

## **US–Wahlkampf: Experte: McCain liegt rhetorisch vorne**

**Sprache als Wahlkampf–Waffe: Wer kann durch seine Reden die Wähler überzeugen – der wortgewandte Barack Obama oder der direktere John McCain? Der Heidelberger Wissenschaftler Martin Klimke erklärt, wie die Kandidaten die Sprache gezielt einsetzen.**

Rhetorisch gesehen liegt der republikanische Präsidentschaftskandidat John McCain im US–Wahlkampf nach Einschätzung von Wissenschaftlern vorne. "McCain hat klare und einfache Botschaften. Rein rhetorisch ist er also geschickter", sagte der Heidelberger Wissenschaftler Martin Klimke. Allerdings punkte McCains Konkurrent Barack Obama mit einer auf Gemeinschaft ausgerichteten Sprache. So verwende dieser viel öfter kollektiv–herstellende Personalpronomen wie "we" (wir) oder "us" (uns). McCain sei hingegen eher reflexiv ausgerichtet und sage oft 'I' (ich). "Dieser Unterschied ist schon sehr auffällig", betonte Klimke.

Klimke und seine internationalen Wissenschaftskollegen untersuchen seit April die Reden und Debatten der beiden US–Präsidentschaftskandidaten und haben dabei zahlreiche Unterschiede festgestellt. So seien etwa Obamas Sätze im Durchschnitt vier Wörter länger als die seines Kontrahenten. Das liege vermutlich auch daran, dass Obama meist versuche, komplexe Themen mit Beispielen zu veranschaulichen, erläuterte Klimke. McCain hingegen sei viel emotionaler als Obama, der eher vorsichtig argumentiere.

Mehrere Hundert Transkripte der Reden und Debatten haben Klimke und seine sieben Wissenschaftskollegen analysiert. Auffällig dabei sei auch, wie sich die Rhetorik der Präsidentschaftsbewerber verändere. "McCain hat zum Beispiel den 'change' jetzt auch in seinen Wortschatz aufgenommen", sagte der Historiker. Generell merke man an den Analysen, wie sehr die Kandidaten rhetorisch ihre politischen Konzepte unterstreichen. "Der Versuch, Gemeinschaft herzustellen über Sprache, ist bei Obama keineswegs zufällig." (*ae/ddp*)

**[mehr Nachrichten »](#)**

*ZEIT online, Tagesspiegel | 14.10.2008 10:29*