

# Mit welchen Worten kommt man ins Weiße Haus?

Heidelberger Wissenschaftler haben die Rhetorik der US-Präsidentschaftskandidaten untersucht und Erstaunliches entdeckt

Von Bastian Strauch

An den Schlachtrufen „Yes, we can!“ oder „Country first!“ sind im letzten halben Jahr wohl lediglich Einsiedler vorbeigekommen. Nicht nur ihren Wählern, sondern der ganzen Welt haben John McCain und Barack Obama ihre Losungen um die Ohren gehauen. Da verwundert auch kaum, dass die Rhetorik der US-Präsidentschaftskandidaten nicht in Washington oder Havard am genauesten unter die Lupe genommen worden ist, sondern in Zürich, Birmingham, Freiburg und vor allem: in Heidelberg. Genauer gesagt am Heidelberg Center for American Studies (HCA), wo die Fäden für eine interdisziplinäre Studie namens „Semtracks“ zusammenlaufen.

Ein junges Forscherteam um Noah Bubenhofer, Martin Klimke und Klaus Rothenhäusler hat seit April jedes Wort der Wahlkampf-Debatten und -Reden gezählt, auf die Goldwaage gelegt, und die Satzbauteile der Kandidaten auseinandergenommen. Und dabei sind sie zu einigen erstaunlichen Ergebnissen gekommen, die auch dem aufmerksamsten US-Wahlkampfbeobachter nicht aufgefallen sein dürften: So sind Obamas Sätze nicht nur



Wortgewandt sind sie beide: John McCain (l.) und Barack Obama. Fotos: AP

durchschnittlich vier Worte länger (19) als die seines republikanischen Widersachers, sondern auch vielschichtiger aufgebaut. Davon kann man einiges ableiten: „Die Komplexität der Sätze lässt auf eine komplexere Weltsicht schließen“, erklärt Rothenhäusler. Zudem überschreitet Obama deutlich die durchschnittliche Satzlänge der Amerikaner: Die liegt bei 14 Worten. „McCains Sätze sind dafür aber konkreter“, so der HCA-Wissenschaftler.

Am überraschendsten für die Forscher war aber, wie sehr sich die Wortwahl der Kandidaten unterscheidet: „McCain hat zu Beginn des Wahlkampfes sehr oft ‚I‘ (ich) benutzt“, so Rothenhäus-

ler, „Obama hingegen sprach viel häufiger von ‚we‘ (wir)“. Obwohl McCain damit seine politische Erfahrung und altväterliche Rolle unterstreichen konnte, hat er sich im Laufe des Wahlkampfes an Obamas Strategie angepasst. Das gilt übrigens auch für die Emotionalität. „McCain hat in den ersten Debatten sehr gefühlsbetont geredet und emphatische Worte wie ‚extremely‘ und ‚very‘ häufig benutzt“, so Rothenhäusler. Nach und nach habe er das aber geändert und sich an Obamas sachlicheren Ton angenähert. Politische Ableitungen – etwa wie sich der rhetorische Wandel auf die Wahlen auswirken könnte – wollen die Forscher jedoch nicht wagen.

Für die Datensammlung saßen Rothenhäusler und seine Kollegen während der Verbalduelle aber freilich nicht mit Strichlisten vor dem Fernseher. „Das Zählen übernimmt für uns linguistische Software“, so Rothenhäusler, der das Projekt computerlinguistisch betreut. Die genaue Auswertung hinsichtlich verschiedener Aspekte übernehmen dann Linguisten, Kulturwissenschaftler und Historiker. Insgesamt arbeiten neun Wissenschaftler mit an „Semtracks“. Die Beobachtung des Wahlkampfes ist

aber eigentlich nur ein Pilotprojekt für eine viel größeren Forschungsinitiative, die von der Uni Heidelberg mitfinanziert wird: „Langfristig wollen wir mit den hier erprobten Mitteln untersuchen, wie sich das Amerikabild seit dem 11. September gewandelt hat“, erläutert Rothenhäusler.

Die linguistischen Computerprogramme können aber noch mehr, als nur Wörter zählen. Sie ermitteln zudem, wie umfassend die Kandidaten mit Schlüsselbegriffen wie etwa „Irak“ und dem immer häufiger gebrauchten Wort „Wirtschaft“ umgehen. „McCain kann nur recht wenig Worte mit den Themen ‚Irak‘ oder ‚Wirtschaft‘ kombinieren“, so Rothenhäusler. Obama hingegen vermag es, in diesen Fällen viel mehr Begriffe miteinander in Verbindung zu bringen, was abermals seine komplexere Weltsicht veranschaulicht.

Während für die Forscher morgen der Inventur- und Auswertungsmarathon in Sachen US-Wahlkampf endet, wirkt die Rhetorik aber weiter. Sogar der SPD-Generalsekretär Hubertus Heil versuchte kürzlich bei einem Zukunftkongress seinen Genossen mit „Yes, we can!“ einzuheizen – die blieben aber unbeeindruckt.