

SEMTRACKS POLITICAL TRACKER (25. Oktober 2008)

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

Noah Bubenhofer, Martin Klimke, Joachim Scharloth

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 Wahlkampfvo­kabular 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.

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 „äußert“ oder „völlig“ und versuchte die Zuschauer durch die emotionalisierende Anrede „meine Freunde“ für sich zu gewinnen.

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 Programm, 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.

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

McCain



Wortwolke zu John McCains Reden nach dem letzten Fernsehduell (15.10.2008)

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.

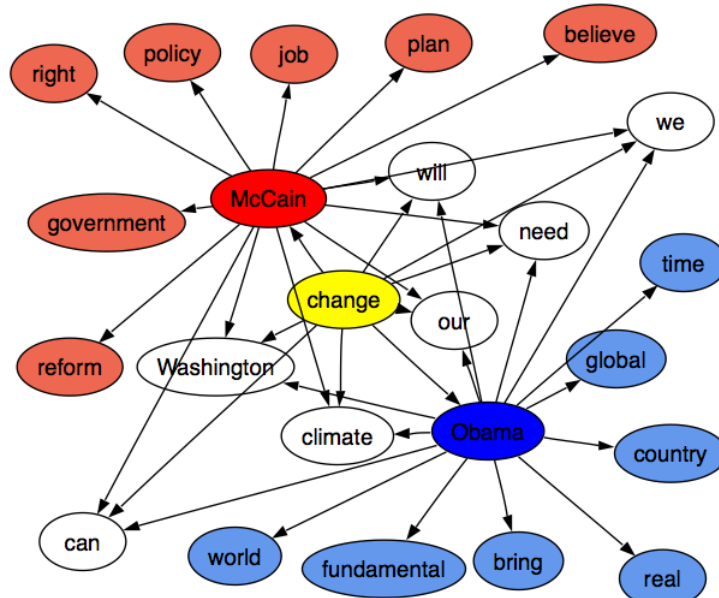
Dass Obama hierbei trotz höherer sprachlicher Abstraktion seine Zuhörer dennoch überzeugen kann, liegt daran, dass er seine Ausführungen durch Beispiele aus der Lebenswelt des durchschnittlichen Amerikaners veranschaulicht (hohe Benzinpreise, zunehmende Wohnungskrise, steigende Krankenversicherung). 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.

Obamas Programm der Veränderung erschöpft sich rein rhetorisch nicht, wie bei McCain, in politischen und wirtschaftlichen Reformen, sondern in einer umfassenden soziokulturellen 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.



Wortwolke zu Barack Obamas Reden nach dem letzten Fernsehduell (15.10.2008)

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 und 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.