

УДК 811.112.2:808.5:34

Artiukhova A. A.

DAS RHETORISCHE GRUNDMUSTER DER JURISTISCHEN KOMMUNIKATION

Der vorliegende Artikel ist der Untersuchung der rhetorischen Besonderheiten der juristischen Kommunikation gewidmet. Der Rechtsdiskurs wird nach dem bestimmten rhetorischen Grundmuster gebaut, das Einverständnis zwischen den Kommunikanten herstellen hilft.

Schlüsselwörter: juristische Rhetorik, Rhetor, Adressat, Subsumtion.

Артюхова А. О. Риторична модель юридичної комунікації. Дана стаття присвячена дослідженню риторичних особливостей юридичної комунікації. Правовий дискурс будується за певною риторичною моделлю, що допомагає створити порозуміння між учасниками комунікації.

Ключові слова: юридична риторика, ритор, адресат, субсумція.

Artiukhova A. A. The rhetoric model of law communication. The paper is focused on the rhetoric features of law communication. The law discourse is built on certain rhetoric model, which contributes to creating the relevant understanding level between communicators (discourse partners).

Key words: law rhetoric, rhetor, recipient, subsumption.

Das vorliegende Projekt ist der Untersuchung der rhetorischen Besonderheiten der juristischen Kommunikation gewidmet. Recht und Rhetorik gehören zusammen wie die zwei Seiten einer Medaille. Das römische Recht etwa, das entzückte Humanisten später als *ratio scripta*, aufgeschriebene Vernunft loben werden, entstand als Rhetorikprodukt. Die römische Rhetorik entfaltete sich aber dank des täglichen Streiks darüber, was rechtens sei. Rechtserwartungen, juristische Meinungen und Gesetze lieferten den Werkstoff. Rhetorik war das Werkzeug. Man wusste und beachtete, dass Arbeitsergebnisse davon abhängen, wer welches Werkzeug mit wie viel Geschick einsetzt. Das galt, bis ein "fortgeschrittenes" Rechtsverständnis den Zusammenhang aufbrach und die rhetorische Seite verwarf, als unvereinbar mit "dem Wesen" des Rechts. Seit rund 250 Jahren begegnet die bei Rechtsphilosophen und Rechtsdogmatikern herrschende Meinung der Rhetorik verächtlich. Das Recht wurde vorbehaltlos in die Hände der Vernunft gelegt, Rhetorik vom rationalistischen Standpunkt aus zu einer Art Schmuddeldenken abgestempelt. Aber

seit dem XX Jahrhundert ist das Interesse an rhetorischer Theorie und Analyse neu erwacht [7; 8]. Eine Rückbesinnung auf das Rhetorische liegt freilich im Trend der Epoche: "Kommunikation" ist zum Paradigma in der Gesellschaft und für untrennbar zu halten [5].

Das *Ziel* der vorliegenden Arbeit ist das rhetorische Grundmuster der juristischen Kommunikation zu beschreiben, das als *Objekt* der Forschung gilt.

Rhetorik versteht man als Redekunst, als Lehre von der wirkungsvollen Gestaltung der Rede [10, 2779]; als Kunst oder Wissenschaft vom guten, wirkungsvollem, schönem Reden, als Kunst des Überredens und Überzeugens [7]; Kunst des guten Redens und Schreibens, die dazu dient, in öffentlichen Angelegenheiten für Ziele zu werben, Entscheidungen zu rechtfertigen und Handlungen herbeizuführen [4]; als Technik, Einverständnis herzustellen [3,31].

Zweierlei bezeichnet der Name "Rhetorik". Zunächst die Mittel, mit deren Hilfe das Einverständnis hergestellt wird, oder mit deren Hilfe ein Mensch Einverständnis zu erreichen sucht. Zugleich ist damit die Lehre benannt, die von den Mitteln und Wegen zum Einverständnis handelt.

In diesem Sinn ist *juristische Rhetorik* die Technik der fachlichen Verständigung bei der Rechtsanwendung. Sie ist der Inbegriff jener Mittel, die ein Jurist einsetzt, um kollegialiter Zustimmung zu finden oder jedenfalls der Widerrede vorzubeugen [3, 31]. Die Rhetorik wird in den Rechtswissenschaften als Theorie vom begründeten Reden beschrieben [9, 14].

Rhetorik ist eine Technik (griech. *techne*) Die Technik kann als Kunst, Wissenschaft, Handwerk, Gewerbe übersetzt werden. Nach unserem Verständnis sind dies sehr verschiedenartige Vorgänge. Juristisches Arbeiten hat durchaus von jeder dieser Sparten etwas an sich. Aus dem weiterem Bedeutungsangebot zu *techne* trifft "wissenschaftliche Tüchtigkeit" das Selbstverständnis des Juristen am besten: Tüchtigkeit, als erprobtes Handeln; dabei wissenschaftlich, also auf Systematik und Konsequenz bedacht. Wodurch man einigermaßen abgesichert sei gegen Offerten, die im Wörterbuch gleich daneben stehen: "Kunstgriff, List, listiger Anschlag".

Rhetorik ist der eingeübte, kundige Umgang mit solchen Mitteln, die Einverständnis bewirken. Schon die Lehrbücher der Antike haben das rhetorische Instrumentarium klassifiziert. Aristoteles unterscheidet zwischen Werkzeugen aus dem Bereich des Ethos, des Logos und des Pathos [1, 13-14].

Im Feld des *Logos* bewegt man sich *sachlich*. Dort werden *Argumente* vorgetragen und *Beweise* geführt. Der rhetorische Logos setzt auf Wahrheit und Richtigkeit; doch er billigt ebenso das "Einleuchtende": das Plausible. Zugleich setzt er darauf, dass der Adressat, um dessen Einverständnis geworben wird, mit vernunftwidrigen Zumutungen nicht zu gewinnen sei. *Ethos* ist die Handlung des Redners: der Inbegriff jener Wertvorstellungen, von denen er sich bei seiner Arbeit lässt. Für die klassische römische Rhetorik ist der Redner ein "Ehrenmann". Nur ein Ehrenmann sei zum wahren Rednertum begabt. Eine berufsspezifische Rhetorik wie die juristische hat hiernach jedenfalls die Forderungen aus dem Berufsethos in ihr Programm aufgenommen. Unter dem Stichwort "Pathos" sind überwiegend nicht argumentative Stilmittel versammelt, das heißt: jeder Wortgebrauch ohne inhaltlichen Beitrag zur Sache. Solche "Figuren" liefert die Rhetorik in Fülle. Beispiele: Ein Text verwendet Alliterationen, Metaphern, er betont durch Veränderung des Satzbaus und enthält nachdrückliche Füllworte. Ziel des rhetorischen Pathos ist es, Argumente hervorzustellen; ihnen mehr Gewicht zu geben [3, 32; 8, 18].

Das rhetorische Ziel der juristischen Kommunikation ist das Herstellen des Einverständnisses. Darauf sind alle rhetorischen Anstrengungen gerichtet. Rhetorik ereignet sich in einer Beziehung zwischen zwei Subjekten. Das eine Subjekt ist der *Rhetor*, das andere dessen *Adressat*. Der Rhetor will im Adressaten eine Wirkung erzielen: den Adressanten zum Einverständnis bringen. Um dies zu erreichen, sucht er einen Ansatzpunkt; an der rechten Stelle richtig berührt, wird der Adressat sich in die gewünschte Richtung bewegen. Doch der Adressat ist nicht beliebig verfügbar (kein Objekt); er ist (mehr oder weniger) Herr der Bedingungen, unter denen er sich bewegen lässt. Mit diesen Bedingungen muss das Ansinnen des Rhetors vereinbar sein. Der Adressat wird dem fremden Ansinnen beipflichten, wenn er darin die eigene Meinung

(wieder)erkennen kann; er wird es hinnehmen, wenn ihm Einwände fehlen. Ihm jene Erkenntnis zu verschaffen, oder wenigstens Einsicht in die Unabwendbarkeit zu stiften, macht die Kunst des Rhetors aus.

Der Rhetor platziert in der Gedankenwelt des Adressaten den gewünschten Wirkfaktor. Er findet dort eine Prämisse vor, in die er einstellen kann, worauf es ihm ankommt; oder er trifft wenigstens eine Nische, eine sichere Leerstelle an, die vor Widerspruch bewahrt. Eine Zuordnung, wie der Rhetor sie vorzunehmen hat, nennt man *Subsumtion*. Subsumieren heißt "einem Oberbegriff unterordnen; unter einer Kategorie einordnen; unter einem Thema zusammenfassen" [11, 3313] Die Subsumtion hat eine bestimmte Struktur (Syntax) und ist begleitet von einer Verwendungslehre (Pragmatik).

Subsumtion ist die Unterordnung eines Besonderen unter ein Allgemeines [2]. Logisch beschrieben: Das Besondere (B) ist dem Allgemeinen (A) subsumiert, weil B über eine Gemeinsamkeit an A logisch vermitteln wird. Rhetorisch gewendet, ist das Besondere (B) das Desiderat (der Wunschinhalt) des Rhetors; das Allgemeine (A) ist ein Segment aus der Vorstellungswelt des Adressaten; die Zuordnung von B an A gelingt, sofern der Adressat B in A erkennt oder wenigstens B nicht aus A verweisen kann. Subsumiert wird nicht nur, wenn dem Adressaten ein ihm neuer Gedanke beigebracht werden soll. Auch der Versuch, ihn von einer Meinung abzubringen, verläuft entsprechend. Beispiel: Der Adressat soll die Meinung Z verwerfen; also lehre man ihn. Dass allein nicht-Z unter seine eigene Ansicht fällt; gleichbedeutend: dass A und Z einander widersprechen, ein vernünftiger Mensch sich deshalb von Z trennen müsse [2, 16; 9, 67].

Die Subsumtion wird als institutioneller Zeichenprozeß verstanden und steht zwischen zwei wissenschaftlichen Disziplinen [9, 16]. Zunächst steht die Subsumtion im Mittelpunkt, d.h. das juristische Entscheidungsverfahren, in dem eine gesetzliche Norm und ein Lebenssachverhalt zueinander in Bezug gesetzt werden, um daraus eine Rechtsentscheidung zu entwickeln. Damit ist die juristische Entscheidungstechnik angesprochen, insbesondere die zugrunde liegende Methode und Dogmatik, also eine rechtswissenschaftliche Fragestellung. Dagegen eröffnet die Einordnung der Subsumtion

als institutioneller Zeichenprozeß eine zeichentheoretische Betrachtung, d.h. im Mittelpunkt stehen Herstellung, Darstellung und Rezeption, kurz der Gebrauch von Zeichen [9, 16].

Die Subsumtion als rhetorisches Grundmuster umfasst folgende Elemente: (1) den Rhetor; (2) den Adressanten; (3) das zu subsumierende Besondere (These); (4) das aufnehmende Allgemeine (Prämisse); (5) den Vorgang des Subsumierens. Dieser Vorgang vollzieht sich in einem prägenden Kontext, der (6) rhetorischen Situation [2, 16].

Der Rhetor (lat. *rhetor* – Redner, Meister der Redekunst) [10, 2779] verfolgt ein Interesse, dessen Befriedigung vom Konsens mit dem *Adressaten* abhängt. (Exemplarisch: Ein Kläger gewinnt seinen Prozess, wenn die ihm nützliche Rechtsansicht auch die Meinung des Gerichts ist.) Der Rhetor formuliert die Meinung (die These), die im Adressaten wirken soll; der Adressat wird, was er akzeptieren kann, zur Maxime für sein Verhalten machen. Drei Aufgaben muss der Rhetor bewältigen: eine These bilden, die seinem Interesse nützt; die Prämisse im Adressaten ermitteln, unter welche die These subsumierbar ist; die Subsumtion durchführen.

Erreichen wird der Rhetor nur solche Adressaten, mit denen er von vornherein Gemeinsamkeiten besitzt – eine Gleichsinnigkeit im aktuell erheblichen Bereich. Beide Seiten müssen dieselbe Sprache sprechen, nicht nur im Vokabular, sondern auch bei den entscheidenden Sachansichten. Ein Gegenüber mit entschieden konträrer Meinung, ist rhetorisch nicht ansprechbar. Um das *tertium comparationis* (das gemeinsame Dritte) zu treffen, braucht der Rhetor Adressatenkenntnis. Er muss wissen, welche Ansichten dort gelten, welche nichts wert sind; welche Vorurteile festgefügt, welche erschütterbar, widerleglich sind; welche Ausdrücke ankommen, welche den Zugang versperren. Dem Rhetor geht es darum, dass seine Sache zur gemeinsamen wird.

In der *These* bringt der Rhetor zum Ausdruck, was er für richtig hält. Wäre die (rechtliche) Sache so, wie die These sie darstellt, das rhetorisch verfolgte Interesse würde befriedigt. (Der Kläger würde den Rechtsstreit gewinnen). Die These wird auf Konsensfähigkeit zugeschnitten; sie wird, mit anderen Worten, an den – vermuteten

oder bekannten – Prämissen der Adressatenseite gemessen. These ist alles aus einer Argumentation, was nicht von vornherein im Einverständnis steht. Ein Thesenstück kann der Prämisse näher oder ferner liegen; entsprechend lang ist die Brücke zwischen beiden zu schlagen, und demgemäß kommen Argumente – Brückenteile – mit höherer oder geringerer Fraglichkeit (Begründungsbedürftigkeit) vor.

Der Rhetor setzt *die Prämisse* voraus, der Adressat gesteht sie zu. Sie enthält, worauf der Rhetor bauen kann. Prämisse ist die Sphäre des Fraglosen auf Seiten des Adressaten. Ohne fraglose Elemente aber ist keinerlei Argumentation möglich. Die Prämisse ist akzeptiert, daher Quelle für weitere Akzeptanz(en). Ihr Inhalt gilt – also muss alles weitere, das in ihr aufgeht, gleichfalls gelten. Ein vernünftiger Mensch darf nicht so inkonsequent sein und einen Obersatz zwar anerkennen, eine Folge daraus jedoch verwerfen [2, 18; 6, 156].

Erste Erfolgsbedingung für den Rhetor ist, dass er Prämisse des Adressanten kennt. Diese Kenntnis besteht am ehesten in einem gemeinsamen Wertmilieu. Für das typische Mitglied einer Gesellschaft, einer Schicht, eines bestimmten Personenkreis sind bestimmte Inhalte werthaft: erstrebenswert, achtenswert, erwünscht. Zu solchen Werten gehört z.B. Freiheit. Eine spezielle Art von Prämissen lenkt die Verständigung über das Recht: die gesetzliche(n) Vorschrift(en). Der juristische Rhetor weiß, worauf der Adressat sich mindestens einlassen muss: auf Gesetzestext. Die Prämisse mag vernünftig sein oder nur ein unbedachtes Vorurteil. Auf ihre Basis kommt der Rhetor nur zu sprechen, wenn er daraus Argumente für die Subsumtion ziehen will.

Das Subsumieren vollzieht, bildlich gesprochen, den Brückenschlag zwischen These und Prämisse. Logische Voraussetzung ist, dass beide Pole über ausreichende gemeinsame Momente miteinander verknüpft werden können. Die verbindenden Merkmale zu identifizieren, kann mühsam sein; schon, weil These und Prämisse einander zumeist auf verschiedenen Abstraktionsebenen gegenüberstehen. Die Subsumtion kann man sowohl als Struktur, als auch als Methode erfassen, aber sie bildet nur ein Gerüst, das mit Sinn

ausgefüllt sein muss. Thesensätze, Prämissensätze, vermittelnde Argumente zwischen beiden haben Inhalte, bringen etwas sachliches zum Ausdruck. Im Inhaltlichen muss die Subsumtion auch gelingen. Der Zusammenhang muss semantisch und sachlich stimmen. Die Subsumtion gelingt nur, sofern sie aus den beteiligten Sätzen einen sinnhaltigen Text herzustellen vermag [2, 21].

Jeder Anwendungsfall des rhetorischen Grundmusters hat seine prägenden Umstände. Dazu gehören die Kommunikationsteilnehmer, der Anlass der Rede, das Ziel, das der Rhetor verfolgt, die Rituale, die zu beachten sind (wie etwa im Rechtsstreit vor Gericht). Alles das verschränkt sich zur Gelegenheit, inmitten welcher der Rhetor die Subsumtion unternimmt. *Die rhetorische Situation* ist mitentscheidend: sie setzt Bedingungen, die der Rhetor erfüllen oder verfehlen kann. Im Einklang mit ihr muss er die rhetorischen Mittel wählen, die er einsetzt bei der Formulierung seiner These, beim Ermitteln der Prämisse und im Subsumtionversuch.

Die Situation ist die Gesamtheit der räumlich-zeitlichen Bedingungen, unter denen soziales Handeln sich vollzieht [2, 84]. Die rhetorische Situation Justiz kann durch zwei Akteure und deren Rollen definiert werden: den Rechtsanwalt und den Reicher (oder das Richterkollegium "Gericht"). Der Anwalt ist Rhetor, der Richter sein Adressat. Der eine will über ein bestimmtes juristisches Ergebnis Einverständnis erzielen, für das er nach den Regeln des Fachs wirbt, indem er plausible Gründe nachweist. Der andere gewährt oder verweigert den begehrten Rechtsspruch, von den rechtlichen Gründen geleitet. Aber nicht nur der Rhetor hat ein Begehren angemeldet, beteiligt ist zugleich ein Kontrahent, der den Adressaten für eine andere Entscheidung in derselben Sache gewinnen will. Der Rhetor muss immer mit Einwänden rechnen und diese vor dem Adressaten entkräften; ein Teil seiner Arbeit besteht in der Abwehr von Gegenmeinungen.

Nun kann man zusammenfassen, das das Hauptziel der juristischen rhetorischen Kommunikation ist die Überzeugung, die mit Hilfe der Subsumtion erfolgt. Der Adressat wird zum Einverständnis nach dem bestimmten rhetorischen Muster gebracht, das aus den Akteuren (Rhetor und dem Adressat), den Gegenständen (These und

Prämisse) und aus der rhetorischen Situation besteht. Die weitere Untersuchung der juristischen Kommunikation setzt die Forschung der Argumentation im juristischen Diskurs, der prosodischen Gestaltung der Gerichtsreden voraus.

LITERATURVERZEICHNIS

1. Ключев Е. В. Риторика: Инвенция. Диспозиция. Элокуция / Е. В. Ключев. – М.: Приор, 2001. – 270 с.
2. Gast W. Juristische Rhetorik: Auslegung, Begründung, Subsumtion / Wolfgang Gast. – Heidelberg: R. v. Decker's Verlag, G. Schenk, 1992. – 376 S.
3. Gast W. Die sechs Elemente der juristischen Rhetorik / Rhetorik: eine interdisziplinäre Einführung in die rhetorische Praxis / hrsg. von Rouven Soudry. – Heidelberg: C. F. Müller Verlag, 2006. – S. 30–41.
4. Klages W. Gefühle in Worte gießen. Die ungebrochene Macht der politischen Rede / Wolfgang Klages. – Würzburg: Dt. Wiss. Verl., 2001. – 174 S.
5. Kopperschmidt J. Neue Rhetorik als Argumentationstheorie / Die Wiederkehr der Rhetorik / hrsg. von Helmuth Vetter und Richard Heinrich. – Wien: Oldenbourg; Berlin: Akad.-Verl., 1999. – S. 93–117.
6. Mayer H. Rhetorische Kompetenz. Grundlagen und Anwendung / Heike Mayer. – Paderborn: Verlag Ferdinand Schönigh GmbH & Co., 2007. – 241 S.
7. Plett, Heinrich F. Einführung in die rhetorische Textanalyse / Heinrich F. Plett. – Hamburg: Helmut Buske Verlag, 2001. – 156 S.
8. Ueding G. Was ist Rhetorik / Rhetorik: eine interdisziplinäre Einführung in die rhetorische Praxis / hrsg. von Rouven Soudry. – Heidelberg: C. F. Müller Verlag, 2006. – S. 13–24.
9. Wolter Th. Die juristische Subsumtion als institutioneller Zeichenprozeß: eine interdisziplinäre Untersuchung der richterlichen Rechtsanwendung und der forensischen Kommunikation / Thomas Wolter. – Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 1994. – 189 S.
10. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in acht Bänden. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1995. – Band 6. – 3104 S.
11. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in acht Bänden. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1995. – Band 7. – 3608 S.