

PSYCHOLOGIE DER RHETORISCHEN FRAGE

Im Gegensatz zu einer Fülle philosophischer, linguistischer und psychologischer Untersuchungen von "Antworten" oder nicht direkt erfragten Aussagen ist der "Frage" unglaublich wenig Aufmerksamkeit zugekommen. Kein Philosoph oder Linguist von Rang hat der "Frage" ein Traktat gewidmet. Kein Psychologe hat eine allgemeine "Theorie der Frage" vorgeschlagen. Natürlich wurde die Frage als Antwortauslöser besprochen – zumindest seit Sokrates das Frage-und-Antwort-Spiel als Lehrmethode praktizierte. Das Forschungsinteresse blieb jedoch eklektisch, und was wir über die Funktionen der Frage wissen, blieb dementsprechend bruchstückhaft.

In der Psychologie war es Berlyne (1954a, 1954b), der im Rahmen seiner Theorie der menschlichen Neugier eine ambitiöse Theorie der Frage aufgestellt hat. Seine Vorschläge betreffen Sprachformen, die imstande sind, Probleme aufzuwerfen und damit Ungewißheit zu erzeugen. Die irritierende Erfahrung dieser Ungewißheit ist es, die seiner Ansicht nach epistemische Neugier motiviert. Diese Neugier drängt dann zu einem Verhalten, das die Fähigkeit hat, Ungewißheit zu reduzieren. Fragen sind also erregend und störend, Antworten entspannend und befriedigend – in verschiedenem Ausmaße.

Erklärungsfragen

Berlynes Theorie der Frage konzentriert sich auf die sogenannte spezifische Interrogation: Fragen, die Erklärungen suchen. Im Frage-Antwort-Paradigma ersetzt nützliches Wissen quälendes Unwissen. Folgende Fragen exemplifizieren diesen Fragetypus: "Wie funktioniert das?" "Wie ist es dazu gekommen?" "Was wird nun daraus werden?" "Welche Zusammenhänge gibt es hier?"

Bestätigungsfragen

Eine Variante dieses auf Ungewißheitsreduktion zielenden Frage-Antwort-Schemas ist die Bestätigungs- bzw. Verneinungsfrage. "Ist dies so und so?" erfragt keine Klärung von Zusammenhängen. Diese Art Frage projiziert oder behauptet Zusammenhänge und sucht nach deren Verifikation

bzw. Falsifikation im "Ja" oder "Nein" als Antwort.

Berlyne glaubte, Fragen, auf die Bejahung oder Verneinung akzeptable Antworten sind, aus der Erklärungsfragen-Kategorie ausschließen zu müssen. Es ist jedoch offensichtlich, daß diese Fragen Ungewißheit ausdünnen und daß diese Ungewißheit durch Bejahung oder Verneinung reduziert wird. In diesem Sinne ist die das Ja/Nein auslösende Frage sogar neugierbefriedigend. Der Unterschied zur spezifischen Interrogation besteht lediglich im Ausmaß des Verhaltensaufwandes, der in die Informationssuche investiert wird.

Berlynes Vorschläge wurden empirisch überprüft (z.B. Berlyne, 1966; Berlyne & Frommer, 1966). Im wesentlichen wurde bewiesen, daß das Ausmaß der Frage-erzeugenden Ungewißheit sich proportional im Aufwand der Informationssuche ausdrückt.

Fragestrategien in der persuasiven Kommunikation

Berlynes Ideen wurden erst in letzter Zeit erweitert und verfeinert. Zunächst wurden Frageklassen entdeckt, die mit Neugiererregung so gut wie nichts zu tun haben. In der persuasiven Kommunikation wurde beispielsweise die Überzeugungskraft von Zustimmungsfragen (*agreement questions*) und Zugeständnisfragen (*concession questions*) ermittelt (Zillmann, 1972; Zillmann & Cantor, 1974). Beide Fragetypen sind sehr häufig im allgemeinen Sprachgebrauch zu finden und werden im direkten interpersonalem Austausch sowie rein rhetorisch angewandt. Rhetorisch bedeutet hier, daß der Fragesteller entweder keine Antwort erwartet und seine Frage letztlich selbst beantwortet oder eine mögliche Antwort ohne Konsequenz für den Fragesteller bleibt – wie zum Beispiel bei einer Televisions-übertragenen Rede.

Zustimmungsfragen

Die Logik der Zustimmungfrage zielt darauf ab, vom Befragten Zustimmung zu erhalten. Als Prototyp darf folgende Frage gelten: "Ist das nicht so und so?" Die implizite Reaktion ist Bejahung, sicherlich nicht Verneinung. Wer meint, besonders gute Argumente zu haben, kann seinen Diskussionsgegner regelrecht zu einer Zustimmung zwingen, indem er fragt: "Habe ich nicht recht?" Schlechte Argumente eignen sich natürlich nicht für dieses Taktik. Der Diskussionsgegner könnte ja seine Zustimmung verweigern und dies sogar argumentativ untermauern. Die Tendenz, Zustimmung nur mit guten Argumenten zu erreichen, führt nun dazu,

daß Diskutierende "automatisch" und ohne sich dessen bewußt zu sein, gute Argumente in Frageform darlegen. Das ist deshalb so, weil Zustimmung als Belohnung und Zustimmungsverweigerung als Strafe funktionieren (*operant conditioning*).

Die Kehrseite dieser Tendenz ist natürlich, daß Diskutierende nicht nur Zustimmungsfragen stellen, sondern ähnlich oft mit Zustimmungsfragen angesprochen werden. Da Diskussionsgegner dazu neigen, ihre besten Argumente in Frageform darzulegen, ist der Rezipient recht oft gezwungen zuzustimmen. Das bedeutet, daß beide Erfahrungen, das Senden und das Empfangen, eine starke Assoziation der persuasiven Zustimmungsfrage mit stichhaltigen, schlüssigen Argumenten provozieren. Ein Argument in Zustimmungsfrageform kann damit einen Überzeugungswert erhalten, der den des Arguments in reiner Aussageform weit übersteigt. Wenn jemand ein Argument mit der Herausforderung "nicht wahr?" verbindet, signalisiert er zumindest, daß er sich seiner Sache sehr sicher ist. Dieser Eindruck beim Rezipienten kommt sogar dann zustande, wenn die Fragestellung rein rhetorisch ist. Da die Stimulussituationen der eigentlichen und der rein rhetorischen Frage identisch sind, darf eine Reaktionsverallgemeinerung angenommen werden. Das Aussprechen der Antwort auf eine rhetorische Frage wird allgemein unterdrückt. Die Antwort wird aber als "innere Sprachreaktion" gegeben, und das hat der gesprochenen Antwort analoge psychologische Konsequenzen.

Die Werbung liefert eine Unmenge an Beispielen rhetorischer Zustimmungsfragen. In einem der erfolgreichsten amerikanischen Werbefilme für ein Hundefutter wird nach dem Darlegen einiger Argumente (nur Fleisch, keine Ersatzmittel) gefragt: "Now, doesn't your dog deserve Alpo?" Welcher Hundeliebhaber könnte da "nein" denken! Wäre nun diese Information in Aussageform ("Your dog deserves Alpo.") weniger erfolgreich gewesen? Experimentelle Untersuchungen der Wirksamkeit juristischer Argumentation sprechen dafür und lassen keinen Zweifel an der größeren Wirksamkeit der rhetorischen Zustimmungsfrage.

Von linguistischer Seite sollte bemerkt werden, daß die deutsche Sprache anderen ähnelt (z.B. der englischen), indem die Transformation von der Aussage zur Zustimmungsfrage zwei Operationen erfordert: deskriptiv wird interrogativ und der Affirmations/Negations-Status kehrt sich um. Beispiel: "Es ist das beste X auf dieser Welt." wird zu "Ist es nicht das beste X auf dieser Welt?" Und: "Das ist keine Lösung." wird zu "Ist das eine Lösung?" Das grammatische "Nein" auf die letzte Frage drückt natürlich Zustimmung aus.

Interessant sind auch offensichtliche Sprachunterschiede. Im Deutschen klingt es sehr formell und künstlich, einer Aussage ein "nicht wahr" anzuhängen. Das französische "n'est-ce pas" dagegen ist in der Umgangssprache akzeptabel und als Zustimmungsauslöser sehr populär.

Zugeständnisfragen

Die Logik der Zugeständnisfrage unterscheidet sich drastisch von der der Zustimmungsfrage. Obwohl als Antwort auch eine Art Zustimmung erwartet wird, baut die Taktik dieser Frage nicht auf Argumentation auf, sondern ganz im Gegenteil auf argumentativer Leere.

Beispielsweise kann jemand etwas vorschlagen, wofür er eigentlich keine überzeugenden Argumente vorbringen kann. Wenn er Grund hat anzunehmen, daß sein Diskussionsgegner nicht über gute Gegenargumente verfügt, kann er ihm dann mit einer Frage wie "Welchen anderen Grund gäbe es da?" oder "Wer sonst hätte ein Interesse an dieser Sache?" ein Zugeständnis abverlangen.

"Warum nicht?" könnte als die Zugeständnisfrage unserer Zeit charakterisiert werden. Wann immer die Argumente für "darum" schwach erscheinen und überzeugende Gegenargumente nicht zur Hand sind, kann ein kopfnickendes "Ja, warum auch nicht?" erwartet werden.

Wiederum liefert die Werbung eine Fülle von Beispielen. Eines der berühmtesten ist eine Werbesendung für "Kentucky Fried Chicken". Die Darstellung fingerlutschender, schmatzender Hühnchenesser wird mit der Frage "If you can buy chicken that good, why cook?" abgeschlossen. Welche Hausfrau kann sich da einem Zugeständnis entziehen? Es gibt wohl nicht viele, die sich auf masochistische Kochlust berufen könnten. Eine innerlich gegebene Antwort wie "Eigentlich wahr!" ist sehr viel wahrscheinlicher.

Die empirische Erforschung der Zugeständnistaktik hat sich wiederum auf die Wirksamkeit juristischer Reden konzentriert. Im allgemeinen ist diese Fragetaktik der Aussageform überlegen. Zum Beispiel die Frage: "If they are old enough to die for their country, aren't they old enough to vote?" sollte die öffentliche Meinung hinsichtlich einer Senkung des Wahlalters stärker beeinflussen als das Aussageäquivalent: "If they are old enough to die for their country, they are old enough to vote." Diese Taktik stellt nur dann ein Risiko dar, wenn angenommen werden muß, daß die Rezipienten über stärkere Gegenargumente verfügen.

Fragestrategien in der Wissensvermittlung

Die experimentelle Forschung kam nach diesen angedeuteten Exkursionen in die persuasive Kommunikation auf Berlynes ursprüngliche Vorschläge zurück. Aufmerksamkeit und epistemische Neugier traten wieder in den Mittelpunkt von Untersuchungen. Diesmal konzentrierte man sich aber nicht auf die aktive Informationssuche, sondern auf die Informationsaufnahme und Wissensvermittlung (Zillmann & Cantor, 1973; Tamborini & Zillmann, 1985).

Erklärungsfragen

Neugiererregende Fragen wurden in Lektionen für Universitätsstudenten eingebaut. Die Fragetaktik ist im Prinzip immer die gleiche: "Warum ist dies so?", "Wo kommt dies her?", "Wie kann das sein?", "Wo führt das hin?". Diese Fragen betreffen Zusammenhänge, funktionale und kausale Zusammenhänge; kurz: sie betreffen Erklärungen. Und die rhetorische Taktik sieht vor, daß die erweckte epistemische Neugier befriedigt wird. Der Wissensvermittler könnte also sagen: "Hier sind die Elemente X und Y. Was passiert wohl, wenn sie zusammenkommen?" Pause. "Dies und jenes passiert." Die empirische Forschung zeigt, daß diese Sequenz wirksamer ist als die reine Aussagekette: "Hier sind die Elemente X und Y. Dies und jenes passiert, wenn sie zusammenkommen." Offensichtlich hat die Neugiererweckung die Wirkung, die Aufmerksamkeit der Studenten vorübergehend zu steigern – lange genug, um klärende Antworten besser aufzunehmen und zu verarbeiten (vgl. Zillmann, 1989).

Kinder im Vorschulalter zeigen schon die Tendenz, auf neugiererregende rhetorische Fragen mit verbesserter Informationsaufnahme zu reagieren. In Untersuchungen mit Märchen, die fantastische Welten beschreiben, stellte sich heraus, daß diese Wirkung besonders stark ist, wenn die Fragen mit der persönlichen Anrede verbunden sind. Zum Beispiel: "Was, meinst Du, war da drin?" erzielte bessere Erfolge als: "Was war da drin?"

Überdenkfragen

Seit Berlyne steht die Erregung der Neugier zu Recht im Mittelpunkt der Erforschung von direkten oder rhetorischen Fragestrategien, die auf die Verbesserung der Wissensvermittlung abzielen. Es sollte aber nicht übersehen werden, daß Fragetechniken auch noch andere Funktionen erfüllen. In erzieherischen Prozessen wird beispielsweise die Überdenkfrage

(*rehearsal question*) oft verwendet. Im Gegensatz zur neugiererregenden Frage, die der Erklärung vorausgeht, folgt diese Art der Frage auf die Erklärung. Ihr Zweck ist es, ein nochmaliges Durchdenken auszulösen. Zum Beispiel könnte man, nachdem man Professor Walther-Benses Alter wahrheitsgetreu berichtet hat, fragen: "Wie alt ist sie gleich wieder?" Mit besserer Erinnerung darf gerechnet werden.

Einschmeichelungsfragen

Die Herstellung einer guten Sender-Empfänger-Beziehung oder S-E-Bindung (*rapport*) ist eine weitere, häufig benutzte Fragetaktik. Im Prinzip werden schmeichelhafte Platitüden in rhetorischer Frageform dargeboten (*ingratiation questions*) – oder Platitüden, denen niemand widersprechen kann. Despoten aller Welt haben von dieser Taktik häufig Gebrauch gemacht. Im Englischen wird die Strategie als "flogging a dead horse" beschrieben. Der Ursprung solcher Fragestellungen sollte wohl im direkten Einschmeichelungsaustausch zu finden sein: "Ist das nicht ein Hundewetter?" oder "Seid Ihr am Heuen?", wenn dieser Zustand oder diese Tätigkeit unverkennbar sind. Oder bei Kindern: "Hast Du das ganz alleine gemacht?"

Pädagogische Mischstrategien für direkte und rhetorische Fragen

Im Vergleich mit den Funktionen und Konsequenzen von Fragen im direkten interpersonalen Austausch sind die der rhetorischen Frage recht sorgfältig untersucht worden. Der Grund für die relative Vernachlässigung direkter Fragetechniken liegt in der größeren Schwierigkeit, den direkten Austausch rigoros zu kontrollieren. Medienvermittelte Kommunikationen können dagegen sorgfältig für Experimente vorbereitet werden. Die Wirksamkeit spezieller rhetorischer Fragestrategien kann daher recht einfach bewertet werden. Die Erforschung unmittelbarer Fragetechniken ist schwieriger, aber unerlässlich. Besonders im Schulbetrieb und in der Wissensvermittlung im allgemeinen sind Fragestrategien von erheblicher Wichtigkeit. In diesem Zusammenhang sind Strategien, in denen direkte und rhetorische Fragestellungen vermischt werden, von besonderem Interesse.

Der Unterricht im Klassenzimmer stellt den Modellfall dar. Lehrer sind auf zwei Fragearten angewiesen: die neugiererregende Frage und die Überdenk- oder Wiederholungsfrage (auch Rezitierfrage genannt). "Wie ist das wohl?" und "Wie war das gleich wieder?" sind Prototypen der

beiden Arten. Andere Fragearten, z.B. die Einschmeichelungsfrage, sind für die Wissensvermittlung ohne direkte Konsequenz.

Schüler, die einem fragestellenden Lehrer gegenüber stehen, müssen natürlich auf der Hut sein und ständig Antworten auf etwaige Fragen parat haben. Der Antrieb zur Antwortvorbereitung ist weniger die Neugier als die Furcht vor der Blamage - und der Bestrafung des Unwissens. Das positivere Motiv des Strebens nach Belohnung für das Antwortwissen darf aber nicht unterschätzt werden. Beide Motivtendenzen sollten umso stärker zum Zuge kommen, je größer die Anzahl der Mitschüler oder, allgemeiner ausgedrückt, je größer das beobachtende Publikum ist. Bestrafung und Belohnung haben eben diese soziale Dimension: Blamage ist besonders schmerzlich, wenn andere zuschauen, und Brillanz zu zeigen, hat dann besonders großen Belohnungswert, wenn es Zeugen gibt. Dieses Steigern der Straf- und Lohnerfahrung steht aber keineswegs in einem linearen Verhältnis zur Anzahl von Zeugen. Schüler haben einen subjektiven Mengeindruck. Ihr Verhalten ist nicht von einer abgezählten Menge bestimmt. Es darf deshalb erwartet werden, daß der Intensivierungsgradient zunächst steil ansteigt, aber dann bald verflacht. Das Anwachsen des Publikums vom drei auf fünf beispielsweise hat im allgemeinen wesentlich größere Konsequenzen als das von dreiunddreißig auf fünfunddreißig.

Das Benutzen rhetorischer Fragen kompliziert solche Fragestrategien erheblich. Obwohl die Forschung zeigt, daß die rein rhetorische Verwendung von neugiererregenden Fragen zur Verbesserung der Wissensvermittlung führen kann, darf angenommen werden, daß Schüler oder Studenten, die es mit einem Lehrer oder Professor zu tun haben, der nie direkte, sondern nur rhetorische Fragen stellt, weniger Furcht vor öffentlicher Blamage haben werden. Natürlich haben sie auch keine Gelegenheit, mit klugen Antworten zu brillieren. Beide Antriebsquellen sind also gering oder gar nicht aktiviert. Die Folge kann relativ geringe Aufmerksamkeit sein.

Diese Situation ändert sich, sobald direkte und rhetorische Fragen gemischt werden. Da die rhetorische Frage als Stimulus nicht von der direkten Frage zu unterscheiden ist, können Schüler und Studenten nie sicher sein, ob sie angesprochen werden oder die Frage "nur rhetorisch" ist. Antworten müssen vorbereitet werden, und das zwingt zum Mit-, Vor- und Nachdenken.

Wiederum spielt die Größe des Publikums eine Rolle. Angenommen, der Lehrer oder Professor benutzt ein Zufallsschema, seine Schüler oder

Studenten mit direkten Fragen anzusprechen. Die Wahrscheinlichkeit, direkt angesprochen zu werden, ist dann geringer, je größer das Publikum ist. Ein Student in einer Massenvorlesung kann sich getrost sicher fühlen. Trotz der geringen Wahrscheinlichkeit, direkt befragt zu werden, sollte er es aber doch angezeigt finden, Antworten vorzubereiten. Der Grund ist die besprochene Furcht vor der Blamage vor einem großen Publikum. Im Gegensatz dazu kann der Schüler in einer kleinen Klasse damit rechnen, direkt gefragt zu werden. Die Furcht vor Blamage ist aber vermutlich relativ gering. Die Größe des Publikums hat also entgegengesetzte Konsequenzen: Auf der einen Seite motiviert seine Größe (Furcht vor Blamage, Belohnung für Wissen), auf der anderen Seite wirkt sie der Motivation entgegen (Schutz in der Menge).

Eine letzte Komplikation betrifft die Mischung der Fragestrategien selbst. Die Proportion von rhetorischen Fragen und direkten Fragen hat offensichtlich Einfluß auf die Wahrscheinlichkeit, direkt angesprochen zu werden: Je größer der Anteil rhetorischer Fragen, desto geringer die Wahrscheinlichkeit, angesprochen zu werden. Wiederum kann aber angenommen werden, daß die subjektive Bestimmung dieser Wahrscheinlichkeit nicht sehr gut mit der berechenbaren Wahrscheinlichkeit korrespondiert. Die Verwendung eines Viertels rhetorischer Fragen wird eine ähnliche Wirkung haben wie die der Hälfte oder von drei Vierteln. Nur in den Extremfällen (gar keine oder ausschließlich rhetorische Fragen) sollte diese Bestimmung genauer werden. Die objektive Wahrscheinlichkeitsbestimmung folgt also einem kubischen Trend.

Nachwort

Die Erforschung der Funktionen und Verhaltenskonsequenzen von Fragen und Fragestrategien befindet sich in ihren Anfängen. Bisher ist die Klassifikation von Funktionen keineswegs erschöpfend behandelt worden. Des weiteren kann weder in der persuasiven Kommunikation noch in der Wissensvermittlung von umfassender Forschung gesprochen werden. Die Konsequenzen einiger Fragetechniken für die persuasive Kommunikation sind bekannt. Viele andere Techniken blieben jedoch unberührt. Das gleiche gilt für Fragetechniken in der Pädagogik und Wissensvermittlung, besonders in der Medienpädagogik. Eine Unmenge von Fragen über Fragen und Fragestrategien ist unbeantwortet geblieben. Es bleibt zukünftigen Forschern überlassen, durch systematisches Experimentieren wirksame Fragestrategien für den Schulbetrieb und die Medienpädagogik zu ermitteln. Solche Strategien sind zu wichtig, um sie weiterhin dem Zufall oder dem "Versuch-und Irrtum"-Prinzip zu überlassen.

LITERATUR

- Berlyne, D.E. [1954a]. A theory of human curiosity. In: *British Journal of Psychology*, 45, 180-191.
- Berlyne, D.E. [1954b]. An experimental study of human curiosity. In: *British Journal of Psychology*, 45, 256-265.
- Berlyne, D.E. [1966]. Conditions of prequestioning and retention of meaningful material. In: *Journal of Educational Psychology*, 57, 128-132.
- Berlyne, D.E. and F.D. Frommer [1966]. Some determinants of the incidence and content of children's questions. In: *Child Development*, 37, 177-189.
- Tamborini, R. and D. Zillmann [1985]. Effects of questions, personalized communication style, and pauses for reflection in children's educational programs. In: *Journal of Educational Research*, 79 (1), 19-26.
- Zillmann, D. [1972]. Rhetorical elicitation of agreement in persuasion. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 21, 159-165.
- Zillmann, D. [1989]. Erregungsarrangements in der Wissensvermittlung durch Fernsehen. In: *Wissensvermittlung, Medien und Gesellschaft. Ein Symposium der Bertelsmann Stiftung*. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung, 77-99.
- Zillmann, D. and J.R. Cantor [1973]. Introduction of curiosity via rhetorical questions and its effect on the learning of factual materials. In: *British Journal of Educational Psychology*, 43, 172-180.
- Zillmann, D. and J.R. Cantor [1974]. Rhetorical elicitation of concession in persuasion. In: *Journal of Social Psychology*, 94, 223-236.

SEMIOSIS 65·66 67·68

Internationale Zeitschrift
für Semiotik und Ästhetik
17. Jahrgang, Heft 1-4, 1992

INHALT

Udo Bayer/ Cornelie Leopold	Vorwort	7
Shutaro Mukai	Elisabeth-Labyrinth	9
Erwin Bücken	Erste Rose im Garten Für Elisabeth Walther-Bense zum 70. Geburtstag	10
Rosemarie und Fried Alstaedter	Dank	19
Hannelore Busse	Besuch bei Jean Giono	21
Heloisa Bauab	Breve Jogo do Sentido para Elisabeth Walther-Bense - Kleine Sinnspielerei für Elisabeth Walther-Bense	22
Jan Peter Tripp	"Eine Calla für E."	27
Klaus Oehler	Der Pragmatismus als Philosophie der Zukunft. Die gegenwärtige Lage der Philosophie in Deutschland	28
Gérard Deledalle	Charles S. Peirce et les Transcendants de l'Etre	36
Wojciech Kalaga	Signs and Potentiality	48
Hanna Buczyńska-Garewicz	Does Semiotics Lead to Deconstruction?	55
Alfred Toth	"Wie die 'wahre Welt' endlich zur Fabel wurde". Zur Zeichentheorie Friedrich Nietzsches.	61
Wil Frenken	Portrait EWB	71
Angelika Jakob	Reina Virginia	74
François Molnar	Contours d'une esthétique sous-corticale	75
Jorge Bogarin	Symplerosis: Über komplementäre Zeichen und Realitäten	87
Jens-Peter Mardersteig	sign-event - segno del evento	96
Regina Claussen	Einsamkeit - Zur Begriffsgeschichte eines Gefühls	99
X Angelika Karger	Beredtes Schweigen. Vorläufige Bemerkungen zur Ästhetik des Schweigens	109

Karl Herrmann	Distribution für Elisabeth Walther	118
Wolfgang Berger	Kleines Organon für Ausstellungen	120
Matthias Götz	"Sprechende Gegenstände".	128
Armin und Barbara Mehling	Für Elisabeth	141
Haroldo de Campos	Francis Ponge: Visuelle Texte	142
Margarita Schultz	Divergencies Between Linguistic Meaning and Musical Meaning	147
Hans Brög	Ein Drittel Trilogie für Elisabeth Walther. - Joseph B. -	156
M. Drea	Les funambules	161
Barbara Wichelhaus	Gedanken zu einer Grundlegung der Kunsttherapie	162
Xu Hengchun	Semiotische Untersuchung der Produktgestaltung	174
Barbara Wörwag	Ingenium Doctrina et Literis Formandum. Emblematische Weisheit semiotisch betrachtet	179
Udo Bayer	Das Ornament als ästhetische Eigenrealität	185
Reinhard Döhl	Rom, Ansichten	205
Felix von Cube	Fernsehverhalten und Fernsehpädagogik aus der Sicht der Verhaltensbiologie und der Zeichentheorie	209
Gerd Jansen	Semiotische Grundlegung einer Pädagogik des Erlebens	220
Dolf Zillmann	Psychologie der Rhetorischen Frage	235
Ottomar Hartwig	Elisabeth Walther-Bense. Beweglich und kämpferisch in vorderster Front auch mit 70	244
Cornelie Leopold	Computersimulation	246
Georg Nees	Metamorphosen - Eine Übung in Morphographie	258
Frieder Nake	Eine semiotische Betrachtung zu Diagrammen	269
Maria Heyer-Loos	Blumen-Stück	281
Engelbert Kronthaler	Zahl - Zeichen - Begriff. metamorphosen und vermittlungen	282
Solange Magalhães	Rio 77	303
Josef Klein	Das normsemiotische Oktagon - Zum Ausschluß des Subalternations-kombinierten-Ross- Paradoxes mittels der kovariant-funktor-strikten Implikation im deontischen Achteck bzw. deontischen Sechseck bzw. deontischen Quadrat und zu deren zeichentheoretischen Behandlung sowie zur Unverträglichkeits-Bestimmung deontischer Operatoren im Prädikatenprädikaten-Kalkül	305
Günter Neusel	Pfeiler	329
Ilse Walther-Dulk	Auf der Suche nach einem passenderen Ort zum Philosophieren	330
Anschriften der Mitwirkenden		350