

haltungs-Massenware, der Standard der Sprecher ist sehr ungleichmäßig, dem im Hören ungeschulten Publikum fehlen die Maßstäbe für die Unterscheidung von gelungenen, bloß durchschnittlichen oder ganz mißlungenen Produktionen. Obwohl sich Niveau und Informationsgehalt der H.-Beihefte (*booklet*) gegenüber den Anfängen sehr verbessert haben, fehlen oft noch die nötigsten Angaben wie Umfang und Stelle der Kürzungen, Herkunft der Musik- oder Geräuschkulissen, Zeit, Ort und Umstände der Aufnahme. Auch ungewöhnliche Rollenzuschreibungen (etwa einer Sprecherin zu einer männlichen Rolle oder umgekehrt) und Regiekonzeptionen werden selten so erläutert, wie es z. B. für Theaterprogramme üblich ist.

Anmerkungen:

1U. Rautenberg: Reclams Sachlex. des Buches (2003) 263f. – 2Beiheft zur Schallplatte (1954) 5. – 3U. Rautenberg: Das H. – Stimme und Inszenierung (2007) 7f. – 4vgl. Homer, Ilias I, 1ff. – 5Hesiod, Theogonie V, 31. – 6Plat. Ion 533e. – 7Arist. Rhet. I, 3, 1. – 8Ps.-Plutarch, Vitae X oratorum, 1, p. 833c = VS Antiphon, Frg. A 6. – 9Celsus, De medicina I, 2, 6; Seneca, Ep. ad Lucilium 78, 5. – 10Cic. De or. III, 213. – 11Quint. XI, 3, 62. – 12H.-B. Gerl-Falkovitz: Die zweite Schöpfung der Welt (1994) 92. – 13L. Bruni Aretino: Epistolarum libri, 2Bde., ed. L. Mehus (Florenz 1741) II, 94. – 14Goethe: Dicht. u. Wahrheit, in: F. Apel u. a. (Hg.): J.W. Goethe. Sämtliche Werke. Briefe, Tagebücher und Gespräche. Abt. I, Bd. 14, hg. von K.-D. Müller (1986) 486. – 15A. Müller: Zwölf Reden über die Beredsamkeit und deren Verfall in Deutschland, hg. v. W. Jens (1967) 64. – 16ebd. 38. – 17ebd. – 18ebd. 70. – 19Nietzsche: Jenseits von Gut und Böse. Zur Genealogie der Moral, in: Krit. Studienausgabe, Bd. 5, hg. v. G. Colli u. M. Montinari (1988) Nr. 247. – 20vgl. K. Janz-Peschke: H. und Mündlichkeit, in: J. Häusermann, K. Janz-Peschke, S. Rühr: Das H. Medium – Gesch. – Formen (2010) 331ff. – 21R. Barthes: Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn. Kritische Essays III (1993) 280. – 22vgl. T. Schnickmann: Vom Sprach- zum Sprechkunstwerk. Die Stimme im H.: Literaturverlust oder Sinnlichkeitsgewinn, in: Rautenberg [3] 27ff. – 23D. Meyer-Kahrweg: Wege zum 'guten' H. – Beurteilungskriterien am Beispiel der hr2 Hörbuch Bestenliste, ebd. 80. – 24vgl. <http://www.hoerjuwel.de/content/de/Hoerbuecher-international.html> (Zugriff 17.06.2011). – 25vgl. <http://www.booksalley.com/bAMain/bAlleyAwards.php?awards=yes&noideid=audie> (Zugriff 17.06.2011).

Literaturhinweise:

U. Quasthoff: Aspects of Oral Communication (1995). – G. Ueding: «Niemand kann größerer Redner sein als Hörer.» Über eine Rhet. des Hörens, in: Th. Vogel (Hg.): Über das Hören – einem Phänomen auf der Spur (1998) 45–68. – K.-H. Göttert: Gesch. der Stimme (1998). – R. Meyer-Kalkus: Stimme und Sprechkünste im 20. Jh. (2001). – M. Spitzer: Musik im Kopf. Hören, Musizieren, Verstehen und Erleben im neuronalen Netzwerk (2002). – G. Ueding: Rettung der Lit. durch lebendige Rede. Rhet. Aspekte des H., in: DU 56 (2004) 17–28. – S. Köhler: Hörspiel und H. Mediale Entwicklung von der Weimarer Republik bis zur Gegenwart (2005). – L. Noetzel: Autorenlesung – Ars und Artefakte (Magisterarbeit Tübingen 2005). – L. Müller: Die zweite Stimme. Vortragskunst von Goethe bis Kafka (2007). – G. Ueding: Erzähltes gehört gehört, in: Informationen zur deutschdidaktik (ide). Zs.f. den Deutschunterricht in Wiss. und Schule (3/2011).

G. Ueding

→ Aussprache → Belletristik → Hörer → Hörfilm → Hörspiel
→ Intonation → Mündlichkeit → Leser → Lesung → Pronun-
tiation → Rezitation → Rhapsodie → Stimme, Stimmkunde

I

Identifikation (engl., frz. identification; ital. identificazione)

A. Def. – B. Begriffsentwicklung: I. Rhetorische Vorstufen. – II. Burke, New Rhetoric. – III. Rezeption und Kritik in der Gegenwart.

A. Def. I. ist ein von K. BURKE in die Rhetorikforschung eingeführter Begriff, der zu einem Leitkonzept der New Rhetoric geworden ist. Burke versteht unter I. den Prozeß, in dem ein Redner mit Hilfe symbolischer Kommunikation Übereinstimmungen zwischen sich und seinen Adressaten herstellt, die rational, motivational oder auch rein formal sein können. Ferner bezeichnet I. den Zustand, in welchem eine solche Übereinstimmung zwischen Redner und Adressat erreicht ist. Burke entwickelt den Begriff vor dem Hintergrund psychologischer und anthropologischer Theorien, nach denen menschliches Denken, Empfinden und Handeln von Motivstrukturen gesteuert ist, und geht davon aus, daß Persuasion nur durch die Beeinflussung solcher Motivstrukturen gelingen kann. I. gehört demnach zum Kerngeschehen eines jeden Persuasionsprozesses. Mit dem Konzept der I. etabliert Burke eine Auffassung von Rhetorik, die nicht auf Agonalität baut. Sofern Persuasion auf I. beruht, ist von einer Angleichung der Handlungsmotive von Redner und Adressat auszugehen, nicht von einem agonalen Kampf um Positionen.

B. Begriffsentwicklung. I. Rhetorische Vorstufen. Der Begriff I. ist in der rhetorischen Tradition vor Burke nicht zentral und hat in der antiken Rhetorik keinen terminologischen Stellenwert erlangt. Lediglich ARISTOTELES und CICERO reflektieren zumindest passim und implizit, ob für den Vorgang der Persuasion identifikatorische Prozesse eine Rolle spielen. Aristoteles legt den Gedanken SOKRATES in den Mund [1]: dessen Diktum «Es sei nicht schwer, die Athener vor den Athenern selbst zu loben, wohl aber vor den Lazedämoniern» [2], thematisiert, wie wichtig Identifikationsmöglichkeiten zwischen Redner und Adressat sind. Das Fehlen kultureller Gemeinsamkeiten unterminiert die Möglichkeit zur Persuasion, die im Sinne der Theorie der I. als ein sozial und kulturell situiertes Geschehen betrachtet werden muß. Schon HOMER weiß, daß das Gefühl gemeinschaftlicher Verbundenheit Vertrauen schafft, weil Menschen Möglichkeiten zur I. suchen. In der Odyssee wird von Helena berichtet, die ihre Stimme den Stimmen der Gemahlinnen der Helden Achais angleicht und so allein durch den Klang der Stimme das Vertrauen der Männer erlangt. [3] Schon die vertraute dialektale Färbung kann also ein Mittel der I. sein. Deshalb assoziiert das Sokrates-Zitat bei Aristoteles I. mit der gesamten Lebensweise. Schon Aristoteles hat ein weitreichendes Spektrum von Identifikationsmöglichkeiten vor Augen. I. zwischen Redner und Zuhörer wird zunächst durch I. auf der ethos-Ebene erreicht: «Denn in Hinblick auf die Glaubwürdigkeit macht es viel aus – besonders bei Beratungen und schließlich vor Gericht –, daß der Redner in einer bestimmten Verfassung erscheine und daß die Zuhörer annehmen, er selbst sei in einer bestimmten Weise gegen sie disponiert, und schließlich, ob auch diese sich in einer bestimmten Disposition befinden.» [4] I. entsteht zudem durch *éndoxxa*, denn was allen einleuchtet, wird auch überzeugende Argumente

ermöglichen. [5] Insofern beruhen *éndoxxa* auf dem identifikatorischen Potential geteilter Meinungen.

I. ist also ein sozial fundierter Vorgang, der im Persuasionsprozess von zentraler Bedeutung ist. Daß der Terminus sich vor Burke trotzdem nicht in der Rhetorik etabliert hat, muß wohl vor dem Hintergrund agonaler Rhetorikkonzepte, wie sie etwa das *genus iudiciale* oder auch das *genus deliberativum* definieren, gesehen werden.

Für Cicero ist I. weniger als Kern des Persuasionsgeschehens von Interesse, vielmehr warnt er, daß der Redner seine Identität gefährdet, wenn er sich fortlaufend mit anderen identifiziert. Rhetorisch relevant erscheint insofern eher die Selbstidentifikation des Orators. [6] Damit ist bei Cicero die individuelle Funktion der I. angedeutet: I. liegt jeder Ausbildung von Identität zu Grunde. Zugleich läßt sich I. aber auch strategisch betreiben: «So richte auch ich, wenn ich darangehe, bei einem ungewissen, problematischen Fall auf die Richter einzuwirken, mein ganzes Sinnen und Trachten auf das Ziel, daß ich mit möglichst feiner Witterung erspüre, was sie denken, was sie erwarten, was sie wünschen und in welche Richtung sie wohl durch die Rede am leichtesten zu lenken sind.» [7] Indem der Redner seine «Segel setzt in der Richtung, aus der sich eine Brise zeigt» [8], setzt er auf die persuasive Wirkung, die jede Übereinstimmung zwischen Redner und Adressat bedeutet. Den Terminus «I.» benutzt Cicero hier nicht, gleichwohl scheint Persuasion unter anderem auf identifikatorischen Prozessen zu beruhen.

Auch in der Spätantike bleibt I. ein Thema, das die Rhetorik allenfalls am Rande streift. So deutet AUGUSTINUS die *unio mystica* als Prozeß der I.; er rückt damit die identifikatorische Wirkung von Gott, Sohn und Heiligem Geist aber nicht in einen persuasiven resp. rhetorischen Kontext, sondern betrachtet ihn vielmehr heilsgeschichtlich.

Im 18. Jh. beschreibt LESSING die Wirkung des Dramas mit Hilfe von I.: Leidenschaften sollen «vor den Augen des Zuschauers entstehen», so daß dieser «sympathisieren» muß, weil er sich identifizieren kann. [9] Bei Lessing wird I. also ähnlich wie bei Burke in einen kommunikativen Wirkungszusammenhang gestellt. Als ein rhetorisches Phänomen betrachtet Lessing dieses Streben nach I. jedoch nicht. Eine erste rhetorische Theorie der I. findet sich dann bei A. MÜLLER, der argumentiert, daß ein Gespräch nur dann gelingt, wenn zwischen den Beteiligten ein «mächtiges Gemeinschaftliches» sei [10], und betont damit die Notwendigkeit der I. innerhalb sozialer Gemeinschaften. Müller bezieht sich vornehmlich auf das Gespräch, das er systematisch nicht von monologischer Rede unterscheidet. Insofern liefert er eine frühe Theorie der I., die sozial, kulturell und politisch begründet ist. Fehlende Gemeinsamkeit und fehlende Möglichkeiten zur I. gehören im Umkehrschluß auch zu den Ursachen für den Verfall der Beredsamkeit.

Vorformen des Identifikationskonstrukts von Burke sind auch in Psychologie und Philosophie formuliert. Der Begriff «I.» ist seit S. FREUD in der Psychologie verbreitet und bezeichnet die Übernahme von Verhaltensweisen anderer. I. stellt personale Identität zugleich in Frage und ist Voraussetzung für die Ausbildung einer Identität im sozialen und kulturellen Kontext. [11] Noch E.H. ERIKSON sieht in der I. mit Modellen und Vorbildern eine Voraussetzung für die Identitätsbildung. [12] Burke schließt an diese psychologische Auseinanderset-

zung jedoch nicht explizit an und beeinflusst selbst die psychologische Forschung allenfalls indirekt. Freuds These jedoch, daß der Mensch jeweils von Motivstrukturen bewegt wird, ist innerhalb von Burkes «Rhetoric of Motives» ein wichtiger Bezugspunkt für die Ausbildung einer Theorie der I. Laut Freud sei die Seele ein «parliament», in dem widerstreitende Motive um die Vorherrschaft ringen, argumentiert Burke, und hält daher die Ausdifferenzierung einer «Rhetoric of Motives» für notwendig. [13]

In der Philosophie werden logische I. und phänomenale I. voneinander unterschieden. Burke setzt sich mit dieser von F. BRENTANO stammenden Begriffstradition, die I. als Problem logischen Urteilens oder auch die Frage nach der Benennung von Phänomenen berührt, jedoch kaum auseinander. Ihn beschäftigt das Identifikationspotential von Begriffen weniger als logisches Problem, als vielmehr in seiner handlungsleitenden Funktion.

II. Burke, New Rhetoric. BURKE versucht mit Hilfe des Begriffs I. zu erklären, worauf Persuasion beruht. Selbst vor dem Hintergrund agonaler Auseinandersetzungen scheint ihm Persuasion auf die prinzipielle Möglichkeit zur Einigung angewiesen. Ohnehin ist der Adressat beständig auf der Suche nach Möglichkeiten zur I.: «Wir dürfen niemals die Gegenwart von Streit, Feindschaft, Parteisucht als ein charakteristisches Merkmal rhetorischen Ausdrucks ablehnen. Wir dürfen nicht unsere Augen vor ihrer beinahe tyrannischen Allgegenwart in den menschlichen Beziehungen übersehen; wir sollten immer auf der Hut sein, um zu sehen, wie solche Versuche zu streiten in den Identifikationen impliziert sind, die menschliche Beziehungen begründen; doch wir können zur gleichen Zeit immer über diesen Zustand hinaussehen auf das Prinzip der Identifikation im allgemeinen, eine endgültige Möglichkeit, gerechtfertigt durch die Tatsache, daß die Identifikationen in der Ordnung der Liebe ebenfalls charakteristisch für den rhetorischen Ausdruck sind.» [14]

I. beruht auf dem Bedürfnis des Menschen nach Gruppenzugehörigkeit, nach Übereinstimmung mit Idealen und formalen Strukturen. [15] In den Worten FOGARTYS: «Identifikation [...] ist eine Zugehörigkeit zu einer Gruppe von Leuten bzw. eine entstehende Zugehörigkeit zu ihnen durch wenigstens eine Form von gemeinsamem Ziel oder Ideal.» [16] Spaltung, die allen agonalen Auseinandersetzungen zugrundeliegt, ist insofern ein Gegenbegriff zur I., treibt das Streben nach I. aber auch an. Ohne ein Identifikationsstreben des Adressaten könnte Persuasion gar nicht gelingen, weshalb ein Orator beständig Angebote zur I. entwerfen muß: «Man überredet einen Menschen nur insofern wie man seine Sprache spricht durch Rede, Gestik, Tonalität, Rang, Image, Attitüde, Idee, indem man seine Wege mit den seinigen *identifiziert*.» [17] Um I. geht es sowohl im eloquenzrhetorischen als im persuasionsrhetorischen Paradigma, da sie sowohl auf eine Sache bezogen sein kann als auch auf formale Konventionen. I. spielt sich auf performativer Ebene genauso ab wie auf der argumentativen, emotionalen und sprachlichen. Identifikationsprozesse laufen dabei wenig bewußt ab, so kommt es zur I. mit falschen Idealen, zur I. mit formalen Prinzipien, die gedanklich nicht durchdrungen werden. [18]

Mit dem Fokus auf I. ist Rhetorik nicht auf die drei *genera dicendi* beschränkt, denn I. ist nicht nur innerhalb dieser Redegattungen zu finden, verweist vielmehr auf

psychologische Prozesse, die in alle Kommunikationsformen involviert sind. Da I. nicht nur auf Argumentation bezogen ist, lassen sich beispielsweise die emotionalen Beeinflussungsangebote der Werbung auf den Versuch zurückführen, I. herstellen zu wollen. Durch die Theorie der I. und die Vorstellung, daß Menschen von Motiven getrieben werden, die ein strategischer Kommunikator ansprechen muß, wenn er Einfluß ausüben will, wird produktions-theoretisches Wissen zugänglich. Burke verfolgt eine Expansion des Phänomens Rhetorik, das eben nicht auf Redeproduktion und -wirkung beschränkt ist. Erst jenseits des Identifikationsstrebens endet für ihn das Reich der Rhetorik. Der Begriff «I.» besitzt bei Burke eine erhebliche Spannweite, hat durchaus metaphorische Züge. So argumentiert er auf der einen Seite streng im Sinne des Persuasions- und des Metabolieprinzips: «Es ist daher klarerweise eine rhetorische Aufgabe, einen Menschen durch Identifizierung seines Interesses mit der eigenen Angelegenheit zu überreden», wodurch I. als komplexer psychologischer Prozeß etabliert wird. [19] Auf der anderen Seite sieht er aber selbst in der Reaktion eines Labortieres auf einen konditionierenden Reiz ein Moment von Rhetorik und I. [20]

Das Konzept der I. erlaubt auch, Rhetorik als eine kritische Disziplin zu etablieren, die untersucht, welche Motive hinter kommunikativen Handlungen liegen, welche identifikatorischen Prozesse Individuen antreiben. Rhetorik wird so zu einer kritischen Wissenschaft, die etwa erkennt, daß naturwissenschaftliche Forschung sehr wohl durch die I. mit politischen Idealen korrumpiert werden kann. [21] Auch entlarvt sich politische Propaganda als ein Versuch simplifizierender I. [22]

Laut Burke, der hier Freud folgt, steuern Motive, die sich als «grobe, knappe Beschreibung für bestimmte typische Muster diskrepanter und entgegengesetzter Stimuli» [23] beschreiben lassen, menschliche Handlungen. Motive sind bei Burke aber auch von der Struktur der Sprache abhängig und daher nicht im rein psychologischen Sinne zu deuten. Vielmehr entwickelt Burke eigene anthropologische Theorien, um Motive zu erklären. Seine Vorstellung von I. geht daher rhetorisch nicht in Fragen der Angemessenheit auf. Insbesondere reine I. (*pure identification*), die von der formalen I. zu unterscheiden ist, führt zur Konsubstantialität der kommunizierenden Personen und ist somit anthropologisch zu verorten: «gemeinsame Empfindungen, Konzepte, Bilder, Ideen, Haltungen, die sie [d. h. die Menschen, O. K.] als aus einem Stoff bestehend [engl. *consubstantial*] machen». [24] Burkes Substanzbegriff ist schwer zu fassen, er behauptet: «Eine Doktrin der *consubstantiality*, entweder explizit oder implizit, mag für jede Art von Leben nötig sein. Denn Substanz, in der alten Philosophie, war ein Akt; und eine Lebensart ist das *Zusammenhandeln*, und im Zusammenhandeln haben die Menschen gemeinsame Empfindungen, Konzepte, Bilder, Ideen, Haltungen, die sie zu einem Wesen machen, das aus einem Stoff besteht.» [25] Dieses Substanzdenken bringt eine metaphysische Annahme in die Theorie und wird entsprechend in der neueren Rezeption des Identifikationsbegriffes häufig unterschlagen. Es war für Burke aber keineswegs peripher. Er selbst thematisiert die Verbindung zu idealistischen Denkformen, ja sogar zur Magie. Laut W. B. Durham ist dem Begriff Substanz bei Burke ein ganzes «cluster» [26] von Bedeutungen zuzuschreiben. Zentral scheint jedoch der Handlungscharakter von Substanz: «Buchstäblich gesehen wäre die Sub-

stanz einer Person oder eines Dings etwas, das unter einer Person oder einem Ding steht und sie stützt.» [27] Insofern ist I. auf Handlungen bezogen und es ist auch auf der Basis des Substanzdenkens zu erklären, wieso I. zu Identität führt.

HOLOCHER versteht I. als einen sozialpsychologischen Mechanismus «der von Burke sowohl als Ermöglichungsgrund gesellschaftlicher Kooperation wie auch als Ursache des sozialen Zusammenhalts betrachtet wird. [...] Die Grundlage für diesen Ansatz bildet wiederum die individuelle und gesellschaftliche Wirklichkeit, die den Aufbau von Beziehungsstrukturen mittels identifikatorischer Prozesse als essentiellen Handlungsgrund aufweist, d. h. daß der Identifikationsvorgang für das psychische Gleichgewicht des Individuums von größter Bedeutung ist.» [28] Zugespielt bedeutet dies, daß sich nur durch I. Identität ausbilden läßt. Individuelle und soziale Aspekte sind in Identifikationsprozessen eng miteinander verzahnt, an Handlungen gebunden, die den Menschen substantiell definieren.

Für Burke ist «I.» ein Schlüsselbegriff der New Rhetoric und ein Komplement zum Begriff der Persuasion, um den die traditionelle Rhetorik konstruiert ist. [29] I. und Persuasion können sich überschneiden: «Was die Beziehung zwischen 'Identifikation' und 'Persuasion' angeht, sollten wir berücksichtigen, daß ein Sprecher eine Zuhörerschaft durch den Gebrauch stilistischer Identifikationen überredet; sein Persuasionsakt könnte den Zweck haben, die Zuhörer zu veranlassen, sich mit den Interessen des Redners zu identifizieren, und der Redner zielt auf eine Identifikation der Interessen, um ein Verhältnis zwischen sich und den Zuhörern entstehen zu lassen.» [30] Doch grundsätzlich ist I. ein weiter gefaßter Begriff, wie nicht zuletzt die Verbindung zum Phänomen der Konsubstantialität deutlich macht: «Aber füge Identifikation und Trennung ungenau zusammen, so daß du nicht genau wissen kannst, wo eines endet und das andere beginnt, so hast du die charakteristische Einladung zur Rhetorik.» [31]

Die Tragweite des menschlichen Identifikationsstrebens kann man nur mit Blick auf die anthropologische Definition des Menschen erschließen. Burke definiert: «Der Mensch ist das Symbole gebrauchende (herstellende, mißbrauchende) Lebewesen, Erfinder des Negativen (oder moralisiert durch das Negative), getrennt von seinem natürlichen Zustand durch die von ihm geschaffenen Instrumente, angetrieben durch den Geist der Hierarchie (oder bewegt durch den Sinn für Ordnung) und korrumpiert durch Perfektion.» [32] Der Mensch zeichnet sich demnach durch die Fähigkeit zur Symbolverwendung aus, die ihn von der natürlichen, unmittelbaren Lebensweise trennt, ihn dazu bringt, die Realität durch sprachliche Setzungen zu zerteilen und zur ständigen Produktion von Hierarchisierungen führt. Sprachlicher Ausdruck ist somit für Burke ein Mittel zur Etablierung, Aufrechterhaltung und Überwindung hierarchischer Ordnung. Ständiges Separieren und Klassifizieren schafft die Basis für das Streben nach I., für den Versuch, gemeinsame Substantialität wieder herzustellen. [33] Individualpsychologisch ist I. mit einem Gefühl der Zufriedenheit verbunden: «Der Mensch, der in der Schlacht stirbt, als Ergebnis einer falschen Identifikation, ist besser dran als ein Mensch, der sich mit überhaupt keiner gemeinsamen Strömung identifizieren kann.» [34]

Neben der reinen I. ist auch die formale I. ein rhetorisch relevantes Thema Burkes, mit dem sich sowohl die

Wirksamkeit dispositiver Regeln erklären läßt als auch die Wirkung rhetorischer Figuren. Solche rekurrente Strukturphänomene werden vom Adressaten als Angebote zur I. verstanden, die durch Gewohnheit etabliert wurden. Formen erwecken bestimmte Erwartungshaltungen, sind Identifikationsangebote. [35] Das Streben nach formaler I. zeigt sich im Bereich der *dispositio* in der Erwartung bestimmter Formeln in der Einleitung einer Rede (zum Beispiel *captatio benevolentiae* und *attentum parare*) genauso wie in den verschiedenen Mustern, die die Anordnung von Argumenten regulieren; im Bereich der *elocutio* lassen sich viele Figuren als stilistische Identifikationsangebote verstehen. Burke hat die verschiedenen Wirkungsweisen formaler Strukturen schon in «Counter-Statement» zu fünf Prinzipien zusammengefaßt, die auf das Phänomen formaler Identifikation verweisen: [36] 1.) «Syllogistic progression» bezeichnet die formale Identifikationswirkung, die von wohlgebauten Argumenten ausgeht, 2.) «Qualitative progression» steht für die Wirkung von motivierten inhaltlichen Steigerungen, 3.) «Repetitive form» ist das Prinzip der variierenden Wiederholung, 4.) «Conventional Form» wirkt als etablierte und bekannte Form auf den Rezipienten, als 5.) «Minor or incidental forms» schließlich betrachtet Burke die Reihe der rhetorischen Figuren.

III. *Rezeption und Kritik in der Gegenwart.* Zwar gehört die Theorie der I. zu den meistdiskutierten Teilen von K. Burkes Werk und meist wird die Erweiterung des Persuasionkonzeptes der Rhetorik auch positiv beschrieben. Jedoch haben nur wenige Rhetorikforscher wirklich Studien auf Basis dieser Theorie vorgelegt. Burkes Identifikationstheorie gilt als brillanter Gedanke, aber auch als empirisch kaum überprüfbar. Während L.V. HOLLAND noch argumentiert, daß Burke mit der Ergänzung der rhetorischen Perspektive um das Phänomen I. eine Erweiterung vornimmt, die im Rahmen der Aristotelischen Rhetorik bleibt, da weiterhin strategische Adressiertheit das entscheidende Merkmal von Rhetorizität sei [37], liefert gerade die Adressiertheit, die I. impliziert, auch eine Ursache für Kritik am Konzept der I., die vor allem infolge der intensiven Auseinandersetzung mit *race*- und *gender*-Fragen in der Rhetorik verbreitet ist. S. MILLER GEARHART etwa sieht die Notwendigkeit, das Konzept «I.» von einem impliziten persuasiven Hegemonialstreben zu läutern. Statt nach I. zu streben, solle ein gemeinsamer Verständigungsprozeß das Ziel eines Redners sein. [38] Überhaupt lassen sich, so M.L. PRATT, in vielen Situationen keine vorherrschenden Konzepte ausmachen, die miteinander in Übereinstimmung gebracht werden können. I. scheint demnach in hegemonialen Denkstrukturen befangen. [39] Auch J. BUTLER verbindet I. vor allem mit hegemonialen Territorialisierungsversuchen: «Sich zu identifizieren steht nicht im Gegensatz zum Begehren. Identifikation ist eine phantasmagorische Flugbahn und ein Entschluß des Begehrens; eine Annahme des Orts; eine Ortszuweisung eines Objekts, das Identität ermöglicht durch die temporäre Erlösung des Begehrens, das aber Begehren bleibt, wenn auch nur in seiner abgelehnten Form.» [40] K. RATCLIFFE untersucht I. im Sinne von Burke im Zusammenhang sozialer und kultureller Zugehörigkeit, weist dann aber darauf hin, daß der hier implizierte Zwang oft übersehen werde. [41] D. FUSS knüpft vor allem an FREUD und LACAN an und versucht die Frage nach der I. mit Geschlechteridentitäten in Hinblick auf «queer performativity» (homosexuelle

Performativität) zu problematisieren, um zu zeigen, daß I. kein unschuldiges Konzept ist. Sie argumentiert gegen eine zu einfache Verzahnung von öffentlicher und privater I. [42]

Die im Feminismus und Poststrukturalismus angestoßene Kritik an der I. greift durchaus schon zuvor bekannte Kritikpunkte auf, denn schon CH. PERELMAN verbindet mit I. die strukturelle Gewalt eines Redners, zumindest insofern sie nicht auf rationale Persuasion zielt. [43] Perelman befaßt sich mit I. vor allem als einem logischen Problem, verbindet I. mit einem Prozeß der Reduktion, der jeder Begriffsbildung zugrunde liege. [44] Diese logische Auffassung ist aber wiederum mit Burkes Vorstellung von I. allenfalls partiell zu Deckung zu bringen.

Indem H.W. JOHNSTONE JR. argumentiert, Rhetorik, sei nicht nur «Keil», sondern «Brücke» [45], und diese Idee mit dem Konzept der I. begründet, ist er ein legitimer Nachfolger Burkes, der über I. nicht-agonale Formen der Persuasion thematisieren wollte. Insofern Burke auch die «I.» im Inneren eines Individuums berücksichtigt, das sich selbst zum Adressaten wird [46], gerät das Konzept der I. in gedankliche Nähe zu BLUMENBERGS Theorie der Selbstüberredung, zumal I. von Burke als eine anthropologische Notwendigkeit verstanden wird. Kritisch zu sehen ist vor diesem Hintergrund die Funktionalisierung von I. im Bereich der praktischen Rhetorik, wenn etwa M.H. LUDWIG argumentiert: «Aus der Verschleierung der eigenen Endabsicht läßt sich die Methode ableiten, den Verhandlungspartner die eigene Idee als die seine übernehmen zu lassen[...].» [47]

H.U. GUMBRECHT hat sich mit Blick auf die Reden der Französischen Nationalversammlung im Jahre 1792 mit dem Problem der I. beschäftigt. Für ihn ist die Identitätsverteidigung eine besondere Herausforderung für politische Redner, die sich wechselnden Verhältnissen anpassen und mit «wechselseitiger Bestimmung von präsentierten (eigenen) und identifizierten (fremden) Rollen» [48] reagieren. Diese Theorien beweisen das Potential des Konstruktus I. im rhetorischen, ja allgemein kommunikativen Kontext. So hat H.H. EGGBRECHT auf die I. des Zuhörers mit Musik verwiesen, um die Wirkung von Musik zu erklären. [49] Auch wenn I. nur schwer empirisch abzubilden ist, hat das Konzept einen hohen heuristischen Wert, weil es modellhaft erklären kann, weshalb Persuasion gelingt oder auch mißlingt, und weshalb die *aptum*-Kategorie in der Systematik der Rhetorik eine zentrale Stellung einnimmt.

Anmerkungen:

- 1 vgl. K. Burke: *A Rhetoric of Motives* (Berkeley 1969) 55. – 2 Arist. *Rhet.* 1415b. – 3 vgl. Homer: *Odyssee* IV, 278ff. – 4 Arist. *Rhet.* 1377b. – 5 Arist. *EN* 1172b. – 6 Cicero, *De officiis* I, 111. – 7 Cic. *De or.* II, 186. – 8 ebd. 187. – 9 vgl. Lessing: *Hamburgische Dramaturgie*, 1. Stück. – 10 A. Müller: *Zwölf Reden über die Beredsamkeit und deren Verfall in Deutschland*, hg. von W. Jens (1967) 54. – 11 vgl. K. Haußer: *Identitätspsychol.* (1995) 99–100. – 12 vgl. E.H. Erikson: *Jugend und Krise. Die Psychodynamik im sozialen Wandel* (1981) 159ff. – 13 vgl. Burke [1] 38. – 14 ebd. 20. – 15 vgl. ebd. 65–69. – 16 D. Fogarty: *Roots for a New Rhetoric* (New York 1959) 75. – 17 Burke [1] 55. – 18 vgl. ebd. 35. – 19 ebd. 24. – 20 ebd. 24. – 21 vgl. ebd. 32–35. – 22 vgl. ebd. 26. – 23 K. Burke: *Permanence and Change* (Los Altos 1954) 29–30. – 24 Burke [1] 21. – 25 ebd. 21. – 26 W.B. Durham: *K. Burke's Concept of Substance*, in: *Quart. J. of Speech* 66 (1980) 363. – 27 K. Burke: *A Grammar of Motives* (New York 1955) 22. – 28 H. Holocher: *Anfänge der New Rhetoric* (1996) 127. – 29 vgl. K. Burke: *Rhetoric – Old and New*, in: M. Steinmann (Hg.): *New Rhetorics* (New York 1967) 63. – 30 ders. [1] 46. – 31 ebd. 25. –

32 K. Burke: Language as Symbolic Action (Berkeley, Los Angeles 1966) 16. – 33 vgl. ders. [1] 22. – 34 ders.: Attitudes Toward History (Boston 1961) 263. – 35 vgl. ders. [1] 58–59. – 36 vgl. K. Burke: Counter-Statement (Chicago 1953) 124–128. – 37 L. V. Holland: Counterpoint. K. Burke and Aristotle's Theories of Rhetoric (New York 1959) 107. – 38 S. Miller Gearhart: The Womanization of Rhetoric, in: Women's Studies Int. Quart. 2 (1979) 195–202, hier: 196–198. – 39 M.L. Pratt: Arts of the Contact Zone, in: ADE Bulletin (1988) 33–40. – 40 J. Butler: Bodies That Matter. On the Discursive Limits of «sex» (New York 1993) 99. – 41 vgl. K. Ratcliffe: Rhetorical Listening: Identification, Gender, Whiteness (Carbondale 2005), Kap. 2. – 42 vgl. D. Fuss: Identification Papers: Readings on Psychoanalysis, Sexuality, and Culture (New York 1995) 2. – 43 vgl. Ch. Perelman: Le Champ de l'argumentation (Brüssel 1969) 43. – 44 ebd. 282. – 45 H.W. Johnstone Jr., M.L. Mifsud: Wedge and Bridge. A Note on Rhetoric as Distinction and as Identification, in: Rhetoric Society Quart. 29, 2 (London 1999) 75–78. – 46 Burke [1] 38. – 47 M.H. Ludwig: Prakt. Rhet. (1988) 73. – 48 H.U. Gumbrecht: Über die allmähliche Verfertigung von Identitäten in politischen Reden, in: O. Marquard, K. Stierle (Hg.): Identität (Poetik und Hermeneutik VIII) (1979) 117. – 49 H.H. Eggebrecht: Musik verstehen (1995) 100.

Literaturhinweise:

D.G. Day: Persuasion and the Concept of Identification, in: Quart. J. of Speech 46,3 (1960) 270–273. – J.W. Kirk: K. Burke and Identification, ebd. 47 (1961) 414–415.

O. Kramer

→ Adressant, Adressat → Handlungstheorie → Hörer → Kommunikationstheorie → New Rhetoric

Inscript (griech. ἐπιγραφή, epigraphé; lat. titulus, inscriptio; engl. inscription, epigraph; frz. inscription; ital. epigrafe, iscrizione)

A.I. Def. – II. Bereiche und Disziplinen. – III. Gattungen: 1. Grabinschriften. – 2. Monumentalinschriften. – 3. Bau-, Stiftungs- und Weihinschriften. – 4. Kleininschriften und Graffiti. – 5. Informationsinschriften. – IV. Form und Sprache. – B. Historische Entwicklung: I. Frühe Schriftkulturen. – II. Antike. – III. MA und frühe Neuzeit. – IV. Moderne und Nachmoderne.

A.I. Def. Unter «I.» im weiteren Sinne versteht man Schriftprodukte, die zum Zweck der überzeitlichen Präsentation einer Aussage gegenüber einem anonymen Publikum auf dauerhaften Schriftträgern öffentlich angebracht werden. [1] Im engeren Sinne versteht man unter «I.» meist auf unbeweglichen, monumentalen Schriftträgern öffentlich angebrachte Texte.

I. können unterschiedlichen kommunikativen Zwecken dienen. Vorherrschend sind I. *epideiktischen* (Ethos-Darstellung, Repräsentation, Propaganda, Appell etc.) oder informativen (*docere*) Charakters. I. bezwecken in der Regel nicht die realistische Abbildung von Welt, sondern versuchen bestimmte Sichtweisen zu vermitteln und so das Publikum zu beeinflussen (persuasiv, beherrschend, identitätsstiftend, etc.); I. spiegeln daher Idealisierungen von Gesellschaft, Staat und Religion etc. wider.

Fast allen I. gemein ist der Anspruch breiter, öffentlicher Rezeption; v.a. politisch motivierte I. können in vormodernen Gesellschaften eine der modernen *Massenkommunikation* vergleichbare Funktion erfüllen. Aufgrund der kommunikativen Funktion von I. wird die kulturelle Bedeutung von I. (bzw. I.-Gattungen) nicht nur von den Urhebern gesteuert, sondern auch vom Publikums-Interesse, das seinerseits von äußeren Faktoren

(Alphabetisierung, konkurrierende Kommunikationsmedien etc.) beeinflusst wird.

Die kommunikative Reichweite der I. ist abhängig vom Schriftträger (beweglich/unbeweglich) und der räumlichen Lage (öffentlicher Platz, Denkmal, Gebäude-Außenwand, im Gebäudeinneren etc.) der I. Konstitutiv für alle I. ist die unauflösbare Einheit von Wort und Inscriptträger, der die (durch Sekundärüberlieferung nur partiell überwindbare) Singularität und Raumbundenheit der I. bedingt: Erst der räumliche und monumentale Kontext der I. ermöglicht die vollständige Rezeption der intendierten Aussage durch das Publikum.

II. Bereiche und Disziplinen. Als Disziplin der wissenschaftlichen Bearbeitung von I. in ihrer sprachlichen, technischen und kulturellen Dimension hat sich die *Epigraphik* nur für manche Epochen (v.a. griechische und römische Antike, Mittelalter und Frühe Neuzeit) [2] etabliert; daneben ist die Untersuchung von I. einzelner Kulturen Gegenstand der jeweiligen sprach- und kulturwissenschaftlichen Fachbereiche. Als Teile von Denkmälern, die bildliche und textuelle Darstellung miteinander verbinden, sind I. Gegenstand der Kunstgeschichte bzw. der kunsthistorisch arbeitenden archäologischen Disziplinen. Für die historischen Wissenschaften stellen I. eine wichtige Quellengattung dar. Aufgrund ihrer kommunikativen Funktionen und Wirkungsweisen sind I. auch für die Kommunikationswissenschaften (Rhetorik, Medienwissenschaften, Semiotik etc.) von Interesse.

III. Gattungen. 1. Grabinschriften. Grab-I. sind die wesentlichen Informations- und Bedeutungsträger des Grabdenkmals. In Kulturen mit Körperbestattung stellen sie meist die größte I.-Gruppe dar. Sie dienen der rhetorischen Wirkungsfunktion der Verewigung (*memoria*), der Repräsentation (sozialer Status, Bildungsgrad, Leistungen etc.) der im Grabdenkmal verewigten Person, teilweise auch des I.-Stifters (z.B. in römischen Grab-I.). [3] Daneben werden häufig gesellschaftliche Werte verhandelt. In den meisten I.-Kulturen finden sich vor allem in Grab-I. auch Angehörige sozial nicht privilegierter Schichten und Gruppen individuell repräsentiert (eine Ausnahme stellt das hohe Mittelalter dar). [4]

Das formale Spektrum der Grab-I. ist weit und reicht von der häufigsten Form der bloßen Namensnennung über biographische Daten, Zitate und Gnomen bis hin zu an der *Lobrede* orientierten Grabreden (z.B. die sog. *Laudatio Turiae*) [5], *sermocinatio* und fiktionalen Dialogen zwischen Grabstein bzw. bestatteter Person und Betrachter. [6] In der Regel befinden sich Grab-I. im Kontext von Friedhöfen oder Nekropolen an öffentlich zugänglichen, repräsentativen Orten (bei Tempeln oder Kirchen, an Ausfallstraßen außerhalb der Städte etc.), sind also als Elemente *privater* Gedächtniskultur öffentlich angebracht. Grab-I. im Kontext einer *öffentlichen* Gedächtniskultur gehören als Bestandteile von Repräsentativgräbern (Kenotaphe wie im Typus «Grab des unbekanntenen Soldaten») dem Bereich der Monumental-I. an.

2. Monumentalinschriften. Monumental-I. gehören als autarke Monumente oder als erläuternde, ergänzende oder künstlerische Beischriften unmittelbar zu gegenständlich-bildlichen Kunstwerken und/oder zum besonderen Ort des Denkmals. Sie stellen ein wesentliches Medium der öffentlichen Gedächtniskultur dar und können wie Grab-I. als komprimierte Gedenkreden be-

trachtet werden. Je nach Stiftungskontext erfüllen Monumental-I. neben der Funktion der *memoria* verschiedene weitere Wirkungsabsichten (Repräsentation, Lob/Tadel, Appell, Information, künstlerische Gestaltung etc.) gegenüber den für den jeweiligen Anbringungsort relevanten Publika.

3. Bau-, Stiftungs- und Weihinschriften. Bau-I. werden in der Regel im Zusammenhang mit dem Bau oder der Renovation eines Bauwerks auf repräsentativen Gebäudeteilen (oberhalb von Türstürzen, auf Friesen etc.) angebracht. Formal sind sie in der Regel sachlich-informativen Charakters (Bau-/Renovationsdatum, Bauherren etc.). Die rhetorische Wirkungsfunktion ist jedoch nicht allein im Bereich der Information zu suchen. Bau-I. haben meist einen *epideiktischen* Zweck, indem sie etwa das bezeichnete Bauwerk als religiös (Stiftung an eine Gottheit) oder politisch motivierte, gemeindliche Leistung des Bauherren darstellen [7], öffentliche Gebäude in identitätsstiftender Weise in ihrer Funktion beschreiben (z.B. die Bau-I. «Dem Deutschen Volke» über dem Westportal des Berliner Reichstagsgebäudes) oder ein positives Bild (als fromm, aufgeklärt, tüchtig etc.) von den Bewohnern eines Hauses vermitteln (Haus-I.). Eine ähnliche Funktion haben auch Stiftungs- oder Weih-I., die auf gestifteten/geweihten Gegenständen auf den/die Urheber der Stiftung hinweisen und diese so in ihrem Einsatz für die jeweilige öffentliche oder sakrale Einrichtung präsentieren. [8]

4. Kleininschriften und Graffiti. Als Klein-I. bezeichnet man verschiedene auf beweglichen Gegenständen angebrachte I., so z.B. Herstellerzeichen (in Worten oder Symbolen) oder erbauliche, humoristische, erotische etc. Sprüche auf profanen Gebrauchsgegenständen. Klein-I. haben in der Regel keinen oder einen wirtschaftlich begründeten (Herstellerzeichen) repräsentativen Charakter. Graffiti stellen eine andere Kleinform von I. dar. Sie erfüllen Zwecke individueller Selbstdarstellung (z.B. Überwindung großstädtischer Anonymität in den Autorensymbolen [engl.: *tags*] moderner Graffiti-Kultur) sowie politischer oder künstlerischer Kommunikation [9], und sie weisen in ihrem Entstehungskontext (Spontaneität, Autonomie, bisweilen Illegalität etc.), ihrer materiellen und künstlerischen Gestaltung sowie ihrem eher ephemeren Charakter eine gewisse Differenz zu öffentlich gestifteten I. auf.

5. Informationsinschriften. Grab-, Bau-, Stiftungs- oder Monumental-I. haben in der Regel auch informativen Charakter. Als eigener I.-Typus sind von diesen solche I. zu scheiden, deren Wirkungsabsicht einzig oder überwiegend in der sachlichen Information zu suchen ist. Derartige öffentlich angebrachte Texte (Gesetze, Wegweiser, Kilometersteine, Hinweisschilder etc.) werden nicht immer als I. im eigentlichen Sinne wahrgenommen, erfüllen jedoch alle Kriterien zur Qualifikation als I. Der fließende Übergang zwischen informativen und monumentalen I. wird deutlich am Beispiel solcher Informations-I., bei denen die Sachinformation allein die dauerhafte Dokumentation als I. nicht erklären kann (Gesetze, Dekrete etc.) [10] oder bei denen die Sachinformation zwar im Vordergrund steht, denen jedoch gleichwohl ein monumentaler Charakter zukommt (topographische Markierungen, historische Informationstafeln etc.).

IV. Form und Sprache. Die sprachliche Ausgestaltung von I. hängt vom intendierten Publikum und der Aussageabsicht ab. So finden sich in multilingualen Gesellschaften verstärkt mehrsprachige I., die eine breite Re-

zeption des I.-Textes ermöglichen; ein Verzicht auf Multilingualität kann umgekehrt selektiv und politisch anstößig wirken. Daneben kann die Verwendung bestimmter Sprachen (in der Neuzeit v.a. Latein, Altgriechisch) der Repräsentation individueller Bildung dienen. Auch ein Abweichen von der Hochsprache (z.B. zugunsten des lokalen Dialekts oder einer archaisierenden Sprachstufe) ist in I. nicht selten (z.B. in Haus-I.) [11] und beeinflusst die Gesamtaussage, indem sie beispielsweise den Stifter als einheimisch oder als traditionsbewußt zu erkennen gibt. Metrische Gestaltung von I. entspringt oft einem religiös-rituellen Kontext und kann mehrere Funktionen erfüllen (Signum religiösen Charakters, Memorierbarkeit, Repräsentation von Bildung etc.).

Die Bandbreite der inschriftlich verwendbaren Stilformen, Figuren und *Topoi* ist entsprechend der variablen monumentalen Kontextualisierung der einzelnen I. zunächst unbegrenzt. Vor allem in narrative I. finden Gattungskonventionen, Stilmittel und *Topoi* der zeitgenössischen Rhetorik unmittelbaren Eingang. Dabei bilden sich jedoch innerhalb der jeweiligen I.-Kulturen meist (gattungs-)spezifische Stilformen heraus. Auch *inventio* und *dispositio* von I. können bestimmte gattungsspezifische Muster entwickeln. So folgen insbesondere religiösen oder staatlichen Kontexten entstammende I. nicht selten festgelegten Formularen, die die rituelle oder prozedurale Konformität der I. gewährleisten.

Auch der materielle Kontext der I. hat Einfluß auf die stilistische Gestaltung: Abhängig von verwendetem Schriftträger und monumentalem Kontext steht für I.-Texte nur begrenzter Raum zur Verfügung. Dies hat zu spezifisch epigraphischen Formen der Textgestaltung geführt. An erster Stelle sind hier Abkürzungssysteme (Akronyme, Ligaturen, Wortzeichen etc.) zu nennen, die besonders bei weitverbreiteten formelhaften Wendungen die Anbringung auf engstem Raum ermöglichen. Auch unabhängig von Abkürzungen sind I. in der Regel in einem knappen, sachlichen Stil verfaßt (*Lapidarstil* von lat. lapis, Stein). [12] In manchen Kulturen bilden sich zudem spezifisch epigraphische Schrifttypen aus (ägyptische und hethitische Hieroglyphen, römische Capitalis etc.), deren aufwendige Ausführung meist die monumentale Qualität einer I. unterstreicht. Auch die materielle Ausführung des Schriftträgers kann einen Aussagewert gewinnen, etwa indem eine besonders große oder mit vergoldeten Lettern ausgearbeitete Grab-I. ein Grabdenkmal im Kontext der konkurrierenden Gräber eines Friedhofs/einer Nekropole besonders herauszuheben vermag. [13] Insofern gehören materielle Ausführung und baulicher Kontext mit zum stilistischen Repertoire einer I.

B. Historische Entwicklung. I. Frühe Schriftkulturen. Studien zur kommunikativen Funktion liegen für den mesopotamischen und kleinasiatischen Raum v.a. bezüglich der sog. *Königs-I.* vor. [14] Diese I.-Gattung umfaßt Bau- und Weih-I., Vertrags- und Gesetzestexte (vgl. Codex Hammurabi) [15], statuarische sowie historisch-narrative I. (Epen, Hymnen erzählende Tatenberichte von Herrschern). Sie dienen der timokratischen Legitimation von Herrschaft, der *memoria* sowie der weltlich manifesten Verewigung der Herrscherperson (vgl. die präventiven Fluchformeln gegen Zerstörung der I.). [16] Manche Königs-I. erfüllen außerdem eine der Geschichtsschreibung vergleichbare Funktion, wobei die Präsentation historischer Ereignisse stets einem