2000).

Wie aus seinen zahllosen Aussagen hervorgeht, verwendet King verschiedene Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten in seinem engagierten Kampf gegen die Rassentrennung. Es gibt eigentlich ein sehr passendes Sprichwort, das King gefunden hat, um auf volkssprachliche und engängige Weise zu beschreiben, wie Afroamerikaner auf gewaltlose Weise gegen ihre Absonderung gekämpft haben. Redensartlich ausgedrückt haben sie „straightend up their bent backs [ihre gekrümmten Rücken begradigt]“ und somit das Sprichwort „You can’t ride a man’s back unless it is bent [Man kann den Rücken eines Mannes nicht reiten, wenn er nicht gekrümmt ist]“ bestätigt. Der Paragraph, der diese Redensart und das Sprichwort enthält, erscheint in einem im Januar 1965 in der Zeitschrift *Playboy* veröffentlichten Interview mit Martin Luther King. In dieser Aussage denkt King über den besten Weg gegen Segregation zu protestieren nach und argumentiert, daß spezifisches Vorgehen gegen diese Diskriminierung an gewissen Schauplätzen besser als allgemeine nationale Gegenargumente ist:

The mistake I made there [at Albany, Georgia] was to protest against segregation generally rather than against a single and distinct facet of it. Our protest was so vague that we got nothing, and the people were left very depressed and in despair. It would have been much better to have concentrated upon integrating the buses or the lunch counters. One victory of this kind would have been symbolic, would have galvanized support and boosted morale. But I don’t mean that our work in Albany ended in failure. The Negro people there straightened up their bent backs; you can’t ride a man’s back unless it’s bent. Also, thousands

of Negroes registered to vote who never had voted before, and because of the expanded Negro vote in the next election for governor of Georgia – which pitted a moderate candidate against a rabid segregationist – Georgia elected its first governor who had pledged to respect and enforce the law impartially. And what we learned from our mistakes in Albany helped our later campaigns in other cities to be more effective. We have never since scattered our efforts in a general attack on segregation, but have focused upon specific, symbolic objectives. (Washington 1986: 344; Jan. 1965)

In seiner aufrüttelnden Ansprache am 23. Juni 1963 auf der „Freedom Rally in Cobo Hall“ in Detroit zitiert King das moderne Sprichwort „Last hired, first fired“ [Zuletzt eingestellt, zuerst gefeuert]“ als eine unglückliche Binsenweisheit die Anstellungsungerechtigkeit betreffend, der Afroamerikaner angesichts Rasendiskriminierung gegenüberstehen:

We’ve been pushed around so long; we’ve been the victims of lynching mobs so long; we’ve been the victims of economic injustice so long – still the last hired and the first fired all over this nation. And I know the temptation. I can understand from a psychological point of view why some caught up in the clutches of the injustices surrounding them almost respond with bitterness and come to the conclusion that the problem can’t be solved within, and they talk about getting away from it in terms of racial separation. But even though I can understand it psychologically, I must say to you this afternoon that this isn’t the way. Black supremacy is as dangerous as white supremacy. [Applause] And oh, I hope you will allow me to say to you this afternoon that God is not interested merely in the freedom of black men and brown men and yellow men. God is interested in the freedom of the whole human race. [Applause] And I believe that with this philosophy and this determined struggle we will be able to go on in the days ahead and transform the jangling discords of our nation into a beautiful symphony of brotherhood. (Carson and Shepard 2001: 68-69; 23. Juni 1963)

Das Element der fortschreitenden Zeit beim Beseitigen der rassistischen Ungerechtigkeit hat Martin Luther King schwer belastet. In dem Kapitel über „The Dilemma of Negro Americans“ seines Buches *Where Do We Go from Here: Chaos or Community* (1967) spielt er negativ auf die zwei Sprichwörter „Time heals all wounds [Zeit heilt alle Wunden]“ und „Time and tide wait for no man [Zeit

und Gezeiten warten auf niemanden]“ an und bringt im ersten Fall zum Ausdruck, daß das Übel der Segregation nicht vergessen werden wird. Durch das zweite variierte Sprichwort erklärt King dann zusätzlich, daß die Zeit wahrlich gekommen ist, das Land ein für alle Mal von dieser Rassendiskriminierung zu befreien:

The challenge we face is to unite around powerful action programs to eradicate the last vestiges of racial injustice. We will be greatly misled if we feel that the problem will work itself out. Structures of evil do not crumble by passive waiting. If history teaches anything, it is that evil is recalcitrant and determined, and never voluntarily relinquishes its hold short of an almost fanatical resistance. Evil must be attacked by a counteracting persistence, by the day-to-day assault of the battering rams of justice.

We must get rid of the false notion that there is some miraculous quality in the flow of time that inevitably heals all evils. There is only one thing certain about time, and that is that it waits for no one. If it is not used constructively, it passes you by. (King 1967: 128)

In seiner beständigen Sorge um den Fortschritt im Kampf für Bürgerrechte hat King ein anderes Sprichwort gefunden, womit er volkssprachlich unterstreichen konnte, daß es keinen leichten Weg oder schnelle Lösung gibt. Es dreht sich um das Sprichwort „No pain, no gain [Ohne Schmerz kein Gewinn]“, das jedoch von King in seiner weniger frequenten Variante „No gain without pain [Kein Gewinn ohne Schmerz]“ zitiert wird. Es erscheint in seiner bereits erwähnten Ansprache während der „Freedom Rally in Cobo Hall“ (1963), wobei King noch die Redensart „to pay the price for something [einen Preis für etwas bezahlen]“ hinzufügt, um auf die schwerfallenden Erfordernisse sozialen Fortschritts hinzuweisen:

And I do not want to give you the impression that it's going to be easy [to get civil rights]. There can be no great social gain without individual pain. And before the victory for brotherhood is won, some will have to get scarred up a bit. Before the victory is won, some more will be thrown into jail. Before the victory is won, some [...] may have to face physical death. But if physical death is the price that some must pay to free their children and their white brothers from an eternal psychological death, then nothing can be more redemptive. Before the victory

is won, some will be misunderstood and called bad names, but we must go on with a determination and with a faith that this problem can be solved. [Yeah] [Applause] (Carson and Shepard 2001: 70-71; 23. Juni 1963)

Großen rhetorischen Nutzen hatte King auch von „John Donne’s famous dictum ‘No man is an island’ [from his poem of 1624] to reinforce his argument about America’s interrelationship with the rest of the world and therefore its need to be concerned about all citizens not just its own“ (Sharman 1999: 98). Dieses längst zu dem Sprichwort „No man is an island [Kein Mensch ist eine Insel]“ gewordene Zitat erscheint in zahlreichen Predigten und Reden (Boesak 1976: 28 [1989: 86]); Lischer 1995: 43), und zwar zum letzten Mal in Kings Predigt „Remaining Awake Through a Great Revolution“ am 31. März 1968 in der National Cathedral in Washington, D.C.:

Through our scientific and technological genius, we have made of this world a neighborhood and yet ... we have not had the ethical commitment to make of it a brotherhood. But somehow, and in some way, we have got to do this. We must all learn to live together as brothers. Or we will all perish together as fools. We are tied together in the single garment of destiny, caught in an inescapable network of mutuality. And whatever affects one directly affects all indirectly. For some strange reason I can never be what I ought to be until you are what you ought to be. And you can never be what you ought to be until I am what I ought to be. This is the way God’s universe is made; this is the way it is structured.

John Donne caught it years ago and placed it in graphic terms – “No man is an island entire of itself. Every man is a piece of the continent – a part of the main.” And he goes on toward the end to say, “Any man’s death diminishes me because I am involved in mankind. Therefore never send to know for whom the bell tolls; it tolls for thee.” We must see this, believe this, and live by it ... if we are to remain awake through a great revolution. (Washington 1986: 269-270; 31. März 1968)

In seinem Buch *Where Do We Go from Here: Chaos or Community?* (1967) hatte King ein Kapitel über „The World House“ eingeschlossen, und zwar mit dem Argument, daß „We have inherited a large house, a great ‘world house’ in which we have to live together – black and white, Easterner and Westerner, Gentile and Jew, Catholic and Protestant, Moslem and Hindu – a family unduly separated in ideas, culture and interest, who, because we can never again live apart, must

learn somehow to live with each other in peace“ (King 1967: 167). Und hier, an dieser Stelle, spricht er auf poetische Weise von einer Bruderschaft (implizite auch von einer Schwesternschaft) aller Menschen „tied together in the single garment of destiny, caught in an inescapable network of mutuality“ (King 1967: 167). Indem wir heute von Globalisierung und einer zusammenhängenden Welt sprechen, sollten wir uns an solche Aussagen von Martin Luther King erinnern. Immer wieder nämlich erweist er sich als großer Visionär nicht nur für Bürgerechte in den Vereinigten Staaten sondern für Gerechtigkeit, Gleichheit und Freiheit in aller Welt.

Es gibt noch ein weiteres zum Sprichwort gewordenes Zitat, das hier erwähnt werden muß, und zwar die auf einem Naturphänomen beruhende Erkenntnis des Historikers Charles A. Beard, daß „When it gets dark enough you can see the stars [Wenn es dunkel genug ist, kann man die Sterne sehen].“ Auch diesen sprichwörtlichen Text hat King wiederholt angeführt, wobei seine letzte Verwendung in seiner Predigt „I See the Promised Land“ vom 3. April 1968, gerade einen Tag vor seiner tragischen Ermordung in Memphis (Tennessee), besonders aufschlußreich ist: „I know, somehow, that only when it is dark enough, can you see the stars. And I see God working in this period of the twentieth century in a way that men, in some strange way, are responding – something is happening in our world. The masses of people are rising up. And wherever they are assembled today, whether they are in Johannesburg, South Africa; Nairobi, Kenya; Accra, Ghana; New York City; Atlanta, Georgia; Jackson, Mississippi; or Memphis, Tennessee – the cry is always the same – ‘We want to be free’“ (Washington 1986: 279-280; 3. April 1968; vgl. den deutschen Text in King 1974: 108). Ja, tatsächlich, Sterne der Hoffnung waren überall, wenn Martin Luther King mit seiner typischen Eloquenz von Freiheit sprach, und diese so erfolgreiche Rhetorik fußte wenigstens zum Teil auf seiner perfekten Verwendung von Zitaten mit einem gewissen Anspruch auf Sprichwörtlichkeit.

So sollte es nicht überraschen, daß jemand, der so zum Gebrauch von sprichwörtlichen Zitaten und Sprichwörtern geneigt ist, sie in Absätzen von äußerster rhetorischer Autorität ansammeln würde. Nachdem King einmal eine gewisse Kombination von Zitaten und Sprichwörtern gefunden hatte, die ihm als „set pieces [verfestigte Einheiten]“ gefielen, hat er sie gewöhnlich in der gleichen Reihenfolge als vorgefertigte Collagen in seinen Predigten und Ansprachen wiederholt (Miller 1992: 153-155; Lischer 1995: 104-105). Wenn es angebracht war, konnte er einfach dieses eindrucksvolle Repertoire, das er auswendig beherrschte,

heraufbeschwören, um seinen oft ziemlich spontanen Bemerkungen die nötige biblische, literarische und folkloristische Autorität zu verleihen.

Seine Vorliebe, zwei oder mehr Zitate und Sprichwörter aneinanderzureihen, um einen gewissen Glauben oder Überzeugung auszudrücken, kommt deutlich in seiner häufigen Verwendung von zwei berühmten Aussagen aus der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung zum Vorschein. Indem er das Sprichwort „All men are created equal [Alle Menschen sind gleich erschaffen]“ und die sprichwörtliche Triade „Life, liberty, and the pursuit of happiness [Leben, Freiheit, und die Verfolgung des Glücks]“ wie in diesem Dokument hintereinander zitiert (vgl. Aron 2008: 91-96), weiß er nur zu genau, daß seine Zuhörer und Leser sich positiv mit den grundlegenden Ideen der Gleichheit und Freiheit identifizieren werden. Aber wie man sich denken kann, ist Martin Luther King nicht immer zufrieden damit, nur sein Lieblingsspruchwort „All men are created equal“ und die sprichwörtliche Triade „Life, liberty, and the pursuit of happiness“ zu zitieren. Um seinen Argumenten noch mehr rhetorische Glaubwürdigkeit zu verleihen, erweitert er diese Doppelaussage um ein, zwei oder sogar drei zusätzliche Zitate oder Sprichwörter im gleichen Absatz. Und um diesen Sprachcollagen noch eine satirische Komponente hinzuzufügen, verbindet er sie durch die faszinierende Idee, daß eine verantwortungsbewußte Person „maladjusted [unangepaßt]“ sein muß. So benutzt er die Anapher „as maladjusted as [so unangepaßt wie]“ und andere Verwendungen des Wortes „maladjusted“, um auf satirische Weise zu behaupten, daß nur unangepaßte Menschen Gleichheit, Gerechtigkeit und Freiheit in die Wege leiten können. In seiner Rede vom 2. September 1957 in Montecle (Tennessee) über „A Look to the Future“ erweitert King als der stilistische Bastler und „mix-master, blending and layering different elements of talk“ (Rieder 2008: 104) Thomas Jeffersons sprichwörtliche Worte aus der Unabhängigkeitserklärung um drei Bibelspruchwörter, nämlich „Let judgment run down like waters and righteousness like a mighty stream [Es soll aber das Recht offenbart werden wie Wasser und die Gerechtigkeit wie ein starker Strom]“ (Amos 5:24) „He who lives by the sword shall perish by the sword [Wer das Schwert nimmt, wird durchs Schwert umkommen]“ (Matthäus 26:52) und „Love your enemies [Liebet eure Feinde]“ (Matthäus 5:44). Mit dieser anaphorischen *tour de force* hat er in der Tat eine maßgebende Aussage für die Zukunft gefunden, wo Menschen auf mutige Weise „maladjusted [unangepaßt]“ sein werden und dadurch soziale Änderungen verursachen werden:

But there are some things in our social system to which I am proud to be maladjusted and to which I suggest that you too ought to be maladjusted. I never intend to adjust myself to the viciousness of mob rule. I never intend to adjust myself to the evils of segregation and the crippling effects of discrimination. I never intend to adjust myself to the tragic inequalities of an economic system which takes necessities from the masses to give luxuries to the [upper] classes. I never intend to become adjusted to the madness of militarism and the self-defeating method of physical violence. I call upon you to be maladjusted. Well you see, it may be that the salvation of the world lies in the hands of the maladjusted. The challenge to you this morning as I leave you is to be maladjusted – as maladjusted as the prophet Amos, who in the midst of the injustices of his day, could cry out in terms that echo across the centuries, “Let judgment run down like waters and righteousness like a mighty stream” [Amos 5:24]; as maladjusted as Lincoln, who had the vision to see that this nation could not survive half slave and half free; as maladjusted as Jefferson, who in the midst of an age amazingly adjusted to slavery could cry out in words lifted to cosmic proportions, “All men are created equal, and are endowed by their creator with certain inalienable rights, that among these are life, liberty and the pursuit of happiness.” Yes, as maladjusted as Jesus of Nazareth who dared to dream a dream of the fatherhood of God and the brotherhood of man. He looked at men amid the intricate and fascinating military machinery of the Roman Empire, and could say to them, “He who lives by the sword will perish by the sword” [Matthäus 26:52]. Jesus, who could look at men in the midst of their tendencies for tragic hate and say to them, “Love thy enemies. Bless them that curse you. Pray for them that despitefully use you” [Matthäus 5:44]. The world is in desperate need of such maladjustment. Through such maladjustment we will be able to emerge from the bleak and desolate midnight of man’s inhumanity to man into the bright and glittering daybreak of freedom and justice. (IV, 276; 2. Sept. 1957)

Während diese rhetorische Collage in ihren verschiedenen Mutationen mehrmals in Kings Predigten, Ansprachen und Büchern zu finden ist, muß auch ein weiterer oft wiederholter Paragraph dieser Art erwähnt werden. Es dreht sich um ein „set piece [verfestigte Einheit]“ aus drei zitatenhaften Sprichwörtern und einem Bibelspruchwort, das King zum Beispiel am 25. März 1965 in seiner emotionalen Rede „Our God is Marching On!“ in Montgomery (Alabama) ausgesprochen hat. Alles in allem kann man hier von einem „messianic discourse“ (Charteris-Black 2005:64) sprechen:

Our aim must never be to defeat or humiliate the white man but to win his friendship and understanding. We must come to see that the end we seek is a society at peace with itself, a society that can live with its conscience. That will be a day not of the white man, not of the black man. That will be the day of man as man.

I know you are asking today, "How long will it take?" I come to say to you this afternoon however difficult the moment, however frustrating the hour, it will not be long, because truth pressed to earth will rise again [Die zur Erde gedrückte Wahrheit wird wieder aufsteigen; William Cullen Bryant].

How long? Not long, because no lie can live forever [Keine Lüge währt ewig; Thomas Carlyle].

How long? Not long, because you still reap what you sow [Wie du säest, so wirst du ernten; Galater 6:7].

How long? Not long. Because the arc of the moral universe is long but it bends toward justice [Der Bogen des moralischen Universums ist lang, aber er biegt sich zur Gerechtigkeit; Theodore Parker].

How long? Not long, 'cause mine eyes have seen the glory of the coming of the Lord, trampling out the vintage where the grapes of wrath are stored. He has loosed the fateful lightning of his terrible swift sword. His truth is marching on. He has sounded forth the trumpets that shall never call retreat. He is lifting up the hearts of man before His judgment seat. Oh, be swift, my soul, to answer Him. Be jubilant, my feet. Our God is marching on. (Washington 1986: 230; 25. März 1965)

Man kann durchaus mit Kings befreundetem Bürgerrechtler und jetzigem U.S. Repräsentanten John Lewis übereinstimmen, der diesen Paragraphen als „this is poetry“ (Carson und Shepard 2001: 116) bezeichnet hat. Es wäre absolut unangebracht gewesen, wenn King die Namen von Bryant, Carlyle und Parker oder den präzisen Bibelhinweis in seiner mächtigen Anapher „How long? Not long, because...“ (Lischer 1995: 128; Carter 1996: 128 und 141) angegeben hätte. Jonathan Rieder, der sich auf dieses „set piece [verfestigte Einheit]“ bezieht, spricht sehr überzeugend von Kings „theology of hope“ (Rieder 2008: 322), was an Barack Obamas säkularisierte Formulierung „audacity of hope“ (Obama 2006) für die Menschheit erinnert.

Martin Luther Kings Kampf für Freiheit und Gleichheit bewegte sich auf verschiedenen Wegen vorwärts, und wenn er über die unterschiedlichen Pfade

sprach, benutzte er oft Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten, die das Substantiv „way [Weg]“ enthalten. Sie sind von Natur aus normalerweise auf die Zukunft orientiert und eignen sich folglich bestens als Metaphern, um den Weg zum Fortschritt zu beschreiben und zu interpretieren. Ohne Zweifel hat King seinen kämpferischen Weg für Zivil- und Menschenrechte ohne jegliche Ermüdung verfolgt, indem er seine Energie und Zeit für die größere Gerechtigkeit und Gleichheit aller Bürger in den Vereinigten Staaten einsetzte. Trotz aller Rückschläge und Niederlagen hat er nie aufgegeben, und immer wieder hat er dabei die sprichwörtliche Redensart „to have come a long way [einen langen Weg gekommen sein]“ zitiert, um den bereits erreichten Fortschritt zu betonen. Gleichzeitig aber bezog er sich wiederholt auf die verwandte sprichwörtliche Redensart „to have a long way to go [noch einen langen Weg vor sich haben]“, um metaphorisch auf die noch zu bewältigende Arbeit hinzuweisen. Beide Redensarten hat er in seinem tiefgründigen Aufsatz „The ‘New Negro’ of the South“, der im Juni 1956 in der Zeitschrift *The Socialist Call* erschienen ist, auf brillante Weise rhetorisch verbunden:

Like the synthesis of Hegelian philosophy, the realistic attitude seeks to reconcile the truths of two opposites and avoid the extremes of both. So the realist in race relations would agree with the optimist in saying, we have come a long way, but he would balance that by agreeing with the pessimist that we have a long long way to go. It is this realistic position that I would like to set forth: We have come a long long way, and we have a long long way to go. (III, 282; Juni 1956)

Es gibt sogar eine Rede mit dem Titel „A Long Way to Go“, die sozusagen den redensartlichen Vogel abschießt. King hat sie am 27. April 1965 auf dem Campus der Universität von Kalifornien in Los Angeles gehalten, und sie wurde dann sechs Jahre später in dem von Arthur L. Smith und Stephen Robb herausgegebenen Buch *The Voice of Black Rhetoric: Selections* (1971) mit einem kurzen Kommentar veröffentlicht: „‘A Long Way to Go’ demonstrates King’s mastery of the classical canons of style and arrangement. Clearly delineating introduction, body and conclusion in this speech, King’s rhetorical organization is presented at its best. While there is little that is creative about the two-section argument (it has been used by many speakers), King’s content allows suspense to be a key factor in this speech“ (Smith und Robb 1971: 183). Das stimmt natürlich, aber wäre es nicht auch angebracht gewesen, auf den sprichwörtlichen Titel und die

beiden Redensarten „to have come a long way“ und „to have a long way to go“ hinzuweisen? Schließlich sind sie ein bedeutender rhetorischer Teil dieser Rede. Sie bilden als einzelne und kombinierte Leitmotive (immer mit der zweifachen emphatischen Verwendung des Adjektivs „long [lang]“) die sprachstrukturelle und argumentative Grundlage seiner Ansprache, die mit einer gelungenen Gegenüberstellung beider Redensarten beginnt:

Many of you want to know, are we making any progress? That is the desperate question, a poignant question on the lips of millions of people all over our nation and all over the world. I get it almost every day. It is a question of whether we are making any real progress in the area of race relations. And so I'm going to try to answer that question and deal with many of the issues involved using as a subject from which to speak, the future of integration.

Now there are some people who feel that we aren't making any progress; there are some people who feel that we're making overwhelming progress. I would like to take what I consider a realistic position and say that we have come a long, long way in the struggle to make justice and freedom a reality in our nation, but we still have a long, long way to go. And it is this realistic position that I would like to use as a basis for our thinking together. (Smith and Robb 1971: 188-189; 27. April 1965)

Nach dieser Aussage liefert King eine kurze Geschichtslektion über den Fortschritt auf dem Weg der Desegregation, indem er seine optimistischen Ansichten durch das redensartige Leitmotiv „to have come a long, long way“ hervorhebt. In der zweiten Hälfte seiner Rede gibt King dann einen Überblick darüber, was alles noch bis zur vollständigen Gleichberechtigung aller Bürger zu bewältigen ist, und dafür zitiert er die Redensart „to have a long, long way to go“ als hoffnungsvolles Leitmotiv. So entpuppt sich diese so redensartig ausgeschmückte Rede als prophetische Zukunftsvision, die den noch zu beschreitenden Weg als schwer aber überwindbar hinstellt.

Außer diesen beiden Redensarten, die King so überzeugend auf den „long way [langen Weg]“ der Bürgerrechtsbewegung bezieht, gibt es noch das Sprichwort „God can (will) make a way out of no way [Gott kann (wird) einen Weg aus keinem Weg machen]“, das Martin Luther King als gläubige Weisheit zitiert, um seinen schwarzen Mitbürgern Mut für die Zukunft zu machen. Allerdings zitiert Pastor King das Sprichwort auch in seiner säkularisierten Variante

„Making a way out of now way [Einen Weg aus keinem Weg machen]“, wenn er von seiner predigthafter Rhetorik in einen sozialpolitischen Ton überwechselt. Das Sprichwort ist unter den schwarzen Amerikanern entstanden, die ihre Hoffnung auf Gleichheit und Menschenwürde damit zum Ausdruck bringen. Über den eigentlichen Ursprung, die Geschichte und die Verbreitung dieses hoffnungsvollen Sprichwortes ist wenig bekannt, da Sprichwörter Sammlungen bekanntlich nur sehr langsam neue Sprichwörter registrieren (vgl. Mieder et al. 1992; Doyle 1996; Mieder 2009b). Aber es besteht kein Zweifel, daß es tatsächlich ein Sprichwort mit zahlreich aufgefundenen mündlichen sowie schriftlichen Belegen ist. Seine ursprüngliche Version „God can (will) make a way out of no way“ ergibt 2950 Google-Belege, und die gekürzte, säkularisierte Variante „Making a way out of no way“ weist 84300 Belege auf. Der schriftliche Frühbeleg stammt von 1922 (Doyle et al. 2012: 102), was allerdings nicht bedeuten muß, daß es nicht schon im späten 19. Jahrhundert entstanden ist. Jack L. Daniel, Geneva Smitherman-Donaldson und Milford A. Jeremiah, die die afroamerikanischen Sprichwörter erforscht haben, kennen diesen Text, wie aus dem Titel ihres Artikels „Makin' a Way out of No Way: The Proverb Tradition in the Black Experience“ (1987) hervorgeht. Seltsamerweise aber zitieren sie das Sprichwort nicht in einer Liste von fünfzig Sprichwörtern, die sie unter Afroamerikanern gesammelt haben. Ihr Aufsatz enthält lediglich folgende Aussage, die das Titelspruchwort ohne Hinweis auf seine Sprichwörtlichkeit enthält: „The sense of the Black Experience is: to make a way out of no way“ (Daniel et al. 1987: 494; vgl. auch Daniel 1973, 1979; Smitherman 1977: 245-246; Barnes-Harden 1980: 57-80; Folly 1982; Mieder 1989: 111-128; Smitherman 1994; Prahlad 1996; Rieder 2008: 152-157). Dies ist jedoch ein positiver Beweis dafür, daß diese Wissenschaftler das Sprichwort als metaphorischen Ausdruck der Weltansicht der Afroamerikaner betrachten, die mit oder ohne Hilfe Gottes ihren befreienden Weg verfolgen.

Mit diesem Hintergrund können wir uns der offensichtlichen Kenntnis und dem mehrfachen Gebrauch dieses Sprichwortes von Martin Luther King zuwenden. So erzählte er zum Beispiel während seines Interviews mit Redakteuren der *Playboy* Zeitschrift, das in der Januar 1965 Ausgabe erschienen ist, was er den Leuten gesagt hatte, die an dem bekannten Montgomery Bus-Boikott beteiligt waren. Indem er das Sprichwort „God will make a way out of no way [Gott wird einen Weg aus keinem Weg machen]“ etwas erweitert, erklärt er dessen Sinn für die sicherlich weißen Journalisten, die das afroamerikanische Sprichwort möglicherweise nicht kannten:

There was one dark moment when we doubted it [to be successful with the bus boycott]. We had been struggling to make the boycott a success when the city of Montgomery successfully obtained an injunction from the court to stop our car pool. I didn't know what to say to our people. They had backed us up, and we had let them down. It was a desolate moment. I saw, all of us saw, that the court was leaning against us. I remember telling a group of those working closest with me to spread in the Negro community the message, "We must have the faith that things will work out somehow, that God will make a way for us when there seems no way." It was about noontime, I remember, when Rex Thomas of the Associated Press rushed over to where I was sitting and told me of the news flash that the U.S. Supreme Court had declared that bus segregation in Montgomery was unconstitutional. It had literally been the darkest hour before the dawn. (Washington 1986: 343-344; Jan. 1965)

Am 16. August 1967 zitiert King das Sprichwort noch einmal in seiner letzten Ansprache als Präsident der Southern Christian Leadership Conference, wo er mit dem Titel „Where Do We Go from Here?“ die Frage aufwirft, wie es nach einigen beachtlichen Erfolgen seiner gewaltlosen Revolution weitergehen soll. Wie schon fast zu erwarten war, erscheint das Sprichwort im letzten Paragraphen der Rede, wo King mit großer Hoffnung in die Zukunft blickt. Während die beiden zitatenhaften Sprichwörter „The arc of the moral universe is long, but it bends to justice [Der Bogen des moralischen Universums ist lang, aber er biegt sich zur Gerechtigkeit]“ und „Truth crushed to earth will rise again [Die zur Erde gedrückte Wahrheit wird wieder aufsteigen]“ zusammen mit dem Bibelspruchwort „As you sow, so shall you reap [Wie du säest, so wirst du ernten]“ (Galater 6:7) besagen, daß Sittlichkeit, Ehrlichkeit und Fleiß ihre Belohnung finden werden, wird auch deutlich gesagt, daß es eine göttliche Kraft gibt, „that is able to make a way out of now way“ für die schwarzen Amerikaner:

When our days become dreary with low-hovering clouds of despair, and when our nights become darker than a thousand midnights, let us remember that there is a creative force in this universe, working to pull down the gigantic mountains of evil, a power [God] that is able to make a way out of no way and transform dark yesterdays into bright tomorrows. Let us realize the arc of the moral universe is long but it bends toward justice [Theodore Parker].

Let us realize that William Cullen Bryant is right: "Truth crushed to earth will

rise again.” Let us go out realizing that the Bible is right: “Be not deceived, God is not mocked. Whatsoever a man soweth, that shall he also reap” [Galater 6:7]. This is our hope for the future, and with this faith we will be able to sing in some not too distant tomorrow with a cosmic past tense, “We have overcome, we have overcome, deep in my heart, I did believe we would overcome.” (Washington 1986: 252; 16. Aug. 1967)

Die Tatsache, daß Martin Luther King das Sprichwort „God will make a way out of no way [Gott wird einen Weg aus keinem Weg machen]“ in diesen Varianten zitiert, ist ein deutliches Indiz, daß er sich auf die Geläufigkeit der eigentlichen Volksweisheit unter seinen Zuhörern verlassen konnte. Wichtig ist natürlich vor allem, daß diese ermutigende Weisheit mit ihrer Zukunftsorientierung das perfekte Sprichwort für die religiösen und weltlichen Botschaften von King darstellt, womit er seine Vision eines Welthauses voller Glauben, Hoffnung, Liebe, Frieden und Freiheit zum Ausdruck bringen konnte. Trotz aller Schwierigkeiten und Hindernisse war Martin Luther King, als ein Diener von Gott und Menschheit, tatsächlich ein Mann, der an das Sprichwort „Making a way out of no way [Einen Weg aus keinem Weg machen]“ geglaubt hat und der die sprichwörtliche Botschaft durch Wort und Tat erfolgreich befolgt hat. Ganz gewiß verkörpert dieses Sprichwort die gesamte Zivil- und Menschenrechtsbewegung in den Vereinigten Staaten und sonstwo in der Welt, und als solches ist es das perfekte verbale Zeichen für die beständige Hoffnung und mutige Handlung im Dienste einer besseren Welteinrichtung. Aber es gibt noch eine Tatsache, die hier hervorzuheben ist: Martin Luther Kings mündliche und schriftliche Rhetorik hätte vielleicht die Aufmerksamkeit der Bevölkerung nicht zu dem hohen Grad erreicht, wenn er darauf verzichtet hätte, seinen Predigten, Reden und Schriften durch seine sprichwörtliche Sprache mit ihrer Metaphorik etwas Lebendiges, Würze und Weisheit zu verleihen.

Schließlich gibt es noch eine zu erwähnende Metapher, die Hand in Hand mit dem Sprichwort „Making a way out of no way“ geht. Um die Wege zu sozialen Verbesserungen zu finden, muß die Menschheit einen visionären und prophetischen Traum haben, der verspricht, daß ein starker Glaube und eine unerschütterliche Hoffnung im Kampf für Zivil- und Menschenrechte schließlich zu Fortschritt führen werden. King glaubte Zeit seines Lebens an diesen Traum von Gleichheit und Gerechtigkeit. Er und die vielen Teilnehmer an der Bürgerrechtsbewegung haben glücklicherweise den Mut gehabt, von einem Weg wo

kein Weg ist zu träumen. Kein Wunder, daß Träume eines zusammenhängenden neuen Welthauses für die gesamte Menschheit ein Leitmotiv in vielen Predigten und Reden Kings sind. Das Wort „dream [Traum]“ erscheint daher nicht nur unzählige Male in seinem Gesamtwerk sondern auch immer wieder in Titeln seiner vielen Ansprachen. Bis zu einem gewissen Grad deuten die früheren „dream“-Reden bereits auf Martin Luther Kings berühmte „I Have a Dream“-Ansprache vom 28. August 1963 in Washington D.C. voraus (vgl. Carson und Holloran 1998: xvi-xvii).

Als King dann seine „I Have a Dream“-Rede mit ihren zitatenhaften und sprichwörtlichen Aussagen am Linclon Memorial hielt, war sie als Grundsatzansprache auf dem „March on Washington, D.C., for Civil Rights“ angekündigt worden. Die nationale und internationale Presse war anwesend, eine Viertelmillion Menschen hatte sich eingefunden, und Martin Luther King fand sich auf der größten öffentlichen Versammlung der Bürgerrechtsbewegung. Das gab ihm und seiner Idee des gewaltlosen Kampfes für Gleichheit, Gerechtigkeit und Freiheit ein nationales und weltweites Forum, das nie von denen vergessen worden ist, die damals das Glück hatten, zu diesem bedeutsamen Anlaß anwesend zu sein oder die die Rede im Fernsehen miterlebt, im Radio angehört oder am folgenden Tag in den Zeitungen gelesen haben. Die Faszination mit dieser meisterhaften Rhetorik sowie dem inhaltlichen Höhenflug dieser Rede gilt weiterhin für Menschen weltweit, die sie heutzutage als Film anschauen oder gedruckt lesen. Inzwischen ist die Ansprache verschiedentlich analysiert worden (vgl. Patton 1993; Solomon 1993; Vail 2006), und es liegen auch zwei wertvolle Bücher darüber vor: Drew D. Hansen, *The Dream. Martin Luther King, Jr., and the Speech that Inspired a Nation* (2003) und Eric J. Sundquist, *King's Dream* (2009).

Doch hier sei nun der etwas verkürzte Schluß der „I Have a Dream“-Rede zitiert, der das Sprichwort „All men are created equal [Alle Menschen sind gleich erschaffen]“ sowie die beiden sprichwörtlichen Redensarten „not to be judged by the color of one's skin but by the content of one's character [nicht nach seiner Hautfarbe sondern nach dem Inhalt seines Charakters beurteilt werden]“ und „to join hands with someone [sich die Hände reichen]“ enthält. Die zuletzt zitierte Redenart tritt gleich zweimal als gebärdensprachliches Zeichen für die wahre Brüderlichkeit und und Schwesternschaft in einem Amerika der Gleichheit, Gerechtigkeit und Freiheit auf:

So I say to you, my friends, that even though we must face the difficulties of today

and tomorrow, I still have a dream. It is a dream deeply rooted in the American dream that one day this nation will rise up and live out the true meaning of its creed – we hold these truths to be self-evident, that all men are created equal.

I have a dream that one day on the red hills of Georgia, sons of former slaves and sons of former slave-owners will be able to sit down together at the table of brotherhood.

I have a dream that one day, even the state of Mississippi, a state sweltering with the heat of injustice, sweltering with the heat of oppression, will be transformed into an oasis of freedom and justice.

I have a dream my four little children will one day live in a nation where they will not be judged by the color of their skin but by content of their character. I have a dream today!

I have a dream that one day, down in Alabama, with its vicious racists, with its governor having his lips dripping with the words of interposition and nullification, that one day, right there in Alabama, little black boys and black girls will be able to join hands with the little white boys and white girls as sisters and brothers. I have a dream today!

[...]

With this faith we will be able to hew out of the mountain of despair a stone of hope. With this faith we will be able to transform the jangling discords of our nation into a beautiful symphony of brotherhood.

With this faith we will be able to work together, to pray together, to struggle together, to go to jail together, to stand up for freedom together, knowing that we will be free one day. This will be the day when all of God's children will be able to sing with new meaning – "my country 'tis of thee: sweet land of liberty; of thee I sing; land where my fathers died, land of the pilgrim's pride; from every mountain side, let freedom ring" – and if America is to be a great nation, this must become true.

So let freedom ring [...]

And when we allow freedom to ring, when we let it ring from every village and hamlet, from every state and city, we will be able to speed up that day when all of God's children – black men and white men, Jews and Gentiles, Catholics and Protestants – will be able to join hands and to sing in the words of the old Negro spiritual, "Free at last, free at last; thank God Almighty, we are free at last."

(Washington 1986: 219-220; 28. Aug. 1963)

Wegen der außerordentlichen Bedeutung gerade dieses Redeauszugs sei er hier

zusätzlich in deutscher Übersetzung zitiert:

Heute sage ich euch, meine Freunde, trotz der Schwierigkeiten von heute und morgen habe ich einen Traum. Es ist ein Traum, der tief verwurzelt ist im amerikanischen Traum. Ich habe einen Traum, daß eines Tages diese Nation sich erheben wird und der wahren Bedeutung ihres Credos gemäß leben wird: „Wir halten diese Wahrheit für selbstverständlich: daß alle Menschen gleich erschaffen sind.“ Ich habe einen Traum, daß eines Tages auf den roten Hügeln von Georgia die Söhne früherer Sklaven und die Söhne früherer Sklavenhalter miteinander am Tisch der Brüderlichkeit sitzen können. Ich habe einen Traum, daß sich eines Tages selbst der Staat Mississippi, ein Staat, der in der Hitze der Ungerechtigkeit und Unterdrückung verschmachtet, in eine Oase der Freiheit und Gerechtigkeit verwandelt.

Ich habe einen Traum, daß meine vier kleinen Kinder eines Tages in einer Nation leben werden, in der man sie nicht nach ihrer Hautfarbe, sondern nach ihrem Charakter beurteilen wird. Ich habe einen Traum! Ich habe einen Traum, daß eines Tages in Alabama, mit seinen bössartigen Rassisten, mit einem Gouverneur, von dessen Lippen Worte wie „Intervention“ und „Annullierung der Rassenintegration“ triefen..., daß eines Tages genau dort in Alabama kleine schwarze Jungen und Mädchen die Hände schütteln [genauer: sich die Hände reichen] mit kleinen weißen Jungen und Mädchen als Brüder und Schwestern. Ich habe heute einen Traum!

[...]

Mit diesem Glauben werden wir fähig sein, aus dem Berg der Verzweiflung einen Stein der Hoffnung zu hauen. Mit diesem Glauben werden wir fähig sein, die schrillen Mißklänge in unserer Nation in eine wunderbare Symphonie der Brüderlichkeit zu verwandeln.

Mit diesem Glauben werden wir fähig sein, zusammen zu arbeiten, zusammen zu beten, zusammen zu kämpfen, zusammen ins Gefängnis zu gehen, zusammen für die Freiheit aufzustehen, in dem Wissen, daß wir eines Tages frei sein werden. Das wird der Tag sein, an dem alle Kinder Gottes diesem Lied eine neue Bedeutung geben können: „Mein Land, von dir, du Land der Freiheit, singe ich. Land, wo meine Väter starben, Stolz der Pilger, von allen Bergen laßt die Freiheit erschallen.“ Soil Amerika eine große Nation werden, dann muß dies wahr werden.

So laßt die Freiheit erschallen [...]

Wenn wir die Freiheit erschallen lassen – wenn wir sie erschallen lassen von

jeder Stadt und jedem Weiler, von jedem Staat und jeder Großstadt, dann werden wir den Tag beschleunigen können, an dem alle Kinder Gottes – schwarze und weiße Menschen, Juden und Heiden, Protestanten und Katholiken – sich die Hände reichen und die Worte des alten Negrospirital singen können: „Endlich frei! Endlich frei! Großer, allmächtiger Gott, wir sind endlich frei!“
(King 1974: 124-125; King 2003: 91-93)

Es ist das Verdienst von Eric J. Sundquist, daß er die Aufmerksamkeit auf Kings formelhafte „Not by the Color of Their Skin“ Aussage am Anfang seines langen Kapitels mit diesem Titel in seinem Buch *King's Dream* (2009: 194-228) gelenkt hat: „Even though it does not provide the Dream speech's most famous phrase, one sentence stands alone for the philosophy it appeared to announce and the contentious use to which it has since been put: 'I have a dream that my four little children will one day live in a nation where they will not be judged by the color of their skin but by the content of their character.' If King's dream began to be realized with passage of the Civil Rights Act of 1964, his apparently clear elevation of character over color proved central to subsequent arguments about the reach and consequences of that landmark legislation. Those thirty-five spontaneous words have done more than any politician's polemic, any sociologist's theory, or any court's ruling to frame public discussion of affirmative action over the past four decades“ (Sundquist 2009: 194). Den „spontanen“ Gebrauch dieser „Phrase“ betreffend – Sundquist bezeichnet sie fast als sprichwörtliche Redensart – muß jeoch gesagt werden, daß King sie bereits zwei Monate früher in seiner ähnlichen „Traum“-Rede vom 23. Juni 1963 in Detroit benutzt hatte (vgl. Carson und Shepard 2001: 71-73). Offensichtlich gefiel ihm diese bedeutungsvolle Metapher so sehr, daß er sie im Jahre 1967 noch dreimal in Predigten und Reden verwendet hat (Mieder 2010: 244-246). Das hat schließlich dazu geführt, daß diese auf King selbst zurückgehende Formulierung wie etliche andere Aussagen von ihm geflügelt und wohl auch sprichwörtlich geworden ist (Hoskins 1968; Ayres 1993).

Nach diesem rhetorischen Höhepunkt hat Martin Luther King seine so effektive „I have a dream“-Anapher in den ihm verbleibenden Jahren zu der noch oft zitierten „I still have a dream“-Aussage umgewandelt. Sie war und blieb seine ganz persönliche Signatur, aber natürlich kommen noch viele andere geflügelte oder sprichwörtliche Leitmotive hinzu, die seine Predigten, Reden, Briefe, Aufsätze und Bücher zu ausdrucksstarken und denkwürdigen Texten im Dienste der Zivil- und Menschenrechte gemacht haben. Zu Sprichwörtern gewordene

Zitate, Bibelsprichwörter, Volkssprichwörter und ein Überfluß von sprichwörtlichen Redensarten sind ein wesentlicher Bestandteil seiner metaphorischen Rhetorik. Sein edler Traum eines Amerikas und einer Welt geprägt von Gleichheit, Gerechtigkeit, Freiheit, Liebe, und Hoffnung brauchte eine Sprache, die seine gewaltlose Bürgerrechtsbewegung rhetorisch vorantreiben konnte. Besondere Einzelwörter und eingängige Sätze waren nötig, um diese würdigen Ideale unter die Bevölkerung zu bringen. Dazu aber gehörten zweifelsohne Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten, die Kings Argumenten als vorgefertigte und bekannte Ausdrücke eine gewisse Bildhaftigkeit und Expressivität verliehen haben. Sein Traum brauchte Worte und Taten, und als Meister beider Erfordernisse war und bleibt Martin Luther King der visionäre Volksheld, der einen Weg aus keinem Weg für die Menschheit machte und die wegen ihm eine beachtliche Strecke des Weges gekommen ist und mit Hoffnung den verbleibenden langen Weg fortsetzt. Gerüstet mit der biblischen Triade „faith, hope and love [Glaube, Hoffnung und Liebe]“ (1. Korinther 13:13; III, 446; Dez. 1956; King 1958: 88 und 161) und der Beherzigung des afroamerikanischen Sprichwortes „Making a way out of no way [Einen Weg aus keinem Weg machen]“ kann die moderne Menschheit Martin Luther Kings sprichwörtlichen Traum aufrechterhalten, so daß zukünftige Generationen ihr Leben in einem Welthaus der brüderlichen und schwesterlichen Gegenseitigkeit in friedlicher Freiheit fristen können.

Bibliographie

Aron, Paul (2008) *We Hold These Truths ... And Other Words that Made America*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield.

Ayres, Alex (Hrsg.) (1993) *The Wisdom of Martin Luther King, Jr.* New York: Meridian.

Baldwin, Lewis V. (1991) *There is a Balm in Gilead. The Cultural Roots of Martin Luther King, Jr.* Minneapolis, Minnesota: Augsburg Fortress.

Barnes-Harden, Alene L. (1980) „Proverbs, Folk Expressions, and Superstitions.“ In A.L. Barnes Harden. *African American Verbal Arts: Their Nature and Communicative Interpretation (A Thematic Analysis)*. Diss. State University of New York at Buffalo. 57-80.

Boesak, Allan 1976 (1989) *Coming in out of the Wilderness: A Comparative Interpretation of the Ethics of Martin Luther King, Jr. and Malcolm X. Kampen*, Nederland: Theologische Hogeschool der Gereformeerde Kerken. Auch in David J. Garrow (Hrsg.), *Martin Luther King, Jr. Civil Rights Leader, Theologian, Orator*. 3 Bde. Brooklyn, New York: Carlson Publishing. I, 59-126.

Boulware, Marcus H. (1969) *The Oratory of Negro Leaders: 1900-1968*. Westport,

Connecticut: Negro Universities Press,

Burger, Harald, Dmitrij Dobrovol'skij, Peter Kühn und Neal R. Norrick (Hrsg.) (2007) *Phraseology. An International Handbook of Contemporary Research*. 2 Bde. Berlin: Walter de Gruyter.

Calloway-Thomas, Carolyn und John Louis Lucaites (1993) *Martin Luther King, Jr., and the Sermonic Power of Public Discourse*. Hrsg. von Carolyn Calloway-Thomas und John Louis Lucaites. Tuscaloosa, Alabama: The University of Alabama Press.

Carson, Clayborne, et al. (Hrsg.) (1992-2007) *The Papers of Martin Luther King, Jr.* 6 Bde. Berkeley, California: University of California Press.

Carson, Clayborne und Peter Holloran (Hrsg.) (1998) *A Knock at Midnight. Inspiration from the Great Sermons of Reverend Martin Luther King, Jr.* New York: Warner Books.

Carson, Clayborne und Kris Shepard (Hrsg.) (2001) *A Call to Conscience. The Landmark Speeches of Dr. Martin Luther King, Jr.* New York: Grand Central Publishing.

Carter, Dale (1996) „Bending Towards Justice: Martin Luther King, Jr. and the Assessment of History.“ *American Studies in Scandinavia*, 29: 128-141.

Charteris-Black, Jonathan (2005) „Martin Luther King: Messianic Myth.“ In J. Charteris-Black, *Politicians and Rhetoric. The Persuasive Power of Metaphor*. New York: Palgrave Macmillan. 58-85 und 214-217 (Anhang).

Daniel, Jack L. (1973) „Towards an Ethnography of Afroamerican Proverbial Usage.“ *Black Lines*, 2: 3-12.

Daniel, Jack L. (1979) *The Wisdom of Sixth Mount Zion [Church] from The Members of the Sixth Mount Zion and Those Who Begot Them*. Pittsburgh, Pennsylvania: University of Pittsburgh, College of Arts and Sciences.

Daniel, Jack L., Geneva Smitherman-Donaldson und Milford A. Jeremiah (1987) „Makin' a Way out of no Way: The Proverb Tradition in the Black Experience.“ *Journal of Black Studies*, 17: 482-508.

Doyle, Charles Clay (1996) „On 'New' Proverbs and the Conservativeness of Proverb Dictionaries.“ *Proverbium: Yearbook of International Proverb Scholarship*, 13: 69-84.

Doyle, Charles Clay, Wolfgang Mieder und Fred R. Shapiro (Hrsg.) (2012) *Dictionary of Modern Proverbs*. New Haven, Connecticut: Yale University Press.

Ensslin, Birgit (1990) „'I Have a Dream' – Martin Luther King und die Bürgerrechtsbewegung in den USA. Eine rhetorische Analyse ausgewählter Texte von Martin Luther King.“ *Lebende Sprachen*, 35: 118-123.

Farrell, Thomas J. (1991) „The Antecedents of King's Message.“ *Publications of the Modern Language Association*, 106: 529-530.

Fleer, David (1995) *Martin Luther King, Jr.'s Reformation of Sources: A Close Rhetorical Reading of His Compositional Strategies and Arrangement*. Diss. University of Washington.

Folly, Dennis Wilson (Sw. Anand Prahlad) (1982) „'Getting the Butter from the Duck': Proverbs and Proverbial Expressions in an Afro-American Family.“ *A Celebration of American Family Folklore. Tales and Traditions from the Smithsonian Collection*. Hrsg. von Steven J. Zeitlin, Amy J. Kotkin und Holly Cutting Baker. New York: Pantheon. 232-241 und 290-291 (Anmerkungen).

Garrow, David J. (Hrsg.) (1989) *Martin Luther King, Jr. Civil Rights Leader, Theologian, Orator*. 3 Bde. Brooklyn, New York: Carlson Publishing.

Griffin, Albert Kirby (1991) *Religious Proverbs: Over 1600 Adages from 18 Faiths Worldwide*. Jefferson, North Carolina: McFarland.

Hansen, Drew D. (2003) *The Dream. Martin Luther King, Jr., and the Speech that Inspired a Nation*. New York: HarperCollins.

Hedgepeth, Chester M. 1984 (1989) „Philosophical Eclecticism in the Writings of Martin Luther King, Jr.“ *Western Journal of Black Studies*, 8: 79-86. Auch in David J. Garrow (Hrsg.), *Martin Luther King, Jr. Civil Rights Leader, Theologian, Orator*. 3 Bde. Brooklyn, New York: Carlson Publishing. II, 541-548.

Hoskins, Lotte (Hrsg.) (1968) „I Have a Dream“: *The Quotations of Martin Luther King Jr.* New York: Grosset & Dunlap.

Karabegović, Dženeta (2007) „‘No Lie Can Live Forever’: Zur sprichwörtlichen Rhetorik von Martin Luther King.“ *Sprichwörter sind Goldes wert: Parömiologische Studien zu Kultur, Literatur und Medien*. Hrsg. von Wolfgang Mieder. Burlington, Vermont: The University of Vermont. 223-240.

King, Martin Luther (1958) *Stride Toward Freedom. The Montgomery Story*. New York: Harper & Row.

King, Martin Luther (1963) *Strength to Love*. New York: Harper & Row.

King, Martin Luther (1967) *Where Do We Go from Here: Chaos or Community?* New York: Harper & Row.

King, Martin Luther (1968) *Kraft zum Lieben*. Übersetzt von Hans-Georg Noack. Konstanz: Christliche Verlagsanstalt.

King, Martin Luther (1974) *Testament der Hoffnung. Letzte Reden, Aufsätze und Predigten*. Übersetzt von Heinrich W. Grosse. Gütersloh: Gerd Mohn.

King, Martin Luther (2003) *Ich habe einen Traum*. Hrsg. von Hans-Eckehard Bahr und übersetzt von Heinrich W. Grosse. Düsseldorf: Patmos Verlag.

Lischer, Richard (1995) *The Preacher King. Martin Luther King, Jr. and the Word that Moved America*. New York: Oxford University Press.

Louis, Cameron (2000) „Proverbs and the Politics of Language.“ *Proverbium: Yearbook of International Proverb Scholarship*, 17 (2000), 173-194.

Marbury, Carl H. 1971 (1989) „An Excursus on the Biblical and Theological Rhetoric of Martin Luther King.“ *Essays in Honor of Martin Luther King, Jr.* Hrsg. von John H. Cartwright. Evanston, Illinois: *Garrett Evangelical Theological Seminary*. 14-28. Auch in David J. Garrow (Hrsg.), *Martin Luther King, Jr. Civil Rights Leader, Theologian, Orator*. 3 Bde. Brooklyn, New York: Carlson Publishing. III, 623-634.

McKenzie, Alyce M. (1996) *Preaching Proverbs. Wisdom for the Pulpit*. Louisville, Kentucky: Westminster John Knox Press.

Mieder, Wolfgang (1989) *American Proverbs. A Study of Texts and Contexts*. Bern: Peter Lang.

Mieder, Wolfgang (1990) *Not By Bread Alone. Proverbs of the Bible*. Shelburne, Vermont: New England Press.

- Mieder, Wolfgang** (1993) *Proverbs Are Never Out of Season: Popular Wisdom in the Modern Ages*. New York: Oxford University Press.
- Mieder, Wolfgang** (1997) *The Politics of Proverbs: From Traditional Wisdom to Proverbial Stereotypes*. Madison, Wisconsin: University of Wisconsin Press.
- Mieder, Wolfgang** (2000) *The Proverbial Abraham Lincoln: An Index to Proverbs in the Works of Abraham Lincoln*. New York: Peter Lang.
- Mieder, Wolfgang** (2001) „No Struggle, No Progress“: *Frederick Douglass and His Proverbial Rhetoric for Civil Rights*. New York: Peter Lang.
- Mieder, Wolfgang** (2005) *Proverbs Are the Best Policy: Folk Wisdom and American Politics*. Logan, Utah: Utah State University Press.
- Mieder, Wolfgang** (2009a) *International Bibliography of Paremiology and Phraseology*. 2 Bde. Berlin: Walter de Gruyter.
- Mieder, Wolfgang** (2009b) „New Proverbs Run Deep’: Prolegomena to a Dictionary of Modern Anglo-American Proverbs.“ *Proverbium: Yearbook of International Proverb Scholarship*, 26: 237-274.
- Mieder, Wolfgang** (2009c) „Yes We Can“: *Barack Obama’s Proverbial Rhetoric*. New York: Peter Lang.
- Mieder, Wolfgang** (2010) „Making a Way out of No Way“: *Martin Luther King’s Sermonic Proverbial Rhetoric*. New York: Peter Lang.
- Mieder, Wolfgang, Stewart A. Kingsbury und Kelsie B. Harder** (Hrsg.) (1992) *A Dictionary of American Proverbs*. New York: Oxford University Press.
- Miller, Keith D.** 1986 (1989) „Martin Luther King, Jr. Borrows a Revolution: Argument, Audience, and Implications of a Secondhand Universe.“ *College English*, 48: 249-265. Also in David J. Garrow (Hrsg.), *Martin Luther King, Jr. Civil Rights Leader, Theologian, Orator*. 3 Bde. Brooklyn, New York: Carlson Publishing. III, 643-659.
- Miller, Keith D.** (1990) „Composing Martin Luther King, Jr.“ *Publications of the Modern Language Association*, 105: 70-82.
- Miller, Keith D.** (1991a) „Martin Luther King, Jr., and the Black Folk Pulpit.“ *Journal of American History*, 78: 120-123.
- Miller, Keith D.** (1991b) „Reply [to Thomas J. Farrell, ‘The Antecedents of King’s Message’].“ *Publications of the Modern Language Association*, 106: 530-531.
- Miller, Keith D.** (1992) *Voice of Deliverance. The Language of Martin Luther King, Jr. and Its Sources*. New York: The Free Press.
- Nichols, Ray** (1996) „Maxims, ‘Practical Wisdom,’ and the Language of Action.“ *Political Theory*, 24: 687-705.
- Obama, Barack** (2006) *The Audacity of Hope. Thoughts on Reclaiming the American Dream*. New York: Three Rivers Press.
- Patton, John H.** (1993) „I Have a Dream’: The Performance of Theology Fused with the Power of Orality.“ *Martin Luther King, Jr., and the Sermonic Power of Public Discourse*. Hrsg. von Carolyn Calloway-Thomas und John Louis Lucaites. Tuscaloosa, Alabama: The University of Alabama Press. 104-126.
- Prahlad, Sw. Anand** (1996) *African-American Proverbs in Context*. Jackson, Mississippi:

University Press of Mississippi.

Rieder, Jonathan (2008) *The Word of the Lord Is Upon Me. The Righteous Performance of Martin Luther King, Jr.* Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Rosenberg, Bruce (1970) *The Art of the American Folk Preacher*. New York: Oxford University Press.

Sharman, Nick (1999) „Remaining Awake Through a Great Revolution’: The Rhetorical Strategies of Martin Luther King Jr.“ *Social Semiotics*, 9: 85-105.

Smith, Arthur L. und Stephen Robb (Hrsg.) (1971) *The Voice of Black Rhetoric: Selections*. Boston: Allyn and Bacon.

Smitherman, Geneva (1977) *Talkin and Testifyin. The Language of Black America*. Detroit, Michigan: Wayne State University Press.

Smitherman, Geneva (1994) *Black Talk. Words and Phrases from the Hood to the Amen Corner*. Boston: Houghton Mifflin Company.

Solomon, Martha (1993) „Covenanted Rights: The Metaphoric Matrix of ‘I Have a Dream.’“ *Martin Luther King, Jr., and the Sermonic Power of Public Discourse*. Hrsg. von Carolyn Calloway-Thomas and John Louis Lucaites. Tuscaloosa, Alabama: The University of Alabama Press. 68-84.

Spillers, Hortense J. 1971 (1989) „Martin Luther King and the Style of the Black Sermon.“ *Black Scholar*, 3: 14-27. Auch in David J. Garrow (Hrsg.), *Martin Luther King, Jr. Civil Rights Leader, Theologian, Orator*. 3 Bde. Brooklyn, New York: Carlson Publishing. III, 876-889.

Stevenson, Burton (1949) *The Home Book of Bible Quotations*. New York: Harpers & Brothers.

Sundquist, Eric J. (2009) *King’s Dream*. New Haven, Connecticut: Yale University Press.

Turner, Otis 1977 (1989) „Nonviolence and the Politics of Liberation.“ *Journal of the Interdenominational Theological Center*, 4: 49-60. Auch in David J. Garrow (Hrsg.), *Martin Luther King, Jr. Civil Rights Leader, Theologian, Orator*. 3 Bde. Brooklyn, New York: Carlson Publishing. III, 997-1008.

Vail, Mark (2006) „The ‘Integrative’ Rhetoric of Martin Luther King Jr.’s ‘I Have a Dream’ Speech.“ *Rhetoric & Public Affairs*, 9: 51-78.

Warren, Mervyn A. (1966) *A Rhetorical Study of the Preaching of Doctor Martin Luther King, Jr., Pastor and Pulpit Orator*. Diss. Michigan State University.

Washington, James M. (Hrsg.) (1986) *A Testament of Hope. The Essential Writings of Martin Luther King, Jr.* San Francisco, California: Harper & Row.

Winton, Alan P. (1990) *The Proverbs of Jesus. Issues of History and Rhetoric*. Sheffield, Great Britain: Sheffield Academic Press.

Summary

In his short life Martin Luther King (1929-1968) became one of the greatest social reformers of modern times. He was a civil rights leader, a defender of nonviolence in the struggle of de-segregation, a champion of the poor, an anti-war proponent, and a broad-minded visionary of an interrelated world of free people. His large amount of verbal and written communications

in the form of sermons, speeches, interviews, letters, essays, and several books are replete with Bible proverbs as „Love your enemies“, „He who lives by the sword shall perish by the sword“, and „Man does not live by bread alone“ as well as folk proverbs as „Time and tide wait for no man“, „Last hired, first fired“, „No gain without pain“, and „Making a way out of no way.“ He also delights in citing quotations that have long become proverbs, to wit „No man is an island“, „All men are created equal“, and „No lie can live forever.“ King recycles these bits of traditional wisdom in various contexts, varying his proverbial messages as rhetorical leitmotifs as he addresses the multifaceted issues of civil rights.

LÜGT MAN IM DEUTSCHEN, WENN MAN HÖFLICH ABSAGT?¹ – ZUR ANALYSE DER ABSAGESCHREIBEN AUF BEWERBUNGEN IM LICHT DER THEORIE DER LÜGE

Lügen ist ein Sprachspiel, man muss es lernen wie jedes andere.

Ludwig Wittgenstein

„Weh dem, der lügt!“ lautet der bekannte Satz von Franz Grillparzer. Ob man aber durch diese Drohung im alltäglichen Leben eingeschüchtert wird, ist eher fraglich. Die Sprache stellt einem nämlich viele Mittel² zur Verfügung, mit denen eine solche Verhaltensweise einerseits bezeichnet und andererseits ermöglicht wird. Man kann nämlich *das Blaue vom Himmel herunterlügen, blaue Enten erzählen, wie gedruckt lügen, einem einen blauen Dunst vormachen, sich etwas aus den Fingern saugen oder aus der Luft greifen und schließlich so lügen, dass sich die Balken biegen*. Auf der anderen Seite findet man bestimmte Gebote und Warnungen, die besagen, was passieren kann, wenn man lügt, z.B.: *Wer einmal lügt, dem glaubt man nicht, und wenn er auch die Wahrheit spricht*, oder dass es sich nicht lohnt, zu lügen, z.B.: *Lügen haben kurze Beine*.

Die Sprachbenutzer entwickeln viele Strategien, um das Sagen der Wahrheit zu umgehen. Ein wohl offensichtliches Verfahren ist Lügen und das beste Mittel dazu – die Sprache³, denn wie Jolanta Antas schreibt „(...) kłamstwo jest rzeczywistym działaniem mownym, mającym na celu intencjonalne oszukanie kogoś lub zatajenie czegoś.“ (2008: 7).

1. Der Titel ist eine Paraphrase der bekannten Äußerung aus Goethes „Faust“.

2. Zu den Untersuchungen in Bezug auf die Lüge-Lexik siehe z.B.: Essl (2010).

3. Es soll in dieser Hinsicht darauf hingewiesen werden, dass es auch außersprachliche Mittel des Lügens oder gewisse Reaktionen des Körpers gibt, die einen Lügner leicht verraten können, z.B.: bestimmtes non-verbales Verhalten, mehr hierzu bei Antas (2008).

Lügen ist ein Element des menschlichen Lebens. Es wird angenommen, dass jeder Mensch durchschnittlich 200 Mal pro Tag lügt⁴, denn „Kłamstwo jako strategia językowa i niewerbalna stanowi w naszym życiu społecznym nieodzowny składnik sztuki rozmowy i w ogóle kontaktu z drugim człowiekiem.“ (ebd.).

Im vorliegenden Beitrag werden die deutschen Absageschreiben⁵ auf Bewerbungen im Lichte der Theorie der Lüge untersucht. Die empirische Basis bilden authentische Texte (eigentliche Absagen, Aperitifbriefe, Eisschreiben), die in den Jahren 2000-2004 und 2012 gesammelt wurden. Es wird von der These ausgegangen, dass in den untersuchten Texten zielbewusst bestimmte Höflichkeitsstrategien eingesetzt werden, um dem potentiellen Bewerber nicht direkt Wahrheit zu sagen und dadurch das eigene und das fremde Gesicht nicht zu bedrohen. Das Lügen zwischen den Zeilen scheint dabei eine bewusste Strategie zu sein, denn „(...) przeciętny użytkownik języka najczęściej wybiera kłamstwo z potrzeby sterowania społecznymi interakcjami, a więc dla uniknięcia napięć i konfliktów, z *potrzeby zachowania twarzy*, z potrzeby wywierania wpływu na innych (...)“ (ebd.: 10f, Hervorhebung – J.S.).

Die der Analyse zu Grunde liegende Textsorte⁶ – Absageschreiben auf Bewerbung – wird folgend definiert: es sind Texte

die 1. von einem Kommunikationspartner (= Bewerber) 2. auf der Grundlage einer schriftlichen Bitte/eines Vorschlags oder Angebots, 3. die an den anderen Kommunikationspartner (= den potentiellen Arbeitgeber) gerichtet werden, 4. und von diesem (= dem potentiellen Arbeitgeber) negativ entschieden werden.⁷ (Szczęk 2006: 320)

Die in den Absageschreiben dominierende Absicht des Textproduzenten ist das Ausdrücken einer Absage. „Absagen“ gehört zu den reaktiven Sprechakten: es sei eine Reaktion-Äußerung auf eine Aktion-Äußerung (vgl. Gałczyńska 2003: 33), also eine Reaktion auf direktive Sprechakte⁸, die eine überwiegend impressive

4. Vgl. hierzu: Schütz (2012).

5. In der Forschungsliteratur werden sie auch Absagebriefe oder Ablehnungsbriefe genannt. Im vorliegenden Beitrag werden alle drei Bezeichnungen synonym gebraucht.

6. Die Definition bezieht sich auf die im Korpus dominierende Textsorte – eigentliches Absageschreiben. Die zwei weiteren Typen der Absagen (Aperitif, Eisschreiben) werden im Weiteren besprochen.

7. Zur Definition der Absageschreiben vgl. Szczęk (2006a, 2006b, 2007, 2009).

8. Darunter versteht man „skonwencjonalizowane akty werbalne zdolne do wpływania na zachowanie ludzkie“, vgl. hierzu Opalek (1974: 46).

Funktion haben.

In der einschlägigen Literatur wird die Absage folgend expliziert⁹ (Wierzbicka 1987: 94):

„wiem, że chcesz, abym zrobił x (ponieważ tak powiedziałeś)
myślę, że sądzisz iż to zrobię
mówię: nie chcę tego zrobić i nie zrobię tego
sądzę, że nie muszę tego zrobić jeżeli nie chcę
mówię to ponieważ chcę żebyś to wiedział
sądzę że rozumiesz że x nie może się zdarzyć z tego powodu”.

1. Zum Wesen der Lüge

„Warum soll man die Wahrheit sagen, wenn es einem vorteilhafter ist zu lügen?“ – fragte Ludwig Wittgenstein. Und diese so direkt formulierte rhetorische Frage überrascht kaum einen, denn es scheint eine natürliche Neigung des Menschen zu sein, zu lügen¹⁰. Wie es aber die alltägliche Praxis zeigt, ist es nicht immer einfach, denn „Klāmstwo (...) wymaga wielkiego intelektualnego trudu, który polega nie tylko na pobudzeniu wyobraźni i zdolnościach kreatywnych, ale przede wszystkim na uruchomieniu czegoś, co można by nazwać *rozumowaniem semantycznym* (...)” (Antas 2008: 21ff, Hervorhebung im Original).

Mit dem Phänomen der Lüge hat man sich seit Langem beschäftigt. Man findet dazu viele philosophische Abhandlungen¹¹, in denen Lügen entweder angeprangert (z.B. bei Kant), oder gepriesen wird (z.B. bei Nietzsche oder Schopenhauer). In den religiösen Anschauungen wird die Lüge eher getadelt, z.B. im Christentum wird „Lügen“ dem Verstoß gegen das achte Gebot gleichgesetzt: *Du sollst nicht falsch gegen deinen Nächsten aussagen*.

Was ist aber Lüge? Die klassische und oft zitierte Definition stammt von Augustinus¹² und besagt: „Die Lüge ist eine Aussage mit dem Willen, Falsches

9. Zu den anderen Definitionen der Absagesprechakte vgl. z.B. Gałczyńska (2003), Engel, Tomiczek (2010).

10. Mit dieser These setzt sich Kovács in seinem Beitrag auseinander (2006: 102ff).

11. Vgl. z.B.: Arendt (2001), Wittgenstein (1995), Nietzsche (1921), Schopenhauer (1979) u.a.

12. Vgl. Augustinus (395).

auszusagen.“¹³ Dieser Gedanke wurde auch von Thomas von Aquin aufgenommen und folgend erweitert: „Die Wörter der Sprache sind Zeichen des Geistes; es ist wider ihre Natur und wider den Geist, sie in den Dienst der Lüge zu stellen.“¹⁴ Daraus folgt, dass „die Sprache die Gedanken offenbaren, nicht verbergen soll. (...) Die Lüge ist ihre [der Sprache – J.S.] Pervertierung.“ (Weinrich 2000: 8).

In der modernen Lügen-Forschung werden diese Gedanken weitergeführt, wie z.B. von Ludwig Wittgenstein: „Lying about what I see, you might say, is knowing what I see and saying something else“ (1934-36: 280) oder Harald Weinrich: „Die Linguistik sieht (...) eine Lüge als gegeben an, wenn hinter dem (gesagten) Lügensatz ein (ungesagter) Wahrheitssatz steht, der von jenem kontradiktorisch (...) abweicht.“ (2000: 40).

Jadwiga Puzynina definiert „Lüge“ auf folgende Art und Weise: „świadome informowanie kogoś o czymś, o czym sądzi się, że tak nie jest“¹⁵ (Puzynina 1992: 195).

Eine moderne Definition besagt: Lüge sei „die bewusste oder unbewusste Abwendung von der Wirklichkeit.“¹⁶ (Stiegnitz 1997).

In der Forschungsliteratur werden bestimmte Eigenschaften der Lüge genannt, die deren Charakter von sprachlichen Handlungen deutlich machen (Falkenberg 1982: 14): Lügen sind personal: sie sind immer jemandes Lügen, Lügen sind sozial (oder fremdpersonal): sie richten sich an andere, Lügen sind temporal: sie können datiert werden, Lügen sind intentional: sie geschehen absichtlich, Lügen sind verbal: sie bestehen in der Äußerung von Worten.

1.1. Arten der Lügen

*„Es gibt drei Arten von Lügen: Lügen, verdammte Lügen und Statistiken.“
Benjamin Disraeli*

Grundsätzlich unterscheidet man zwei Typen der Lüge: die Verheimlichung¹⁷,

13. Diese Definition wird mit der Begründung untermauert, „dass den Menschen nicht gegeben ist, damit sie sich gegenseitig täuschen, sondern damit sie einander ihre Gedanken mitteilen. Wer also die Sprache zur Täuschung gebraucht, missbraucht die Sprache, und das ist die Sünde.“, vgl. hierzu: Weinrich (2000: 8).

14. Vgl. Weinrich, Harald (2000: 8).

15. Bei Puzynina findet man auch eine genaue Explikation der Lüge, die sich auf vier Ebenen vollzieht, vgl. (1992: 200).

16. Vgl. auch die Explikation der Lüge bei Falkenberg (1982: 19) und Wierzbicka (1999: 31) sowie Lexikondefinitionen der Lüge z.B. in Duden (2001: 1034)

17. Vgl. dazu Duden (2001: 1699).

die durch Weglassen wahrer Informationen entsteht, und die Verfälschung¹⁸, die durch Präsentieren falscher Informationen als Wahrheit zu Stande kommt.

Man findet auch verschiedene Typologien der Lüge¹⁹, denen menschliche Intentionen zu Grunde liegen: „Das lügende Ich (...) soll sozial positiv eingestellt sein, indem es lügt, das heißt, es kann lügen mit der Absicht, anderen dadurch zu nützen, beziehungsweise nicht zu schaden“²⁰. (Bühler, Haas 1924: 7). Im Anschluss daran werden folgende „Arten“ der Lüge genannt²¹ (ebd.: 7ff):

- Verlegenheitslüge oder Ausrede, deren Existenz auf gesellschaftlicher Konvention beruht;
- Phantasielüge,
- asoziale Lüge, die in Nichtbeachtung der anderen in ausschließlicher Egozentrizität erfolgt; hierzu gehören auch Notwehrlüge²², Lüge aus Scham, Begierdelüge²³,
- antisoziale Lüge, zu der das Wissen um die Schädigung oder Übervorteilung eines anderen gehört;

Soziolinguistisch gesehen unterscheidet man folgende Lügenarten²⁴:

- Notlügen, um sich selbst aus der Bedrängnis, in die der Fragestellende den Gefragten gebracht hat, wieder zu befreien;
- Lügen aus Gefälligkeit, um andere nicht zu verletzen;
- Lügen, die den Zweck haben zu schmeicheln und sich selbst zu etwas zu verhelfen;
- Lügen aus Affekt, weil man nicht die Verantwortung für etwas tragen will,

18. Vgl. (ebd.: 1692).

19. Populärwissenschaftlich werden folgende Arten der Lüge unterschieden: jokes, white lies, defensive lies, offensive lies, embarrassment lies. Sie werden nach dem Grad der Stärke ermittelt. Vgl. hierzu: <http://www.luegendetektortest.de/40854.html>, Zugriff am 17.07.2012.

20. Es werden in diesem Zusammenhang folgende Lügen-Absichten genannt: „Liebe aus sozial-positiver Einstellung, aus Hilfsbereitschaft, Liebe, Freundschaft, Rücksichtnahme, Schonung usw.“, vgl. Bühler, Haas (1924: 7).

21. Vgl. auch die Arten der Lüge bei Falkenberg (1982: 135ff).

22. Lüge „bei der nur auf die eigene Lebensrettung oder Rettung vor Gefahr, Untergang reflektiert wird.“, vgl. Bühler, Haas (1924: 9).

23. „(...) so gibt es auch bei den Begierdelügen eine typisch asoziale Gruppe, bei der, ohne Reflexion auf den Nutzen oder Schaden des anderen, bloß die Befriedigung einer Begierde, eines Wunsches, Bedürfnisses erstrebt wird.“, vgl. Bühler, Haas (1924: 9).

24. Arten von Lüge, in: <http://www.cosmiq.de/qa/show/2135074/Arten-von-Luege/>, Zugriff am 13.07.2012.

- existentielle Lügen, alles was mit Nahrung, Trinken, Schlafen, Sex zu tun hat. Man lügt, um eine von diesen Sachen zu bekommen.

Daneben nennt man auch die sog. „weiße Lüge“, auch soziale Lüge, die dem Wohl der belogenen Person dienen soll. Ihr Ziel ist das friedliche Miteinander und die Motivierung der Leistung.

2. Lüge und Höflichkeit

„Die Höflichkeit nämlich ist die konventionelle und systematische Verleugnung des Egoismus in den Kleinigkeiten des täglichen Verkehrs und ist freilich anerkannte Heuchelei; dennoch wird sie gefordert und gelobt; weil, was sie verbirgt, der Egoismus, so garstig ist, dass man es nicht sehen will, obschon man weiß, dass es da ist.“
Schopenhauer (1962: 729)

Die Tatsache, dass die Höflichkeit als eine universale Strategie der Konfliktvermeidung²⁵ eingesetzt wird, ist seit Langem bekannt. Es wird nämlich gefordert und erwartet: „Anderen entgegenzukommen, ihnen möglichst gefällig zu sein und ihnen insofern auch tatsächlich zu gefallen, (...) Auf diese Weise sollen dem Zusammenleben der Menschen nach Möglichkeit Schärfe und Härte genommen werden.“ (Weinrich 1996: 11f.) und aus dem Grunde „ist sprachliche Höflichkeit als Strategie der Konfliktvermeidung zweifellos universal“ (Harting 2007: 111).

Die Situation, in der eine Absage erfolgt, ist ein potentieller Konflikt, wo zwei Gegenwünsche aufeinander stoßen. Die Bitte des Bewerbers wird nicht erfüllt und man bemüht sich, dies mittels Sprache geschickt auszudrücken. Für beide Seiten ist es wohl unkomfortabel²⁶. Als eine „abmildernde“ Strategie wird in solchen Fällen Höflichkeit eingesetzt, was in der sog. „Ratgeber-Literatur“ auch große Beachtung findet (vgl. Hovermann 2009: 75ff):

- Absagen an Bewerber beeinflussen das Firmenimage;

25. Vgl. hierzu z.B. Werlen (1983), bei dem Höflichkeit „als Fall eines Vermeidungsrituals bestimmt und in Beziehung zum Konzept des indirekten Sprechaktes gesetzt wird.“

26. Das Problem ist in den asiatischen Kulturen seit Langem bekannt, in denen man versucht, das Absagen oder Neinsagen so lange es geht zu umgehen, denn direktes Nein eher als unhöflich gilt, wodurch man seine Position verlieren kann, vgl. hierzu z.B. Antas (2008: 262f) oder das stark ausgebaute System der Honorierung in der japanischen Kultur bei Huszcza (2006).

- Die Absage besteht aus vier Hauptbestandteilen: *Wir haben Ihre Bewerbung zur Kenntnis genommen., Wie haben Ihre Bewerbung ernst genommen, Wir beurteilen Sie nicht insgesamt negativ., Sie sind auf dem Arbeitsmarkt nicht chancenlos.*
- Schnelle Benachrichtigung.
- Negatives soll positiv und so konstruktiv wie möglich vermittelt werden, indem man folgende Grundsätze beachtet: a). ein Rückblick auf den positiven Eindruck der Bewerbungsunterlagen, b). ein kurzer aufbauender Kommentar zu dem Bewerbungsgespräch, c). das Signal, dass es sich nicht um ein Grundsatzurteil handelt, d). die Vermittlung von Ermutigung und Perspektive für weitere Bewerbungen.

Hinzu kommt noch das Bedürfnis, das eigene und fremde Gesicht zu schonen, was mit Hilfe der Höflichkeit erreicht werden kann. Es gibt nämlich bestimmte Strategien, die diesen Zwecken dienen²⁷, z.B.: Danken, Bitten, Versprechen, Trösten, Ermutigung u.a.

Der in der Literatur²⁸ und in der linguistischen Forschung²⁹ bekannte Satz: „Im Deutschen lügt man, wenn man höflich ist“ lässt im Kontext des vorliegenden Beitrags eine Frage formulieren: Lügt man im Deutschen, wenn man höflich absagt?

3. Analyse der Materials

*„Wer nicht lügen kann, weiß nicht, was Wahrheit ist.“
Nietzsche*

Die Notwendigkeit, eine Absage erteilen zu müssen oder zu sollen, begleitet den Menschen jeden Tag, jedoch gehört die Realisierung solcher Sprechakte nicht zu den angenehmsten kommunikativen Aufgaben. Aus dem Grunde sucht man nach Mitteln und Möglichkeiten, sich aus dieser unangenehmen Situation zu retten. Das betrifft viele Sprachkulturen, denn „(...) konieczność odmowy odczuwana jest jako dyskomfort. Dlatego wypowiedzi o funkcji odmowy obudowywane są wypowiedziami łagodzącymi” (Marcjanik 2006: 257).

27. Weiteres hierzu vgl. Szczęk (2012a, 2012b).

28. Goethe, „Faust“.

29. Vgl. z.B. Weinrich (1986), Tomiczek (1991).

Diese Funktion der Abmilderung erfüllt die Höflichkeit, die oft gezieltes Lügen verhüllt. „Kłamca korzysta ze wszystkich dobrodziejstw komunikacyjnych: mowy, milczenia, środków słownych i pozasłownych.” – stellt Jolanta Antas fest. (2008: 10). Das ergibt sich aus der Tatsache, dass Absagen eigentlich unhöflich ist, was von Anna Gałczyńska erläutert wird: „Akt ten jest bowiem sprzeczny z oczekiwaniem nadawcy wypowiedzi-akcji i narusza jego godność“ (2005: 113). Sie nennt folgende Mittel, die dazu dienen, höflich abzusagen: Rechtfertigung, Entschuldigung, Danksagung (ebd.: 114ff). Im Weiteren stellt sie noch fest: „Sposób formułowania odmowy świadczy o stosunku nadawcy do adresata aktu. (...)“ (ebd.: 117).

Es verwundert daher nicht, dass die „Absageschreiber“ nach allen möglichen Mitteln greifen, um sich aus dieser unangenehmen Situation zu retten³⁰.

Im Falle der untersuchten Texte handelt es sich überwiegend um die sog. „weiße Lüge“³¹, die in der Forschungsliteratur auch soziale Lüge, Notlüge oder fromme Lüge genannt wird. Der Begriff stammt aus dem Englischen:

Die ‚white lie‘ bezeichnet die „gute Lüge“. (...) Die weiße Lüge geschieht oft aus Höflichkeit bzw. um den Mitmenschen Zuneigung, Respekt oder gar Mitleid zu vermitteln. Sie kann somit der Klasse der altruistischen/prosozialen Lügen zugeteilt werden – sie ist funktionales, zentrales Element des *gesellschaftlichen Miteinanders*.³²

Die kleine „weiße“ Lüge hilft uns, besser miteinander auszukommen³³. Und eben diese Funktion scheinen die Absageschreiber zu erfüllen, denn

wenn Unternehmen Bewerber absagen müssen, dann tun sie das meist gestelzt, etwas plump und barsch. Aber sie können auch anders – und sorgen mit freundlichen oder sogar originellen Briefen für einen Tiefkühl-Vorrat guter Kandidaten. Den Firmen geht es nicht allein darum, den ohnehin enttäuschten Bewerbern Formulierungen im Kasernenhoftone oder Beamtendeutsch zu ersparen.

30. In der Forschungsliteratur werden folgende Strategien behandelt: Beschönigung, Delegierung, lange Verzögerung mit der Antwort, Distanzierung, Vermeidung, vgl. Müller, Moser (2006: 345).

31. Vgl. hierzu Antas (2008: 260ff).

32. White lie. Die bunte Welt der weißen Lüge. In: <http://www.derjo.de/diplom/?p=43>, Zugriff am 13.07.2012.

33. Wir lügen öfter als uns bewusst ist. Weh dem, der lügt - Teil 1. In: <http://oe1.orf.at/artikel/201632>, Zugriff am 13.07.2012.

Sie wollen auch vermeiden, gute Kandidaten ohne Not zu verprellen. Denn im Leben trifft man sich immer zweimal³⁴.

Die Absagebriefe lassen sich grundsätzlich in drei Typen aufteilen:

1. Aperitifbriefe³⁵ – Aperitif, verstanden als ‚appetitanregendes alkoholisches Getränk‘ (Duden 2001: 156), hat *per definitionem* eine bestimmte Aufgabe zu erfüllen. Manche Antworten auf Bewerbungen haben eben dieselbe Funktion: über den Fortgang eines noch nicht beendeten Bewerbungsverfahrens zu informieren und dadurch vielleicht Appetit auf die künftige Stelle anzuregen.
2. Eigentliche Absagebriefe³⁶;
3. Eisschreiben³⁷ – „[der Name – J. S.] stammt von „Ice Letter“ und bezeichnet Reserveschreiben. Damit wird Bewerbern mitgeteilt, dass die ausgeschriebene Stelle schon besetzt ist, ihnen also keine Stelle angeboten werden kann. Die Ablehnung wird jedoch damit verbunden, den Kontakt zu

dem Bewerber aufrecht zu erhalten, um ihn bei Bedarf doch einzustellen (...)“³⁸ oder: „eine Bezeichnung des Personalwesens und der Personalbeschaffung für einen Brief, den ein potentieller Arbeitgeber im Zuge eines Bewerbungsverfahrens an hinreichend qualifizierte Bewerber verschickt, wenn keine vakante Position im Unternehmen ist, aber grundsätzliches Interesse an einer Zusammenarbeit bekundet werden soll“³⁹. Und sie haben auch eine bestimmte Funktion zu erfüllen: Es wird dabei versucht Frustration durch eine endgültige Absage zu verhindern und den weiteren Dialog mit dem Bewerber zu führen⁴⁰.

Alle genannten Formen haben eine bestimmte Struktur und enthalten thematische Elemente, in denen die Strategie des „höflichen“ Lügens angewendet wird.

34. Vgl. <http://www.manager-magazin.de/koepfe/karriere/0,2828,321132,00.html>, Zugriff am 2.01.2008.

35. Zur genauen Analyse dieses Typs der Absagebriefe vgl. Szczek (2008, 2011).

36. Die Definition der eigentlichen Absagebriefe wurde am Anfang des Beitrags angeführt.

37. Zur genauen Analyse dieses Typs der Absagebriefe vgl. Szczek (2008, 2009, 2011).

38. Vgl. <http://www.p8n.net/5790.0.html>, Zugriff am 4. 11. 2007..

39. Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Eisschreiben>, Zugriff am 4. 11. 2007.

40. Ebd.

„Akt kłamania z samej swej natury ma za zadanie zmylenie co do wartości przekazywanej informacji (...) Kłamstwa mają na celu ukrycie, a nie wykrycie (...)” (Antas 2008: 164).

Im Weiteren werden die oben genannten Typen der Absagebriefe in Bezug auf deren Wahrheitsgehalt besprochen. Den Ausgangspunkt bildet die Definition der Lüge nach Jolanta Antas, in der die pragmatische Ebene berücksichtigt wird, und zwar:

Kłamstwo (kłamanie) to złożony akt pragmatyczny i zarazem *strategia językowa*, której cechą zasadniczą jest stan podwójnej świadomości mówiącego, a co za tym idzie, taki rodzaj procesowania semantycznego, który nazwać można ‘nieprawdziwym komunikowaniem’, komunikowaniem opartym na naruszeniu podstawowych prawideł i maksym konwersacyjnych, regulujących zasady naturalnej i rzetelnej komunikacji. (ebd.: 166, Hervorhebung – J. S.).

3.1. Aperitifbriefe

Diese Texte sind am kürzesten von den drei untersuchten und haben eine wenig ausgebaute Struktur, die aus folgenden Elementen besteht: Anfang: faktographische Informationen (Name, Vorname, Datum, Ort, u.a.), Hauptteil: Anrede, z.B.: Sehr geehrte(-r) Frau/ Herr; *Sehr geehrter Bewerber; Liebe(-r) Frau/Herr; Lieber Bewerber* Bestätigungsformel, z.B.: *Wir bestätigen den Eingang Ihres Schreibens*; Dankesformel, z.B.: *Wir danken Ihnen für die Zusendung Ihrer Bewerbungsunterlagen; ich danke Ihnen für das (...) entgegengebrachte Interesse*; Information über das Auswahlverfahren⁴¹, z.B.: *Die Bearbeitung / die Auswertung der eingegangenen Bewerbungsunterlagen wird voraussichtlich einige Zeit in Anspruch nehmen; Nach Abschluss des Auswahlverfahrens; Aufgrund zahlreicher Zuschriften wird die Bearbeitung Ihrer Bewerbung einige Zeit beanspruchen; Mit dem Auswahlverfahren kann jedoch erst begonnen werden, wenn die erforderlichen haushaltstechnischen Grundlagen geschaffen worden sind*; Bitte um Geduld, z.B.: *Wir bitten Sie um etwas Geduld; bis dahin bitte ich Sie um Geduld; Ich bitte Sie deshalb, sich vorerst zu gedulden, bis ich auf die Angelegenheit zurückkomme*; Aperitif, z.B.: *Wir werden uns wieder bei Ihnen melden; wir werden Sie über die*

41. In diesem thematischen Teil werden unterschiedliche Informationen hinsichtlich des Auswahlverfahrens mitgeteilt, z.B.: lange Zeit der Entscheidung, Information über das noch dauernde Auswahlverfahren, Information darüber, dass das Auswahlverfahren noch nicht begonnen worden ist, Information über allmähliche und sukzessive Auswertung der Unterlagen u.a. Im vorliegenden Beitrag wird darauf nicht näher eingegangen. Näheres hierzu bei Szczek (2012).

getroffene Entscheidung so bald wie möglich informieren; Wir werden uns unaufgefordert/in Kürze wieder mit Ihnen in Verbindung setzen; Es geht Ihnen unaufgefordert weitere Nachricht zu; Sie erhalten zu gegebener Zeit Nachricht/Bescheid von uns; Information über das Speichern der Daten: Wir dürfen Sie noch darauf hinweisen, dass personenbezogene Daten zu Ihrer Bewerbung in einer speziell dafür eingerichteten Datei gespeichert werden; Grußformel und Unterschrift: Mit Bitte um Verständnis und den besten Grüßen;

Im thematischen Teil *Aperitif* wird die künftige Kontaktaufnahme mit dem Bewerber versprochen. Es ist jedoch schwer zu entscheiden, ob der Absageschreiber sein Wort einhält. Die Praxis zeigt, dass das in dem „Aperitif“ enthaltene Versprechen nicht erfüllt wird⁴² und als eine Ausrede gilt, den potentiellen Bewerber loszuwerden. Die Lage des potentiellen Arbeitgebers scheint dabei komfortabel zu sein, denn seine so wie oben angeführt formulierte Antwort kann nicht verifiziert werden. Aus dem Grunde kann man die These wagen, dass die *Aperitif*briefe Formulierungen enthalten, die der Wahrheit nicht entsprechen mögen.

3.2. Eigentliche Absageschreiben

Die eigentlichen Absagen haben die am meisten ausgebaute Struktur. Sie besteht aus folgenden Elementen⁴³: Anfang: faktographische Informationen (Name, Vorname, Datum, Ort, u.a.), Hauptteil: Anrede, z.B.: *Sehr geehrte(-r) Frau/ Herr; Sehr geehrter Bewerber; Liebe(-r) Frau/Herr; Lieber Bewerber* Bestätigungsformel, z.B.: *Ich bestätige den Eingang Ihrer Bewerbung; Dankesformel, z.B.: Wir danken Ihnen für die Zusendung Ihrer Bewerbung; Beschreibung des Auswahlverfahrens, z.B.: Wir haben Ihre Unterlagen mit großer Aufmerksamkeit gelesen; Absage, z.B.: Leider müssen wir Ihnen mitteilen, dass eine Einsatzmöglichkeit in unserem Hause nicht gegeben ist; Bezüglich Ihrer Frage nach freier Mitarbeit müssen wir Sie enttäuschen; Absagegründe, z.B.: Es steht uns keine Stelle zur Verfügung, die wir Ihnen im Hinblick auf Ihre Qualifikationen anbieten könnten; Aus personalwirtschaftlichen Gründen können wir leider keine Einstellungen vornehmen; Wir nehmen keine Einstellung vor; Entschuldigung des potentiellen Arbeitgebers und Tröstung, z.B.: Bitte nicht böse sein; Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir unsere Entscheidung nicht näher begründen können; Bitte betrachten*

42. Vgl. Müller, Moser (2006).

43. Zur genauen Analyse der Strukturelemente und der thematischen Struktur in den eigentlichen Absageschreiben vgl. Szczek (2006).

Sie die Entscheidung nicht als Wertung Ihrer kreativen Leistung; Wenn wir Ihnen hiermit absagen, ist das kein Werturteil; Bitte sehen Sie dies nicht als persönliche Bewertung; Bitte verstehen Sie daher unsere Entscheidung nicht als Wertung Ihrer Person und Qualifikation; Bitte betrachten Sie unsere Entscheidung nicht als Wertung Ihrer kreativen Leistung; Dieser Bescheid stellt selbstverständlich keine inhaltliche Beurteilung Ihrer (...) dar; Bitte um Verständnis, z.B.: Bitte haben Sie Verständnis; Wir hoffen auf Ihr Verständnis; Wir hoffen, Sie haben Verständnis für unsere Absage; Bitte haben Sie Verständnis, dass wir diesen Weg der Absage wählen müssen; Dank für die Mühe bei der Anfertigung der Bewerbungsunterlagen, z.B.: Wir wissen, wie viel Arbeit es macht, eine Bewerbung aufzusetzen und die Unterlagen zusammenzustellen. Oft sitzt man das ganze Wochenende daran; für Ihre Mühe bedanken wir uns; Wir bedanken uns für Ihre Geduld und Ausdauer; gute Ratschläge für die weitere Arbeitssuche, z.B.: Frei werdende Stellen werden von uns in regionalen Zeitungen (...) und in entsprechenden Zeitschriften ausgeschrieben; Wir bitten Sie, auf eventuelle Stellenanzeigen zu achten und sich gegebenenfalls auf eine konkrete Ausschreibung hin zu bewerben; Lassen Sie sich von dieser Absage nicht entmutigen; Lassen Sie in Ihren Bemühungen nicht nach; Ausdruck des Bedauerns, z.B.: Wir bedauern; Wir bedauern, Ihnen keinen günstigeren Bescheid geben zu können; Wir bedauern, Ihnen keine günstigere Mitteilung geben zu können; Wir bedauern sehr, Ihnen nicht behilflich sein zu können; Ggern hätten wir Ihnen einen positiven Bescheid erteilt; Erfolgswünsche für die weitere Arbeitssuche, z.B.: Wir wünschen Ihnen für Ihren weiteren beruflichen Lebensweg alles Gute; Wir wünschen Ihnen, dass Sie bald einen interessanten beruflichen Wirkungskreis finden werden; Für Ihre Zukunft alles Gute; Information über die Rücksendung der Unterlagen, z.B.: Ihre Bewerbungsunterlagen erhalten Sie anbei zurück; Leider können wir die Unterlagen wegen der Vielzahl von Bewerbungen aus Kostengründen nicht mehr zurücksenden; Aus Portoersparnissen können wir deshalb [sic!] Ihnen die Unterlagen nicht mehr zurückschicken. Bitte holen Sie diese selbst ab; Grußformel und Unterschrift, z.B.: Mit freundlichen Grüßen; Wir verbleiben mit freundlichen Grüßen; Mit besten Wünschen; Mit Bitte um Verständnis und den besten Grüßen.

Aussagen, die der Wahrheit nicht entsprechen mögen, kommen v.a. in Äußerungen vor, in denen die Absagegründe formuliert werden. Man hat es hier mit den bewussten Einsatz von Argumenten, die einen Verallgemeinerungscharakter haben und eher als Truismen klingen, zu tun, z.B.: *aus personalwirtschaftlichen Gründen, wegen bestehenden Einstellungsstopps, aufgrund struktureller und*

personalwirtschaftlicher Maßnahmen; Aufgrund der dramatischen Haushaltslage, aufgrund der angespannten Konkurrenzsituation, aufgrund des fortgesetzten Stellenabbaus, Auf Grund der dramatischen Haushaltslage des Landes (...) ist es in diesem Jahr zu drastischen Einsparungen im Bereich der Personalmittel gekommen. Dieser massive Stellenabbau wird sich auch in den kommenden Haushaltsjahren fortsetzen. Im Haushaltsentlastungsgesetz wurde nun festgelegt, dass Nachbesetzungen von Stellen im Wege von Neueinstellungen grundsätzlich nicht möglich sind. Dabei wird die Schuld auf andere Umstände verschoben, wobei diese schwer überprüfbar sind und nicht stimmen mögen.

Der nächste thematische Teil, in dem vermutlich nicht wahre Argumente gebraucht werden, ist die Entschuldigung des potentiellen Bewerbers. Es werden hier Strategien angewendet, die den potentiellen Bewerber in seinem Wert für den Arbeitsmarkt bestärken sollen, z.B.: *(...) ist keinesfalls als ein Werturteil Ihrer bisherigen Arbeit anzusehen. Ihre fachliche Qualifizierung steht für uns außer Frage; bitte verstehen Sie daher unsere Entscheidung nicht als Wertung Ihrer Person und Qualifikation; Bitte betrachten Sie unsere Entscheidung nicht als Wertung Ihrer kreativen Leistung; Dieser Bescheid stellt selbstverständlich keine inhaltliche Beurteilung Ihrer (...) dar; Bitte haben Sie Verständnis und betrachten unsere Entscheidung nicht als Wertung Ihrer kreativen Leistung.*

In einer solchen Konfiguration kann man nur schwer daran glauben, dass die oben angeführten Worte der Wahrheit entsprechen, denn die Absageschreiber bedienen sich der formelhaften Wendungen, die keine Verankerung in der Wirklichkeit haben.

Auf gleiche Art und Weise ist das Bedauern der potentiellen Arbeitgeber zu beurteilen. Wenn man z.B. solche Formulierungen liest wie: *wir bedauern sehr, Ihnen nicht behilflich sein zu können; gern hätten wir Ihnen einen positiven Bescheid erteilt; Ich bedauere, Ihnen keine günstigere Mitteilung geben zu können; wir bedauern, Ihnen mitteilen zu müssen, Es tut mir leid, dir keinen anderen Bescheid geben zu können. es tut uns leid, aber etwas anderes können wir Ihnen nicht sagen; sehr zu unserem Bedauern stehen uns jedoch nur wenige Stellen zur Verfügung und die Zahl der Bewerbungen ist dagegen überaus groß ich bedauere Ihnen keine Zusage machen zu können*, erkennt man, dass solche Äußerungen mit dem echten Bedauern im Sinne von „Mitgefühl mit jmdm. empfinden; jmdn. bemitleiden“ (Duden 2001: 242) es nichts zu tun haben. Hinzu kommen

auch andere Strategien zum Ausdruck, in denen Technik der Schmeichelei⁴⁴ angewendet wird. Es geht hier v.a. um die Aufwertung der anderen Person durch Komplimente und Schmeicheleien, z.B.: *Ihre fachliche Qualifizierung steht für uns außer Frage, auch unter Würdigung des von Ihnen dargelegten qualifizierten beruflichen Werdegangs, Wir müssen einer Reihe guter Bewerber absagen.*

3.3. Eisschreiben

Die Eisschreiben haben gleiche Struktur wie die oben besprochenen eigentlichen Absagen. Das, was sie aber von jenen unterscheidet, ist der thematische Teil: Aufs-Eis-Legen: der potentielle Arbeitgeber gibt hier ein Versprechen, dass er sich in Zukunft, im Falle, wenn es eine freie Stelle geben wird, bei dem Bewerber melden wird, z.B.: *Ich komme gerne auf Sie zurück; ihr Bewerbungsschreiben lege ich gern auf Wiedervorlage, um zu gegebener Zeit darauf zurückgreifen zu können; Ihre Einwilligung vorausgesetzt, werden wir Ihre Bewerbung gerne in unserer Boxengasse parken. Bei einer freien Startposition werden wir uns mit Ihnen in Verbindung setzen; Sobald wir eine neue Kollegin suchen, werden wir uns bei Ihnen melden, versprochen!; Wir haben Ihr Profil elektronisch gespeichert.*

Ob es aber wirklich gemacht wird, ist eher fraglich. Es scheint wiederum eine gute Ausrede zu sein, den/die Bewerber loszuwerden.

4. Schlussfolgerungen

Die kommunikative Situation, in der sich der Bewerber und der potentielle Arbeitgeber befinden, ist für beide Seiten unkomfortabel. Der „Absageschreiber“ muss in seiner Antwort auf eine Bewerbung mehrere Aspekte vereinbaren, die sich auf beide Kommunikationspartner beziehen:

- bezogen auf den Bewerber: den Bewerber beruhigen, das positive Denken beim Bewerber aufwecken, den Bewerber in seinem großen Wert und seiner Nützlichkeit für den Arbeitsmarkt bestätigen und bestärken, den Bewerber von der Hoffnung auf eine zukünftige Arbeitsstelle überzeugen;
- bezogen auf den „Absageschreiber“ und demzufolge auf den Arbeitgeber: sich aus einer eher schwierigen Situation, einem Bewerber nein sagen zu

44. In der Forschungsliteratur spricht man über ‚Ingratiation‘ oder ‚działania ingracyjne‘, deren Ziel ist es, die Gunst und Sympathie der anderen Person durch Schmeicheln zu gewinnen, um sie manipulieren zu können, vgl. hierzu Jones (1964) und Antas (2008: 226ff).

müssen, und dies meist in einer schwierigen ökonomischen Situation, retten, die Aussagekraft der Ablehnung abmildern, sein Gesicht wahren, einen positiven Eindruck von der Firma hinterlassen.

Aus dem Grunde werden in den Antwortschreiben verschiedene Techniken und Strategien angewendet, um all diese Ansprüche geltend zu machen. Die Höflichkeitslüge, auch weiße Lüge, ist eine davon, denn das Ziel ist, das positive Gesicht des Gegenübers nicht zu bedrohen. Man bedient sich dabei verschiedener Vermeidungsstrategien, um nicht abzusagen (z.B. in den Aperitifbriefen), nicht endgültig abzusagen (z.B. in den Eisschreiben) oder die Absage abzumildern (z.B. in den eigentlichen Absagen).

Die „Absageschreiber“ handeln nach dem Muster „sag/schreib so, wie es sich gehört“⁴⁵. Aus demselben Grund erwarten die „Absagesammler“ solche Antworten auf ihre Bewerbungen. Es bedeutet aber nicht, dass sie an die in solchen Schreiben enthaltenen Floskeln, Komplimente, Danksagungen und Entschuldigungen glauben müssen. Die Wahrheit solcher Äußerungen ist für sie leicht verifizierbar, denn es wird ihnen abgesagt und sie müssen wieder mit dem Bewerben anfangen. Daher werden auch höfliche Lügen, die in den Absageschreiben formuliert werden, auch hingenommen und nicht entlarvt. Willkommen sind Truismen, Verallgemeinerungen, Halbwahrheiten, Ausreden, Komplimente, Schmeicheleien, Ausdruck eigener Emotionen (z.B. Bedauern), Versprechen und manchmal gewinnt man den Eindruck, dass der Empfänger solcher Schreiben auch auf diese Art und Weise belogen werden wollen, denn

bez tych uprzejmych kłamstw, które przenikają codzienność, nasze życie społeczne stanowiłoby koszmar prawdy nie do zniesienia. Większość kłamstw udaje się (...) dlatego, że są sankcjonowane społecznie, szczególnie zaś sankcjonowane są właśnie kłamstwa grzecznościowe. (Antas 2008: 277)

Bibliographie

Antas, Jolanta (2008) *O kłamstwie i kłamaniu*. Kraków, Universitas.

Arendt, Hannah (2001) *Między czasem minionym a przyszłym*. Warszawa, Aletheia.

Augustinus (1953) *Über die Lüge*. In: Augustinus *Die Lüge und gegen die Lüge*. Übertragen

45. Vgl. dazu auch Antas (2008: 269).

und erläutert von P. Keseling. Würzburg, Echter.

Drescher, Martina (1994) *Für zukünftige Bewerbungen wünschen wir Ihnen mehr Glück – Zur Formelhaftigkeit von Absagebriefen*. In: „Deutsche Sprache“, 22, S. 117-137.

Bühler, Charlotte, Haas, Johanna (1924) *Gibt es Fälle, in denen man lügen muß? Eine pädagogisch-psychologische Untersuchung über die Kinderlüge auf Grund einer Erhebung*. Wien–Leipzig, Deutscher Verlag für Jugend und Volk.

Duden (2001) *Deutsches Universalwörterbuch*. Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich, Dudenverlag.

Engel, Ulrich, Tomiczek, Eugeniusz (2010) *Wie wir reden? Sprechen im deutsch-polnischen Kontrast*. Wrocław/ Dresden, Atut – Neiße.

Elke, Essl (2010) *Zur Kunst der Lügenmäuler, Schwindelgeister, Flunkerer und Fabelhans: Untersuchungen zur Beziehung zwischen österreichischen Phraseologismen und Lüge*. Saarbrücken, Südwestdeutscher Verlag für Hochschulschriften.

Falkenberg, Gabriel (1982) *Lügen. Grundzüge einer Theorie sprachlicher Täuschung*. Tübingen, Niemeyer.

Gańczyńska, Alicja (2003) *Akty odmowy we współczesnym języku polskim*. Kielce, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej.

Gańczyńska, Anna (2005) *Grzeczne i niegrzeczne akty odmowy w języku polskim*. In: „Język a Kultura“ 17, Wrocław, S. 113-118.

Harting, Axel (2007) *Höflichkeit in deutschen und japanischen Bitten: ein Forschungsüberblick*. In: „Hiroshima Gaikokugokyoikukenkyu“ 10, S. 109-126.

Hovermann, Claudia (2009) *Stilvolle Absagen im Geschäftsalltag: Wie Sie negative Informationen freundlichen und konstruktiv vermitteln*. Bonn, Vnr-Verlag Deutsche Wirtschaft.

Huszcz, Romuald (2006) *Honoryfikatywność. Gramatyka Pragmatyka Typologia*. Warszawa, PWN.

Itakura, Uta (2004) *Absagen bei der Einkaufs-/Verkaufshandlung im Deutschen und Japanischen. Versuch einer pragmatischen Interpretation*. In: „Deutsch als Fremdsprache“, 41, S. 220-226.

Jones, Edward, E. (1964) *Ingratiation*. New York, Appleton-Century-Croft.

Kovács, Benedek (2006) *Die Lüge und die Sprache*. In: Gárgyán, G., Hum, R., Molnár, P. (Hrsg.): *Linguistische Beiträge ungarischer Nachwuchswissenschaftler*, Szeged, S. 101-118.

Marcjanik, Małgorzata (2006) *Retoryka codzienności. Zwyczaje językowe współczesnych Polaków*, Warszawa, Trio.

Müller, Elke, Moser, Klaus (2006) *Reaktionen auf Ablehnungsschreiben an Bewerber. Das Beispiel „Eisschreiben“*. In: „Zeitschrift für Personalforschung“, 20(4), S. 343-355.

Nietzsche Friedrich (1921) *Über Wahrheit und Lüge im außermoralischen Sinn. Unzeitgemäße Betrachtungen*. Stuttgart, Kröner.

Opalek, Kazimierz (1974) *Z teorii dyrektyw i norm*, Warszawa.

Puzynina, Jadwiga (1992) *O kłamaniu i kłamstwie*. In: Puzynina, Jadwiga *Język wartości*, Cz. II, Warszawa, S. 186-202.

Schopenhauer, Arthur (1962) *Sämtliche Werke*. Stuttgart, Frankfurt am Main, Cotta-Verlag/ Insel-Verlag.

Schopenhauer, Arthur (1979) *Preisschrift über die Grundlage der Moral*. In: *Die beiden Grundprobleme der Ethik*. Hamburg, Meiner.

Stiegnitz, Peter (1997) *Die Lüge. Das Salz des Lebens*. Wien, Edition Va Bene.

Szczęk, Joanna (2006) *Absageschreiben im Deutschen – Auf der Suche nach einer neuen (?) Textsorte*. In: Kotin, Michail L./Krycki, Piotr/Laskowski, Marek/Zuchewicz, Tadeusz (Hrsg.): *Das Deutsche als Forschungsobjekt und als Studienfach. Synchronie – Diachronie – Sprachkontrast – Glottodidaktik*. Akten der Internationalen Fachtagung anlässlich des 30jährigen Bestehens der Germanistik in Zielona Góra/Grünberg Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien, Peter Lang, S. 319-325.

Szczęk, Joanna (2008) *Formen der Persuasion in den Antworttexten auf Bewerbungen (Absageschreiben, Aperitifbriefe, Eisschreiben)*. In: „Acta Philologica“, S. 71-80.

Szczęk, Joanna (2011) *Absage, Eisschreiben, Aperitifbrief? – Zur Analyse der Antworten auf Bewerbungen*. In: „Orbis Linguarum“ 37, S. 301-308.

Szczęk, Joanna (2009) „Ganz schön aufs Eis gelegt“ – Zur Analyse der deutschen „Eisschreiben“. In: Fekete-Csizmazia, Zsuzsanna, Lang, Elisabeth, Pólay, Veronika, Szatmári, Petra (Hrsg.) *Sprache – Kultur – Berührungen* (= Acta Germanistica Savariensia 10). Sombathely, Praesens Verlag, S. 197-208.

Szczęk, Joanna (2012a) *Zur positiven und negativen Höflichkeit in den deutschen Absageschreiben, im Druck*.

Szczęk, Joanna (2012b) *Das Gesicht wahren oder verlieren? – Zur Analyse der deutschen Absageschreiben im Lichte der Höflichkeitstheorie, im Druck*.

Tomiczek, Eugeniusz (1991) *Polska etykieta językowa*. In: „Język a Kultura“, tom 6, pod red. Janusza Anusiewicza i Małgorzaty Marcjanik, Wiedza o Kulturze, Wrocław, S. 15-27.

Weinrich, Harald (1986) *Lügt man im Deutschen, wenn man höflich ist?* Mannheim/Wien/Zürich, Bibliographisches Institut.

Weinrich, Harald (1996) *Ehrensache Höflichkeit, Vortrag anlässlich der Verleihung der Ehrendoktorwürde der Philosophischen Fakultät II der Universität Augsburg am 11. Mai 1995*. Augsburg.

Weinrich, Harald (2000) *Linguistik der Lüge*. München, Verlag C. H. Beck.

Werlen, Iwar (1983) *Vermeidungsritual und Höflichkeit. Zu einigen Formen konventionalisierter indirekter Sprechakte im Deutschen*. In: „Deutsche Sprache“ 3, S. 193-218.

Wierzbicka, Anna (1987) *English Speech Act Verbs. A Semantic Dictionary*. Sydney, Emerald Group Publishing.

Wierzbicka, Anna (1999) *Język – Umysł – Kultura*. Warszawa, PWN.

Wittgenstein, Ludwig (1995) *Uwagi o religii i etyce*. Kraków, Znak.

Wittgenstein, Ludwig (1968) *Notes for lectures on „private experience” and „sense data”*. In: „The Philosophical Review“ 77, S. 271-320.

Internetquellen

<http://www.myself.de/psychologie-wissen/psychologie-im-alltag/koerpersprache-test-luegendetektor>, Zugriff am 12.07.2012.

<http://www.cosmiq.de/qa/show/2135074/Arten-von-Luege/>, Zugriff am 13.07.2012.

White lie. Die bunte Welt der weißen Lüge. In: <http://www.derjo.de/diplom/?p=43>, Zugriff am 13.07.2012.

Schütz, Eveline: *Wir lügen öfter als uns bewusst ist. Weh dem, der lügt – Teil 1.* In: <http://oe1.orf.at/artikel/201632>, Zugriff am 13.07.2012.

<http://www.manager-magazin.de/koepfe/karriere/0,2828,321132,00.html>, Zugriff am 2.01.2008.

<http://www.p8n.net/5790.0.html>, Zugriff am 4. 11.2007.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Eisschreiben>, Zugriff am 4. 11.2007.

<http://www.luegendetektortest.de/40854.html>, Zugriff am 17.07.2012.

Summary

Situations of everyday life are very often a cause of the necessity to implement the strategy of saving one's face. This especially concerns those spheres and themes which are related to taking a certain position on a given matter. Such a situation takes place in the case of refusal letters to job application. The desire to save one's face, both the originator's and the recipient's of the statement (a refusal in this case), very often influences the use of the strategy of white lies, which makes it possible to get rid of the discomfort related to the necessity of formulating refusal. Within the context of the theory of lies, the essay presents an analysis of authentic German refusal letters collected within the years of 2000-2004 and 2012.

Streszczenie:

Sytuacje życia codziennego powodują bardzo często konieczność zastosowania strategii zachowania twarzy. Dotyczy to zwłaszcza obszarów i tematyki, które wiążą się z koniecznością zajęcia konkretnego stanowiska w danej sprawie. Z taką sytuacją mamy do czynienia w przypadku listów odmownych na podania o pracę. Chęć zachowania twarzy zarówno nadawcy, jak i odbiorcy komunikatu (tu odmowy) wpływa bardzo często na użycie strategii „białego kłamstwa”, która pozwala na pozbycie się dyskomfortu związanego z koniecznością sformułowania odmowy. W niniejszym tekście analizie w kontekście teorii kłamstwa zostały poddane autentyczne niemieckie listy odmowne zebrane w latach 2000-2004 i 2012.



*Justyna Rudnicka,
Przemysław Staniewski
Universität Wrocław*

KANN DER RICHTER ZUM ANGEKLAGTEN WERDEN? CICEROS ERSTE REDE GEGEN VERRES ALS DIE VERTEIDIGUNG DES SENATORENSTANDES – ANALYSE AUS DEM BLICKWINKEL DER THEORIE MENTALER RÄUME¹

1. Einführung

Die Theorie Mentaler Räume wurde von Gilles Fauconnier (1994; 1997) als Gegensatz zur Generativen Grammatik entwickelt. Anhand dieses Ansatzes versucht man das Zusammenspiel zwischen kognitiven Konstruktionen und natürlicher Sprache zu beschreiben und die ihnen zugrunde liegenden Regularitäten zu erforschen, wobei die zentrale Rolle der Semantik zukommt (vgl. Fauconnier/Sweetser 1996: 8). Laut der kognitiven Herangehensweise machen sprachliche Ausdrücke nur partielle und unterspezifizierte Hinweise aus, die der Konstruktion gegenseitig verbundener mentaler Räume samt ihrer internen Struktur dienen, wobei sich diese Konstruktion auf der kognitiven Ebene vollzieht (vgl. Fauconnier 1997: 35; Libura 2010: 14).

Fauconnier (1997: 11) definiert mentale Räume als Teilstrukturen, die sich während des Denkens und Sprechens bilden und vermehren. Sie lassen eine detaillierte Aufteilung unseres Diskurses und unserer Wissensstrukturen zu. Anhand mentaler Räume können unterschiedliche kognitive Konstruktionen

1. In der vorliegenden Arbeit waren die Autoren für folgende Aufgaben verantwortlich: Justyna Rudnicka – Wahl des zu analysierenden Textes sowie der zu analysierenden Fragmente, Vorbereitung der Abbildungen und des historischen Hintergrundes, Interpretation der Rede; Przemysław Staniewski – Wahl des theoretischen Paradigmas (Mentale Räume), Vorbereitung des theoretischen Hintergrundes, Interpretation der Rede.

herausgestellt werden, die sich z.B. auf Vergangenheit, Zukunft, Fiktion, Vermutungen o. ä. beziehen (vgl. Libura 2010: 23; Kalisz 2001: 92). Sie entstehen durch *space builders*, die als Mechanismen zu betrachten sind, dank derer der Sprecher den Hörer dazu veranlassen kann, einen neuen mentalen Raum aufzubauen (vgl. Fauconnier/Sweetser 1996: 10). Explizit zum Ausdruck kommen *space builders* am häufigsten z.B. durch Temporaladverbialien oder Tempusformen (temporaler Abstand), Lokaladverbialien (räumlicher Abstand), Konstruktionen, die subjektive Überzeugungen ausdrücken, epistemische Konstruktionen (epistemischer Abstand) (vgl. Fauconnier 1997: 30 und 44). Libura (2010: 26) schlägt als *space builders* auch Wendungen vor, die einer Aussage den deontischen Status verleihen.

Im Diskurs werden mentale Räume, von dem Mutter- oder Basisraum ausgehend, nacheinander konstruiert, wobei während des Gesprächs die Interlokutoren zu den bereits vorhandenen Räumen beliebig oft zurückkehren und diese nach Bedarf ergänzen können. In der Analyse ist es aber wichtig, die Zusammenhänge zwischen den Räumen aufzuzeigen. Dies erlaubt, das entstandene Raumnetz als eine kohärente Ganzheit aufzufassen (Libura 2010: 41).

Soweit keine Blockade besteht, ist es möglich (vgl. Fauconnier 1997: 45), die internen Strukturen zwischen miteinander verbundenen Räumen zu übertragen bzw. von Raum zu Raum weiterzuleiten. Diese Strukturen bestehen u.a. aus Elementen (hier historische Gestalten, z.B. Cicero, Verres, die Senatoren) und kognitiven Rahmen (hier der Gerichtsverfahrensrahmen) aufgrund derer bestimmte Rollen (hier der/die Richter, der Angeklagte, der Ankläger) bestimmten Elementen zugeschrieben werden. Die Elemente und Rollen in den einzelnen Räumen werden durch Konnektoren verbunden, die auf der Basis des *Access Principle* funktionieren. Das *Access Principle* besagt: „Ein Ausdruck, der ein Element in einem mentalen Raum bezeichnet oder beschreibt, kann verwendet werden, um auf das Gegenstück des Elements in einem anderen Raum zuzugreifen“ (Fauconnier 1997: 41)².

Die hier skizzierten Annahmen der Theorie Mentaler Räume geben lediglich einen groben und einführenden Überblick über ihr Wesen. Nichtsdestoweniger muss betont werden, dass sich dieser Ansatz in der Untersuchung von Phänomenen wie kontrafaktische Konstruktionen, referenzielle Opazität, temporale und räumliche Relationen sowie poetische Texte als fruchtbar erwies. Hierauf weist

.....
2. Deutsche Übersetzung des Zitats – JR/PS

auch Libura (2006: 73) zu Recht hin.

In diesem Aufsatz setzen sich die Autoren zum Ziel, diese Methodologie in der Analyse der *Ersten Rede gegen Verres* von Cicero anzuwenden. Die Schwierigkeit dabei entsteht durch Komplexität und Länge des Textes. Es treten unterschiedliche sprachliche, auf der oratorischen Geschicklichkeit des Redners aufbauende, Strategien und Eingriffe auf. Aus diesem Grund wurde von einer vertiefenden Analyse abgesehen. So werden in der hier präsentierten globalen Analyse viele mentale Räume, die bestimmt werden können, nicht berücksichtigt. Die Autoren verzichten ebenfalls auf die detaillierte Darstellung des Raumaufbauprozesses sowie der Bewegung des Redners zwischen den Räumen. Es geht vielmehr um die Veranschaulichung der für die Rede und infolgedessen für Ciceros politische Karriere ausschlaggebenden Operation, die nicht nur von seiner rhetorischen Kunst, sondern vor allem von seiner Intelligenz zeugt, d.h. auch wenn die Rede vordergründig den Verhandlungserfolg anstrebt, ist Ciceros Beweggrund für die Operation, die er mit seiner Rede durchführt, seine politische Karriere.

2. Entstehung der Rede - historischer Hintergrund und politische Situation

Das im Sommer des Jahres 70 v. Chr. gegen Verres begonnene *actio de repetundis* dauerte ungewöhnlich kurz. Aus Angst vor Versuchen seitens der Verteidigung, den Prozess zu verschleppen, entschloss sich Cicero, eine andere, neue Methode der Beweisaufnahme einzusetzen – er verzichtete auf das ausführliche Plädoyer des Anklägers zugunsten einer knappen Einführung (die eben die ganze *Verr.* 1 ausmacht) und brachte jeden Vorwurf als eine separate Verhandlung vor, für die er einzelne Zeugen aufrief³. Die erste Rede gegen Verres gab also seinem Verteidiger nicht viele Antwortmöglichkeiten, zumal sie auf die Darstellung der Situation des Gerichtswesens beschränkt wurde und somit in ihr keine konkreten Anschuldigungen zum Ausdruck kamen. Verres' Verteidiger Hortensius konnte also nur zu persönlichen Angriffen gegen den Ankläger greifen. Obwohl diese Zeugenvernehmungsweise Ciceros Meinung nach der Verteidigung die gleiche Möglichkeit zur Zeugenbefragung gab, zwang sie Hortensius

3. Der Ankündigung in *Verr.* 1.1.55. gemäß, und wie in *Verr.* 2.1.29. bestätigt, handelte es sich wahrscheinlich um die von Cicero in *actio secunda* genau beschriebenen Fälle.

dazu, sich von der Befragung zu enthalten, weil dies höchstens dazu hätte führen können, dass die Verhörten die Verres belastenden Aussagen wiederholt hätten. Es ist schwer festzulegen, ob Hortensius überhaupt eine Verteidigungsrede hielt (vgl. Vasaly 2009: 113, Fn. 38; Cicero *Verr.* 2.1.20, 24-27, 71; 2.3.41; 2.5.72, 155). Im Laufe der ersten Verhandlung, die neun Tage dauerte, erkrankte Verres angeblich. Kurz darauf entfloh er, wodurch er seine Schuld bestätigte und den Richtern ermöglichte, ihn *in absentia* zur Verbannung zu verurteilen.

Für die weiteren Erörterungen ist es unentbehrlich, den politischen Kontext zu skizzieren. Nicht lange nachdem die erste Rede gegen Verres⁴ gehalten worden war, verabschiedete man das *lex Aurelia iudiciaria*, demzufolge die Strafgerichte nicht mehr der Kontrolle des Senatorenstandes unterliegen sollten⁵. Laut der ursprünglichen Form des *lex Aurelia* sollte zwar die Judikative gänzlich in die Hände der *equites* übergehen, man entschloss sich aber letztendlich, dass die Richter zu gleichen Teilen aus den drei Ständen gewählt werden: *nobiles*, *equites* und *tribuni aerarii* (vgl. Marshall 1975: 147-147). Obwohl die Frage der Endversion dieser Reform geklärt war, ehe es zu dem Verfahren gegen Verres kam (vgl. Gruen 1971: 10; Vasaly 2009: 104), spielt Cicero mehrmals auf sie an. Er wiederholt, dass das Prozessergebnis im Fall einer unstrittig schuldigen Person, wie sie Verres war, von der Öffentlichkeit als Beleg für die richterliche (=senatorische) (Un-)Abhängigkeit betrachtet würde. Dies bedeutete, dass im Falle des Freispruchs die Bestechlichkeit der Senatoren auf der Hand liegen würde und ihnen somit das Recht, Urteile zu fällen, entzogen werden müsste. Cicero fügt jedoch hinzu, dass er selbst für solch einen Zustand nur „die Wenigen“ für schuldig halte (*Verr.* 1.1.36). Er stellt fest, dass dieser Prozess den Senatoren eine außergewöhnliche Gelegenheit biete, sich von den Vorwürfen der Käuflichkeit reinzuwaschen. Dieses Repetundenverfahren, das angesichts der schonungslosen Anschuldigungen und eindeutigen Beweise zweifellos mit der Verurteilung des Angeklagten enden sollte, wurde zu einem einmaligen Akt von nationaler Bedeutung, in dem sich Cicero einerseits der öffentlichen Kritik an der Bestechlichkeit der Gerichte anschloss, andererseits bezweckte er, den gefährdeten Ruf der *nobiles* zu verteidigen und die ihnen zustehende Hochachtung wiederherzustellen.

4. Dies ist vor allem aufgrund *Verr.* 2.5.178 rückzuschließen.

5. An dem bisherigen Zustand, der die senatorische Dominanz in diesem Bereich sicherte und von Sulla durchgesetzt wurde, übte man seit seinem Tode im Jahre 78 v.Chr. starke Kritik. Man unternahm auch Versuche, um den Volkstribunen die Macht wiederherzustellen und die Richter in Strafsachen aus dem Ritterstand zu wählen, was eben *lex Aurelia*, das im Jahre 70 v.Ch. beschlossen wurde, gewährleisten sollte.

Der politische Charakter des Prozesses garantierte Cicero den Sieg, der ihm nicht so sehr zur Entwicklung seiner gerichtlichen Karriere verhelfen, sondern vielmehr zu seinem Erfolg auf der politischen Bühne beitragen sollte (vgl. Vasaly 2009: 120-134). In den Redehalt wurde von ihm geschickt seine Selbstdarstellung eingeflochten, nicht aber jene von Cicero des Redners, sondern die des Politikers, der als eifriger und unnachgiebiger Verteidiger der Ideale der *res publica* zu betrachten ist. Die Selbstbildkreation Ciceros kommt jedoch auf Kosten des Anwalts von Verres zustande: Hortensius, dem anerkannten und erfahrenen Redner, der außerdem zum Konsul für das kommende Jahr gewählt wurde, steht Cicero gegenüber – ein junger, ehrgeiziger Mann, der das Ädilenamt antreten soll und letztendlich dem bewanderten Verteidiger keine Chancen auf den Verhandlungssieg gibt.

3. Analyse der Ersten Rede gegen Verres von Marcus Tullius Cicero

In der zu besprechenden Rede können drei grundsätzliche (mentale) Räume herausgestellt werden, die in Anlehnung an den Rahmen des Gerichtsverfahrens aufgebaut sind. Der erste Raum *R* kennzeichnet die aktuelle Wirklichkeit des Sprechenden, in der sich die reale Gerichtsverhandlung abspielt. Dieser Raum beinhaltet alle Informationen bezüglich des Prozesses, d.h. bezüglich seines Gegenstandes, Verlaufs und seiner Umstände. Der zweite Raum *O* stellt den Raum der öffentlichen Meinung dar. Er umfasst die Ansichten einer nicht näher definierten Allgemeinheit in Bezug auf die Lage des römischen Gerichtswesens sowie auf das aktuelle Verfahren in *R*. Der dritte sehr geschickt von dem Redner gestaltete und wichtigste Raum *M* ist hypothetischer Art. Hier vollzieht sich ein Rollenwechsel, der den imaginären in diesem Raum geschaffenen Prozess betrifft.

Raum *R*

Wie oben angedeutet, ist dies der Raum der Realität des Sprechenden. Er enthält Elemente, die der damaligen (für den Sprecher aktuellen) Situation angehören: Senatoren (*S*), Verres (*V*), Cicero (*C*), Hortensius (*H*)⁶. Diesen Raum strukturiert der Rahmen des Gerichtsverfahrens, wodurch den einzelnen Elementen in *R* bestimmte Rollen zugeschrieben werden, die aus dem Rahmencharakter

6. Um der Klarheit und Einfachheit halber wurden hier zahlreiche Gestalten nicht berücksichtigt (z.B. die Sizilianer oder römische Beamten), die für weitere Ausführungen nicht relevant sind.

hervorgehen. Nach dieser Struktur nehmen die Senatoren die Richterrolle wahr (r_i), der Angeklagte (r_r) ist Verres, Cicero ist der Ankläger (r_p) und Hortensius der Verteidiger (r_d). Es ist an dieser Stelle zu unterstreichen, dass der Angeklagte unstrittig schuldig und mit unwiderlegbaren Beweisen belastet ist - das Gericht hat in diesem Fall keine andere Wahl, als den Schuldspruch zu fällen: „Denn wo fände sich ein so großes Talent, wo eine solche Gewandtheit und Fülle des Vortrags, das Leben dieses Mannes, das derart mit Lastern und Missetaten beladen, das schon längst durch aller Wunsch und Urteil verdammt ist, in irgendeinem Punkte zu rechtfertigen?“⁷ (1.1.10). Das Urteil steht jedoch noch aus – die Lage ist noch nicht entschieden.

Space builders, als Ausdrücke, anhand derer dieser Raum konstruiert wird, weisen auf den aktuell vor sich gehenden Prozess hin, z.B.: *jetzt; wird als Angeklagter C. Verres vor Gericht gestellt; diese Sache* (1.1.2); *jetzt, in dieser Verhandlung* (1.1.3); dazu gehört auch explizite Angabe des Datums und der Uhrzeit des Verfahrensbeginns *Heute ist der 5. Sextilis; um die achte Stunde seid ihr zusammengetreten* (1.1.31) sowie die oft im Text wiederkehrende Anrede *ihr Richter*. Es ist zu betonen, dass als *space builder* auch für eine Rede charakteristische und konventionalisierte Wendung *dixi (Ich habe gesprochen)* (1.1.56) fungieren kann, die sich am Ende des Vortrags befindet.

Raum O

Raum O wird schon am Redeanfang eingeführt und ist als Raum der öffentlichen Meinung zu betrachten. Er besteht aus denselben Elementen wie R, die den gleichen Rollen zugeordnet sind, wobei die Raumstruktur durch den Verhandlungsrahmen determiniert wird. Dieser Raum ist jedoch kontrafaktisch zu R. Seine Kontrafaktizität beruht auf der Annahme, dass es sich in R um den prototypischen Prozess handelt. Darunter ist zu verstehen, dass die Richter unabhängig sind und objektiv aufgrund der Zeugenaussagen und der von Staatsanwaltschaft oder Verteidigung angeführten Beweise gegen oder für den Angeklagten urteilen sollen. Dementsprechend sollte Verres in dem historischen Prozess verurteilt werden (siehe Kap. 2). Das in diesem Raum konstruierte Verfahren erfüllt diese Bedingungen nicht, denn die Richter sind in den Augen der Öffentlichkeit korrupt und sprechen den Angeklagten, der sie sicherlich bestochen hat, frei. Der richterliche Beschluss in O ist also umgekehrt zu dem in R. Der

7. In allen angeführten Zitaten hat man die originelle Schreibung beibehalten.

Gegensatz, in dem beide Räume zueinander stehen, stellt ein der ersten Sätze der Rede ausdrücklich dar: „wird als Angeklagter C. Verres vor Gericht gestellt, ein Mann, seines Lebens und Treibens wegen bereits in aller Augen verurteilt, doch durch sein vieles Geld, wie er selbst hofft und prahlt, schon freigesprochen“ (1.1.2). In beiden Räumen findet also ein ähnlicher Prozess statt, in R sollten die (Un-)Taten des Angeklagten⁸ zu Urteilsfindung führen, in O über Freispruch die von ihm gezahlten Bestechungsgelder entscheiden. Überdies weist der Ausdruck „wie er selbst hofft und prahlt, schon freigesprochen“, der sich auf Verres bezieht, darauf hin, dass O auch als Raum der Verres'schen Überzeugungen aufzufassen ist, d.h. er verhält sich gemäß den Regeln, die in diesem Raum verbindlich sind. Dies zeugt gleichzeitig davon, dass die öffentliche Meinung (bzw. Befürchtung) zur Bestechlichkeit nicht unbegründet ist. Während der Beschreibung der Stimmung, die nach der Wahl Hortensius' zum Konsul herrschte, erinnert Cicero an die diesbezüglich geäußerten schonungslosen Kommentare der Bürger:

Denn das folgerten, das äußerten die angesehensten Leute untereinander und im Gespräch mit mir: offenbar und augenscheinlich gebe es keine Gerichte mehr. Der Angeklagte, der sich tags zuvor selbst für verurteilt hielt, wird freigesprochen, nachdem sein Verteidiger Konsul geworden? (1.1.20)

Zu den *space builders* dieses Raumes gehören Textelemente, die auf jemandes Gedanken bzw. Überzeugungen hindeuten: *hatte sich [...] Meinung eingenistet, in aller Mund* (1.1.1), *er äußert immer wieder, denkt er* (1.1.8), *denn das folgerten und äußerten* (1.1.20), *man ist allgemein überzeugt* (1.1.49). In diesem Raum werden auch negative Emotionen eingeführt, die als aussagekräftige Belege für die Einstellung der Gesellschaft gegenüber den Gerichten interpretiert werden können: *Haß, Anfeindung, schlechter Leumund, Schande* (1.1.43). Raum O wurde einige Male wortwörtlich beschrieben:

Denn schon hatte sich die [...] Meinung eingenistet [...], von den Gerichten, wie sie jetzt sind, könne kein reicher Mann verurteilt werden, und sei er auch noch so schuldig (1.1.1);

Man glaubt bei den Gerichten an keine Strenge, keine Skrupel mehr, ja nicht

8. Man soll hier den Ausdruck „in aller Augen“ nicht mit dem *space builder* von O gleichsetzen. Diese Aussage bezieht sich nicht auf eine bestimmte Ansicht, sondern auf das allgemeine Wissen über die erdrückenden Beweise gegen Verres („seines Lebens und Treibens wegen“).

einmal, daß sie noch Gerichte sind. Deshalb werden wir vom römischen Volk verachtet und geringgeschätzt, und auf uns lastet schwere, lang schon dauernde Schmach (1.1.43).

Die Tatsache, dass dieser Raum auch Verres' Überzeugungen einschließt, oder besser ausgedrückt, den Raum der Verres'schen Meinung, bezeugt folgendes Zitat: „Hätte Verres je gute Aussichten für sich erhofft, wenn er nicht, was euch betrifft, von einer schlechten Meinung durchdrungen wäre?“ (1.1.42)

Raum M

Der dritte Raum *M* hat für die Rede und somit für die Analyse eine Schlüsselbedeutung. Er wurde von dem Redner selbst kreiert und ist deswegen hypothetisch. Seine Elemente sind auch in dem Gerichtsverfahrensrahmen platziert und analog zu denen in *R*. Der Unterschied zwischen *R* (aber auch *O*) und *M* besteht in der Rollen- bzw. Werteverchiebung. Den Rollen, die der Rahmenspezifikation entspringen, wurden andere Werte zugeschrieben (als in *R* und *O*). Die Senatoren, die im *R* die Richterrolle (r_i) besetzten, erscheinen in *M* als der Angeklagte (r_i'), während die Richterrolle (r_i') ein neues Element, das in *R* nicht vorkommt, wahrnimmt, nämlich das Volk (P_M): „Doch dies ist ein Prozeß, in dem ihr über den Angeklagten, das römische Volk über euch zu Gericht sitzt“ (1.1.47). In diesem Fall soll das Volk als Richter entscheiden „ob es möglich ist, daß ein ebenso schuldiger wie reicher Mann von senatorischen Richtern verurteilt wird“ (1.1.47). Ausschlaggebend für den imaginären Prozess in diesem Raum ist, dass Cicero sich, dank seiner oratorischen Kunst selbst eine andere Rolle erteilt. Würde er in der Verhandlung in *M* auch als der Ankläger auftreten, so würde dies bedeuten, dass er die Ansichten in *O* als seine eigenen übernimmt. Er indessen schreibt sich die Rolle des Verteidigers zu: „Ich aber, ihr Richter, habe diese Sache [...] übernommen, nicht um den Unwillen über den Senatorenstand zu steigern, sondern um der allgemeinen Schmach zu steuern“ (1.1.2).

Die *space builders* dieses Raumes sind nicht so eindeutig zu erkennen, wie das in *R* oder *O* der Fall war. Auf sein Zustandekommen weist aber unstrittig der oben dargestellte Rollenwechsel sowie die explizite Bestimmung des Gegenstandes der „neuen“ Verhandlung hin. Dies geschieht etwa durch die Ermahnung an die Richter, genauer gesagt an den Vorsitzenden und Prätor M'. Glabrio, der als Symbol des Richterstandes zu betrachten ist, dass sie sich ihrer Sache, d.h. der Wiederherstellung des verlorenen Rufes, zuwenden sollen:

Mach dich zum Anwalt der Gerichte; mach dich zum Anwalt der Strenge, der Lauterkeit, der Pflichttreue, und der Gewissenhaftigkeit; mach dich zum Anwalt des Senates, daß er in diesem Prozeß sich bewährend, beim römischen Volke wieder zu Ansehen und Gunst gelangen kann (1.1.51)⁹

Überdies zeichnet sich dieser Raum durch den deontischen Status aus, ein Element, dass laut Libura (2010: 26) im Raumkonstruktionsprozess relevant ist. Cicero baut ihn schon im ersten Satz der Rede auf: „was man sich am meisten wünschen mußte und was allein in höchstem Maße geeignet war, den Unwillen über euren Stand und den üblen Ruf der Gerichte zu mildern“ (1.1.1). Die Deontizität ist auch in den folgenden Äußerungen ersichtlich:

so kannst du, M'. Glabrio, durch dein Ansehen, deine Weisheit und Achtsamkeit dafür sorgen, daß es gar nicht erst hierzu kommt. [...] Bedenke, was du dem römischen Volke zu geben, was du deinen Vorfahren abzustatten verpflichtet bist (1.1.51);
du bist von erlauchten Vorbildern umgeben, die dich den Ruhm deiner Familie nicht vergessen lassen (1.1.52).

Darüber hinaus beruft sich Cicero auf die Götter, auf deren Willen die Menschen keinen Einfluss nehmen können:

Nicht menschliches Planen, sondern geradezu göttliche Fügung scheint euch jetzt [...] [das] gewährt und dargeboten zu haben (1.1.1);

dieser Lage, bei den unsterblichen Göttern, ihr Richter, wendet eure Einsicht und Vorsorge zu! Ich schärfe euch ein und mache kund, was für mich feststeht: göttliche Fügung hat euch jetzt Gelegenheit gegeben, den ganzen Stand von Haß [...] und Schande zu befreien (1.1.43).

Aus dem bereits Dargestellten geht eindeutig hervor, dass es sich um eine

9. Hier ist darauf aufmerksam zu machen, dass die deutsche Übersetzung dem Original nicht getreu ist, indem die wiederholte imperative Aussage „mach dich zum Anwalt“ nahelegt, dass M'. Glabrio derjenige ist, der als Verteidiger in dem von Cicero kreierte Prozess auftritt. Dies ist aber falsch, denn auf Lateinisch lesen wir *suscipe causam iudiciorum*, was *nimm* dich der Sache der Richter an bedeutet, wobei die Nominalphrase mit Genitivattribut *causam iudiciorum* darauf hinweist, dass der Prozess gegen die Richter, zu denen auch Glabrio gehört, läuft vgl. dazu *istius causam* – des Verres Sache (1.1.19) oder in *istius hominis desperati causa* – bei der Sache dieses heillosen Menschen (1.1.35).

Notwendigkeit handelt, die nicht mit dem Willen des Redners oder des Hörers zusammenhängt, sondern von außen aufgezwungen wird.

Die Werterverschiebung für die einzelnen Rollen, die in den Verhandlungen in *R* und *M* zustande kommen, ist in Abbildung 1 dargestellt. Die gestrichelten Pfeile kennzeichnen die den Rollen zugeschriebenen Werte. Die durchgezogene Linie kennzeichnet die Konnektoren, die entsprechende Werte und Rollen verbinden. Die Verteilung der Rollen und der ihnen zugeordneten Werte ist in den Prozessen in *R* und *O* identisch. Aus diesem Grund wurde der Übersichtlichkeit halber in Abbildung 1 auf die Darstellung vom Raum *O* verzichtet.

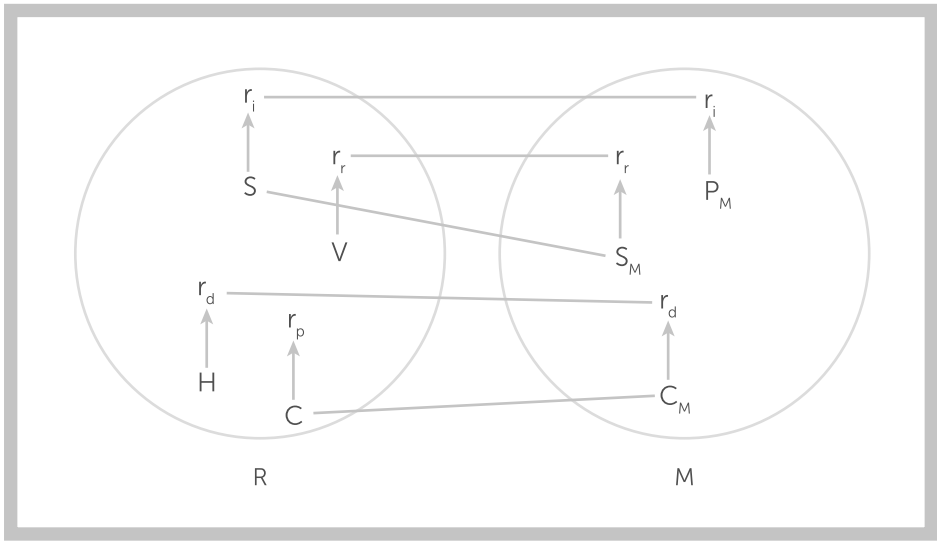


Abb. 1. Wert- und Rollenverteilung in den Gerichtsverfahren in *R* und *O*

S, S_M – die Senatoren

V – Verres

H – Hortensius

C, C_M – Cicero

P_M – das Volk

r_p, r_i^ε – der/die Richter

rr, rr^ε – der Angeklagte

r_d, r_d^ε – der Verteidiger

r_p – der Ankläger

Der Rollenwechsel kann nach Fauconnier (1994: 42) formelhaft folgendermaßen gezeigt werden:

$$S = ri(R)$$

$$V = rr(R)$$

$$C = rp(R)$$

$$PM = ri'(M)$$

$$SM = rr'(M)$$

$$CM = rd'(M)$$

Aus Abbildung 1 sowie der angeführten Notation geht hervor, dass Cicero in seiner ersten Rede gegen Verres eine Operation ausführt, die auf der gegenseitigen Verbindung der Räume zu einem komplizierten Netz beruht:

Die Konstruktion des Raumes der öffentlichen Meinung *O* ist grundsätzlich notwendig, um den hypothetischen Raum *M* schaffen zu können und ferner, um ein erwünschtes Ergebnis des Prozesses in *R* zu erzielen – der Senatorenstand hat die Gelegenheit, sich gegen die Vorwürfe der Käuflichkeit zu verteidigen. Das Urteil im hypothetischen Verfahren aus *M* ergibt sich aus dem Beschluss in *R*:

denn ich habe einen Menschen zur Verantwortung gezogen, bei dem ihr die verlorene Ehre der Gerichte zurückgewinnen, euch mit dem römischen Volk wieder aussöhnen und den auswärtigen Nationen Genugtuung verschaffen könnt.
(1.1.2)

Eine gerecht durchgeführte Verhandlung und rechtmäßiges Urteil (Schuldspruch) in *R* stellt sicher, dass „dann [...] das Ansehen, das euch bleiben muß, von Dauer sein [wird]“ (1.1.3) und der aufgrund der Überzeugungen in *O* vorgebrachte Vorwurf falsch ist. Wenn dagegen der Angeklagte freigesprochen wird, so wie in dem durch Bestechung manipulierten Prozess in *O*, wird der Redner dazu gezwungen, den Ansichten aus *O* Recht zu geben: „dann werde ich wenigstens zeigen können, daß eher dem Staat ein wirklicher Gerichtshof als den Richtern ein Angeklagter oder dem Angeklagten ein Ankläger gefehlt hat“ (1.1.3).

Die drei oben besprochenen mentalen Räume sind globaler Art und bilden somit das Fundament des Diskurses, in dem eine große Zahl weiterer Räume herausgestellt werden kann. Um den Rahmen dieser Analyse nicht zu sprengen, und dennoch das Wesen der Cicero'schen „Mittel und Wege“ (1.1.48) zu erfassen, ist es unabdingbar, aus dem Ganzen die repräsentativsten Äußerungen herauszufiltern. Dies lässt uns ein Netzwerk aus den für die Veranschaulichung von Ciceros oratorischem Eingriff essenziellen Räumen aufbauen und ferner ihre gegenseitigen Zusammenhänge verdeutlichen:

Jetzt [...] wird als Angeklagter C. Verres vor Gericht gestellt, ein Mann, seines Lebens und Treibens wegen [...] verurteilt (1.1.2).

Denn schon hatte sich die [...] Meinung eingenistet [...], von den Gerichten, wie

sie jetzt sind, könne kein reicher Mann verurteilt werden, und sei er auch noch so schuldig. (1.1.1)

Wenn ihr über diesen Mann streng und gewissenhaft urteilt, dann wird das Ansehen, das euch bleiben muß, von Dauer sein. (1.1.3)

Doch dies ist ein Prozeß, in dem [...] das römische Volk über euch zu Gericht sitzt. Bei diesem Menschen wird sich zeigen, ob es möglich ist, daß ein ebenso schuldiger wie reicher Mann von senatorischen Richtern verurteilt wird. Überdies handelt es sich um einen Angeklagten, der nichts aufzuweisen hat als schwerste Verfehlungen und sehr viel Geld; geht er also frei aus, so kann sich kein anderer Verdacht festsetzen als der allerschimpflichste. (1.1.47)

Den vollständigen oratorischen Eingriff und zugleich die Relationen zwischen den einzelnen Räumen, die aus den bereits angeführten Minidiskursen sichtbar werden, zeigt die Abbildung 2. Die hauptsächlichen, bisher besprochenen Räume (*R*, *O*, *M*) sind als Kreise dargestellt. Im Gerichtsverfahren in *R*, in dem ein reicher Verbrecher angeklagt wird, könnten zwei gegensätzliche Urteile gefällt werden: *R1* (Schuldspruch) oder *R2* (Freispruch). Die in temporaler Hinsicht parallele Verbindung von *R* und *M* (ob das Gericht imstande ist, einen reichen Verbrecher zu verurteilen) lässt aus den Urteilen *R1* und *R2* zwei entgegengesetzte Schlussfolgerungen zu: *W1* und *W2*. Es ist aber zu betonen, dass die Urteile noch nicht abgegeben wurden, weswegen sie vier zusätzliche Räume in der Zukunft bilden (*R1* → *W1* oder *R2* → *W2*). Als space builder fungiert in diesem Fall nach Fauconnier (1994: 89-92) die konditionale Konstruktion, wobei der Gedanken-gang wie folgt verläuft: wenn *R1* bildet den Raum *W1*, in dem *R1* erfüllt ist und dementsprechend wenn *R2* bildet den Raum *W2*, in dem *R1* erfüllt ist. Die Verurteilung (*R1*) bestätigt die Unabhängigkeit der Gerichte (*W1*), Freispruch (*R2*) dagegen kompromittiert die Richter (*W2*). *W2* kann gleichzeitig *O* bestätigen, der bisher in kontrafaktischem Verhältnis zu *R* stand.

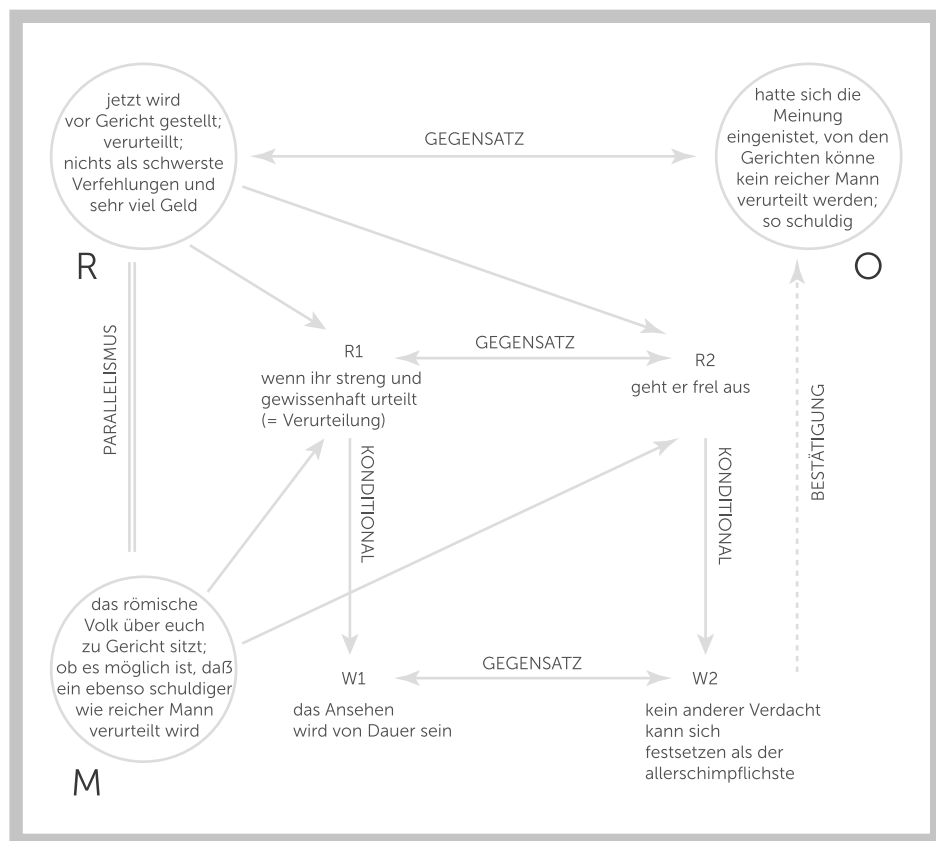


Abb. 2. Schematische Darstellung der Raumrelationen im Minidiskurs

Auf diese Weise ist der von der Öffentlichkeit formulierte Vorwurf in Raum O richtig, wodurch der Senatorenstand kompromittiert wird. Daraus folgt als unausweichliche Konsequenz, dass die *nobiles* aus den Gerichtshöfen entfernt werden:

so wird jedermann der Meinung sein, dass man nicht mehr besser Geeignete aus demselben Stande [Senatorenstande – JR/PS] – was unmöglich ist –, sondern überhaupt einen anderen Stand mit der Rechtspflege betrauen müsse. (1.1.49)

Cicero war sich vollkommen dessen bewusst, dass das Sympathisieren mit der Öffentlichkeit für ihn riskant sein kann. Dies und der Umstand, ein *homo novus* zu sein, könnte dazu führen, dass er den Senatorenzorn auf sich ziehen und seine

sich erst entwickelnde politische Karriere vollständig vernichten würde. Er hatte also keine Absicht, sich von seinen Kollegen Senatoren zu distanzieren und sich mit ihnen zu verfeinden (vgl. Vasaly 2009: 127-128). Aus diesem Grund vollzieht er den Rollenwechsel im hypothetischen Prozess in *M* und infolgedessen will er die Senatoren als ihr Verteidiger von dem Verdacht entlasten.

Es erweist sich gleichzeitig, dass die Möglichkeit, die Überzeugungen in *O* als richtig anzuerkennen (d.h. die Bestechlichkeit der senatorischen Gerichte zu beweisen) nur scheinbar ist. Cicero bringt seinen unerschütterlichen Glauben zum Ausdruck, dass solch eine Situation unzulässig ist. Er weist darauf hin, dass in *R* eine prototypische Gerichtsverhandlung stattfindet, in der der Schuldige aufgrund der ihn belastenden Beweise verurteilt werden soll: „dann wird das römische Volk erkennen, daß vor einem unbestechlichen und ehrenhaften Prätor und vor einem auserwählten Gerichtshof die reichen Geldmittel eines strafwürdigen Angeklagten mehr zum Schuldverdacht beigetragen haben als zur Aussicht auf Rettung“ (1.1.52). Man darf Verres nicht freisprechen, weil erdrückende Beweise gegen ihn geliefert werden:

schließlich werde ich meine Sache so führen, ihr Richter: ich werde solche Tatsachen vorbringen, die so bekannt, so gut bezeugt, so erheblich und so offenkundig sind, daß niemand versuchen soll, durch seinen Einfluß die Freisprechung des Verres von euch zu erwirken. (1.1.48)

Daraus folgt eindeutig, dass die Schlussfolgerung, die aus *R2* hervorgehen würde, d.h. die Anerkennung der Überzeugung in *O* durch *W2* als richtig, blockiert wurde. Dank seines oratorischen Eingriffs wurde der Erfolg Ciceros des Anklägers in dem wirklichen Prozess gegen Verres gleichzeitig zum Triumph Ciceros des Verteidigers der Senatoren in der hypothetischen Verhandlung, in der die gegen die *nobiles* geäußerten Vorwürfe falsch sind.

4. Schlussbemerkungen

Anhand der obigen Überlegungen bezüglich der *Ersten Rede gegen Verres* wurde der Versuch unternommen eine andersartige Methode der Textinterpretation zu zeigen, in der die Autoren Gebrauch von der Theorie Mentaler Räume machten. Es muss an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen werden, dass die Rede zu lang ist und die ausgebauten Formulierungen zu umfangreich sind, um

sie hier vollständig anzuführen. Folglich konnte die von Fauconnier (1994; 1997) vorgeschlagene Methode nicht mit ihrem ganzen Inventar angewendet werden, denn bislang wurden anhand dieser Theorie von den Forschern vor allem inauthentische (Mini-)Diskurse und künstlich geschaffene Phrasen analysiert, die weit von natürlichen und im Alltag vorkommenden Aussagen oder rhetorischen Kontexten entfernt sind, worauf auch Libura (2010: 33 und 60) aufmerksam macht. Eine der wenigen Analysen, die sich auf einen längeren und authentischen Text bezieht und hier als Muster für den Versuch verwendet wurde, die Raumrelationen auf der Basis eines kurzen, aus ein paar Sätzen bestehenden Diskurses zu zeigen, war die Analyse eines Presstextes von Libura (2010: 40-44).

Die Forschung zeigt aber eindeutig, dass die Theorie Mentaler Räume Entwicklung und Ergänzung dieser Art verlangt, die es erlauben würden, sie in der Behandlung längerer und natürlicher Aussagen einzusetzen. Allerdings ist unstrittig, dass der methodologische Apparat dieser Theorie detailliert entwickelt und die Terminologie genau bestimmt wurde. Die Erarbeitung solch eines elaborierten Werkzeugs war zweifellos aufgrund der Analysen möglich, die anhand von kurzen, konstruierten Texten (nicht selten auch konstruierten Kontexten) durchgeführt wurden. Dies kann sich jedoch als problematisch erweisen, wenn man dieses detaillierte Apparat auf längere und kompliziertere Textpassagen übertragen will (wie eben die besprochene Rede), da sich die Komplexität und der Umfang der Analyse ins Unendliche ausdehnen kann, indem immer neue Räume hinzukommen, die zusätzlich Berücksichtigung finden sollten. In einem solchen Fall können nur ausgewählte Aspekte der Texte behandelt werden. Außerdem muss aus o.g. Gründen auf einen Teil des methodologischen Apparats verzichtet werden. Nichtsdestoweniger zeugt die Anwendung solcher Methoden in einem derartig komplizierten Text – d.h. Herausstellen der Haupträume, auf denen Cicero die ganze Rede aufbaut, Bestimmung ihrer Rahmen, die wiederum dem vor sich gehenden Ereignis die Rollen verleihen, und letztendlich die Besprechung der Raumverhältnisse auf Basis der ausgewählten sprachlichen Ausdrücke – von dem enormen Potenzial dieser Theorie¹⁰. Auf diese Art und Weise kann veranschaulicht werden, wie kompliziert und geschickt die Argumentation von dem Redner geführt wurde, die ihm den Erfolg – nicht nur auf der oratorischen, sondern auch (oder vor allem) auf der politischen Ebene

10. Dies bestätigt auch die Tatsache, dass die Theorie Mentaler Räume in den Analysen poetischer Texte Anwendung gefunden hat (vgl. Libura 2006; Korwin-Piotrowska 2006; Stockwell 2006)

– sichern sollte. Der Sieg in der parallelen Verhandlung, in der sich Cicero als der Verteidiger des Senatorenstandes, dem die schwersten Vergehen unterstellt wurden, aufspielt, garantierte ihm den politischen Ruhm, der unabdingbar für die Entwicklung seiner politischen Karriere war.

Bibliographie

Evans, Vyvyan (2009) *Leksykon językoznawstwa kognitywnego*, übersetzt v. M. Buchta et al. Kraków, Universitas.

M. Fabius Quintilianus (hrsg. 1970) *Institutionis oratoriae libri duodecim* Hg. M. Winterbottom, Oxford, Clarendon Press.

Fauconnier, Gilles (1994) *Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language*. Cambridge, Cambridge University Press.

Fauconnier, Gilles (1997) *Mappings in Thought and Language*. Cambridge, Cambridge University Press.

Fauconnier, Gilles (2007) *Mental Spaces*. In: *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*, Hg. D. Geeraerts, H. Cuyckens, New York, Oxford University Press.

Gruen, Erich S. (1971) *Pompey, Metellus, and the Trials of 70-96 B.C.: The Perils of Schematism*. „American Journal of Philology” Bd. 92, S. 1-16.

Kalisz, Roman (2001) *Językoznawstwo kognitywne w świetle językoznawstwa funkcjonalnego*. Gdańsk, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.

Korwin-Piotrowska, Dorota (2006) *Powiedzieć świat. Kognitywna analiza tekstów literackich na przykładach*. Kraków, Universitas.

Libura, Agnieszka (2006) *Przestrzenie mentalne w dyskursie poetyckim*. In: *Kognitywizm w poetyce i sztuce*, Hg. G. Habrajska, J. Ślósarska, Kraków, Universitas.

Libura, Agnieszka (2010) *Teoria przestrzeni mentalnych i integracji pojęciowej. Struktura modelu i jego funkcjonalność*. Kraków, Universitas.

Marshall, Bruce A. (1975) *Q. Cicero, Hortensius and the Lex Aurelia*. „Rheinisches Museum für Philologie” Bd. 118, S. 136-152.

Stockwell, Peter (2006) *Poetyka kognitywna. Wprowadzenie*, übersetzt von Skucińska, A. Kraków, Universitas.

Sweetser, Eve, Fauconnier, Gilles (1996) *Cognitive Links and Domains: Basic Aspects of Mental Space Theory*. In: *Spaces, Worlds, and Grammar*, Hg. G. Fauconnier, E. Sweetser, Chicago, The University of Chicago Press.

M. Tullius Cicero, *Orationes* (hrsg. 1917), Hg. W. Peterson. Bd. 3, Oxford, Clarendon Press.

M. Tullius Cicero, *Sämtliche Reden* (hrsg. 1983), eingeleitet, übersetzt u. erläutert v. M. Fuhrmann. Bd. 3, Zürich, Artemis Verlag.

Vasaly, Ann (2009) *Cicero, Domestic Politics, and the First Action of the Verrines*. „Classical Antiquity” Bd. 28, S. 101-137.

Summary

The aim of this paper is to present a rhetorical trick applied by Cicero in his First Verrine. Abandoning a typical presentation of the charges, he focuses on the problem of judicial corruption. It was the way not only to succeed, but also, owing to a conscious self-presentation as a senatorial advocate, to advance his own political career. The authors analyze chosen fragments of the speech employing one of the cognitive semantics theories – Fauconnier's mental spaces theory (1994, 1997).

Streszczenie

Artykuł ma na celu ukazanie zabiegu retorycznego, jaki zastosował Ciceron w Pierwszej mowie przeciwko Werresowi. Rezygnując z typowej prezentacji zarzutów, porusza temat korupcji sądownictwa. W ten sposób nie tylko zapewnił sobie zwycięstwo, lecz również, dzięki świadomej autokreacji na obrońcę senatorów, nadał tor swojej politycznej kariery. Autorzy badają wybrane fragmenty mowy z zastosowaniem jednej z teorii semantyki kognitywnej – teorii przestrzeni mentalnych Fauconniera (1994, 1997).