

Fachliche Hinweise

Die Bedeutung von Rhetorik im Alltag und im Beruf

Was haben Gedichte, Prosatexte und dramatische Texte mit politischen Reden, Werbung und Verkaufsgesprächen gemeinsam? In all diesen Texten werden rhetorische Mittel bewusst verwendet, um eine bestimmte Wirkung beim Leser oder Zuhörer zu erzielen. Wer um diese kleinen Tricks weiß, der erkennt schnell, auf welche Art und Weise ein Text versucht, den Leser gezielt zu beeinflussen, und kann auch in eigenen Texten ein paar dieser Kniffe anwenden. Wem der richtige Einsatz rhetorischer Figuren nämlich gut gelingt, dem fällt es in der Regel leicht, die Aufmerksamkeit des Lesers bzw. Zuhörers zu wecken, ihn für die eigene Position zu gewinnen, ihm etwas zu verkaufen oder ihn besonders zu unterhalten.

Darum spielt die Verwendung rhetorischer Figuren nicht nur für die Analyse literarischer Texte im Deutschunterricht eine wichtige Rolle. Wer auf sprachliche Feinheiten achtet und sich gut ausdrücken kann, wird das Gegenüber auch im Alltag, beispielsweise in Verkaufsgesprächen, besser überzeugen können – von diesem Wissen können die Schülerinnen und Schüler¹ profitieren.

¹ Im weiteren Verlauf wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit nur „Schüler“ verwendet.

Redekunst und rhetorische Stilmittel

Das Wort **Rhetorik** kommt aus dem Griechischen und lässt sich mit „Sprechtechnik“ oder „Redekunst“ übersetzen. Rhetorik wurde bereits in der Antike gelehrt. Sie ist nicht nur die Kunst, gut zu sprechen, sondern hat auch das Ziel, die Zuhörer zu überzeugen. Mit ihrer Hilfe gelingt es, einen Vortrag verständlich und wirkungsvoll zu gestalten, in einer Diskussion den eigenen Standpunkt überzeugend darzulegen oder in einer Rede das Denken und Handeln der Zuhörer in seinem Sinne zu beeinflussen.

Rhetorische Figuren sind sprachliche Stilmittel, die zur Ausgestaltung eines Textes oder einer Rede verwendet werden. Sie werden im Wesentlichen eingesetzt, um einen Gegenstand oder einen Vorgang zu veranschaulichen und zu verdeutlichen, zu provozieren, dem Gesagten Nachdruck zu verleihen, oder auch, um eine Rede, ein Gespräch oder einen Text unterhaltsamer und lebendiger zu gestalten.

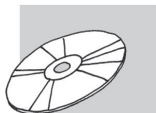
So ist die **Alliteration** eine literarische Stilfigur, bei der der gleiche Anlaut in aufeinanderfolgenden Wörtern eingesetzt wird: „Milch macht müde Männer munter.“ Gerade in der Werbung wird dadurch eine größere Einprägsamkeit erreicht. Ein anderes Beispiel ist die **Metapher**, bei der ein Wort nicht in seiner wörtlichen, sondern in einer übertragenen Bedeutung gebraucht wird. Ein Beispiel hierfür ist „jemanden in den Himmel loben“, was im übertragenen Sinn bedeutet, jemandem höchstes Lob auszusprechen.

Didaktisch-methodische Hinweise

Mithilfe des visuellen Impulses zum Einstieg nähern sich die Lernenden dem Thema unbefangen und alltagsnah und erarbeiten sich den Begriff „Rhetorik“ selbstständig. Sie lernen nicht nur verschiedene rhetorische Mittel anhand von Beispielen kennen, sondern erproben auch ihre Wirkung. Dazu gehört insbesondere die Analyse von Werbetexten im Hinblick auf die Verwendung sprachlicher Stilmittel. Anhand eines Tests am Ende der Unterrichtseinheit überprüfen die Schüler ihr erlerntes Wissen schließlich eigenständig.

Stundenverlauf

1./2. Stunde	Rhetorische Figuren und ihre Wirkung
Intention	Die Schüler setzen sich mit der Bedeutung von „Rhetorik“ auseinander und finden rhetorische Stilmittel in einem Dialog.
Materialien M 1–M 2	Die Lernenden ergänzen in M 1 ein Akrostichon zum Begriff „Rhetorik“ und informieren sich über die Grundlagen und die Wirkung rhetorischer Mittel. In M 2 markieren sie in einem Dialog die rhetorischen Figuren und formulieren selbst weitere Beispiele.
3./4. Stunde	Wie werden rhetorische Mittel eingesetzt?
Intention	Die Schüler erhalten einen Überblick über die wichtigsten rhetorischen Stilmittel und analysieren das Gedicht „Der Panther“ von Rainer Maria Rilke.
Materialien M 3–M 4	In M 3 sind die wichtigsten Stilmittel in einer Tabelle zusammengefasst. Die Lernenden ordnen vorgegebene Stilmittel den richtigen Begriffen zu und finden weitere Beispiele. Anschließend setzen sie sich in M 4 mit den rhetorischen Stilmitteln im Gedicht „Der Panther“ auseinander und erklären deren Wirkung.
5. Stunde	Werbung und Rhetorik – rhetorische Mittel als Verkaufsbeschleuniger
Intention	Die Lernenden analysieren rhetorische Figuren in der Werbung.
Materialien M 5	Anhand von Werbeslogans in M 5 erkennen die Schüler, wie man Werbeausagen einprägsamer gestaltet. Sie suchen nach weiteren Beispielen und erkennen, dass Neologismen und Alliterationen einen besonders großen Wiedererkennungswert haben.
6./7. Stunde	Rhetorik im Verkaufsgespräch und in der Politik
Intention	Die Schüler werden sich bewusst, wie rhetorische Stilmittel im Verkaufsgespräch und in der Politik eingesetzt werden.
Materialien M 6–M 7	In M 6 untersuchen die Lernenden ein Verkaufsgespräch und finden heraus, welche rhetorischen Mittel sich grundsätzlich für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch eignen. Welche Rolle Rhetorik in der Politik spielt, wird in einer Karikatur in M 7 thematisiert. Die Schüler nehmen kritisch Stellung zu der Frage, ob man rhetorische Mittel im Wahlkampf verbieten sollte.



Sie finden alle Materialien im veränderbaren Word-Format auf der **CD RAAbits Deutsch Berufliche Schulen (CD 13)**. Bei Bedarf können Sie die Materialien am Computer gezielt überarbeiten, um sie auf Ihre Lerngruppe abzustimmen.

Ergänzende Materialien

Internet

<http://deutsch.lingo4u.de/schreibschule/stilmittel>

Diese Seite bietet den Schülern einen Überblick über die wichtigsten rhetorischen Stilmittel. Neben einer detaillierten Erklärung der jeweiligen rhetorischen Figur werden hier auch entsprechende Beispiele angeführt, um die Verwendung deutlich zu machen.

www.teachsam.de/pro/pro_werbung/werbesprache/anzeigenwerbung/pro_werbung_spr_anz_3_4_2_3_1.htm

Wer wissen möchte, wo in der Werbung welche rhetorischen Mittel eingesetzt werden und welche Wirkung diese haben, erhält auf dieser Seite eine alphabetische Liste.

Tipp: Auf www.youtube.com finden Sie unter Stichwörtern wie „Werbespots 2013“, „Werbespots der Neunziger“ etc. Sammlungen von verschiedenen Werbespots, die Sie als Beispiele in die Unterrichtseinheit einbauen können.

Materialübersicht

1./2. Stunde Rhetorische Figuren und ihre Wirkung

- M 1 (Ab) Was ist eigentlich Rhetorik? – Eine Definition
- M 2 (Ab) Den nächsten Sommerurlaub planen – ein Streitgespräch

3./4. Stunde Wie werden rhetorische Mittel eingesetzt?

- M 3 (Ab) Die wichtigsten rhetorischen Mittel – ein Überblick
- M 4 (Ab) „Der Panther“ – sprachliche Mittel und ihre Wirkung

5. Stunde Werbung und Rhetorik – rhetorische Mittel als Verkaufsbeschleuniger

- M 5 (Ab) „Da weiß man, was man hat“ – Rhetorik in der Werbung

6./7. Stunde Rhetorik im Verkaufsgespräch und in der Politik

- M 6 (Ab) „Kann ich Ihnen weiterhelfen?“ – Rhetorik im Verkaufsgespräch
- M 7 (Ab) Steuern senken und neue Jobs – Rhetorik in der Politik

Lernkontrolle

- M 8 (Lk) Rhetorische Stilmittel – wie fit sind Sie?

Bedeutung der Abkürzungen

Ab: Arbeitsblatt; Lk: Lernkontrolle

Minimalplan

Die verschiedenen Anwendungsbereiche von Rhetorik werden in **M 4–M 7** behandelt. Sollte weniger Zeit zur Verfügung stehen, können Sie aus den Materialien (**M 4, M 5, M 6 oder M 7**) nur einzelne auswählen und mit ihnen exemplarisch den Einsatz und die Wirkung rhetorischer Mittel behandeln.

Alternativ können Sie die Materialien in Gruppen erarbeiten und die Ergebnisse anschließend im Plenum vorstellen lassen und besprechen.

M 1

Was ist eigentlich Rhetorik? – Eine Definition

Rhetorik ist die Kunst, mit Wörtern zu überzeugen. Die verschiedenen rhetorischen Stilmittel sollen beim Zuhörer oder Leser eine bestimmte Reaktion hervorrufen.



Rhetorik – eine Definition

Das Wort „Rhetorik“ kommt ursprünglich aus dem Griechischen und bedeutet „Redekunst“. Damit ist die Kunst gemeint, eine andere Person mit Worten von etwas zu überzeugen oder den Zuhörern die eigene Meinung glaubhaft und anschaulich zu vermitteln.

Rhetorik spielt nicht nur in der Literatur oder in öffentlichen Reden, sondern auch im Berufsleben eine Rolle. So kommt man in vielen Berufen nicht umhin, einen Vortrag oder eine Rede zu halten oder ein Produkt vor Kunden oder Vorgesetzten zu präsentieren.

Rhetorik lässt sich natürlich auch ganz gezielt einsetzen, um den Zuhörer bewusst zu manipulieren. So kann jemand, obwohl er die schlüssigeren inhaltlichen Argumente hat, einem besseren Rhetoriker unterliegen. Beispiel hierfür sind Bewerbungs- oder Verkaufsgespräche, in denen nicht zwingend der fachlich bessere Kandidat bzw. das qualitativ höhere Produkt die Nase vorn hat.

Die Manipulations- und Überzeugungskraft rhetorischer Mittel wird auch in der Werbeindustrie genutzt, wo sie den möglichen Kunden davon überzeugen soll, wie unentbehrlich ein bestimmtes Produkt ist.

Aufgaben

1. Beschreiben Sie das Bild. Ergänzen Sie zu den Buchstaben weitere Begriffe, die Ihnen zum Thema „Rhetorik“ einfallen.
2. Lesen Sie den Text und unterstreichen Sie die wichtigsten Aussagen.
3. Fassen Sie den Text in zwei bis drei Sätzen zusammen. Tipp: Beantworten Sie dabei die folgende Frage: Weshalb ist Rhetorik wichtig und was erhofft man sich von ihr?
4. Ist es eigentlich „fair“, Rhetorik zu verwenden? Diskutieren Sie in der Klasse.
5. Haben Sie selbst schon einmal bewusst rhetorische Mittel verwendet? Berichten Sie darüber.

M 2

Den nächsten Sommerurlaub planen – ein Streitgespräch

Die meisten Menschen kennen mehr rhetorische Mittel, als ihnen bewusst ist, denn sie verwenden sie jeden Tag. Auch Arzu und Florian benutzen in ihrer Diskussion einige davon.

Entspannt oder aktiv? Arzu und Florian planen den gemeinsamen Sommerurlaub und – wie jedes Jahr – gibt es viel zu diskutieren.

Arzu: Wäre es denn wirklich so schlimm, wenn wir im Sommer einfach nach Sardinien fahren und dort Strandurlaub machen würden?

Florian: Warum fahren wir eigentlich nie in den Norden? Ich würde so gern mal wieder nach Skandinavien. Dort ist es auch nicht so bullenheiß und proppevoll.

Arzu: Aber, du weißt doch, dass ich die Hitze liebe! Das habe ich dir schon tausend Mal gesagt. Ein Mal im Jahr so richtig Sonne tanken, am Strand chillen, einfach die Seele baumeln lassen, zwischendurch ein paar Runden schwimmen, ... Das ist megatoller Urlaub!

Florian: Nicht für mich. Ich kann nicht den ganzen Tag am Strand rumhängen. Ich brauche Action. Ich würde zum Beispiel gern Windsurfen. Also, wenn wir schon wieder in den Süden fahren, dann würde ich gern ein Wörtchen bei der Planung mitreden.

Arzu: Jetzt komm mal wieder runter und lass uns alles in Ruhe besprechen. Ich habe ja gar nichts gegen Sportaktivitäten; ich will mich aber auch mal einfach fallen lassen. Dieses Gehetze von einer Aktivität zur nächsten ging mir im letzten Urlaub echt auf den Wecker. Ich habe mich wie im Hamsterrad gefühlt. Ich hätte nach dem Urlaub noch ein paar Tage Erholung gebraucht.

Florian: Das haut mich jetzt echt um. Ich hatte den Eindruck, dass dir der letzte Urlaub Spaß gemacht hat!

Arzu: Hat er ja auch, aber er hätte auch entspannter sein können. Wir müssen ja auch nicht ständig zusammenkleben. Du machst deinen Windsurfkurs, während ich am Strand abhänge. Danach machen wir etwas gemeinsam – Volleyball spielen oder Beachtennis. Auf Sardinien kann man auch super wandern.

Florian: Cool. Das hört sich gut an. Aber Skandinavien ist nicht weg vom Tisch. Ich würde gern mal mit dir dahin.

Arzu: Ich bin zwar nicht Feuer und Flamme, sage aber auch nicht nein.



© Thinkstock



© Thinkstock

Aufgaben

1. Lesen Sie den Dialog mit verteilten Rollen.
2. Beschreiben Sie, was Ihnen bei der sprachlichen Gestaltung auffällt. Welche Wirkung hat die sprachliche Gestaltung auf Sie?
3. Lesen Sie den Text noch einmal in Ruhe durch. Markieren Sie alle rhetorischen Mittel, die Ihnen auffallen. Benennen Sie die Stilmittel falls möglich.

Zusatzaufgaben für Schnelle

Wählen Sie zwei der rhetorischen Figuren aus und finden Sie zwei weitere Beispiele dafür.



netzwerk
lernen

23. Jahrgang Deutsch • Berufliche Schulen • Mai 2014

zur Vollversion

Erläuterungen (M 1 und M 2)

In der ersten Stunde befassen sich die Schüler mit dem Begriff der **Rhetorik**. Sie frischen ihr Wissen über ihnen bereits bekannte sprachliche Mittel auf und lernen ein paar neue kennen. Die Lernenden machen sich außerdem Gedanken darüber, welche Bedeutung Rhetorik hat und wo sie ihnen bereits begegnet ist.

M 1 liefert einen **visuellen Impuls** als Einstieg in die Thematik. Die Schüler haben das Wort „Rhetorik“ sicherlich schon einmal gehört und kennen auch vereinzelte rhetorische Mittel. Angeregt durch das unfertige Akrostichon assoziieren sie Gedanken zum Begriff „Rhetorik“. Der **Text** kann unterstützend herangezogen werden. Er informiert die Lernenden über die **Grundlagen** der Rhetorik, die **Wirkung** und die praktische **Anwendung** rhetorischer Mittel. Ausgehend von dieser theoretischen Grundlage bewerten sie den Einsatz von Rhetorik in Gesprächssituationen und überlegen, ob sie selbst bereits rhetorische Mittel bewusst oder unbewusst eingesetzt haben.

Der Text in **M 2** gibt eine **Diskussion** zwischen Arzu und Florian wieder, die ihren Sommerurlaub planen. Die Klasse wird erstaunen, dass der Text viele rhetorische Mittel enthält, die auf den ersten Blick nicht hervorstechen. Im Unterrichtsgespräch sammeln die Schüler die gefundenen sprachlichen Besonderheiten und gleichen ihre Ergebnisse ab.

Lösung (M 1)

Zu Aufgabe 1: Zu sehen ist das Wort „Rhetorik“. Aus den einzelnen Buchstaben ergeben sich die Anfangsbuchstaben neuer Wörter, die alle etwas mit dem Begriff „Rhetorik“ zu tun haben (Akrostichon).

Die Schüler können folgende weitere Begriffe auflisten:

R = roter Faden, Rede halten

H = Hyperbel (rhetorisches Mittel)

E = erklären

T = Taktik, trainierbar

Außerdem können zusätzlich genannt werden: beeinflussen, überzeugen, manipulieren, Argumente, gezielt, schlagfertig, präsentieren, wirkungsvoll, Wortwahl etc.

Zu Aufgabe 3: Rhetorik ist die sogenannte Redekunst, die dabei helfen soll, andere von etwas zu überzeugen oder eine bestimmte Reaktion hervorzurufen. Rhetorische Mittel können einen Text lebendiger und anschaulicher machen, wichtige Details besonders hervorheben oder Informationen geschickt umschreiben. Vor allem in der Werbung helfen sie dabei, Texte interessanter und einprägsamer zu gestalten, um so die Aufmerksamkeit des Konsumenten zu erlangen.

Zu Aufgabe 4: Die Schüler könnten so argumentieren:

Ja, es ist fair, Rhetorik anzuwenden, denn jeder kann rhetorische Mittel einsetzen, wenn er möchte. Sich rhetorisch zu verbessern, ist erlernbar. Es steht also jedem offen, falls er andere von etwas überzeugen möchte, rhetorische Mittel einzusetzen.

Nein, es ist nicht ganz fair, Rhetorik anzuwenden. Es sollte wichtig sein, was man sagt und nicht, wie man es sagt. Wenn manche Menschen geschickter mit der Sprache umgehen können als andere oder sogar gezielt geschult werden, wie etwa Verkäufer oder Politiker, dann sind sie in der Lage, andere zu manipulieren oder unangenehme Wahrheiten so zu formulieren, dass sie viel positiver klingen. Wenn die Zuhörer das nicht merken, können sie darauf hereinfließen und falsche Entscheidungen treffen. Das ist nicht unbedingt fair.