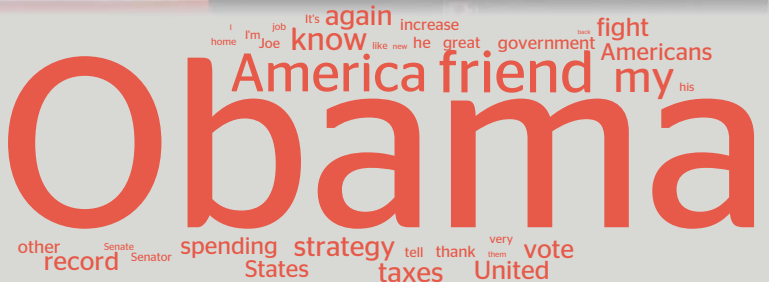
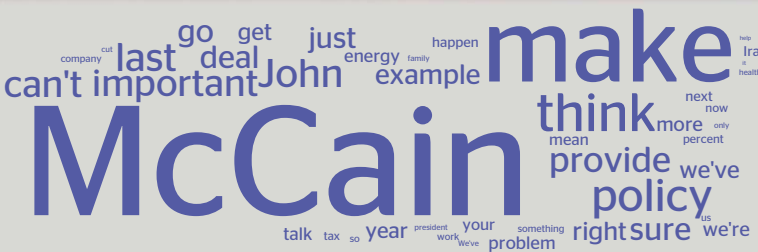




**Barack Obama**  
Bei TV-Duellen bleibt er kühl, doch die Massen begeistert er.

**John McCain**  
Emotional attackieren ist seine Strategie.

# Der Ton macht die Musik



**Die Wortwolken der Kandidaten:** Mit linguistischen Methoden konnten die Sprachwissenschaftler aus den drei TV-Debatten die charakteristischen Worte der beiden US-Präsidentschaftskandidaten herausfiltern. (semtracks.com/politicaltracker)

**RHETORIK** → Die US-Präsidentschaftskandidaten setzen unterschiedliche sprachliche Tricks ein.

gerhard.schriebl  
@ringier.ch

Barack Obama gilt unter Politexperten als argumentativ stärker, doch rein sprachwissenschaftlich betrachtet müsste John McCain die US-Wahl gewinnen. «Rhetorisch war McCain bei allen drei TV-Duellen immer der Präzisere. Er sprach in kürzeren Sätzen, vermittelte die klareren Botschaften und versuchte Themen weniger zu vernetzen als Obama», sagt Joachim Scharloth, Linguist an der Universität Zürich. Er analysierte mit zwei Kollegen bei den TV-Debatten die Sprache der Präsidentschaftskandidaten.

**«McCain war rhetorisch präziser.»**

nen rhetorischen Tricks: McCain will die Wähler auf seine Seite ziehen, indem er Obama diffamiert. Dies verdeutlicht auch Scharloths Stichwort-Analyse (siehe Boxen oben): «Obama» stellt in den TV-Debatten das statistisch auffälligste Wort von McCain dar (112-mal genannt). Der Republikaner baute den Namen seines Konkurrenten häufig in Sätze wie «Was Semenator Obama nicht versteht...» ein. Die Bürger goutieren diese Strategie kaum. Eine weitere Strategie McCains war es, durch Überzeichnungen Gefühle zu wecken. «Er verwendet häufig intensivierende Wörter wie «völlig» oder «äusserst», sagt Scharloth. Zudem emotionalisierte der Republikaner über den Nationalstolz der Bürger: «Amerika» und

«Freund» verwendete John McCain in den Debatten signifikant häufiger als Obama. Letzterer blieb bei den TV-Duellen abstrakter und emotionalisierte weniger als McCain. So sprach Obama häufig von der Mittelklasse, während McCain Anekdo-

ten von einzelnen Bürgern vortrug. Der Demokrat versucht, die Wähler mehr über ein Gemeinschaftsgefühl an sich zu binden. «Obama verwendet häufig «wir» und «uns», sagt Scharloth. «Er berührte in den TV-Duellen aber kaum, was auch über

abgeschwächte Satzkonstruktionen wie «ich denke» oder «ich weiss» entstand.»

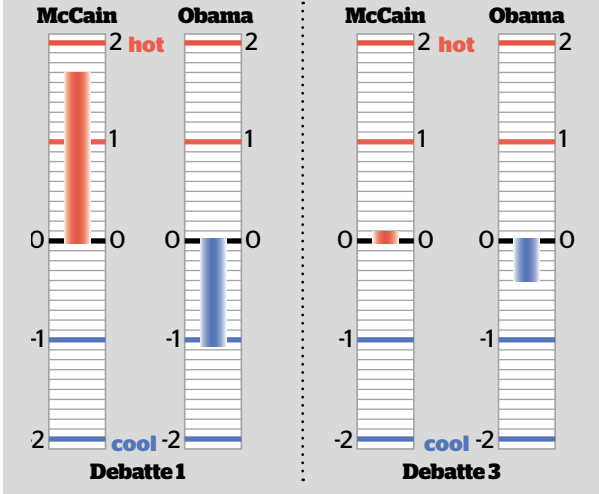
**Faktor Begeisterung**

Im Zeitverlauf zeigt die Emotionsanalyse der Sprachwissenschaftler (siehe Box) Strategieänderungen der beiden Kandidaten auf: Während Obama bei der dritten Debatte im Vergleich zur ersten deutlich emotionaler sprach, wurde McCain nüchterner. Doch weder der eine, noch der andere vermochte bei den TV-Duellen die Massen zu begeistern.

Anders sieht es bei Wahlreden aus. Beide Kandidaten wählten das Motto «Change» (Veränderung), verwendete es aber in unterschiedlichen Kontexten. «Obama verwendete «Change» visionär und abstrakt», sagt Scharloth. «McCain nannte «Change» meist im Zusammenhang mit konkreter Politik.» Sprachlich verhält sich McCain somit auch hier präziser, aber Obama kann die Menschen mitreissen – «yes, he can!» •

**Emotions-Thermometer**

Anhand von drei linguistischen Parametern ermittelten Joachim Scharloth, Linguist an der Universität Zürich, und seine Kollegen die rhetorische Emotionalität der Kandidaten bei den TV-Debatten. Null entspricht dem Durchschnitt aller Debatten.



Fotos: AP, Grafiken: Semtracks