

SEMTRACKS POLITICAL TRACKER (25. Oktober 2008)

Die „Wort-Wahl“: Barack Obama und John McCains rhetorischer Kampf ums Weiße Haus

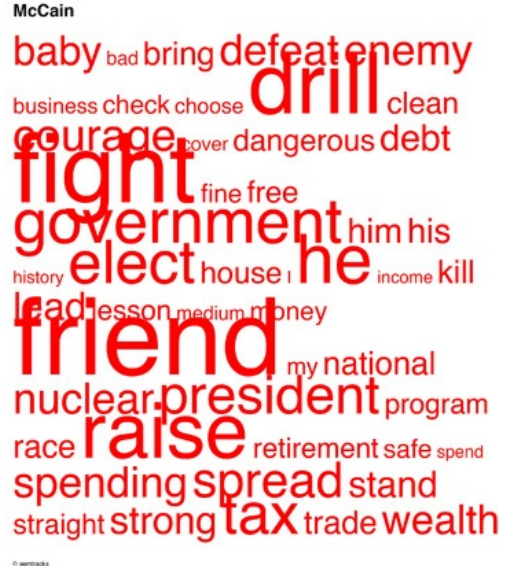
Noah Bubenhofer, Martin Klimke, Joachim Scharloth

Mit kernigen Slogans wie „Country First“ (McCain) oder „Yes, We Can“ (Obama) versuchen die beiden letzten aussichtsreichen Bewerber um das höchste Amt der Vereinigten Staaten seit nunmehr über 18 Monaten die amerikanischen Wähler auf ihre Seite zu ziehen. Während der Republikaner John McCain den „straight talk“ mit dem Volk (z.B. mit „Joe the Plumber“) für sich in Anspruch nimmt und seinen Gegner hochtrabender, aber leerer Rhetorik bezichtigt, wirft der Demokrat Barack Obama seinem Kontrahenten einen negativen, polarisierenden und absichtlich irreführenden Wahlkampf vor, der das Land eher weiter spaltet als eint.

Doch wie unterscheidet sich die politische Rhetorik der beiden Kandidaten wirklich voneinander? Und welche politischen Strategien verbergen sich hinter den Phrasen und Floskeln, mit denen Obama und McCain auf unzähligen öffentlichen Versammlungen, Fernsehduellen, Interviews und Diskussionen um Wählerstimmen werben? Eine linguistische Analyse von mehr als 500 Wahlkampfreden und -debatten zeigt überraschende Ergebnisse.

John McCain als erfahrener Reformer und „Maverick“ mit Gefühl

John McCains Sprache im Wahlkampf zeichnet sich aus durch ihre Kürze und Prägnanz. Er verpackt seine politischen Botschaften in klare und einfache Sätze, die im Durchschnitt 5 Worte kürzer sind und weniger Adjektive und Adverbien enthalten als die seines Gegners. [Seine Lieblingswortfelder](#) kreisen um Themen wie nationale Sicherheit, Außenpolitik, militärische Strategie, Wirtschaft und die politischen Institutionen des Landes. Ein besonderer Schwerpunkt von McCains Wahlkampf-vokabular liegt im Bereich traditioneller Werte und Charaktereigenschaften, was sich im überdurchschnittlichen Gebrauch von Wörtern wie Ehre, Freiheit, Respekt, Tapferkeit, Pflicht, Prinzipien und Überzeugung äussert. Seine Rhetorik ist also ganz darauf ausgelegt, seine politische Erfahrung, Urteilskraft und Führungsqualitäten hervorzuheben.



Wortwolke John McCains Reden nach dem letzten Fernsehduell (15.10. 2008)

Interessant ist hierbei, dass John McCain den Ruf nach Veränderung („change“), ein Schlüsselwort von Barack Obamas Wahlkampf, [schrittweise in seine eigenen Reden eingebaut](#) und neu definiert hat („real change“). Obwohl beide Kandidaten der Dringlichkeit eines Richtungswechsels in der amerikanischen

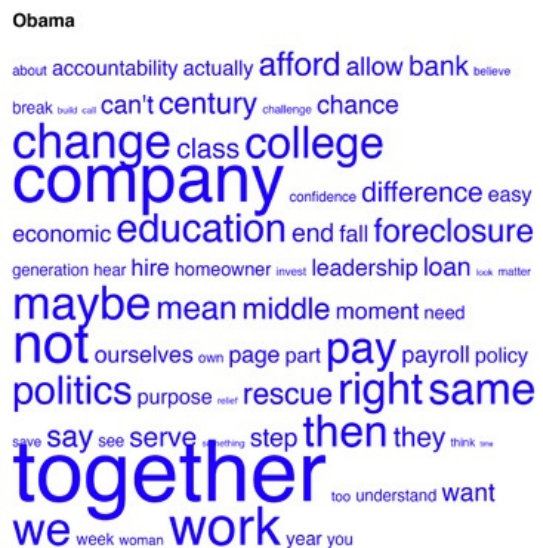
Politik, besonders in den Bereichen Wirtschaft, Klima und Energie, das Wort reden, liegt John McCain konkretes Augenmerk im Zusammenhang mit der Erwähnung von „change“ auf politischen und wirtschaftlichen Reformen sowie der Wiederherstellung eines traditionellen Verhaltenskodex von Ehrlichkeit und Verantwortung in der Politik .

Ein weiterer signifikanter Unterschied liegt in [McCains Gebrauch von Personal- und Possessivpronomen](#). McCain benutzt zu einem viel größeren Anteil als Barack Obama die Worte „ich“, „mein“ sowie „er“ und „sie“ (Mehrzahl) in seiner Rhetorik. Dies dient dem Ziel, einen besonders scharfen Gegensatz zwischen seinen eigenen Qualitäten und Fähigkeiten und denen seines Gegners zu ziehen. Auch in den TV-Debatten war „Obama“ das statistisch auffälligste Wort von McCain (112 Erwähnungen).

Was die Herstellung von sprachlich vermittelter Emotionalität angeht liegt McCain ebenfalls vorne. Insbesondere in den [Fernsehdebatten](#) verwendete er häufig intensivierende Wörter wie „äußerst“ oder „völlig“ und versuchte die Zuschauer durch die emotionalisierende Anrede „meine Freunde“ für sich zu gewinnen.

Barack Obama als verständnisvoller Visionär und cooler Intellektueller

Barack Obamas politische Rhetorik hingegen ist von Anfang seines Wahlkampfes ganz auf Dialog, Kollektivität und die Zukunft ausgerichtet. Im Vergleich zu McCain benutzt er viel häufiger Pronomen wie „wir“, „ihr“ und „uns“, die ein starkes Gemeinschaftsgefühl und Identifikation zwischen ihm und seinen Zuhörern hervorbringen. Seine [am meisten gebrauchten Begriffe](#) verweisen auf die historische Dimension seiner Kandidatur und betonen Themen wie Familie, Jugend und Bildung. Ausgehend von der Enttäuschung und dem Zynismus der Amerikaner im Hinblick auf ihr politisches System liegt Obamas rhetorische Prämisse in der Herstellung von Vertrauen in ihn und sein politisches Program, für das der Slogan „change we can believe in“ maßgeblich geworden ist. Ganz im Sinne dieser politischen Botschaft finden sich daher Worte wie „Traum“, „Chance“ und „Hoffnung“ statistisch gehäuft in seinen Reden.

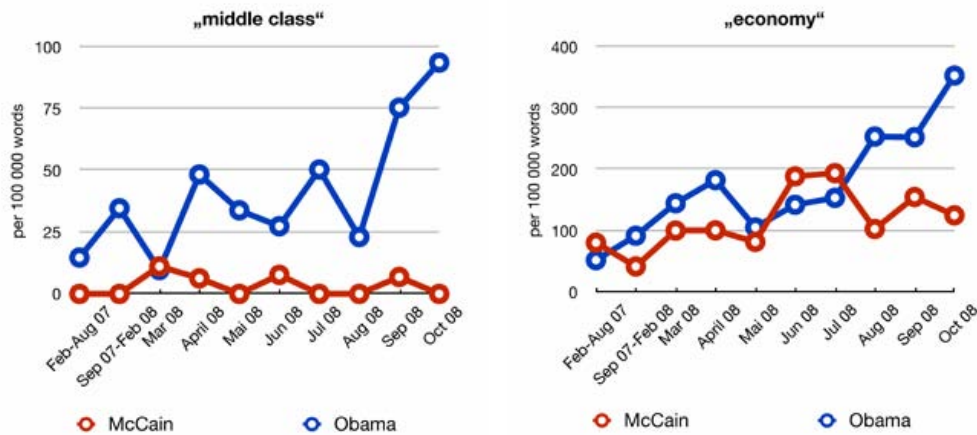


Wortwolke Barack Obamas Reden nach dem letzten Fernsehduell (15.10. 2008)

Obamas Sprache ist grammatikalisch komplexer als die seines Gegners, was sich nicht nur in längeren Sätzen ausdrückt. Wenn er über amerikanische Außenpolitik, den Irak-Krieg oder erneuerbare Energien spricht, ist er weitaus differenzierter als McCain und versucht, die Beziehung zwischen verschiedenen Themen (z.B. Afghanistan, Iran und Irak) darzustellen. Rhetorisch unterstreicht diese Strategie nicht nur seine Sicherheit und Entschlusskraft auch bei schwierigen politischen Fragen, sondern hat auch das Ziel,

seine Jugend und den Vorwurf der mangelnden Erfahrung im Vergleich zu seinem Kontrahenten durch eine bessere Urteilskraft („judgment“) wettzumachen.

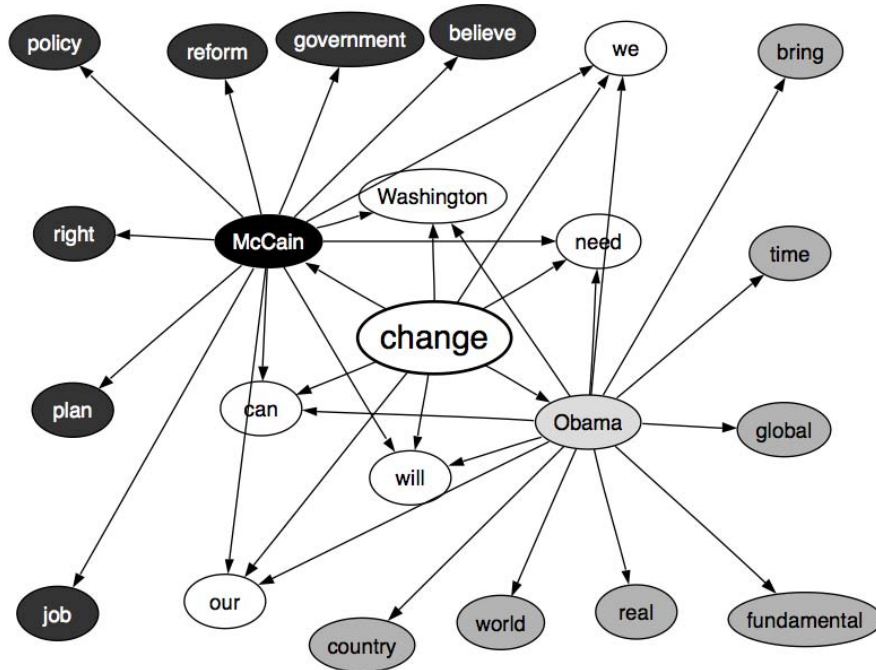
Dass Obama hierbei trotz höherer sprachlicher Abstraktion seine Zuhörer dennoch überzeugen kann liegt daran, dass er seine Ausführungen durch Beispiele aus der Lebenswelt des durchschnittlichen Amerikaner veranschaulicht (hohe Benzinpreise, zunehmende Wohnungskrise, steigende Krankenversicherung). Obama stellt also, im Gegensatz zu McCain, eher durch sein rhetorisches Einfühlungsvermögen in die besonders für die amerikanische Mittelklasse brennenden politischen und sozialen Problemfelder zusätzliche emotionale Bindung her.



Erwähnung der Worte „Middle Class“ und "Economy" seit Beginn des Wahlkampfes

Obamas [Programm der Veränderung](#) erschöpft sich rein rhetorisch nicht, wie bei McCain, in politischen und wirtschaftlichen Reformen, sondern in einer umfassenden sozio-kulturellen Erneuerung der USA und ihrem internationalen Ansehen. Obwohl McCain ebenfalls gegen mangelndes Verantwortungsgefühl, Vetternwirtschaft und Gier in Washington Wahlkampf macht, sieht Obama nach acht Jahren republikanischer Präsidentschaft (die er sprachlich immer wieder mit McCain assoziiert, z.B. durch die Phrase „Bush-McCain“) die Notwendigkeit für einen generellen Mentalitätswandel.

Dieser Unterschied zeigt sich auch bei dem vorrangigsten Thema der letzten Wochen, der Wirtschaftskrise und drohenden Rezession. Während McCain in Bezug auf die Wirtschaft vordringlich über Steuern, mittelständische Unternehmen, die Schaffung von Arbeitsplätzen und Amerikas Abhängigkeit von ausländischem Öl spricht, betont Obama vor allem die sozialen Folgekosten für amerikanische Familien, die Kosten des Irak-Krieges, den Export amerikanischer Arbeitsplätze sowie sein eigenes, umfassendes Wirtschaftsprogramm. Mit anderen Worten, Obama ist auch beim [Thema Wirtschaft](#) sprachlich differenzierter und einfühlsamer als die rhetorisch präziseren Botschaften seines republikanischen Gegners.



Vergleich der Kollokationen des Wortes „Change“ bei John McCain and Barack Obama

Welche rhetorische Strategie der beiden Kandidaten im Kampf ums Weiße Haus politisch erfolgversprechender ist, wird sich bereits am 5. November herausstellen. Ob die durch ihre Worte geweckten Hoffnungen und Erwartungen jedoch der Wirklichkeit der Amerikaner letztlich gerecht werden können, wird sich erst in der Zukunft zeigen.

Aus: [Suite101 Spezial: US-Wahl](#) (Oktober 2008)

Weitere Details zu John McCain und Barack Obamas Rhetorik finden Sie unter:

<http://semtracks.com/politicaltracker>

SEMTRACKS Political Tracker ist ein [SEMTRACKS](#)-Projekt am [Heidelberg Center for American Studies](#) gefördert von der Universität Heidelberg im Rahmen der Exzellenzinitiative.